

【敢当头条】

# 在奥运赛场讲好中国科技故事

从“会变色”的彩虹乒乓球球台到可以捕捉运动员的力量、速度和运动轨迹数据的智能运动垫,从“子弹时间”转播技术到可实现3D时空定格和360度回放的AI增强技术,等等,中国科技企业在多个领域为巴黎奥运会提供了高科技产品和先进的技术支持。它们不仅提高了运动员的竞技体验和观众的观赛感受,也向世人讲述了一个个关于中国制造产品品质和创新水平的中国科技故事。

“更快、更高、更强”,这句奥林匹克运动会的格言在104年前的1920年安特卫普奥运会上首次使用。它预示着人类社会突飞猛进和全球化加速的百年,运动员在体育赛场不断突破人类极限的同时,无数科学家、工程师也和他们一样,每天都在孜孜以求不断拓展着人类知识的边界。时至今日,面对奥运会中每一枚金牌的争夺,我们的心态已愈发成熟与从容。在奥运会这一没有硝烟的战场,科技正悄然发挥着不可或缺的关键作用。

竞技体育的传统认知是,输赢在很大程度上取决于运动员自身的身体

素质与技战术水平。随着科技的发展,一国体育的领先,背后少不了科技与相应产业链的双重支撑。德国雪车雪橇队在北京冬奥独揽9金,得益于其高度发达的汽车工业。德国车企将F1技术融入装备与训练,从数据分析到虚拟现实,全面助力德国队。在这个意义上,顶尖运动员的较量,科技成为缩小差距或获取优势的重要因素。

在专业竞赛领域,每项运动均追求极致的个性化装备,以实现运动员的“精准适配”与“轻盈竞技”,这背后融合了纺织、材料科学、生物技术及精密测量等多学科智慧。中国是服装大国,虽然越来越多的中国运动品牌出现在国际赛场,但是田径、足球等大项的专业竞赛服装,仍然被国际运动大牌垄断,原因在于这不仅是商业赞助的博弈,更是硬核科技的比拼。为了弥补这一差距,北京科研团队为备战北京冬奥会,针对中国运动员生理特征、运动表现以及湍流控制理论,在风洞实验室中测试超1000小时,通过高性能服装为运动员争取到微小的时间优势。

奥运会,也是科技新成果应用和新技术示范的主要平台,它会带动相应国家优势产业的升级和走出去。中国电动车与显示面板产业的全球领先地位,与2008年北京奥运会的前瞻布局相关。电动车借此契机初试啼声,技术积累与验证为日后腾飞奠定基础;高清转播的普及,则推动了显示技术的飞跃,从跟随到引领,不仅革新了家庭娱乐,更孕育了行业巨头。如今,中国电动车领跑世界,显示面板产量占全球半壁江山,彰显“绿色、科技”奥运理念的深远影响。

2022年北京冬奥会,科技更是成为主角,我们不仅成功举办了冬奥会,更是将中国方案、中国技术带给国际社会。“科技冬奥”重点专项围绕零排放、绿色出行、5G共享、智慧观赛、运动科技、清洁环境、安全办赛、国际合作等多个重点方面,用科技支撑办赛、参赛、观赛全过程。特别是强化应用导向、场景驱动,把中国人的科技成果在奥运会这个大实验室里检验把关,也用好奥运会这个放大镜、聚光灯,向世界讲好中国的科技故事。更

重要的是形成长尾效应,让技术成果转化为实实在在的新质生产力,形成行业优势,引领产业升级。

巴黎奥运会上,科技元素大放异彩。科技巨头携5G、VR、AI等尖端技术赞助,车企推广氢能等最新成果。各国科技公司更是将奥运会作为新品发布平台,运动员成最佳代言,推广最新通信技术与产品生态,科技与体育紧密融合。中国力量闪耀其间,中国制造、技术与团队,已成为巴黎奥运不可或缺的存在。从小小乒乓球到庞大转播车,从地面设施到云端平台,中国科技处处可见。国际奥委会主席巴赫表示,中国科技给奥运会提供了巨大支持,未来将在人工智能等领域与中国展开更多合作。

现代奥林匹克之父、法国人顾拜旦先生曾说:“奥林匹克最重要的不是胜利,而是参与。”92年前,中国人第一次站到奥运赛场,成为参与者,今天已逐渐在一些领域成为金牌有力争夺者。同样的,中国科技也已成为奥运舞台上越来越重要的参与者,并在继续以开放合作促科技发展。(据新华网)

【金玉良言】

## 让古老大运河焕发时代新风貌

2023年9月,习近平总书记在浙江考察时强调,大运河是世界上最长的人工运河,是十分宝贵的文化遗产。大运河文化是中国优秀传统文化的重要组成部分,要在保护、传承、利用上下功夫,让古老大运河焕发时代新风貌。

