



# 北京 2022 年冬奥会和冬残奥会 文化遗产报告（2022）





# 北京 2022 年冬奥会和冬残奥会 文化遗产报告（2022）

北京 2022 年冬奥会和冬残奥会组织委员会  
北京体育大学

一起向未来

*Together for a Shared Future*

# 序 言

---

北京2022年冬奥会和冬残奥会（以下简称“北京冬奥会”）的筹办和举办，使奥林匹克精神和理念在中华大地进一步落地生根，促进了世界多元文化与中华优秀传统文化交流互鉴，使世界各国人民更加团结，让全世界更加相知相融。

北京冬奥会筹办六年多来，在展示国家形象、促进国家发展、振奋民族精神方面发挥重要作用。以体育为主题，以文化为内容，通过形式多样的文化活动，全方位、多层次的宣传推广，促进了冬季奥林匹克运动在中国的传播，全面展示了中国优秀传统文化和城市文化特色，营造了喜迎冬奥的浓厚社会氛围，赢得社会各界广泛支持和积极参与。一批冬奥文化设施的建设夯实了冬奥文化传播的基础；丰富的冬奥文化活动广泛传

播了冰雪文化和冬季奥林匹克运动知识；一系列冬奥文化产品推动了奥林匹克文化与中国文化创意产业的融合发展；冬奥传播方式的创新和转播技术的升级，提升了国家文化传播水平；主办城市公共文化服务体系的不断完善，充分展示了城市文化特色，丰富了广大市民的精神文化生活。

本报告为北京冬奥会赛前报告，重点介绍北京冬奥会筹办六年多来，在冬奥文化设施、文化活动、文化产品、文化传播、城市公共文化服务等方面取得的积极成效，这些成效带动了全社会奥林匹克文化、冰雪文化的普及推广，形成了重要的北京冬奥会文化遗产。

## 北京2022年冬奥会和冬残奥会文化遗产报告（2022）编写团队

---

### 北京冬奥组委总体策划部

李 森 王仁华 刘兴华 刘 楠 祁 轩

姜 巍 樊佩杰 黄 颖 辛宇晨

### 北京体育大学

曹卫东 高 峰 白宇飞 时 婧 陈志生 高 鹏

# 目录

|                           |    |
|---------------------------|----|
| <b>一、冬奥文化设施</b>           | 01 |
| (一) 冬奥文化广场与示范社区丰富城市文化设施网络 | 02 |
| (二) 奥林匹克公园为城市增添新型公共文化空间   | 04 |
| (三) 冬奥公共文化景观展示冬奥文化特色      | 08 |
| (四) 冬奥文化教育机构促进奥运文化研究推广    | 10 |
| <b>二、冬奥文化活动</b>           | 13 |
| (一) 全国性冬奥文化活动传播冬季奥林匹克文化   | 14 |
| (二) 主办城市冬奥文化活动彰显民族文化特色    | 16 |
| (三) 冬奥国际文化交流活动促进世界文化交融互鉴  | 18 |
| <b>三、冬奥文化产品</b>           | 21 |
| (一) 冬奥形象标识促进古今中西文化融合      | 22 |
| (二) 冬奥声像影视艺术作品展现中国形象      | 30 |
| (三) 冬奥特许产品开发带动中国设计与中国智造   | 33 |
| <b>四、冬奥文化传播</b>           | 37 |
| (一) 新闻宣传传播中国声音            | 38 |
| (二) 媒体转播提升观赛体验            | 42 |
| (三) 档案管理留存中国智慧            | 45 |
| <b>五、城市公共文化服务建设</b>       | 47 |
| (一) 北京市城市公共文化服务日益完善       | 48 |
| (二) 张家口公共文化服务水平显著提升       | 50 |





1

冬奥文化设施



中央相关单位及主办城市政府会同相关单位，本着节俭性、公益性、参与性及可持续性的原则，在全国范围内推动建设了一批冬奥文化设施。冬奥文化广场为广大市民感受冬奥、参与冬季健身提供了平台，冬奥社区提升了社区人文环境，奥林匹克公园为城市增添了文体活动空间，冬奥公共文化景观激发了城市的生机与活力，国际奥林匹克学院、崇礼华侨冰雪博物馆等设施促进了奥林匹克文化的研究与推广。这些设施赛后将持续为公众开展全民健身、文化休闲活动提供场所，持续普及奥运文化，传播奥林匹克精神。

### (一) 冬奥文化广场与示范社区丰富城市文化设施网络

**冬奥文化广场丰富城市文化供给。**为营造喜迎冬奥的浓厚氛围，展示城市文化特色，全国各地建设了一批冬奥文化广场。冬奥文化广场在赛时期间以向公众转播冬奥会、冬残奥会赛事为主，同时举办各种丰富多彩的文化活动，设置展览展示和特许商品售卖，提供赛时餐饮、医疗、票务等志愿服务，让广大市民在赛场外感受浓厚的冬奥氛围。截至2021年底，全国已建设冬奥文化广场43个，遍布19个省区市。赛后它们将作为城市文化广场继续使

● 首个冬奥广场——北京市石景山区广宁街道高井路社区文化健身广场





● 首个冬奥社区-北京市石景山区广宁街道高井路社区

用，为市民开展健身和文化休闲活动提供服务，持续宣传奥林匹克精神和推广冰雪运动。

**冬奥社区提升社区人文环境。**以“冬奥让社区更美好”为理念，全国范围内设立了一批冬奥示范社区。冬奥社区的建设为社区居民增添更多冬季健身设施，使冰雪运动走近百姓身边，通过开展展览

和组织冰雪知识小课堂等社区活动，让社区居民了解更多冰雪知识和奥林匹克理念。同时，冬奥社区的建设带动了社区整体环境改善，让社区居民切实获益，也为其他新型社区建设和老旧社区的改造提供示范。



## （二）奥林匹克公园为城市增添新型公共文化空间

为充分发挥“奥林匹克”品牌的带动作用，推动北京、延庆和张家口三个赛区赛后的可持续发展，经国际奥委会授权，三赛区分别设立了奥林匹克公园。各公园规划和建设都遵循可持续发展原则，赛后将依托赛区丰富的体育场馆和文化设施资源，形成各具特色的城市文体活动空间，通过举办

高水平体育赛事、大众健身、文化教育和奥运会纪念活动等，引导公众回顾当年奥运会的盛况，延续公众对参与体育锻炼的热情，赋予三个地区服务全民健身、传播奥运文化、开展青少年奥林匹克教育以及带动区域可持续发展等更多的功能和作用。

**北京冬季奥林匹克公园——打造城市复兴新地标。**北京冬季奥林匹克公园位于北京赛区首钢园区，包括工业遗址公园和冬奥广场两个区域，园内

- 北京冬奥组委首钢办公区（首钢园区冬奥广场）





● 国家体育总局冬季运动训练中心



● 首钢极限公园



● 首钢滑雪大跳台

设有北京冬奥会竞赛场馆——首钢滑雪大跳台，以及国家体育总局冬季运动训练中心、极限公园等体育设施。首钢滑雪大跳台是世界首例永久保留和使用的大跳台场地，赛后将举办国际、国内顶级单板

滑雪大跳台和自由式滑雪大跳台等赛事活动，承接各类极限运动商业赛事，将作为中国国家队、青少年队、其他专业队长期训练基地。国家体育总局冬季运动训练中心的训练场馆是由原有工业遗存改造

成速滑、花滑、冰壶、冰球训练馆，将作为各类比赛活动场地和专业队训练基地，兼具商业化运营。极限公园是通过对高炉斗仓、除尘器、转运站等工业遗存的改造，实现攀岩、滑板、轮滑等运动功能。北京冬季奥林匹克公园赛后将向公众开放，成为城市冰雪运动和时尚极限运动的聚集地、京西体育文化休闲公园，持续助力全民健身和冰雪运动普及发展，传播奥林匹克理念，为打造新时代首都城市复兴新地标提供动力。

**延庆奥林匹克园区——建设全季体育休闲区。**  
位于延庆赛区的延庆奥林匹克园区包含北京冬奥会

竞赛场馆国家高山滑雪中心和西大庄科村的大众雪场。国家高山滑雪中心是中国唯一一个奥运规格的高山滑雪场地，赛后将依然作为高山滑雪赛事的举办地，并为中国高山滑雪国家队和其他专业滑雪队提供训练场地，雪季将向高级别的大众滑雪爱好者开放，非雪季将作为山地观光和户外运动场所。大众雪场赛后将承办或举办青少年滑雪赛事、区域性滑雪赛事、商业滑雪赛事等赛事活动，为滑雪爱好者和开展青少年冰雪体验提供场地支持。延庆奥林匹克园区赛后将对公众开放，打造成为冰雪赛事、全民健身和旅游休闲的全季体

● 国家高山滑雪中心





● 张家口崇礼奥林匹克公园

育休闲区，助力延庆——最美冬奥城建设。

**张家口崇礼奥林匹克公园——助力“体育之城”建设。**张家口崇礼奥林匹克公园位于张家口赛区古杨树场馆群，包含国家跳台滑雪中心、国家越野滑雪中心和国家冬季两项中心三个北京冬奥会竞赛场馆。赛后，国家跳台滑雪中心将作为跳台滑雪赛事场地和专业训练基地，同时开展会议和体育休闲娱乐等项目。国家越野滑雪中心在保留越野滑雪赛事举办和专业训练的基础上，增设冰雪小剧场、雪地摩托车等雪季项目和森林剧场、山地音乐会等

