

我国天然林生态功能显著提升

“十四五”期间将建国家储备林3600万亩以上

实施天然林保护工程20多年来

累计减少天然林采伐3.32亿立方米



国家储备林建设工程启动10年来

累计落实建设资金1400多亿元

建设国家储备林9200多万亩

“十四五”期间将建设国家储备林3600万亩以上

本报北京2月3日讯(记者黄俊毅)实施保护工程20多年来,我国天然林生态功能大幅提升,累计减少天然林采伐3.32亿立方米,天然林保护修复体系和制度体系全面建立。

在2月3日举行的一季度例行新闻发布会上,国家林草局生态中心主任张利明表示,天然林保护工程于1998年启动试点,2000年全面展开,历经试点和两个10年期建设,到2020年底中央财政累计投入资金5000多亿元,工程建设范围由重点区域扩大到全国31个省份,天然林商业性采伐由停伐减产到全面停止。

保护工程实施以来,我国天然林资源持续增长,天然林面积增加3.23亿亩,蓄积增加53亿立方米;生态功能显著提升,天然林单位面积年涵养水源量、固沙固土量分别比工程启动前提高了53%、46%,天然林生态系统有效恢复,促进了野生动物栖息地环境改善;国有林区经济社会转型发展加快,国有林区总产值由1997年的82.25亿元增加到2020年的491.72亿元,林区民生得到持续改善。

在现有天然林资源中,结构不合理、功能低下、自然更新不良需要采取人工促进修复的有4亿亩左右。“我们将有计划、有步骤开展天然林系统修复,对树种组成、年龄和空间结构不合理的天然中幼龄林开展森林抚育;对结构逆向演替、功能下降的天然次生林开展退化林修复,对更新不良、目的树种偏低的林分开展促进更新;对疏林地、迹地、林中空地等开展后备资源培育。”张利明说。

2012年,我国启动国家储备林建设工程。十年来,累计落实建设资金1400多亿元,建设国家储备林9200多万亩。工程建设区总蓄积增长2.7亿立方米,年均蓄积增长量约10.8立方米/公顷。提供就业岗位总数超过360万个,木材产出收入超过1500亿元,依托国家储备林开展的绿色产业实现经济收入近100亿元,有效助推脱贫攻坚和乡村振兴等国家重大战略实施。

2022年,国家林草局进一步加强国家储备林建设工程的顶层设计,为推动国家储备林建设高质量发展夯实了基础。下一阶段,将以创新投融资渠道,建立新型产权模式和经营模式为重要途径,推动国家储备林建设高质量发展。“十四五”期间,建设国家储备林3600万亩以上,增加蓄积7000万立方米以上。

本报北京2月3日讯(记者郭子源)中国银保监会3日发布数据显示,2022年制造业各项贷款新增4.7万亿元,增量为2021年的1.7倍,其中制造业中长期贷款增长33.8%。

从信贷投向看,扩大有效投资、民营企业、小微企业、科技创新、重大区域发展、绿色转型等均为重点。“指导政策性、开发性银行用好8000亿元新增信贷额度,引导商业银行等同步跟进重大项目配套融资。”银保监会相关负责人说,截至2022年12月末,政策性、开发性金融工具投放约7400亿元,支持项目2700多个,高技术产业贷款余额同比增长26.5%,战略性新兴产业贷款余额同比增长46.6%,绿色信贷余额同比增长35.7%。

制造业贷款新增4.7万亿元

新发放企业贷款超过一半投向民企

从资金价格看,2022年新发放企业类贷款平均利率较上年下降0.47个百分点。

值得注意的是,2022年新发放企业贷款超过一半投向了民营企业,普惠型小微企业贷款增长23.6%。“我们还重点引导、加大对受疫情影响较大行业企业的纾困帮扶力度。”该负责人说,其中,批发零售业、交通运输仓储邮政业、租赁商务服务业、住宿餐饮业贷款全年合计新增7万亿元。

此外,针对保障和改善民生,银行业保险业也持续加大支持力度。一是加强对保障性住房

的金融支持,保障性安居工程贷款余额6.3万亿元。二是支持就业创业,创业担保贷款余额同比增长13.1%。三是引导信贷资金持续投入教育领域,教育行业贷款余额同比增长15.1%,个人助学贷款同比增长22.1%。四是持续推进养老金保险和专属商业养老保险试点。五是巩固脱贫攻坚成果,已脱贫地区贷款余额同比增长12.3%。

