

# 用“冰雪”这一共同语言为世界注入生机活力

本报评论员 刘颖余

家和地区共1275名运动员报名参赛，无论是参与国家和地区数量还是运动员人数，都创下了历史新高。引人注目的是，冰雪资源稀缺的柬埔寨和沙特阿拉伯迎来赛事首秀。阿富汗和巴林在缺席2017年冬奥会后，于本届赛事回归。这显示了亚洲冰雪运动版图的不拓展，也意味着亚洲冬季运动正迎来快速发展的勃勃生机。

这是我国继2022年北京冬奥会后，再次举办冬季项目大型国际盛会，是我国第三次举办冬奥会，也是冬奥会自1996年由哈尔滨首次举办后，时隔29年再次回到这座冰雪之都，显示了中国在国际冬季运动领域的地位和影响力。

尤其值得一提的是，哈尔滨筹办此次冬奥会只有短短一年多时间，然而，东道主以只争朝夕的热情和干劲、精益求精的专业精神，确保盛会的如期举行和顺利运转，这显示了中国办赛能力的不断提升，也从侧面印证了中国的经济繁荣、科技进步和国力增强。

从1996年哈尔滨冬奥会到2007年长春冬奥会，从2022年北京冬奥会到2025年哈尔滨冬奥会，中国冰雪运动不断发展壮大，“冰雪热”传遍大江南北，“三亿人上冰雪”的愿景

已成现实，这铸就了中国在亚洲冬季运动领域的领军地位，也为世界冰雪运动注入了生机与活力。

在过往作为东道主的三届冰雪盛会中，中国健儿均取得了亮眼佳绩：1996年哈尔滨冬奥会和2007年长春冬奥会，中国代表团均名列金牌榜和奖牌榜第一；北京冬奥会，中国冰雪健儿以9金4银2铜勇夺金牌榜第三，金牌数和奖牌数均创下历届冬奥会最佳战绩。

当然，金牌从来不是中国健儿的终极目标，他们会借冬奥会大舞台，展示中国年轻人阳光、明朗、友善、开放的良好形象，让无数孩子爱上魅力无限的冰雪运动。正如本届冬奥会自由式滑雪女子空中技巧冠军徐梦桃所说：“冰雪不是寒冷的代名词，而是梦想起航的地方。”哈尔滨冬奥会同样会成为无数中国孩子梦开始的地方。

用体育凝聚共识，跨越文化差异促进合作，从来都是奥林匹克运动的重要宗旨。从北京冬奥会的“同一个世界，同一个梦想”到北京冬奥会的“一起向未来”，再到哈尔滨冬奥会的“冰雪同梦，亚洲同心”，中国不断实践着对奥林匹克精神的创新与本土化表达。本届冬奥会不仅是一场体育赛事，更是

一次文化的展示与交流，亚洲各国将通过“冰雪”这一共同语言，增进彼此的了解与友谊，为冬季运动的发展和国际交流合作带来更多机遇。

作为现代冰雪运动的发源地，哈尔滨又是中国冰雪旅游的“顶流”，过去一年多来，“尔滨热”持续升温。冬奥会期间，“跟着赛事去旅行”成为新时尚。“冰天雪地也是金山银山”，哈尔滨冬奥会的成功举办，将让冰雪文化和冰雪经济成为哈尔滨高质量发展的新动能和对外开放的新纽带，这对于城市深度建设乃至东北地区振兴都有着重要意义。

如果说北京冬奥会对我国冰雪运动和冰雪产业的发展起到了决定性的推动作用，那么，接过北京冬奥会接力棒的哈尔滨，同样会对中国冰雪运动、冰雪产业乃至中国体育、中国经济的整体发展，产生重要的推动作用。