夏季项目。冬季，国家冬季两项中心在满足专项训练和赛事的同时，增设适合儿童滑雪和初学者的培训及冰雪体验和冰雪娱乐等项目；夏季，将打造成为自行车越野、拓展训练基地等夏季户外活动中心，设置房车宿营地、小剧场等娱乐场地。张家口崇礼奥林匹克公园，将以奥运场馆和滑雪设施为基础，以冰雪赛事为抓手，以丰富的群众性冰雪活动供给为举措，持续带动普及冰雪运动，为张家口打造为“京津冀冰雪运动胜地”和“冰雪运动之城”提供支撑。

### （三）冬奥公共文化景观展示冬奥文化特色

**设立冬奥雕塑。**为进一步把公共艺术建设与冬奥文化遗产传承有机融合，北京冬奥会三赛区积极推进冬奥雕塑融入城市公共空间。2020年7月，北京冬奥组委面向全球公开征集公共艺术作品，共收到来自中国、美国、英国、意大利等50余个国家和地区的1313名应征人提交的1611件应征方案，通过专家评审和公众网络投票的方式选出7件最佳作品，

在北京市的冬奥场馆和城市公园建设落地。2021年4月，北京市在全球征集活动中选出25件雕塑作品落户在石景山区冬奥公园。自2014年以来，延庆区共设立了8组冬奥主题元素雕塑、艺术景观和众多冬奥景观小品，分别设立于高速路口、公园景区等城市公共区域。2021年，张家口市崇礼区与中央美院合作设计了一批彰显时代发展特征、符合崇礼冬奥城市特质的北京冬奥会景观雕塑及城市雕塑小品，设



● 《飞翔的梦·情系冬奥》雕塑作品



● 北京东单冬奥景观



● 张家口市民广场城市冬奥景观



● 北京广宁健身广场城市冬奥景观

立在崇礼城区、太子城奥运核心区等重要区域。这些冬奥雕塑妆扮了城市空间，营造了浓厚的冬奥氛围，传播着奥林匹克精神。

**布置冬奥城市景观。**2021年9月，北京市全面启动北京冬奥会赛时城市景观布置工作，围绕“点燃冰雪激情、讲好中国故事”主题，以“一核、四区、两轴、三线、多周边”为总体布局，运用景观装置、立面装饰、道旗灯饰、宣传画面、绿化景观、景观照明、主题灯光秀等进行景观布置。这些景观发挥着传播奥运文化理念、承载城市形象、烘托冬奥氛围、提升城市环境品质的重要作用，同时将集中展示“双奥之城”的独特魅力。

### ◎ 北京城市冬奥环境景观重点布置区域

|     |   |
|-----|---|
| 一核  | 奥林匹克中心区域  |
| 四区  | 首体区域、五棵松区域、首钢区域、延庆区域  |
| 两轴  | 长安街及其延长线（石担路—宋梁路）<br>中轴路（永定门—北辰路）                                   |
| 三线  | 奥运专用线：京张高铁、京礼高速<br>奥运专用道：3条机场高速、3条高快速路、<br>5条环路、43条联络线<br>火炬传递路线：待定 |
| 多周边 | 风景摄像机（9处）<br>重点场站（机场2处、火车站5处）<br>涉奥场所（6类）<br>群众身边（3类）               |





#### （四）冬奥文化教育机构促进奥运文化研究推广

设立北京国际奥林匹克学院。2020年2月，国际奥委会正式批准成立北京国际奥林匹克学院。学院设置在北京冬奥会的延庆区，是由北京市政府委托首都体育学院依托现有办学资源筹建的独立的教育机构。北京国际奥林匹克学院致力于传承奥运遗产和文化，传播奥林匹克精神，培养奥林匹克相关专业人才。学院具备本科、研究生和博士招生资质，同时具备体育行业培训资格，未来将统筹利用

国内外优质教育资源，积极构建高端国际交流合作平台，开展奥林匹克相关研究，为未来中国乃至世界大型赛事和奥运会筹办提供宝贵的智力财富，为国际奥林匹克事业做出更大贡献。

**建设崇礼华侨冰雪博物馆。**崇礼华侨冰雪博物馆（以下简称“博物馆”）坐落于张家口市崇礼主城区核心区域，是目前国内首个以冬季奥林匹克为主题的冰雪博物馆。博物馆筹建过程中，华侨华人踊跃捐款捐赠。博物馆设立中国冰雪运动厅、世界冰雪运动厅、北京冬奥厅等7个展厅，展示中国、世界冰雪运动发展历程和北京冬奥会申办、筹办过

- 北京国际奥林匹克学院

# 北京国际奥林匹克学院

BEIJING INSTITUTE FOR INTERNATIONAL OLYMPIC STUDIES





● 崇礼华侨冰雪博物馆

程中的成果及资料。赛时，是展示冰雪运动发展历程、传播冬奥文化的窗口；赛后，将成为推广冰雪运动、研究冬奥文化的基地，是北京冬奥会留给中国和世界的重要文化遗产。

**建设太子城考古遗址公园。**张家口冬奥村的选址结合了1978年发现的太子城遗址，在冬奥村的建设过程中，本着“保护为主、抢救第一、合理利用、加强管理”的原则和“先发掘、再提取、后基建”的程序，正式开始对太子城遗址考古发掘，建设太子城考古遗址公园（以下简称“遗址公

园”）。赛时，遗址公园将作为赛区文化广场与张家口冬奥村配套使用，向来自世界各地的运动员近距离展示中国古文化遗址和中华优秀传统文化，促进国际文化交流与合作。赛后，遗址公园将成为国家一流的考古遗址公园和有中国文化底蕴的冬奥广场，并对公众开放成为大众文化休闲场所，持续向世界展现中华优秀传统文化魅力和中国文物保护工作成果。



激情的约会  
Jingqi de Yuehui  
An exciting date for a great event



冰墩墩



雪容融

● 北京2022年冬奥会和冬残奥会吉祥物发布活动



# 2

## 冬奥文化活动

北京冬奥会筹办过程中，以主办城市为中心，全国各地乃至海外充分利用我国丰富的文化艺术资源，以体育为主题，以文化为内容，组织策划了各类冬奥文化活动，丰富了大众文化生活、提升城市文明、推动国际间文化交流。这些活动的开展拉近了大众与奥林匹克理念的距离，推动了冰雪运动与中国文化、中国艺术的有效融合，为冰雪运动在我国的长久发展提供文化动力。

### （一）全国性冬奥文化传播冬季奥林匹克文化

**开展群众冰雪文化活动。**2015年以来，连续举办全国大众冰雪季、全国大众欢乐冰雪周、中国

- 北京龙庆峡冰灯艺术节

残疾人冰雪运动季等各类全国性冰雪活动。活动内容除了形式多样的大众冰雪赛事，还包括冰雪训练营、冰雪公开课、冰雪乐园、冰雪健身摄影、图片文化展、非物质文化遗产宣传等各类冰雪文化活动。同时各地积极发掘自身冰雪文化，推动冰雕、冰灯、雪雕等冰雪艺术作品创作，开发“冰湖雪村”等冰雪民俗文化，吸引了众多冰雪旅游爱好者参与。这些活动让传统冰雪文化得到了有效的挖掘与广泛的传播，中华传统冰雪文化在与现代冰雪运动交融中迸发出了新的时代风采。

**推动冬奥文化艺术活动。**2017年举办“奥林匹克博览会”，2018年创办“为奥运喝彩”系列文化艺术活动和“鸟巢杯”全国青少年冰雪文化艺术创





● 古城第二小学分校的孩子们展示冰雪主题绘画作品

作大赛（以下简称“鸟巢杯”），这些持续举办的大型文化艺术活动，内容既有在国内多个城市举办的以奥林匹克为背景的文化、艺术、人文等展览，又有面向青少年的美术、音乐、绘画等文化艺术创作活动。其中“鸟巢杯”自2018年启动以来，报名及参与累积超过十万人次，创作形式包括绘画、书法（软硬笔）、文学创作、摄影、工艺创作、手工非遗创作等多种中西方艺术形式，有效推动了文化艺术创作与奥林匹克运动融合发展。

**举办冬奥文化知识的传播活动。**开展“全民冰雪公开课”系列活动、中国冰雪大篷车百场巡回活动等形式多样的文化活动，通过送冬奥文化进社区、进机关、进校园、进部队、进厂矿、进农村、进家庭等形式，为大众就近、就便学习、体验和参与冬奥文化活动提供便利。从2018年到2021年，在全国先后开展了《冬奥达人答》知识竞赛，“魅力冬

奥”冬奥知识讲解员等丰富多彩、生动活泼的冬奥知识普及活动，辐射全国940万观众，有效推动了奥林匹克文化在青少年中传播。北京市多次在鸟巢、故宫博物院、中华世纪坛、颐和园等地举办奥运文化主题展览和奥运文化模块化展览，宣传北京双奥文化遗产，普及奥林匹克知识；自2018年起已连续举办三届中小学生冬奥知识竞赛，2020年全市826所学校超过39万名中小學生参与。张家口市利用奥林匹克会旗巡展契机，在全市19个县区72所中小学校开展了奥林匹克知识教育主题活动，涉及师生达到12万余人。