“2023年,将把支持恢复和扩大消费摆在优先位置,做好对投资的融资保障,支持社会领域加快补短板。”上述负责人表示。

冬奥遗产造福人民

今年春节假期,国家速滑馆“冰丝带”,这座北京冬奥会冠军高亭宇创造历史的地标场馆热闹非凡——冰场外,等待取冰鞋的游客排起了数十米的长队,冰面上,不同水平的滑冰爱好者尽情驰骋。

为庆祝冬奥会开幕一周年,国家速滑馆举办了首场市民速度滑冰系列赛。参赛选手不但可以享受专业转播机位的现场直播和大赛标准的电子计时记分,优胜者还可以像奥运健儿打破纪录那样,荣登“冰丝带”专属纪录墙。国家速滑馆公司董事长武晓南说:“我们这块‘最快的冰’变身成为群众的冰,就是要让更多人一起共享冬奥遗产,共创美好未来!”

在北京冬奥会之后的首个冰雪季,沉浸式体验成为冬奥场馆的靓丽名片。在首钢滑雪大跳台,人们乘着“雪圈”从大跳台落地区俯冲而下,体验苏翊鸣、谷爱凌在这里的夺冠视角;在延庆奥林匹克园区,畅滑冬奥赛道“雪飞燕”,在“雪游龙”体验“冰上F1”雪车雪橇的速度与激情,入住冬奥村运动员“冠军房”,已经成为时髦的打卡项目。

在云顶滑雪公园,通过改造、适当降低难度后的U型槽、障碍追逐、坡面障碍、平行大回转等赛道,也向大众正式开放。大年初一,来自北京的贾先生一家早上吃完饺子就赶往崇礼,中午就完成了兔年“首滑”,京张高铁让崇礼成为北京人“家门口”的滑雪场。“虎年春节我们全家人在电视机前看冬奥会,兔年春节我们已经迫不及待要亲身体验冬奥赛道了!”

奥运场馆赛后利用是一道世界难题,“双奥之城”北京同张家口一道,在场馆建设改造之初就充分考虑场馆功能用途,令其不但在赛事精彩亮相,更在赛后造福人民。

与“冰丝带”交相辉映的国家体育场“鸟巢”和国家游泳中心“水立方”,也在新年伊始开门迎客。“鸟巢欢乐冰雪季”在“鸟巢”北侧的附属场开幕。3.4万平方米的冰雪乐园内,人们一边滑雪,一边与“鸟巢”和2008年北京奥运会祥云火炬同框拍照。

在国家游泳中心,供大众健身的游泳池,以及拥有冰场和冰壶赛道的“冰立方”冰上运动中心都恢复运营,实现了“水冰”双轮驱动。“我们早就‘瞄’上这块场地了!以前要跑到郊区借别人的冰球场打冰壶,如今在‘家门口’就能体验一流设施。”家长张女士对记者说。

一流的场馆需要一流的赛事作为支撑。北京冬奥会后,各大场馆有望成为多项世界大赛或国内赛事的举办地。国际滑联“卓越中心”“世界冰壶学院培训中心”等纷纷落户冬奥场馆,我国体育对外交往有了更多平台。

在冬奥场馆内,不少工作人员穿着冬奥服装为游客服务,他们抓紧学习市场开发,商业推广

知识,逐步完成从“场馆运行”到“场馆运营”的身份转变。在冬奥场馆外,一批经过北京冬奥会历练,熟悉赛事策划与组织、冰雪产业管理、冰雪运动设施维护管理等方面的人才,正在新的岗位发光发热。

曾在北京冬奥组委体育部工作的刘金通过国际雪联层层考核,成为中国第一位高山滑雪的国际技术代表。

北京冬奥会特许商品经营负责人之一的郭磊如今回到中国奥委会市场开发部。北京冬奥会吉祥物“一墩难求”的经历让他深知,做好特许经营要以消费者为中心,紧盯市场需求,深耕产品内涵。

对冬奥人来说,北京冬奥会是一段难忘的人生记忆,更是一段重要的人生经历。在2022年12月举行的国际奥委会执委会会议上,国际奥委会主席巴赫感慨道:“感谢所有人的付出,北京冬奥会的美好回忆我将永远铭记!”