一场盛会改变一座城的佳话，已在北京上演，冬奥会同样会给哈尔滨留下丰厚的文化、社会、体育遗产，让这座具有深厚冰雪文化底蕴的城市绽放更耀眼的光芒。

冬奥会正在激情上演，它是冰雪的传奇，是体育的盛宴，是友谊的桥梁。我们为“尔滨”点赞！为冰雪运动、冰雪经济加油助力！

武文欣

在山顶点个餐，十几分钟就能吃到“飞来”的新出锅包子，喝上热乎饮料……据近日中新社报道，不少景区推出无人机配送餐饮服务，“空中外卖”受到游客欢迎。

近期，“空中外卖”开始进入人们的视野。从去年8月开始，八达岭长城开通了北京市内首条常态化无人机配送航线，游客在小程序下单后，无人机可在15分钟内飞至就餐点，由专门的工作人员拆卸取餐，交给游客。此外，济南千佛山、武汉灵灵山生态公园等景区也开设了无人机外卖业务……相较于传统的人工外卖配送，无人机配送更加快捷，以美团无人机为例，2023年其平均配送时长约为20分钟，较传统配送模式提效近四成。此外，在偏远地区、人员密集的景区等交通不便的区域，传统配送方式效率低下，无人机配送的独特优势更加凸显。

“空中外卖”这一曾存在于科幻电影中的场景之所以可以落地，源于近年来低空经济的飞速发展。低空经济，是指以民用有人驾驶和无人驾驶航空器的低空飞行活动为牵引，辐射带动相关领域融合发展的综合性经济形态，“空中外卖”是低空经济的典型应用场景之一。

除了“空中外卖”，低空经济在其他领域也大有可为。从让短途交通变得更加便捷的低空运输到提高巡检效率的空中稽查，从可以减少农药使用量的无人机喷药到高度机动、布点灵活的“无人机交警”，低空经济正在加速走进人们的生活。

低空经济的迅猛发展，得益于我国飞行器的技术突破以及通信、航空、新能源汽车等产业的技术积累，同时也离不开利好政策的支持。2024年7月，《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》明确提出“发展通用航空和低空经济”。2024年12月，国家发展改革委低空经济发展司正式亮相，负责拟订并组织实施低空经济发展战略、中长期发展规划。据统计，我国已有20多个省份将发展低空经济写入地方政府工作报告或出台相关政策，进一步提振了行业信心。

当然，我们也应看到，虽然低空经济潜力巨大，但也面临着诸多挑战。一方面，专业人才较为缺乏。低空经济是多领域融合的新兴经济业态，单一知识体系的人才培养难以适应发展需求，亟待培养一批具有较强专业背景、工程技术、创新能力的高层次复合型人才；另一方面，空域管理体制还有待完善。当前，低空空域使用审批流程复杂，空域划分不够细致，导致低空飞行器的活动范围受限，限制了低空经济的发展。此外，从需求上来看，多数城市还没有形成产业规模效应，导致无人机购买、使用的费用较高。

让低空经济真正“飞起来”，需要多方共同努力。首先，低空经济发展，基建要先行。积极构建无人机管理调度平台，努力实现无人机的统一监管与安防；其次，进一步打通低空经济领域校企合作教育链、产业链、人才链、创新链，培养更多专业人才；另外，深化低空空域管理改革，制定空域管理的细则，从而实现空域资源的有效利用。

相信随着技术的不断进步和政策的逐渐细化，低空经济必将“乘风高飞”，在更多领域大放异彩，为经济社会发展注入新的活力。

## 从「空中外卖」看低空经济的更多可能

## 社评

### 中国新闻名专栏

用体育凝聚共识，跨越文化差异促进合作，从来都是奥林匹克运动的重要宗旨。从北京冬奥会的“同一个世界，同一个梦想”到北京冬奥会的“一起向未来”，再到哈尔滨冬奥会的“冰雪同梦，亚洲同心”，中国不断实践着对奥林匹克精神的创新与本土化表达。

“冰雪同梦，亚洲同心”，这几天，第九届亚洲冬季运动会在黑龙江省哈尔滨市举行。精彩纷呈的冬奥会遇到红红火火的中国人，这注定是一届“中国特色、亚洲风采、精彩纷呈”的体育盛会，也将谱写新的冰雪华章。

据统计，本届冬奥会吸引了来自34个国家

## 将“职业闭店人”关进法治“笼子”

张西流

2月10日起实施的《公司登记管理实施办法》明确，对明显滥用公司法人独立地位和股东有限责任，恶意转移财产、逃避债务和行政处罚等情形，限制办理相关公司登记或者备案。北京岳成律师事务所律师岳岷山表示，新规有效限制了职业闭店人的违法行为。（见2月10日央视新闻客户端）