**精心打造火炬接力活动。**火炬接力活动是北京冬奥会重要的文化活动之一，以“迎接冰雪运动、奔向美好未来”为主题，以“健康\*欢乐\*活力”为口号，通过火种展示、传统火炬传递和网络传递形式，传播奥林匹克理念，传递信心和希望，向全世



#### ● 北京2022年冬奥会火种展示活动

界展示主办城市人文历史和城市发展新面貌。北京冬奥组委精心策划火种展示和火炬接力计划，创新打造北京冬奥会火炬接力活动。一是**火种交接和火种展览**。通过奥林匹克主题展览、合作伙伴公益项目和冰雪运动基础较好的地区进行火种巡展，激励更多人参与冰雪运动、支持冬奥筹办；二是**组织三赛区火炬传递**。2022年2月2日至4日，在北京、延庆、张家口三个赛区开展传统的火炬传递活动，共有约1200名火炬手参与传递。北京赛区火炬接力着重彰显“双奥之城”的独特魅力，延庆赛区着重展现“最美冬奥城”的全新形象，张家口赛区着重展示打造亚洲冰雪旅游度假目的地的丰硕成果。三是

**开展网络传递**。组织开展丰富多彩的火炬网络宣传推广活动，借助各类网络小程序、虚拟现实技术、话题挑战等平台 and 途径，吸引广大网民加入互动，共享北京冬奥盛会。

#### （二）主办城市冬奥文化活动彰显民族文化特色

**举办冬奥春节文化活动**。通过举办以“冬奥”为主题的系列春节文化活动，使冬奥文化、冰雪文化与中国传统节日春节有机融合。春节期间，北京市各大公园、庙会纷纷开辟冰雪活动场地，满足群众赏冰乐雪的需求。延庆龙庆峡冰灯节已有三十余

年的历史，随着北京冬奥会的临近，游客参观量相比往年明显增加。2021年春节期间，共有33.4万游客前往延庆滑雪、攀冰、赏冰灯，体验冰雪文化。冰雪文化融入春节文化，成为新时代百姓生活的重要组成部分。

**举办冬奥长城文化活动。**长城是全世界都熟知的中国标志。北京冬奥会三个赛区中的延庆是八达岭长城的“故乡”，张家口赛区雪上项目所在的崇礼区境内，有七个朝代的长城纵横相交，因此北京冬奥会是名副其实的长城脚下的冬奥会。自北京冬奥会筹办以来，一系列重要的文化活动、文艺演出、文化展示都在长城及其周边地区展开。北京冬奥会会徽设计方案全球征集、奥林匹克会旗“中国之旅”、冬奥会倒计时500天系列文化活动等重要节

点的文化活动在长城启动，进一步将长城文化融入到奥林匹克文化中。中国长城国际摄影周、长城交响音乐会、北京长城文化节、长城文创大赛等各类长城文化活动也融入了冬奥元素，让悠远厚重的长城文化拥有了新的时代特点。冬奥申办成功后，长城作为京张两地地理文化的连接作用更加凸显，两地共同举办了以冬奥和长城为主题的各类文化交流活动。如“长城内外迎冬奥·京张携手闹元宵”元宵节花会展演活动、“海陀儿女共庆建党百年 长城脚下喜迎冬奥盛会”京张文化交流活动等。冬奥长城活动的举办，赋予长城传统文化以新的时代印记，增强了我国长城文化的世界影响力，形成独特的奥林匹克文化遗产。





### （三）冬奥国际文化交流活动促进世界文化交融互鉴

配合外交活动宣传北京冬奥会。在“亚洲文明对话大会”、“一带一路”国际合作高峰论坛、20国集团领导人峰会、阿斯塔纳世博会等外交外事活动中，以及国家领导人出访、外国领导人来访等双边和多边工作场合宣传北京冬奥会，并与有关国家积极开展冬奥筹办交流，扩大北京冬奥会影响力，推动文化、体育等方面国际合作。

举办体育文化交流活动。2018年创建“丝路杯冰球超级联赛”，这是中国体育史上第一个由中国自主参与并主办的跨国跨洲的体育职业联赛，连接了“一带一路”沿线国家和地区的体育和文化交流。启动“2019中芬冬季运动年”，中国与芬兰两国冬季运动合作进入新阶段，双方在运动年框架内共举办活动62起，涵盖冬奥合作、体育文化等众多领域。加强国际间青少年冰雪文化交流。举办“共迎未来”国际青少年体育文化交流活动、“中外人

● 18-19赛季丝路杯冰球超级联赛





● 文化中国·水立方杯

文交流小使者”展示活动、“奥运城市杯”北京国际青少年冰球邀请赛、中国与中东欧大学生冰雪嘉年华活动、“萨马兰奇杯国际青少年冰雪外语知识大赛”等青少年国际体育文化交流活动。举办北京友好城市国际青年交流营，为来自59个国家的240名中外青年搭建起共述冬奥故事、弘扬奥运精神的平台。

**加强冰雪运动发达国家、友好城市和奥运城市的文化交流。**开展“欢乐春节”项目计划，旨在推广北京冬奥会，促进海外文化交流。2019年、2020年春节期间的瑞士洛桑举办“中国红·点亮2022”新春贺岁活动，点燃冬奥热情。特拉维夫、马德里、哥本哈根、罗马等多个城市的驻外文化和旅游机构举办了与北京冬奥会主题相关的宣传推介活动。开展“北京2022冬奥文化全球行”，借助文旅

部海外中国文化中心和驻外旅游办事处等平台在全球49个国家的54个城市展开各类宣传推广。“欧洲青年冬奥行”，邀请欧洲17个国家的50名在华青年代表进行冬奥实地参观考察。2019年6月，北京冬奥组委参与北京市在日本举办的“北京周”系列活动，开展以北京冬奥会为主题的展览展示、宣传推介等活动，向国际社会介绍北京冬奥会筹办工作的最新进展。在“相约北京”国际艺术节、“文化中国·水立方杯”海外华人中文歌曲大赛、“奥林匹克美术大会”等重大国际文化、艺术交流平台中融入北京冬奥会元素。在里约奥运会、平昌冬奥会、东京奥运会期间举办“中国之家”，宣传北京冬奥会和北京奥运遗产传承。这些冬奥推广活动不仅让世界更加期待北京冬奥会，也增进了对中国文化的了解与认同。



● 国家速滑馆墙面冬奥景观



# 3 冬奥文化产品

在冬奥筹办过程中，设计开发了一系列北京冬奥会和冬残奥会的冬奥形象标识，创作了一大批冬奥歌曲、电视栏目、短视频、影视作品、特许商品等冬奥文化产品。其创作过程中包含了对中国传统文化、奥林匹克文化、冰雪文化的深度挖掘和多层次、多侧面的创造性融合，丰富了奥林匹克文化内涵，向世界展示了中国优秀传统文化的独特魅力。创作生产过程吸引了世界专业设计者参与，带动提升了我国相关文化产品的创作水平。

### （一）冬奥形象标识促进古今中西文化融合

冬奥形象标识包括会徽、火炬、吉祥物、体育图标、色彩系统和核心图形等。这些形象标识结合冬奥元素，艺术形式具有中国特色，创意设计突出冰雪主题，同时融合体育、艺术和科技，体现出中

国发展的时代文化精神。作为北京冬奥会的视觉形象代表，它们具有多元沟通和交往的作用，也是北京冬奥会和中国人民贡献给奥林匹克运动的独特艺术、智慧和财富。

**会徽：冬梦和飞跃。**2017年12月15日，北京冬奥会会徽“冬梦”和冬残奥会会徽“飞跃”正式发布。北京冬奥会会徽以汉字“冬”为灵感来源，运用中国书法的艺术形态，将厚重的东方文化底蕴与国际化的现代风格融为一体，呈现出新时代的中国新形象、新梦想，传递出新时代中国圆冬奥之梦，圆体育强国之梦的夙愿。北京冬残奥会会徽“飞跃”，把汉字“飞”，巧妙地幻化成一个向前滑行、冲向胜利的运动员形象，象征并激发运动员以坚强的意志作为精神的翅膀，在赛场上放飞青春梦想。



北京冬奥会会徽“冬梦”



北京冬残奥会会徽“飞跃”

**二级标志。**北京冬奥会和冬残奥会二级标志是冬奥品牌建设的重要组成部分，包括火炬接力标志、志愿者标志、文化活动标志、教育标志和可持续标志。二级标志与冬奥会徽有统一的形象风格，

一致的创作手法和色彩体系，同时又表达各自的独特性与内涵，并具有强烈的主办国家特色与民族文化特色。



冬奥火炬接力



冬残奥火炬接力



志愿者



文化活动



教育



可持续

**吉祥物：冰墩墩和雪容融。**北京冬奥会吉祥物以熊猫为原型进行设计创作。将熊猫形象与富有超能量的冰晶外壳相结合，体现了冬季冰雪运动和现代科技特点。头部外壳造型取自冰雪运动头盔，装饰彩色光环，其灵感源自于国家速滑馆——“冰丝带”。冰墩墩整体形象酷似航天员，寓意创造非凡、探索未来，体现了追求卓越、引领时代，以及面向未来的无限可能。

北京冬残奥会吉祥物以灯笼为原型进行设计创作。灯笼代表着收获、喜庆、温暖和光明。顶部的如意造型象征吉祥幸福；和平鸽和天坛构成的连续图案，寓意着和平友谊，突出了举办地的特色。灯笼以“中国红”为主色调，渲染了2022年中国春节的节日气氛，身体发出光芒，寓意着点亮梦想，温暖世界，代表着友爱、勇气和坚强，体现了冬残奥运动员的拼搏精神。



