

“龙墩墩”接力“向未来”

北京冬奥会结束已近两年，但“顶流”吉祥物“冰墩墩”从未离开大众视野，而是不断以新形象亮相。继“虎墩墩”“兔墩墩”之后，“冰墩墩”龙年新春特别版——“龙墩墩”系列新品近日在国家体育场金色大厅正式发布。

2022年12月31日后，“冰墩墩”等北京冬奥会相关知识产权，按照惯例成为国际奥委会名下的奥林匹克历史知识产权。“龙墩墩”作为奥林匹克历史知识产权再次授权开发的文创产品，延续了中国春节文化、生肖文化特色，成为弘扬奥林匹克精神、创新发展中国文化的典型范例。

“龙墩墩”接棒“兔墩墩”

去年底，为迎接兔年新春和北京冬奥会举办一周年，“兔墩墩”推出。其以北京传统民俗中的经典兔子形象“兔爷”为创意，深受人们喜爱。即将接棒的“龙墩墩”又有哪些新意和特点？

“中国龙作为中华民族的图腾和独特精神标识，象征着中华文明和中华民族的多元一体。”中央美术学院设计学院副院长、“龙墩墩”设计师林存真介绍，“龙墩墩”选择“舞龙”“四海龙王”等传统文化内容作为创意基点，代表着人们对风调雨顺、平安、丰收的美好期望，展现“四海之内皆兄弟”的理念，融合了中华民族的龙文化和奥林匹克大家庭“团结”的

主题。

“龙墩墩”系列授权产品有毛绒、摆件、徽章、陶瓷、钥匙扣、明信片、贵金属等。特别是在摆件产品中，运用了“金木水火土”的概念，形成了不同性格、各具特色的“龙墩墩”产品。

据悉，“龙墩墩”系列新品将于12月7日正式发售，消费者可在中国联通营业厅、中国联通App、北京王府井工美大厦、新奥工美大厦、中国邮政北京市分公司下辖邮政支局（邮电所）等渠道购买。

林存真表示，从“兔墩墩”到“龙墩墩”，系列产品不断以新设计理念展示奥林匹克历史知识产权品牌形象；国际奥委会希望看到富有活力的文化遗产不断涌现，中国的春节文化和生肖文化持续激发奥运遗产的生命力，在文化的传承与发展层面取得突破与创新。

“冰墩墩”为何可以年年“换装”？

历届奥运会举办之后，诸如吉祥物、会徽等都会成为奥林匹克历史知识产权的一部分，鲜有再更新设计吉祥物的案例。如果举办城市想在赛事之后继续对奥运相关特许商品进行授权经营，则需要其所在地奥委会与国际奥委会协商，由企业向国际奥委会提出申请、所在地奥委会“准入”，



各方达成一致之后，才可以在该奥委会辖区内继续生产、销售。如果有新产品，产品设计也需要国际奥委会和所在地奥委会认可。

北京冬奥会举办时恰逢春节，十二生肖是春节文化的重要主题。冬奥会结束后，为了延续大众对“冰墩墩”的热爱和期待，中国奥委会与国际奥委会进行了反复沟通与协商，最终形成以北京冬奥会历史知识产权为主的合作方案，实现了奥林匹克历史知识产权在中国奥委会辖区内的再利用，续写冬奥故事。

“通常来说，历届奥运会吉祥物在赛事结束之后，就完成了自己的使命，可能会留在像奥林

匹克博物馆这样的场所，作为一个历史见证，但不会再进行更新。”林存真说，“北京冬奥会的‘冰墩墩’不一样，我们想把它作为一个鲜活的奥运文化遗产，延续奥林匹克的品牌精神，这在奥林匹克历史上是从来没有过的。”

以奥运为媒，展示中国传统文化之美

从2008年北京奥运会到2022年北京冬奥会，中国在奥林匹克舞台上给世界留下了“无与伦比”的深刻印象。吉祥物作为奥林匹克文化和精神的重要载体，生动讲述历史悠久、丰富多彩的中国

故事。

在林存真看来，“冰墩墩”获得奥林匹克历史知识产权再次授权后，如何推动奥林匹克运动和奥林匹克品牌持续传播，让全世界的人们和更多年轻人了解奥林匹克品牌，是一项关键课题。以十二生肖为依托，对中华优秀传统文化进行创造性转化、创新性发展，成为一次有益尝试。

“我们在奥林匹克文化平台上嫁接了中国文化，很多外国人看到‘冰墩墩’的‘变身’，都有非常新鲜的感觉。他们首先会觉得可爱，之后就想要了解‘虎墩墩’‘兔墩墩’‘龙墩墩’的衣服有什么特点。比如，这些不同的颜色有哪些寓意？身上的配饰分别代表什么？”林存真说，“这一求知探索的过程就可以有更多的文化介入和载体。”