近年来，“职业闭店人”参与预付式经营企业闭店逃债的案例屡屡出现，引发公众关注。这些闭店人通常在企业面临经营困境时登场，通过变更法定代表人、策划闭店等手段，使企业原经营者成功脱身，将债务留给新的“背债”者，而消费者则成为最终的受害者。这种行为不仅违背了商业道德，更触犯了法律底线。

对于如此恶劣的行径，法律绝不会姑息，相关法律法规正在不断完善。2024年10月，北京通报打击“职业闭店人”全国首案，为相关案件的办理提供了参考。日前实施的《公司登记管理实施办法》，对于“逃避债务”“虚假登记”等相关问题做出了规定，有利于规制职业闭店人的违法行为，进一步维护交易安全、保护消费者合法权益。

当下，预付式消费模式在为商家和消费者带来便利的同时，也存在着一些隐患。除了严厉打击“职业闭店人”行为，我们还应从源头上管控预付式消费的风险。例如，建立经营风险预警系统，对经营异常的企业及时介入，避免消费者蒙受损失。再如，建立预付资金的第三方监管机制，确保资金用于实际经营。在这方面，上海长宁公证处近期探索了“公证提存”方式，即资金由公证机构监管，在商家提供约定服务后，以月结的方式划付。

值得一提的是，《消费者权益保护法实施条例》也将于今年7月实施，对预收费用后卷款跑路行为明确了罚则，从设立“书面合同”、强化“按约履行”、明确“事中告知”等方面强化了经营者义务。

唯有构建起一张严密的法网，实现全链条、无死角的打击，才能让“职业闭店人”无处遁形，才能为预付式消费拧紧“安全阀”，构建公平、诚信的市场环境。



## 图说

### “仅供参考”

“门票是真的，雪是假的”“本来是去看雪的，结果你给我看棉花”……据《现代快报》报道，近日，四川成都某景区“雪村没有雪”被游客吐槽。据游客说，该雪村中的“雪”实为棉花，到了现场感觉上当受骗。随后，景区向游客公开致歉，表示棉花已经全部清除，雪村关闭。

用棉花代替雪花，这“创新”思维挺让人意外。近年来，南方大部分地区冬季气温偏高，降雪概率降低。在此背景下，涉事景区以“往年惯例有雪”的经验提前宣传雪村盛景，当没有雪时又买棉花代替，显然会错了意——游客想体验的是真实景色，而非“仅供参考”的山寨版。近年来，各地在发掘本地旅游资源、打造网红景点上各显神通，但也有个别地方“心急吃热豆腐”，诸如粗劣模仿“天空之境”、打造低配版“唐宋不夜城”等，画虎不成反类犬，最终草草收场。此类事件给文旅业提供了反面教材和反思契机，扬长避短、坦诚待客才是正道。

赵春青/图 嘉湖/文

## 争夺“哪吒故里”不如淬炼“三昧真火”

樊树林

据2月7日极目新闻报道，随着影片《哪吒之魔童闹海》登顶中国电影票房总榜，哪吒这个经典IP再度爆红，“抢吒儿”大战也拉开序幕，多地自称哪吒故里。

蛇年春节，《哪吒之魔童闹海》以其独特的魅力脱颖而出，续写了“哪吒”这一经典IP的传奇。作为文化传播媒介的影视作品，在通过视觉和情感的双重冲击吸引着观众的同时，也在潜移默化中塑造着他们对故事中特定地点、文化和风情的认知与向往。从这个角度看，哪吒经典IP再度爆红之后，各地“抢吒儿”大战“硝烟弥漫”也在情理之中。地方文旅部门希望围绕哪吒经典IP进行旅游营销推广，以文塑旅、以旅彰文，激活地方文旅产业的“一池春水”。此前，一些热播影视带火

一座城就是成功的案例。

但需要注意的是，影视作品的热度终会过去，短期的流量涌入，难以维系文旅产业的长期繁荣。因而，与其争夺“哪吒故里”，不如放长眼光，打开思路，以系统化思维进行全局性谋划，深度挖掘地方的特色文化资源，淬炼文旅融合的“三昧真火”。