冰墩墩



雪容融

**色彩系统。**北京冬奥会色彩系统源于中国传统矿物色，中华五千年的历史文化铸造了极具东方特色的色彩文化。色彩系统的设计灵感源自于对中国历史代表性色彩的挖掘；设计依据源自于对中国文化色彩的提炼；设计选择源自于北京、延庆和张家口三个赛区城市色彩的分析。冬奥色彩系统包括主色、间色和辅助色三部分。主色包括霞光红、迎春黄、天霁蓝、长城灰、瑞雪白；间色包括天青、梅红、竹绿、冰蓝、吉柿；辅助色包括墨、金、银。主色和间色之间相互对应组合，形成了一套全新的冬奥色彩系统，既体现了冰雪运动、绿色奥运和科

技奥运的内涵，又呈现了中国独有的春节文化和长城文化魅力。

**核心图形。**北京冬奥会和冬残奥会核心图形是奥运历史上第一个动态核心图形，其设计灵感来源于中国传统的“道法自然、天人合一”思想，借助科技手段，通过计算机生成技术，将京张赛区山形及长城形态，与中国长卷山水、充满动感与力量的线条、书法的韵味、运动员的激情、赛场的滑道和科技相融合，形成具有地域特色和中国风韵的冬季美景，呈现出新时代人与自然和谐共生、构建人类命运共同体的理念。



● 北京2022年冬奥会和冬残奥会色彩系统



● 北京2022年冬奥会和冬残奥会核心图形(红金)



● 北京2022年冬奥会和冬残奥会核心图形(蓝白)



● 北京2022年冬奥会和冬残奥会核心图形(青绿)

**体育图标。**北京冬奥会和冬残奥会体育图标共30个，包括24个北京冬奥会体育图标和6个北京冬残奥会体育图标。体育图标设计来源于早期文化符号及甲骨文的文字结构与形态，用汉印为表现形式。

方寸间的高妙布白，将冬季运动元素与中国传统文化巧妙结合，既展现出冬季运动挑战自我、追求卓越的特点，也凝聚了中国传统文化的厚重与精深，彰显了北京冬奥会和冬残奥会的理念和愿景。体育



图标动态形式是以超感动图的形式，在2-3秒的视频动画中，由二维的篆刻转换为三维的冰雪运动，高度同步、快速重复，同时配合背景音乐的节奏，达到了“燃”的效果。

### 冬奥场馆赛事形象景观。

北京冬奥会场馆形象景观是冬奥赛事品牌、形象与赛时景观系统的重要组成部分，为保障赛时各场馆建立完整统一、系统化的冬奥品牌、形象与景观视觉体系，北京冬奥组委编制场馆赛事景观总体规划，创



●北京2022年冬奥会和冬残奥会体育图标



将《富春山居图》按图档标准比例裁切并加入五环和印章元素



对裁切后的《富春山居图》进行组合测试



依据中国长春绘画的构图和节奏进行围档设计



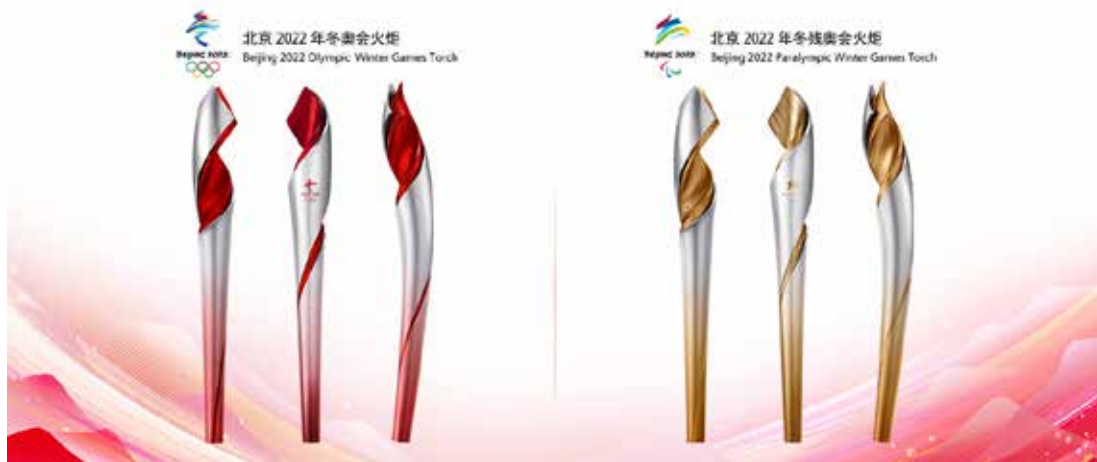
北宋《千里江山图》紧凑的画面节奏对应冬奥赛场紧张激烈的赛事氛围



造性地将中国文化和美学融入场馆赛事形象景观设计，被国际奥委会评价为“开启奥林匹克设计新阶段”。制作KOP形象景观工具包（Kit of Parts），提供单元体分类素材，制定有效的实施运行编码系统。依据总体规划的指导原则、设计与实施思路，结合形象景观工具包设计体系与各品牌形象、景观元素规范指导手册，编制各场馆形象景观设计图册“一馆一册”并完成深化设计。在多场馆、多实施主体、多制作方的复杂条件下，制作了标准景观物

料样品包，规范了标准色彩、标准材料、规格和制作工艺等，以保证场馆景观呈现色彩、图形和质量的一致性。

**火炬：飞扬。**火炬“飞扬”外形极具动感和活力，自下而上，从寓意吉祥的祥云纹样逐渐过渡到剪纸风格的雪花图案，旋转上升，如丝带飘舞，最后呈现为飞扬的火焰。冬奥火炬颜色为银色和红色，象征冰火相约，激情飞扬，照亮冰雪，温暖世界。红色线条随火炬转动而上下贯通，象征着激



●北京2022年冬奥会和冬残奥会火炬“飞扬”

情的冰雪赛道，也代表着永恒的火种，光明向上，表达了人类生生不息、向往和平、追求卓越的期望和奥林匹克运动的力量。冬残奥火炬颜色为银色和金色，寓意辉煌与梦想，表达了“勇气、决心、激励、平等”的残奥价值观。

**奖牌：同心。**2021年10月26日，北京冬奥会和冬残奥会奖牌正式发布。奖牌由圆环加圆心构成牌体，形象来源于中国古代同心圆玉璧，共设五环。

五环同心，同心归圆，表达了“天地合·人心同”的中华文化内涵，也象征着奥林匹克精神将人们凝聚在一起，冬奥荣光，全球共享。正面浅刻“冰雪纹”和“祥云纹”，皆源于中国传统纹样，表现冬奥会特征的同时传达吉祥寓意。背面圆环上刻有圆点及运动弧线，取自古代天文图，蕴含“天人合一”的哲学思想，也象征运动员如群星璀璨，创造辉煌。



