



一墩難求 超乎想像

冰墩墩設計師 9歲兒助創作



◆北京冬奧會吉祥物「冰墩墩」設計團隊負責人、廣州美術學院教授曹雪和他的設計。
網上圖片



◆連日來，位於北京王府井工美大廈的北京冬奧官方特許商品旗艦店門外總是大排長龍。香港文匯報記者朱燁攝

香港文匯報訊 綜合記者敖敏輝、賀鵬飛及新華社報道，北京冬奧會吉祥物「冰墩墩」近日引爆購買潮，導致「一墩難求」。北京冬奧組委6日回應說，已和各生產企業溝通，採取積極措施推進產品生產，同時也提示大家，不要忘記「雪容融」。6日晚，「冰墩墩」設計團隊負責人、廣州美術學院教授曹雪連線做客央視新聞《相對論》節目時表示，完全沒有想到「冰墩墩」能夠如此受歡迎。曹雪透露，創作過程中9歲兒子起到重要作用。曹雪本人亦受到媒體的追捧，他告訴香港文匯報記者，如今，包括日本媒體在內，他的採訪檔期已經安排到本月底。

曹雪表示，在冬奧會開幕之前，他原以為可能在賽事前期，有一部分人出於收藏的考慮，會去購買一些吉祥物。如今看到專賣店和網上渠道，「冰墩墩」被搶購一空，完全出乎他的想像。在2月4日之前，設計團隊每個人手上都只有五六隻「冰墩墩」，且春節前已送出去了。現在，他們手上也沒有渠道拿到貨，即使通過線上線下渠道購買，也「一墩難

求」了。「這種現象出現後，前幾天我手機上主要還是祝賀的消息，而這兩天，《給我一墩》、《求墩》的消息幾乎霸屏，他們直接來問我要貨了。」曹雪笑着說。

萬般設計理論 不及孩子眼光

談到「冰墩墩」為何如此受捧，曹雪分享了創作過程中的一個細節。根據冬奧組委會的設想，奧運會吉祥物

的目標消費者主要是9歲左右的青少年群體，曹雪的兒子當時正好9歲。他認為，吉祥物之類的设计作品，萬般理論都不及小朋友的眼睛。為此，在做好保密工作的前提下，他會把團隊不同的設計品及每款作品的不同風格先給兒子「過目」。只要兒子喜歡的，他就會偏向那一款。最終呈現的設計作品受到官方的肯定，如今，再受到市場的肯定。

曹雪表示，並不擔心「冰墩墩」過氣。他透露，「冰墩墩」的設計創作過程，每一頁稿紙都送到了奧組委在瑞士的總部，產品也有館藏。未來的奧運會，吉祥物設計團隊都會翻閱歷史上的作品，令到「冰墩墩」、「雪容融」以這樣的方式留存長久。

「冰墩墩」和「雪容融」是什麼關係？曹雪說，事實上，在「冰墩墩」和「雪容融」完全被官方認可之後，兩個團隊在北京聚首，它們才首次「見面」。「我們和吉林藝術學院的團隊都會為對方由衷地感到高興，不僅促成了團隊的友誼，兩個學院也成為友好學院。」

曹雪表示，這些年，他連續在國外辦展，也帶了「冰墩墩」參展，受到國外觀眾的喜愛。「我們講讀懂中國，不僅僅要展示我們的文化元素，更要展示中國的文化基因。設計、藝術可以產生超越文字的力量，未來，我會繼續以這種方式，向外國講好中

國文化故事。」

江蘇廠接加單 初八開工補貨

作為「冰墩墩」「雪容融」毛絨玩偶的生產廠家之一，位於江蘇省啟東市的南通金鳳凰工藝玩具製造有限公司（簡稱「金鳳凰玩具」）也庫存告急，公司計劃2月8日開工，全力生產補貨。

金鳳凰玩具是參與「冰墩墩」「雪容融」毛絨玩偶設計製造的3家企業之一，主要負責毛絨玩偶的製造。據公司副總經理袁映輝介紹，春節之前，公司接到北京冬奧組委的臨時加單，要求在原本交付的訂單基礎上再多生產5萬套「冰墩墩」「雪容融」。為此召回已經放假的工人緊急趕單，終於在春節之前交付。隨後，金鳳凰玩具正式放假，目前仍在假期之中。「冰墩墩」「雪容融」銷售異常火爆也出乎金鳳凰玩具的意料，但是公司已經沒有任何庫存，只有等到8日正式開工之後才能生產補貨。

金鳳凰玩具早已與奧運結緣，2008年便參與了北京奧運會吉祥物「福娃」玩偶的生產，此外還先後參與製作2010年上海世博會吉祥物「海寶」、2014年南京青奧會吉祥物「砵砵」、2018年首屆中國進博會吉祥物「進寶」等重大國際會議、賽事的吉祥物玩偶。也正是憑着多年生產製作吉祥物玩偶的經驗，金鳳凰玩具成功獲得2022年北京冬奧會特許生產商資格。