对于中国受众来说，十二生肖非常亲切熟悉，因此也更加期待新款“冰墩墩”的诞生。林存真回忆道：“‘兔墩墩’发布之后，就有好多人问我‘龙墩墩’长什么样。因为每个人的生肖不一样，都盼着自己的生肖以冬奥吉祥物的形象出现。”

“如果有机会的话，我们希望能把十二生肖的‘冰墩墩’都做出来，满足大家的期盼，这当然是非常有意义的一件事情。”她说。 据新华社

亚冠：

中超球队和东亚区强队 差距并不大

□本报记者 段西元

本轮亚冠结束后，3支参加小组赛的中超球队形势基本明朗：山东泰山队距离出线只有半步之遥，下一场只要不大比分输给横滨水手就将晋级；浙江队只存理论上的希望，本轮他们不但要大胜墨尔本城，还要看其他小组第二名的成绩；武汉三镇在输给浦和红钻之后，已经提前一轮出局。

本赛季中超亚冠的成绩肯定算不上亮眼，中超冠军上海海港队资格赛就输给了巴吞联，其他3支球队在小组赛中也都经历了苦战。除了山东队情况较好，浙江队和武汉队则都是“一步一个坎儿”。遥想当年，中超球队在亚冠也是大杀四方，广州恒大曾经两度夺冠，上海海港队、北京队、山东队甚至天津权健队在不同时期，也都有过不错的发挥。现如今这些球队都不那么给力了。

不过中超球队和东亚区强队之间的差距，远没有国字号球队和亚洲强队之间的差距那么大，这种差距是可以通过“调理自身”来弥补的。以本轮武汉队输给浦和队的比赛为例，这场比赛并不像很多人想象的那样，中超球队一直被日本球队压着打，而是在比赛的大部分时间里，武汉队都形成了与浦和队的均势。即便浦和队是卫冕冠军，即便武汉队现在在内外交困，但武汉队在场面上不落下风，创造的机会丝毫不比

卫冕冠军少。

日本的一流球员现在都在五大联赛踢球，二流球员也会在苏超、比甲等欧洲次级联赛风生水起。留在J联赛的这帮日本本土球员，也就是处在日本球员水平的二三流之间。翻看日本国家队这两年的名单，在J联赛踢球的球员越来越少，J联赛的精英球员刚一冒头，很快会被欧洲球队买走。而中国的国脚级球员，大部分留在了中超。

外援方面，中超球队可能比那些西亚豪门差很多，但和日韩球队相比并不差。像武汉队的戴维斯，这场比赛如“姆巴佩”一样存在。浦和队最终绝杀武汉队，靠的还是前中超外援、“三镇克星”何塞·坎特。中超球队和日韩球队比赛，更像是用“上等马”博弈对方的“下等马”，实力上的差距基本上可以忽略。

中超球队之所以本赛季亚冠战绩不佳，主要还是由于连续缺席了三年多的亚冠之后，对国际赛场有些不适应。比如有的球队在一周双赛时，如何把握轮换的尺度还没有完全拿捏准；再比如本赛季亚冠改打跨年赛制，这让中超球队比赛的连续性上存在着一些问题。相信下赛季参加亚冠的中超球队，在适应能力上会比本赛季的几支球队强，也会打出更好的成绩。



2023全国话剧展演季开幕

本报讯（记者 边磊）大戏东望·2023全国话剧展演季近日在北京喜剧院拉开帷幕。展演季将联动上海、天津、深圳、南京等10余个地市，带来23部剧目43场演出。

活动现场，开幕大戏话剧《寻味》引发观众热烈反响。该剧是北京文化艺术基金2022年度资助项目，由北京市文联主席陈平担任总策划，汇集了全国总工会文工团话剧团副团长唐丽华、中国金狮奖获得者王毅等优秀演员。该剧将海峡两岸近70年的历史生活、民间情感浓缩于一个家庭四代人的聚散

离合，一碗代代相传的牛肉面中，融入了两岸割舍不断的亲情。

本届全国话剧展演季以“戏悦东城——与戏剧共生与城市共美”为主题，将举办精品剧目展演、高峰对话、“全城有戏”等系列活动，全方位联动、协同式发展，通过高质量演出、高层次交流、高效能传播、高水平互动，不断夯实“大戏东望”品牌影响力，打造具有全国影响力的戏剧年度盛会。展演季将联动上海、天津、深圳、南京等10余个地市，带来23部剧目43场演出。由法国文

学巨匠雨果作品改编央华戏剧制作的中文版话剧《悲惨世界》、原创剧目《你好吗》、话剧《主角》、儿童剧《猫神在故宫》等精品剧目将陆续给观众带来别样的戏剧体验。

本届展演季将持续至2024年1月，期间首次与中央戏剧学院深度合作，共同围绕“城市的戏剧景观”主题，邀请全国学界知名戏剧专家、学者、教育家，业界知名艺术家、管理者、媒体专家展开高峰对话活动，进一步提升全国话剧展演季的文化理论深度和业界传播广度。

本报记者 于佳 摄