●北京2022年冬奥会奖牌

●北京2022年冬残奥会奖牌

●含山凌家滩玉璧

●南越王同心圆纹玉璧

**海报。**海报包括六幅官方海报和十一套宣传海报。冬奥海报以体育为主题，以文化为内容，融入冬奥元素、中国文化、城市风貌、冰雪运动等多

种设计元素。冬奥海报既有奥林匹克精神的展示，又有对大赛氛围的渲染；既有对冰雪运动的热爱，又有笑迎八方宾朋的胸怀；既有中国传统文化的体



●北京2022年冬奥会和冬残奥会官方海报

现，又有主办城市风貌的呈现。冬奥海报体现了中华文化底蕴与奥林匹克精神的统一，呈现了冬奥项

目造型与全民运动风采，展示了年轻一代蓬勃向上的朝气和参与冰雪运动的热情。

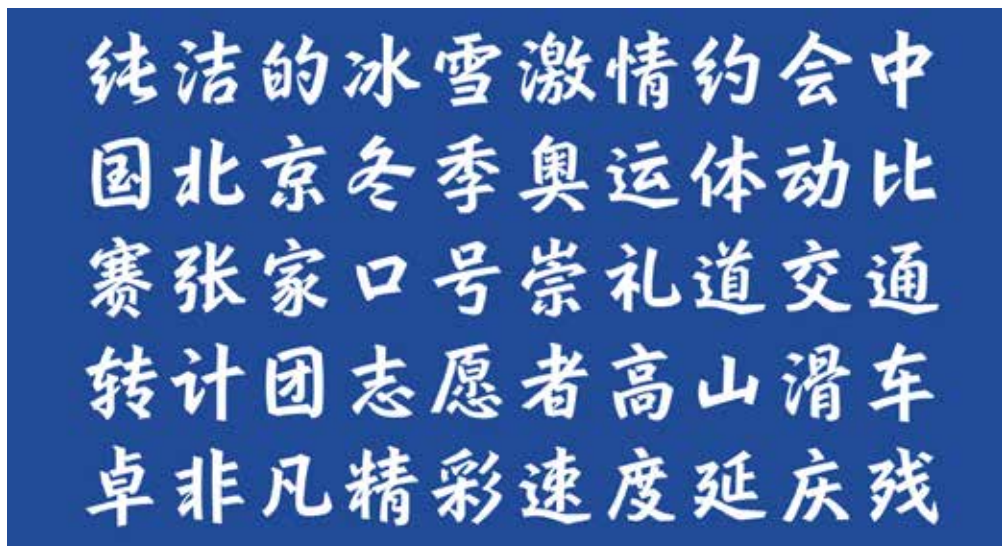


●北京2022年冬奥会和冬残奥会宣传海报  
《纯洁的冰雪激情的约会》

●北京2022年冬奥会和冬残奥会宣传海报  
《共襄盛举》

**艺术字体。**北京冬奥会和冬残奥会艺术字体设计灵感来源于中国传统书法，融合了行书与魏碑的字形结构特点，与会徽图形特征相结合，展示了中国传统文化，表达了现代设计感，体现了冬奥形象

景观一致性和系统性的要求。整套冬奥专用艺术字体作为口号、标题、宣传语等的展示，被广泛应用于城市、场馆及大型活动中，也将在赛后成为重要的冬奥文化遗产。



●北京2022年冬奥会和冬残奥会艺术字体

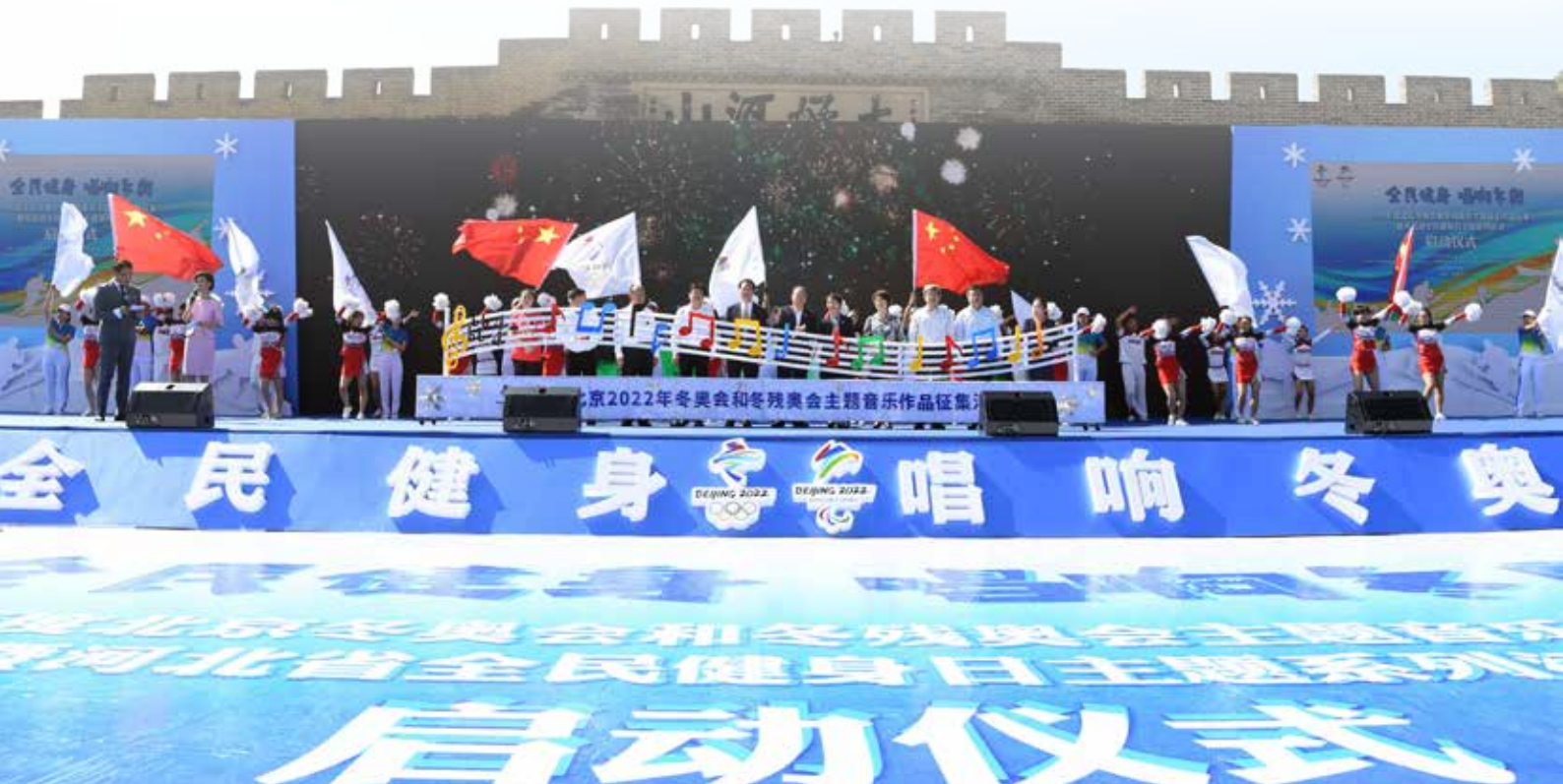
## (二) 冬奥声像影视艺术作品展现中国形象

**体育展示。**奥运会的体育展示是呈现人文奥运和主办国文化特色的亮点窗口之一。北京冬奥会体育展示将通过视频、音乐和竞赛表演的形式烘托现场比赛气氛，激发观众热情，增强与观众互动，力图让赛场变成舞台，实现艺术与竞技运动的完美结合。北京冬奥组委一是建立了15000首的体育展示音乐库，包括不同风格的歌曲、纯音乐和音效，其中具备中国文化元素或符号的音乐作品超过三分之一；二是赛时期间，在首都体育馆举办花样滑冰表演赛（GALA），是冬奥会花样滑冰项目金牌全部决出后，为答谢全世界花样滑冰爱好者所组织的专场表演。届时，中外花样滑冰运动员将以滑行表演的

### ● 冬奥音乐作品征集活动

形式，结合现场灯光和音效，呈现一场花滑冰舞盛宴；三是体育展示将在每个冬奥会竞赛场馆，借助视频、音乐和表演，在赛前、赛后和间隙开展文化展示，通过特效灯光和赛场冰面投影展示中国传统文化意像，传递中国文化，播放宣传片，展示冬奥筹办给百姓生活和城市发展带来的丰厚遗产。

**音乐作品。**2019年至2021年北京冬奥组委面向全球连续发布三届冬奥音乐作品征集活动，受到各界广泛关注，最终，从应征作品中精选出《燃烧的雪花》《冬奥有我》《冰雪情怀》等40首不同主题、内涵丰富的优秀歌曲，向大众发布推广。这些作品的创作者有退伍军人、盲人作曲家、音乐学院师生、张家口歌手、少数民族音乐创作人等，他们用音乐传递着各自的奥运梦想和对北京冬奥会的期待。



**影视与冰上舞剧作品。**北京冬奥会筹办以来，反映冰雪运动和冬奥题材的文艺作品通过短视频、影视剧、纪录片等影视作品和冰上舞剧等体裁不断涌现，呈现出日益繁荣的局面。2015年，冰雪运动和冬奥题材的**短视频**不足百部，2021年在抖音、优酷、今日头条等媒体客户端呈现的奥运主题和冰雪运动生活的短视频已经超过10万多个。冬奥冰雪题材**电视剧**作品数量逐年增加。中央电视台制作的《冰雪道路》和北京电视台拍摄的《故地重游盼冬奥》《我让冰嬉“活”起来》等**纪录片**，通过自然、地理、历史等多个侧面，透视冰雪运动背后丰

富的文化内涵。冬奥主题**冰上舞剧**《WE ARE ONE》《踏冰逐梦》，分别由花样滑冰世界冠军庞清/佟健、张丹/张昊领衔主演，把新中国冰雪健儿薪火相传的形象立于舞台之上，将观众带入充满人文情怀和体育精神的冰上世界，为观众带来前所未有的艺术享受。随着影视作品体裁的增多，质量也不断提升，截至2021年共有26部冬奥和冰雪题材的影视作品参加米兰国际体育电影电视节，共有9部获奖，其中《北京冬奥会会徽宣传片》《冰雪之约》《冬奥伴童年》等5部影片获得了象征最高荣誉的“金花环”大奖。



● 纪录片《冰雪道路》



● 纪录片《冰雪道路》之《花样年华》



● 纪录片《冰雪道路》之《年轻的战场》



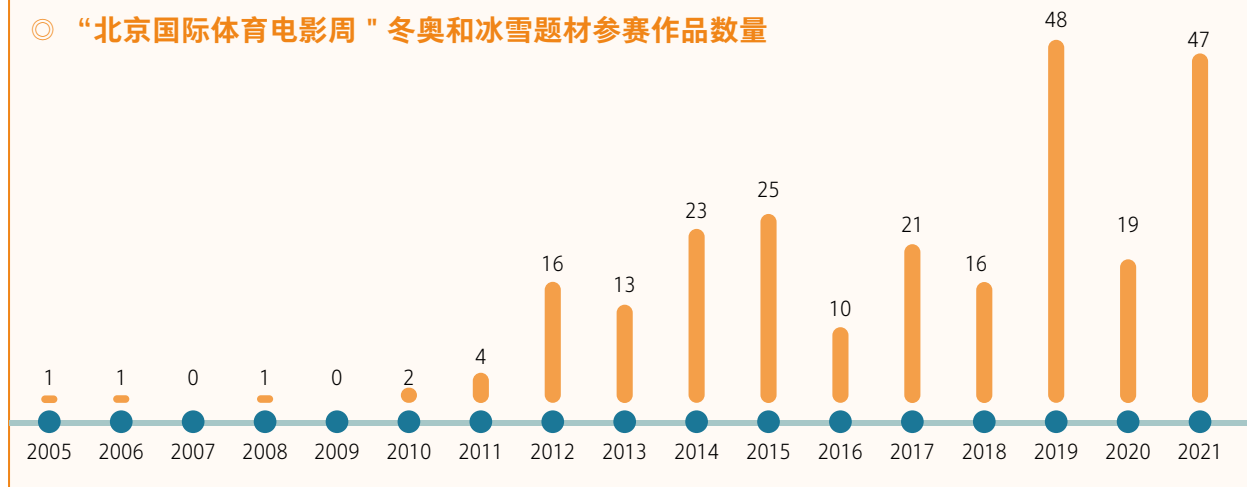
## 冰上舞剧《踏冰逐梦》

2019年，我国首部以花样滑冰为表演形式的原创冰上舞剧《踏冰逐梦》，在北京工人体育馆首演。该剧将西方的花样滑冰运动项目与我国优秀的民族精神相融合，多角度反映中国花样滑冰发展历程，把新中国冰雪健儿代代求索的形象立于舞台之上，使中华民族灿烂的冰上文化在舞台剧这一独特的艺术形式中绽放出时代光