长远来看,应加快大运河相关法律法规的制定和完善工作,实现依法保护、传承、利用好运河资源;按照“以人为本”理念和建成“人民的致富河、幸福河”宗旨,规划建设好大运河国家文化公园;以运河文化为纽带,推动世界运河城市之间的交流互鉴;以“数字+”赋能运河文化传承,讲好运河文化故事,打造数字化文化新体验。要融古贯今,激活优秀传统文化生命力,用好大运河文化符号和超级IP标识,让千年运河文化名片“靓”起来、文化遗产“活”起来、文化旅游“火”起来。

从地方历史文化资源挖掘、保护

和利用方面全链条发力,放大运河“世遗效应”。突出传承发展和合理利用,扎实推动运河文化和区域旅游资源一体化开发。比如,可进一步打造位于淮北市濉溪县的“柳孜—百善—临涣”运河文化展示带,且使之成为“皖北文旅融合发展圈”的品牌,推动“美好安徽·传奇皖北”旅游线路整体形象树起来、品牌打出去。

找寻出一条遗址保护、展示利用与民生改善、城市发展相融合道路,把大运河打造成精美生态长廊、精致文化长廊、精彩旅游长廊,打造成具有时代特征、当地特色的景观河、生态河、人文河,让美好生活应“运”而生,让运河真正成为“人民的运河”“游客的运河”。比如,持续推进有水河段环境综合治理、提质增效,保持“长治久清”;继续开展运河沿线环境整治行动,再现“亲自然”风光;把泗县活水遗存段打造为最美“城中河”,谱写水城相融、

人水和谐幸福图景。

牢牢把握长三角高质量一体化发展机遇,加强区域合作,做好协同创新文章,积极主动融入江苏、浙江大运河国家文化公园建设中去。认真落实2023年6月6日沪苏浙皖签署的《长三角文化和旅游高质量一体化发展框架协议》,全面推进大运河国家文化公园等一批重大项目建设,协同举办大运河文化旅游博览会,以文化认同驱动一体化发展,用区域发展提升大运河文化凝聚力。比如,可利用历史上安徽深受楚汉、淮扬、吴越、海派文化影响和熏陶,并与江苏、浙江和上海地缘相近、人缘相亲、民俗相近的特点,围绕大运河是“活着的、流动着的文化遗产”,加快建立长三角运河文化价值认同机制、文化资源整合开发机制和文旅协同工作机制,走好“扬长避短、错位发展”道路,最大限度释放联动、协同、聚合效应。(据新华网)

【有此一说】

## “图书外卖” 打开服务新天地

当前,很多城市的图书馆推出“图书外卖”网借邮寄服务。读者线上下单借阅图书,并支付相应运费,即可享受送书上门服务。

在移动互联网时代,无论是大众的阅读习惯,还是文化消费的市场生态,都已发生巨大改变。图书馆作为公共文化场所,想要更好发挥公共服务功能,扩大社会覆盖面,促进全民阅读,势必要对服务方式作出相应改变。

“图书外卖”的出现,正是基于这样的现实考量。如果市民距离图书馆较远,往返耗时耗力,再赶上心仪书籍借出,阅读热情难免受挫。如今,人们习惯了线上生活,网购、外卖已成日常,图书借阅也可以打开新天地。以外卖的形式拓宽图书借阅路径,打破空间和时间的限制,有利于实现公共资源的优化配置,也更契合大众在互联网时代的借阅习惯。

如今,不少图书馆都在拼颜值、拼创新,通过提升空间美感,吸引读者打卡。但更为关键的是,提升服务水平,厚植文化底蕴。让知识触手可及,让阅读无死角,才是吸引读者的法宝。无论是送书上门,还是延长图书馆开放时间、推出“深夜书房”服务,又或是书店、图书馆开进社区等公共场所,都打破了传统的阅读限制,让知识更高效地流动起来。借阅服务的本质是把书交到读者手里,以读者视角来看,借阅服务是否便利、人性化,成为评价图书馆服务水平高低的重要指标。

公共设施的开放、包容程度越高,相应的管理要求就越高。期待更多图书馆能够实现从“等待读者”到“走近读者”的转型。也希望更多公共服务单位以社会需求为导向,不断丰富公共服务的供给方式,让发展成果惠及更多人。(据新华网)

【画里话外】

## 一平台 办理

江苏省“基层高频事项一平台办理”机制近日在南京、无锡、宿迁等8个设区市、32个乡镇(街道)落地运行。基层工作人员和企业群众登录江苏省一体化政务服务平台,可实现民政、税务等部门30项高频政务服务事项、37个具体业务一平台办理。(据新华网)