一段时间以来，“文化旅游”“非遗游”持续火热，这对很多城市都是一种利好。各地文旅部门不妨对区域内的文化资源进行优化整合，并在此基础上为游客规划旅游线路，推出丰富多彩的文旅融合活动和文创产品，拉近传统文化与现代生活之间的距离。例如，近期迎来泼天流量的汕头、泉州等城市，以簪花、英歌舞等民俗活动为切入点，让海内外游客沉浸式体验非遗文化的魅力，进而对城市的景色与历史产生进一步探索的兴趣。

在推进文旅融合的过程中，需要不断创

新表达方式。依托人工智能、虚拟现实等技术手段，打造数字文旅新业态，正在成为旅游业态创新的重要方向。因此，各地应当顺应这股潮流，在“以数赋能”方面深耕细作，比如打造智慧博物馆、推出AR沉浸式体验项目等。

此外，软环境也代表着城市的硬实力，优化城市公共服务有助于提升旅游体验。当下，“淄博烧烤”“贵州村超”的出圈都启示我们，“情绪价值”正在重塑旅游业。这些城市以诚待客、用心宠客，让天南海北的游客“宾至如归”，构建起游客与城市之间的情感联结，激起人们奔赴的欲望。

争夺“哪吒故里”，不如淬炼“三昧真火”。在借助哪吒等影视形象进行文旅营销的同时，期待更多城市能够内外兼修，用好自身文化资源，不断提升服务质量，将“流量”转化为“留量”，激发文旅融合新活力。

例如，山东省德州市一地依托基层医养结合体，统筹基层医护人员组建长护险护理团队，实现失能人群服务全覆盖，也增加了医护人员的业务范围和收入。

尽管推广成效显著，长护险的发展仍面临一些挑战，如筹资可持续性不足、服务标准不统一、专业人才缺口大等等。具体来说，目前长护险资金主要依赖医保基金和财政补贴，这种单一模式恐难应对未来失能人口激增的压力。此外，各地支付范围、待遇水平差异显著，以及持证护理员需求缺口超千万等，也是需要解决的现实问题。

长护险的探索，是我国应对老龄化的生动实践。下一步，相关部门应探索建立多渠道筹资机制，在出台全国统一支付目录的基础上，允许地方因地制宜调整；大力开展“长期照护师”职业技能等级认定和技能培训，鼓励各职业院校开设护理专业，及时补上人才缺口；提高服务供给水平，探索建立评估考核机制，让失能老人能够及时兑现待遇，享受保质保量的服务，尽享“老有所养”的幸福晚年。

称“长护险”作为社会保障体系的“第六险”，从试点探索到不断调整，逐步织密民生保障网，为破解老年照护难题提供了可行路径。

在当前的政策设计下，当参保人因年老、疾病、伤残等原因，生活长期不能自理，经申请并通过失能等级评估认定，就可以在长护险定点服务机构接受相应的照护服务，比如饮食照料、沐浴、药物管理、常用临床护理等，费用由长护险基金按规定报销。

以“小保费”撬动“大保障”，“第六险”切实减轻了家庭负担。据了解，不少城市的长护险年度费用不到百元，而失能老人可享受每月上千元的护理费用补贴。此外，依托长护险，失能老人可以获得全方位服务，生活质

量显著提升，生命尊严得到守护。

通过集聚资金规模效应，发挥制度平台作用，长护险带动了相关产业的蓬勃发展。一些试点城市通过吸引社会资本进入养老机构、智能护理设备研发等领域，形成经济增长新动能。

长护险的进一步铺开，意味着人才需求量的急速上升，这对失能等级评估员、长期照护师以及长期护理服务管理人员等各领域人才来说是一个难得的机会。当前，有的地方通过系统培训培育护理人员，农村转移劳动力占比超40%，为就业市场注入活力。还有部分地方有效利用乡镇卫生院、养老院的现有床位和医护资源，重新激发了机构活力。

## 推动长护险发展，托起“老有所护”新希望

陶穗

据国家医保局消息，长期护理保险自2016年启动试点以来，全国49个城市试点工作稳步推进。截至2024年底，全国超过1.8亿人参保，累计超过260万人享受待遇，基金支出超800亿元，不仅改善了失能人员的生存质量，更减轻了家庭负担。（见2月7日央视新闻）

“一人失能，全家失衡”。随着我国老龄化进程加速，失能老人照护问题成为社会痛点。据报道，我国失能失智老年群体约有4500万人。这个数字背后是千万家庭面临的照护困境。在此背景下，长期护理保险（下