华，为北京冬奥会助力。该剧2019年演出两场，覆盖观众近1万人次；2020年受疫情影响，没有开展现场演出，该剧表演选段受邀在央视频《冬日暖央young》、黑龙江卫视《与冰共舞》等节目和“联通携手冬奥三周年活动”中展演，通过电视和网络平台播出，辐射观众百万人次，起到了广泛的宣传和激励作用。



◎ “北京国际体育电影周” 冬奥和冰雪题材参赛作品数量



### （三）冬奥特许产品开发带动中国设计与中国智造

特许经营计划是市场开发计划的重要组成部分。特许商品承担着弘扬奥林匹克精神，提升北京冬奥会品牌价值的重要使命，同时也是弘扬中国优

秀传统文化和主办城市文化的重要载体。购买特许商品是世界各国人民参与冬奥、支持冬奥的一种简单易行的方式。已开发上市的特许商品中，既有纪念性强的徽章、邮品、工艺品、贵金属和金银纪念币等收藏品，也有实用性强的服装、文具、伞具、



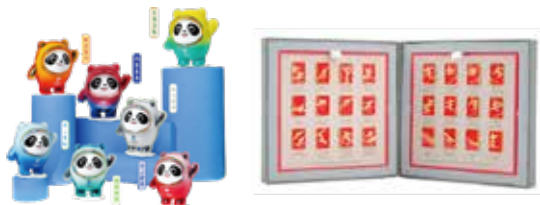
● 在“北京2022徽章交换中心”举办的徽章文化周活动



箱包、户外用品等，共16个类别5000余款。将中国优秀传统文化融入特许商品设计研发，依托珐琅、花丝镶嵌、玉雕、剪纸等非物质文化遗产和传统工艺，开发出冬奥五环珐琅尊、冬奥金镶玉瓶、盘扣挂饰等特色商品；关注冰雪文化，开发出阿勒泰雪山岩画、老北京的冰上时光等特色徽章产品；展示中华优秀传统文化，开发二十四节气、十二月令、不时不食等主题徽章和文房四宝等文化产品。纪念邮票共发行6套20枚。纪念币（钞）共发行北京2022年冬奥会金银纪念币2组19枚，流通纪念币2枚，流通纪念钞2张；冬残奥会金银纪念币1套2枚。

北京冬奥会特许商品将激发民众参与、支持冬奥的热情，传播绿色、共享、开放、廉洁的办奥理念，推动中华文明与世界各国文明的交流互鉴。

**人人参与、人人共享。**北京冬奥会坚持“人人可参与、人人可享有”的原则，广泛动员专业机构、设计爱好者和社会大众，为北京冬奥会特许商品贡献智慧和力量。2018年7月，北京冬奥组委举办“冬奥有我—我的冬奥会和冬残奥会”会徽商品创意设计大赛，把特许商品设计拓展为“人人可参与、人人可创意、人人可设计、人人可享有”的奥运推广活动，受到广大冰雪运动爱好者普遍欢迎。



● 北京冬奥会特许商品



●北京冬奥会纪念邮票、纪念币

共有350个专业机构和个人报名参赛，共收到参赛作品1182件，投票产生52件作品进入生产阶段，为全民参与和支持北京冬奥会搭建了平台。2021年7月北京冬奥组委组织举办“北京2022奥林匹克徽章文化周”活动，成立北京2022徽章交换中心，这是历届奥运会中开放时间最早、也将是持续时间最长的官方徽章交换中心，为奥林匹克徽章交换文化带来生机。“冰与火的澎湃·奥林匹克徽章展”同期举办。“徽章展”共有来自全国12个省市的60位奥林匹克徽章藏家制作了936个标准展盒，展出徽章9000余枚，是目前为止最专业、规模最大的一次奥

运徽章展览。2020年8月，河北省组织了“河北游礼”迎冬奥文创和旅游商品遴选活动，共有121家单位和设计师参与征集，最终从2000余件（套）产品中遴选出了500件（套）能够融入冬奥场景、进入冬奥生活的“河北游礼”系列文创和旅游商品，作为迎冬奥主题的文创和旅游商品重点推介目标。这些征集、展览、交换活动为国内广大中小企业、专业机构和社会公众广泛参与、共享奥运文化成果搭建了平台，也促进了文化交流、文化创意，对主办城市乃至全国文化创意产业的发展都具有推动作用。





# 4

## 冬奥文化传播

北京冬奥会的筹办过程中，通过多种途径、多种形式、全方位、多视角宣传推介北京冬奥会，产生积极广泛的社会影响。学习国际先进经验，探索文化传播技术和模式创新，在新闻宣传、赛事转播、媒体运行、档案管理等方面都取得了积极成效，推动了整个冬奥周期和后冬奥时期的奥林匹克文化和冰雪文化的传播推广能力，也推动了相关行业专业化、国际化发展。

### (一) 新闻宣传传播中国声音

宣传内容广泛全面。在北京冬奥会的筹办过

程中，全方位、多角度、立体化宣传北京冬奥会筹办成果和冬奥文化。宣传**办奥理念**，把可持续性作为筹办核心理念，展示冬奥筹办带动主办城市在可持续发展、生态文明建设方面取得的成果；宣传北京冬奥会对京津冀**协同发展**的重要牵引作用，特别是对延庆、张家口赛区经济、社会、交通、科技、环保、体育等领域协同发展产生的积极影响；宣传场馆建设、文化活动、科技冬奥、赛事组织、运行保障等各领域**筹办进展**；对冰雪运动知识技能进行基础性普及宣传，引领全民健身，倡导公众参与，让青少年学习奥运知识，传承奥运精神，感受奥运



●北京冬奥组委官方Twitter账号



●北京冬奥组委官方Instagram账号





#### ● 北京冬奥组委官网

魅力；围绕“通过残奥体育为残疾人打造更加包容的社会”这一理念，宣传**残奥价值观**、残疾人体育运动精神，积极宣传无障碍设施建设和残疾人服务成果，以及促进**包容性社会建设**方面留下的丰富遗产。

**宣传平台立体融合。**2016年7月31日北京冬奥组委官网上线，网络新媒体平台陆续建设上线，形成由冬奥组委官网和官网APP自建平台、境内社交媒体、短视频、资讯类平台以及境外社交媒体的21个平台组成的**官网矩阵**。官网矩阵立足矩阵式传播、移动化布局、视频化呈现、社交化互动，围绕筹办工作重要节点、事件，全面、及时、准确地宣

传北京冬奥会筹办进展情况，吸引境内外媒体以及广大网民关注、支持和参与北京冬奥会，推动冬奥网络宣传持续升温，营造了积极正面的网络舆论氛围。截止到2021年8月31日，官网电脑端日均访问量达4.5万；官方微博粉丝量达215.6万，微信公众平台粉丝量达54.6万，抖音粉丝量达109万，快手粉丝量达161.1万；境外社交媒体平台中，北京冬奥组委官方推特账号粉丝量达16.38万，脸书粉丝量达7万。

充分发挥**国内主流媒体**平台的权威性和影响力，引导舆论，发挥主流声音。中央媒体及全国十余个省份在内的76家境内媒体、150余名记者已成为北京冬奥会**日常报道队伍**。2015年申冬奥成功至

今，《人民日报》、新华社、中央广播电视总台等国内**主媒体**及时跟进北京冬奥会筹办进展，充分展现筹办工作亮点。《北京日报》、《北京晚报》、**北京日报客户端**协同加强对北京冬奥会筹办工作的宣传力度，进行冬奥运动知识普及，全方位报道中国和世界冰雪健儿的备战情况。**冬奥纪实频道**是北京冬奥组委官方发布平台，是全新的体育卫视。**河北日报**报业集团充分发挥全媒体矩阵优势，积极建设拓展冬奥新闻宣传专属阵地，形成了文字、图片、视频、动画等传播形式齐上阵的多维度、立体化冬奥新闻宣传格局。