竞技体育持续突破

中国体育代表团在北京冬奥会上实现全项参赛,以9金4银2铜高居金牌榜第三位,在北京冬残奥会上夺得18金20银23铜,历史上首次位列金牌榜和奖牌榜双榜首。在北京冬奥会和冬残奥会上,中国运动员创造历史最佳,书写“冰雪荣耀”。

北京冬奥会的成功举办和优异的运动成绩,对中国竞技体育产生深远影响,不仅积累了经验,更鼓舞了士气。北京冬奥会后,中国体育健儿持续巩固优势项目,不断补齐短板弱项,继续在多个项目上争金夺银,取得突破。

在2022—2023赛季速度滑冰世界杯第二站荷兰海伦芬站男子1000米比赛中,中国选手宁忠岩为中国速滑队收获了新赛季的第一金。“给好运一点时间,它不会离我太远的。”在北京冬奥会上,宁忠岩没能登上领奖台,但是他一直没有服输,已经把目标瞄准了下一届冬奥会。

1月19日和21日,中国选手谷爱凌在2022—2023赛季国际雪联自由式滑雪U型场地技巧世界杯分站赛连夺两枚金牌。这位在北京冬奥会上收获两金一银的天才少女,正用她的精彩表现带动更多年轻人喜爱冬季项目。

在普莱西德湖举行的2023年世界大学生冬季运动会女子冰壶决赛中,中国队以6:4逆转战胜韩国队,夺得金牌。这是自2009年在哈尔滨举行的世界冬冬会之后,中国队再次摘得世界冬冬会女子冰壶金牌。

在冰岛雷克雅未克举行的2023年U20男子冰球世锦赛B组比赛中,中国队以五战全胜的成绩夺得冠军。自2011年国际冰联实行新分组规则以来,中国队首次升入U20男子冰球世锦赛A组,中国冰球的青年力量正快速成长。

冬季项目不断进步,夏季项目也在创造

历史。2022年女足亚洲杯,中国女足在半决赛“点球”日本队,又在决赛逆转击败韩国队,时隔16年重返亚洲之巅。

2022年女篮世界杯,王思雨在半决赛终场前投进的最后两个罚球,不仅被球迷评选为2022年亚洲篮球最佳进球,更是把中国女篮带进决赛,亚军也追平了女篮在世界杯的历史最好成绩。

2022年田径世锦赛,男子跳远选手王嘉男凭借最后一跳的8米36逆转夺金,成为首位获得男子田赛世界冠军的中国选手。在网球大满贯赛事中,郑钦文、吴易昺等多位中国网球新秀取得突破……

国家体育总局竞技体育司发布的《2022年我国运动员取得成绩报告》显示,2022年中国体育健儿共在21个项目上获得93个世界冠军、创11项世界纪录,其中既有强势夺冠,也有崭新突破。

2023年,2024年巴黎奥运资格赛将全面开启,2026年米兰—科尔蒂纳丹佩佐冬奥会也将迎来倒计时1000天,而今年的杭州亚运会则是继北京冬奥会之后我国举办的又一重要主场体育赛事。

国家体育总局局长高志丹说,2023年是全面贯彻落实党的二十大精神开局之年,是实施“十四五”规划承前启后的关键之年。体育战线要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,全面贯彻落实党的二十大精神和党中央国务院重大决策部署,高质量推动体育各领域发展,加快推进体育强国新实践。

群众体育彰显活力

2022年10月,国际奥委会发布的《北京冬奥会市场营销报告》显示,本届赛事吸引全球20.1亿电视观众和数字平台观众,成为转播时长最多、收视率最高、数字化互动最广泛的冬奥会。北京冬奥会的影响力,更在于让冰雪运动从原来的小众项目成为大众新时尚。

兔年新春,冰雪热让年味更浓。在北京什刹海冰场,大红灯笼点缀其间,中国短道速滑奥运冠军武大靖头戴熊猫帽、身着军大衣,与大爷们进行滑冰竞速。他说:“从小就是冰溜溜高手,到什刹海冰场,发现高手老多了。”

在河北崇礼,各大雪场酒店房间基本均处于“爆满”状态。春节期间,崇礼区六大滑雪场游客达15.69万人次。雪场“人满为患”的消息,让国内雪圈为之一振。

北京冬奥会种下的冰雪运动种子已经生根发芽。来自新疆石河子的小朋友聂榕辰是苏翊鸣的“铁杆”迷弟,只有6岁的他如今已有4年“雪龄”。这个冬天,他每周至少有10个小时“泡”在雪道上。未来,他希望像苏翊鸣哥哥一样进入国家队。

内蒙古自治区呼和浩特市滑雪教练通石金说,北京冬奥会最直接的影响就是越来越多的家

《狂飙》火了。这部反黑题材的电视剧自播出后口碑炸裂,收视率一路狂飙,剧中相关商品也热度飙升:安欣警官破案用的电脑品牌引关注,剧中的美食肠粉、猪脚面火出圈,剧中关键角色高启强的“成功秘笈”《孙子兵法》更是成为电商平台销冠……热播剧的影响力和带动力可见一斑。