中國高鐵1號司機 結緣「雙奧」見證繁榮

特稿

「作為中國鐵路系統的一名基層職工，有幸親身參與2008北京夏季奧運會和2022北京冬季奧運會的服務保障工作，我感到無比光榮和自豪。」中國鐵路北京局集團有限公司懷柔北機務段黨委書記李東曉6日在2022北京新聞中心發布會上動情地說：「14年間，我駕駛的列車從『和諧號』到『復興號』，親歷了中國高鐵從無到有、從追趕到領頭的歷史性變化，見證了『雙奧之城』的繁榮發展，高鐵是北京『雙奧之城』繁榮發展的縮影。」

2008年8月1日，京奧開幕前夕，中國第一條高速鐵路——京津城際鐵路開通運營。李東曉作為0001號高鐵司機，駕駛時速350公里的動車組完成了首趟

值乘任務，成為駕駛中國高速列車第一人。「2008年奧運會期間，多國元首、政要、運動員和遊客乘坐我駕駛的列車往返北京、天津兩地，感受風馳電掣的速度，體驗高鐵的便捷，他們紛紛豎起大拇指為中國高鐵點讚。」當時的情景令他至今難忘。

從無到領跑 靠反覆摸學練

彼時，中國高鐵剛剛起步，面臨缺少配套的駕駛標準、管理規範處於空白狀態、司機操作不熟練等諸多問題。「對於我來說一切都是從零開始，沒有任何模式可以套用，也沒有任何經驗可以遵循，只有夜以繼日、不辭辛苦地反覆摸、學、練。」李東曉表示，在先後200多次參加高速動車組運行試驗後，最終成功創立出具有「快、穩、準」特點的



◆李東曉早年執行駕駛任務的情況。網上圖片

「東曉操縱法」，使高速列車運行時間精確到秒、對標停車精確到厘米，實現了安全、平穩、舒適的運行，助力北京奧運會。

如今，四通八達的高鐵網極大地促進了首都的經濟社會發展，「『更快、更高、更強、更團結』的奧林匹克精神激勵着高鐵司機擔當作為、奮勇向前。我們的動車組司機駕駛着復興號智能動車組往返於北京、崇禮、延慶賽區，在不同的『賽道』上奔跑。」李東曉介紹到，為了圓滿完成任務，專門成立了「京·心」乘務組，打造服務保障冬奧會的高鐵司機乘務品牌，為北京冬奧會作出應有的貢獻。

◆香港文匯報記者 任芳瑤 北京報道



◆天安門廣場「精彩冬奧」主題花壇。資料圖片

冬奧元素扮靚首都

香港文匯報訊（記者張帥北京報道）純潔的冰雪，激情的約會。在「雙奧之城」北京，長安街上不同主題的冬奧主題花壇成為春節一道風景線，莊嚴肅穆的天安門廣場、歷史悠久的前門步行街、車水馬龍的王府井步行街也都設置有專門的冬奧景觀，冬奧元素扮靚北京大街小巷，吸引市民、遊客拍照「打卡」留念。

在天安門廣場中心，「精彩冬奧」主題花壇頂高17米，以中國結為主景，結合冬奧會會徽以及冰雪元素；底部直徑38.6米，為五環環繞在一起並嵌有雪花圖案，寓意五洲同慶冬奧會。

北京中軸線景觀照明也加入了冬奧元素，永定門公園南廣場兩側的北京2022年冬奧會會徽、冬殘奧會會徽一齊點亮。靚麗的冬奧景觀帶動到冬奧熱度飆升。



◆永定門公園點亮奧運五環。香港文匯報記者張帥攝

京張高鐵嚴格防疫保冬奧

香港文匯報訊（記者任芳瑤北京報道）6日，在2022北京新聞中心召開的北京、張家口軌道交通服務保障專場新聞發布會上，中國鐵路北京局集團有限公司副總經理王勇介紹，1月21日至3月16日為冬奧服務保障期，最高每日可安排開行冬奧列車40對。預計在整個運輸服務保障期間，運送各國運動員、技術官員和持票旅客將達20萬人次。

北京局集團使用了冬奧運輸服務專用列車並指定專用車廂，每日運輸任務完成後，動車組列車進行全面消毒。在清河站、太子城站、延慶站的閉環區域每小時消毒一次，冬奧列車車廂每趟次出庫、終到各消毒一次，為運動員提供安全衛生的乘車環境。

日發17對車 隨時增減班次

目前，冬奧列車每日開行17對；2月4日開幕式當天，增開了3對清河站至太子城站間的專列，運送運動員和技術官員。此外，還預備了23對預備線，根據客流變化和冬奧運輸的臨時任務，實施「一日一圖」，隨時調整列車開行方案。

加強消毒 閉環內外不交叉

「京張高鐵的清河、延慶、太子城站，實行為期55天的閉環、非閉環管理。」王勇介紹，閉環人員實施「固定車廂、固定站點、固定通道、固定交通

接駁區域、固定站車工作人員」的點對點、一站式全流程閉環管理，設立專用候車區，與普通旅客互不交叉。

在非閉環區，加強進京遠端防控，把好疫情防控第一關。同時，加強車站和列車重點公共區域和重點部位，以及電梯、廁所、洗手間、通過台、過道等預防性消毒，確保疫情不通過鐵路傳播。

「冬奧期間，對於京張高鐵上涉疫、發熱旅客，閉環內外的處置方式大致相同。」王勇稱，第一時間將相關旅客安排在列車隔離席位，進行隔離觀察，並安排其在前方車站下車，轉送地方政府防疫部門，同時對所處環境進行封閉，並進行終末消毒。