**宣传形式丰富多样。**聚焦会徽、吉祥物、音乐作品、火炬、口号发布，赛会志愿者招募启动以及申冬奥成功五周年、北京冬奥会倒计时系列活动、“相约北京”系列冬季体育赛事、国际奥林匹克日等冬奥筹办重大事件、重要节点，做好节点性宣传。

**发挥官方出版物传播效应。**精心打造宣传品、宣传手册、特许商品等外宣精品，传播特色冬奥声音。设计制作北京冬奥会筹办工作宣传折页14000张用于冬奥宣讲、展览展示活动中发放。设计开发北京冬奥组委总部系列文具、三赛区导览图折页、“相约北京”系列文具和生活用品等宣传品，运送至我国驻外文化中心和旅游办事处，助力海外宣传活动。与特许生产商合作，将北京冬奥组委总部导览图设计开发为经典款的围巾、卷轴套装等礼品，配合宣传展览活动时发放。制作和投放北京冬奥会筹办理念宣传片、会徽宣传片、吉祥物宣传片、绿色办奥宣传片、筹办工作宣传片、志愿者全球招募

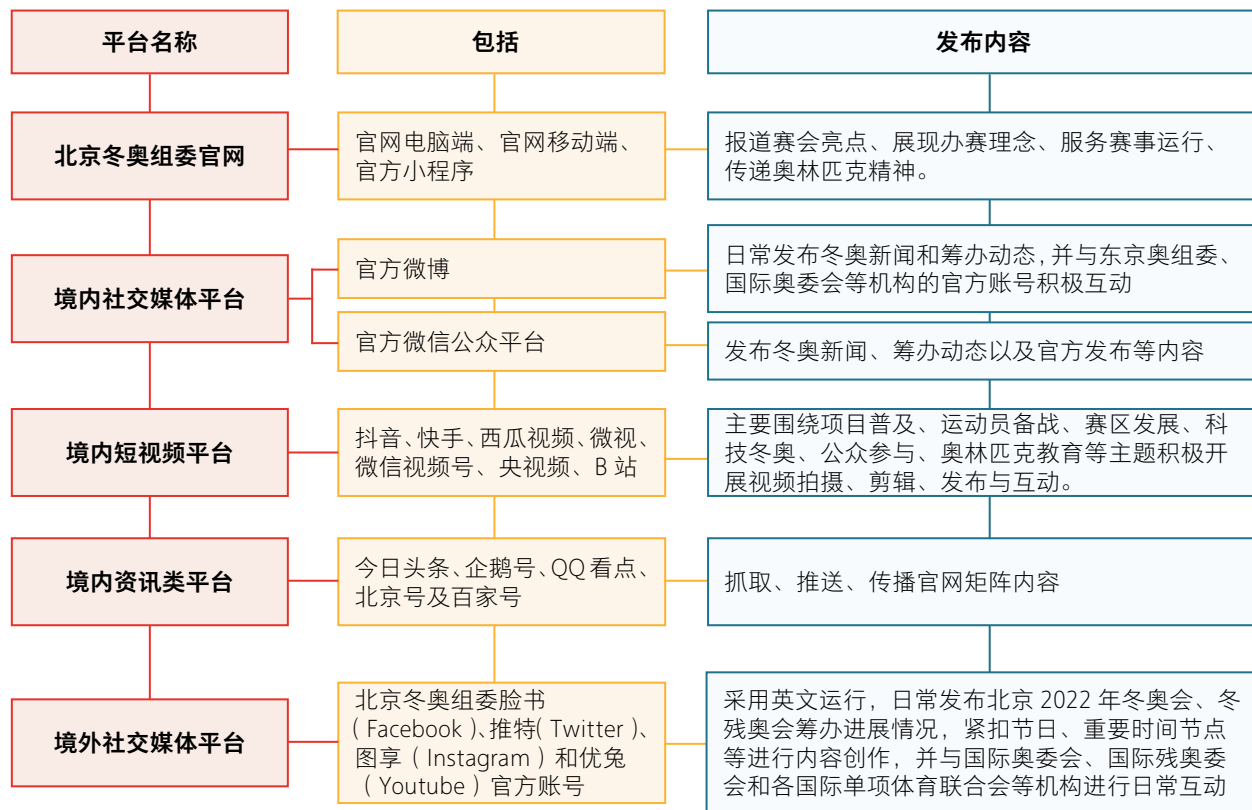
宣传片等官方宣传片，作为重要宣传素材提供给海外各大新闻机构、转播商，扩大北京冬奥会国际影响力。编发Newsletter，通过向境外媒体点对点发送Newsletter，提供权威信息，做好信息服务。

**创新展览展示模式，加大冬奥推广力度。**在主办城市主干道、机场投放宣传广告，设立开放的冬奥展示区。利用国际组织重要会议、论坛活动及各类国际性运动会举办展览展示，其中，在东京奥运会举办期间，投放户外广告，设立线上“**中国之家**”，作为北京冬奥会集中宣传展示窗口。2019年以来，参加**国内、国际体育文化展览活动**，在中国国际服务贸易交易会、上海进出口博览会、第四届和第五届雪博会、2019中国体育文化博览会等展会活动中，宣传北京冬奥会。推出“学习冬奥”微信小程序等北京冬奥会专属**数字文化平台**，让各类人群在学习、娱乐、运动、体验中学习冬奥知识，感受冬奥文化。

组建“**北京冬奥宣讲团**”，面向社会各界宣传北京冬奥会筹办进展、传播奥林匹克精神、普及冬奥文化和知识。自2017年组建至2021年12月，共策划开展370余场系列宣讲活动，现场直接受众超过15万人，线上直接受众超过1亿人次。精心打造100部《我与冬奥的故事》系列宣讲短视频，利用公交、地铁、高铁、楼宇电视、城市大屏等公共空间持续开展“百部短视频百日云宣讲”活动，构建了全方位移动宣传平台，营造了强大的立体宣传声势。

**多元对外宣传，传播冬奥声音。**组织外媒采访、专访，召开新闻发布会。先后组织美联社、法

## ◎ 官网矩阵构成



新华社、路透社等常驻京境外媒体100余家次走进北京、延庆、张家口三赛区,了解场馆建设亮点、技术难点及冬奥带动当地发展情况。2021年,先后参与组织冰上项目测试活动、遗产和可持续主题发布会,邀请20余家常驻京境外媒体参加。2019年10月,启动“北京冬奥会信息海外电台落地”项目,“全球之声”海外电台在全球17个国家19座城市10

种语言的电台发布北京冬奥会筹办进展,以多语种专题广播、新闻资讯广播等形式宣传推广北京冬奥会,覆盖人群约12亿人次。开展“北京2022冬奥文化全球行”主题活动,通过文化和旅游部驻外海外中国文化中心和旅游办事处等28个海外文化阵地,在全球49个国家54个城市分阶段开展各类宣传北京冬奥会活动。





●北京冬奥宣讲团

## （二）媒体转播提升观赛体验

创新媒体转播方式，多元化转播体系正在形成。北京冬奥组委与奥林匹克转播服务公司（OBS）、中国联通、阿里巴巴等企事业单位携手，整合媒体资源，探索利用新技术、新形式布局冬奥转播报道，逐步形成全方位参与、多形式传播、融媒体报道的新态势。

**多种媒体转播形式，提升观众观看效果。**在超高清方面，中央广播电视总台于平昌冬奥会时首次在转播中心搭建4K超高清一体化网络制播系统，全面实现4K信号的采集、编辑和播出。在智能化方面，新华社联合相关公司推出全球首个AI合成主

播。央视网在里约奥运会期间VR直播了开闭幕式和田径、跳水、男篮等赛事，平昌冬奥会期间制作了“VR看冬奥”节目。在新媒体方面，咪咕获得北京冬奥会赛事的直播和点播权，腾讯和快手分别与中央广播电视总台合作，获得北京冬奥会视频点播及短视频权利。北京冬奥会期间，将通过旗下各类产品，推出点播、短视频、冬奥资讯、多场景互动、精品原创节目等内容，满足用户多元需求。北京冬奥会的媒体转播呈现出前所未有的立体化、互动性和延展度，推动了未来体育转播体系的革新和体育文化的高质量传播。

**促进转播技术升级，赛事转播制作水平大幅提升。**在转播信息采集方面，研发出高速运动目标智

能跟踪拍摄系统,可自动搜索、快速识别和跟踪拍摄高速运动,捕捉运动员高光时刻。场馆仿真系统通过构建场馆可视化“数字孪生”模型,实现三维场景仿真,可以实现远程考察场馆,“身临其境”了解重点工作区域及工作流线,减少现场考察,克服疫情对筹办工作的影响。利用云转播技术搭建无人混合采访区和远程新闻发布厅,实现记者与运动员“隔空”对话,使赛后新闻采访既保护运动员不暴露在大量记者面前,又确保运动员在“情绪未冷”状态下的真情流露。

在转播信息处理方面,2019年9月,阿里云牵

头的“北京冬奥会‘一个APP’关键技术研究及应用”与“面向冬奥的云转播平台关键技术”两个项目入选国家重点研发计划“科技冬奥”重点专项。其中“面向冬奥的云转播平台关键技术”基于云计算、人工智能和互联网高速传输技术,将原本需要现场转播和制作的“采、编、播”全流程工作放置在云端进行,实现转播设备云端化和人员服务远程化,保障世界各地观众流畅、稳定的观看体验,满足不同地域观众多语言快速切换、多码率自适应的功能需求。同时减少现场导播制作人员,提升转播效率,降低赛事转播成本,除服务传统的电视转播