这些年,随着电视剧产业高质量发展,一部剧带火一件商品、一个景点乃至一座城市的例子屡见不鲜。当年《长安十二时辰》热播带火临潼火晶柿子等陕西美食;《安家》热播后,上海老严包子铺的原型门店排队起长队;《梦华录》热播让人们对象征传统文化的汉服和茶饮向往之……一些敏锐的商家抓住热点,借势营销,赚得盆满钵满。这是很多品牌绞尽脑汁搞花式营销、主播们坐在直播间讲上一天也未必能达到的效果。

热播剧为啥能成“带货王”?作为最贴近大众的文艺形式之一,影视作品具有强大的溢出效应和传播效应,能够潜移默化影响人们的生活方式和消费行为,从而带动文化产品和一般商品的消费热潮。尤其是在如今这个播出多平台、收看多屏幕的时代,一部电视剧的播放量动辄百亿次,抵达人群之广、产生辐射力之大不可小觑。

影视作品拉动生产消费大有文章可做。用好热播剧的带货力无疑是消费市场捕捉流量、挖掘存量的关键一招。如何让电视剧更好地为消费市场再添一把火?在这方面,影视工业更为成熟的国家有比较丰富的经验。

文体市场面面观

热播

韩国电视剧就是通过有意识地策划,为韩国的旅游、服装、化妆品、食品、手机等行业带来巨大品牌溢出效应,使这些产业获得更大市场空间,电视剧不仅输出了韩国文化,还培养了“韩国制造”的消费市场,达到两全其美的传播效果。

近年来,国产电视剧也开始有意识地为民族产业“代言”。不过,一些电视剧一味急功近利,没有把主要精力用在创作上,也未深入研究如何更巧妙地与市场结合,过度植入或“硬”植入广告内容,让消费者观剧体验大打折扣。这些剧尽管因为满足了品牌方广告宣传需求而获利,却因剧情拖拉而翻车,品牌最终也没有获得预期的传播效果。如果作品本身是浮夸的、空洞的,观众就很难认同剧中植入的价值理念,更不会为其想带的“货”埋单。

作为文化产品,电视剧的真正意义不仅是创造多少收视率,经济价值,更重要的是满足人们的精神文化需求,引领人们树立正确的价值取向。《狂飙》之所以能成为“带货王”,关键是引发了大众的情感共鸣,有令人可亲、可信、可感的人物形象作支撑。润物无声更能深入人心,靠剧情打动吸引观众,这样的“带货王”才有更广泛持久的影响力。



渠道业内。打造“带货王”贵州刘继锋在天台镇拓宽当地摄影中经视觉

长给孩子报滑雪课,而且很多陪孩子来的家长也从最开始的“看看”,变成了后来的“练练”,大家都想体验滑雪的快乐。

中国西北之北,阿尔泰山雪层厚、雪季长,而且是雪友最爱的天然粉雪。“冰天雪地也是金山银山”,一支专门做滑雪测评的创业团队已在此安吉扎寨,远赴千里“淘金”的他们相信,三亿人参与冰雪运动只是开始,会有更多人追求更高层次的滑雪体验,“我们要在阿勒泰等他们”。

随着“南展西扩东进”步伐加快,冰雪运动画卷也在我国南方铺开。新年伊始,为期3个月的四川全民健身冰雪季开幕,涵盖了竞技类冰雪赛事、亲子群众类体验等项目;湖北省第三届冰雪大会在恩施巴东绿葱坡滑雪场举行;在北回归线以南的广西南宁,每个周末都有约2000至4000人次踏上冰纷万象滑冰场……

神州大地绽放冰雪运动之花,大江南北涌动全民健身热潮。岁末年初,2023北京冰雪消费季拉开帷幕;浙江江山一年一度的乡村运动会举办;中西部地区县域乡村足球赛在全国5个省区、26个县域内展开较量……

党的二十大报告提出,广泛开展全民健身活动,加强青少年体育工作,促进群众体育和竞技体育全面发展,加快建设体育强国。在年初召开的各地两会中,有关“全民健身”“体育强国”的部署和规划、真抓和实招陆续推出。