● 五棵松体育中心云转播间

之外，更适合社交媒体的传播。应用5G、云计算、AI等技术实现云转播。

**在转播信息输出方面**，奥林匹克转播服务公司（OBS）将在北京冬奥会时采用全4K超高清制作并使之成为一项基本服务，北京从2021年开始推广“5G+4K/8K”超高清示范应用，实现北京冬奥会4K超高清电视全程直播，8K超高清实验直播以及5G在直播报道、奥林匹克频道新闻、内容+、虚拟现实、360全景内容等方面的应用，让远程观众体验到超高速和超高清相结合的视觉盛宴。

加强人才联合培养，努力建设高水平专业化人才队伍。中央广播电视总台、北京广播电视台、腾讯、咪咕、快手等广播电视媒体机构，在奥林匹克转播服务公司（OBS）指导下参与北京冬奥会赛事

转播公用信号制作。通过与国际一流赛事转播专家合作，培养了一批我国转播行业专业性人才，带动转播技术的发展，加速了我国信号制作和转播能力的提升。

**以北京冬奥会赛事转播与媒体运行服务为契机，培养青年媒体工作者。**奥林匹克转播服务公司在每届奥运会时都设有转播培训项目（Broadcasting Training Program, BTP），即与大学合作，为大学生提供现场培训和实践机会，包括音频助理、摄像助理、解说系统操作员和联络员等各种岗位。北京冬奥会前夕，有约1000名在校大学生获得培训机会，其中约700人获得了OBS带薪实习资格，加入OBS转播制作团队，参与北京冬奥会转播工作，约140人继续参与冬残奥会转播工作。北京冬奥组委首

次专门面向我国高校学生为奥林匹克信息服务赛时运行招募青年体育记者，北京市和河北省共有8所高校120名大学生记者获得了培训机会。

### （三）档案管理留存中国智慧

**全过程、全方位、科学系统的收集北京冬奥会筹办档案。**北京冬奥组委从北京冬奥会筹办之初，就开始全过程收集、整理筹办过程中产生的档案，并将各类传统载体档案转换为数字形态进行存储、管理，完整的记录了北京冬奥会筹办的全过程，建立国内首个重大活动数字档案室应用系统、首次实现重大活动档案数字化与筹办工作同步推进、同步实施。设计研发信息防篡改和防窃取核心技术，填补我国档案信息系统研发领域的空白。挂牌设立国内首个筹办机构与国家综合档案馆联动的重大活动查档绿色通道。依托首钢工业遗址，改造完成国内首个重大活动标准档案库房，为赛后留下重要冬奥遗产。截至2020年底，北京冬奥组委共形成文书档

案、纸质出版物档案、会计档案、合同档案等传统载体档案约72万页，实物档案约1万件，文本类电子档案、数码照片档案、数字音视频档案、电子出版物档案、电子图纸档案等电子档案约6.2TB容量。

**做好档案赛后利用，传承北京冬奥会筹办经验。**档案种类丰富、数量庞大、内容详实，包含了场馆与基础设施建设、赛会服务、运行管理、商业和参与、新冠肺炎疫情防控等各类文件材料，是北京冬奥会筹办的珍贵记录。北京冬奥会结束后，所有档案将被收录到北京市档案馆、河北省张家口市人民政府、国家体育总局、中国残联等相关单位，持续传承和利用，开放公众查阅，服务经济社会建设。这些珍贵档案是后冬奥时期奥林匹克文化传播的基础和知识来源，能够为未来各类大型体育赛事，尤其是冬季体育赛事筹办和举办提供宝贵的经验和参考价值，为未来我国体育文化事业的繁荣发展提供有益的借鉴。



**约72万页**

传统载体档案



**约1万件**

实物档案



**约6.2TB容量**

文本类电子档案、数码照片档案、数字音视频档案、电子出版物档案、电子图纸档案等电子档案



在历史作为一位真正的诗人和戏剧家

——莎士比亚

“历史是时间的艺术，时间是历史的艺术。”

——伏尔泰



# 5

## 城市公共文化服务建设

“不过人不是为失败而生的。”他说，“一个人可以被毁灭，但不能被打败。”

家存在的地方，任何作家都休想超越他。

真正了不起的

人下的是寂寞，是在孤独中思考，而在于日本是见，与不地而，居于世界之外而世界之中。

——高尔基《教师日记》



### ●北京吉祥大戏院

以北京冬奥会筹办为契机，主办城市北京和张家口两地基于自身特点，建设公共文化设施，改进公共文化服务模式，增加公共文化服务内容，公共文化服务体系逐步健全完善，公民文化素养得到有效提升，给主办城市带来长期的文化收益。

#### （一）北京市城市公共文化服务日益完善

**公共文化服务示范引领效应显著。**北京市出台《北京市公共文化服务体系示范区建设中长期规划（2019年—2035年）》和《北京市公共文化服务

体系示范区建设标准》等文件，建立市、区两级公共文化服务体系建设联席会议机制，通过创建国家公共文化服务体系示范区和首都公共文化服务示范区，引领北京市公共文化服务体系高质量发展。到2020年底，朝阳、东城、海淀、石景山区四区已建成国家公共文化服务体系示范区，丰台、石景山、房山、通州、大兴五个区建成首都公共文化服务示范区。

**公共文化服务基础不断夯实。**北京市加快推动公共文化服务建设，重大公共文化服务项目相继开

工。截止2020年底，城市副中心图书馆、剧院开工建设；北京市文化中心建设项目完成主体工程及二次结构施工；北昆国际文化艺术中心开工建设；北京画院改扩建项目已完工；吉祥戏院完成装修改造。四级公共文化设施体系逐步完善。从2016年到2020年，全市建成四级公共文化设施6844个，覆盖率99%，基本形成了“十五分钟公共文化服务圈”；开通404个街道图书馆，把知识文化送到百姓身边；开展基层文化组织员培训，按照会做群众工

作、会组织活动、会指挥合唱、会舞蹈编排、会乐器演奏、会计算机技能的标准，培训6500名基层文化组织员，引导带动更多居民参与文化活动，为建设国际一流和谐宜居之都和全国文化中心发挥重要作用。

**公共文化服务供给丰富多样。**北京市着力提升自身的公共文化服务供给，为群众提供更加丰富多样的文化活动。实现公共图书馆“一卡通”全覆盖，公共图书配送体系进一步完善。广泛开展“百



● 北京市朝阳区24小时自助图书馆



姓周末大舞台”“周末场演出计划”“农村文艺演出星火工程”等公益惠民演出活动，创办首都市民音乐厅。年均举办有规模、有特色的首都市民系列文化活动共计2万场，有效丰富了首都群众的精神文化生活，提升了人文素养。

## （二）张家口公共文化服务水平显著提升

**创新公共文化服务体系建设模式。**通过加强与北京、天津文化旅游局行业合作，开展文化交流，

利用“北京对口地区合作促进平台”，加大了对文化项目的招商引资力度，崇礼区加入了京津冀公共文化长廊，利用京津冀强大的公共文化资源，加快本地文化发展，张北县与雄安新区“河北两翼”达成公共文化战略合作意向。崇礼区富龙四季小镇游客服务中心被国家文旅部确定为国家级文化和旅游公共服务机构功能融合试点创建单位，开展了天猫冰雪节、猛犸冰雪音乐节等国际高端文化活动，积极打造全季文化旅游度假目的地。张家口整合扶贫

- 张家口春光乡农民挎鼓队表演非物质文化遗产“王河湾挎鼓”





●河北宣化图书馆自助借还书

资金、冬奥资金、旅发大会配套债券资金、中央补助地方公共文化服务体系建设和资金投入到公共文化发展当中。

**提升公共文化服务标准。**制定实施《关于加快构建现代公共文化服务体系的意见》。截至2020年，全市完成3895个村（社区）的基层综合文化活动中心建设，达到全市全覆盖，且功能上实现了一间多功能活动室、一间图书室、一个文化广场、一套文化设备器材、一套体育设施器材的“五个一标准”。

**推动文化扶贫。**积极筹办北京冬奥会的同时，张家口市在各贫困县（区）开展图书馆、文化馆

“分馆体系”建设。截至2020年底，建设图书馆分馆50个，文化馆分馆50个，9个县区分馆完成与国家图书馆平台和文化云数字化接入；1970个贫困村文化活动室全部配发了音响、锣鼓等文化设备，并建立了市县监管、乡镇和村委会直接管理的长效管理机制，确保文化扶贫资产用得住、不流失；99个深度贫困村文化活动中心在一般村“五个一标准”的基础上，每年新增一批图书、放映一场电影、设置一个宣传栏，有条件的村建设一个戏台，有效提升农村公共文化服务水平。

# 结束语

北京冬奥会的筹办和举办，为中国和世界奥林匹克运动发展留下了丰厚的奥林匹克文化遗产。奥运文化、冰雪文化进一步深入人心，为中华文明注入了新的生机与活力。以北京冬奥会为平台，中国向全世界展示了悠久、厚重、开放的大国文化，促进世界文化交流互鉴，让世界更加相知相融。同时，北京冬奥会的筹办和举办也为国家、区域和主办城市的体育文化事业发展、公共文化服务体系建设、国际文化交流、文化人才培养留下丰厚的文化遗产。这些宝贵财富都将在未来持久地发挥作用，成为国家繁荣发展、人民幸福生活的文化资源和精神力量。

北京 2022 年冬奥会和冬残奥会文化遗产报告 ( 2022 )



[www.beijing2022.cn](http://www.beijing2022.cn)

© 2022 - The Beijing Organising Committee for the 2022 Olympic and Paralympic Winter Games - All Rights Reserved