北京市提出,扎实做好后冬奥文章,持续普及冰雪运动,加强青少年体育工作,广泛开展全民健身活动,新建或更新一批群众身边的体育设施,新增各类森林步道100公里、健康绿道50公里,推动京张体育文化旅游带建设;河北省提出,大力发展后奥运经济和文旅产业,实施冰雪运动、冰雪文旅、冰雪产业融合发展行动,加快冬奥场馆市场化开发,抓好京张体育文化旅游带等建设;浙江省提出,2023年要举全省之力办好杭州亚运会、亚残运会,加快建设全省全民健身中心,新建省级基层体育场地设施1000个、“环浙步道”2500公里;四川省提出,要把群众体育健身需求纳入城市规划刚性要求,大力推动新建改建体育公园;广东省提出,广泛开展全民健身,推进公共体育场地设施建设和免费低收费开放……

区域发展齐头并进

“本趟列车由清河站始发,经八达岭长城站,最终到达崇礼站。”春节期间,北京清河站人山人海,携带各式各样雪具的游客们正兴冲冲地搭乘列车。京张高铁和京礼高铁串联起了京津冀一小时交通圈,真正实现了路通人聚。

在京张体育文化旅游带上,“首钢城市复兴新地标”“延庆最美冬奥城”“张家口亚洲冰雪旅游度假目的地”,已成为冬奥筹办带动本地发展的典型范例。

北京冬奥会延庆赛区在赛后30多天就顺利完成从赛场到景区的转换,今年春节假期,北京市延庆区共接待游客75.8万人次,占全市乡村游

接待游客总数的57%。延庆区区长叶大华介绍:“我们先后推出了冰灯、冰场、冰馆三块冰特色旅游产品,冰雪观光、冰雪赛事、冰雪民宿、冰雪运动等多种业态,延庆已成为广大冰雪爱好者的首选目的地。”

因冬奥实现华丽转身的首钢园,正努力推动这里的山、水、冬奥、工业遗存融合发展。首钢滑雪大跳台作为世界上第一个永久性保留的滑雪大跳台场馆,将积极申办赛事;首钢极限公园成为京城滑板、攀岩等户外极限运动聚集地;北京冬季奥林匹克公园的42公里滨河步道,成为北京首条全封闭马拉松路线。

在崇礼,冬奥红利变成实实在在的获得感。这个冬天的滑雪热让崇礼本地人卢永刚乐开了花。作为滑雪教练,他这几年陆续通过了国内以及新西兰、加拿大等国的滑雪教练资格认证,收入也水涨船高,一个雪季每月能收入大几千元甚至上万元。奥雪极限滑雪俱乐部店长闫永利也迎来了这一年里最忙的时候。他说:“近期店里已经接待了六七千名顾客,还有来自俄罗斯、印尼的(顾客),营业额一天就有几千块钱。”

冰雪运动的广泛普及,有力推动了冰雪装备制造、旅游休闲、服务培训等产业快速发展,如今的崇礼每4人中就有1人从事冰雪相关工作。

2月1日发布的《可持续·向未来——北京冬奥会可持续发展报告(赛后)》和《北京2022年冬奥会和冬残奥会遗产报告(赛后)》显示,北京冬奥会在赛事结束时即实现100%碳中和;赛事筹办优先使用租赁的产品或部件,租赁比例约79%;在奥运史上首次把“大型活动可持续性管理体系、环境管理体系、社会责任指南”三个国际标准整合为一体,并获ISO标准《体育设施与大型赛事可持续性评价指南》的预立项……这些无疑为我国今后举办大型赛事积累了宝贵经验。

在筹办和举办北京冬奥会、冬残奥会过程中,全社会关爱、帮助残疾人成为共识。赛事的《无障碍指南》《无障碍指南技术指标图册》等技术规范,推动《北京市无障碍环境建设条例》修订和出台,全面提升了城市无障碍环境建设标准。

……

冬奥筹办七年磨一剑,冬奥举办一朝铸经典。我国始终将冬奥筹办与城市、区域发展紧密结合,坚持冬奥成果与人民共享,通过推广普及冰雪运动带动全民健身走向纵深,通过产业发展促进就业增收,全面提升公共服务水平改善人民生活品质,让人民身心更健康、就业更充分、生活更美好。

圆梦冬奥会,一起向未来。习近平总书记在冬奥会、冬残奥会总结表彰大会上指出:“伟大的事业孕育伟大的精神,伟大的精神推进伟大的事业。”北京冬奥值得永远铭记,北京冬奥精神将激励广大中华儿女在新时代踔厉奋发、不懈奋斗,创造奇迹。向着春天再出发,让我们一起向未来!

文/新华社记者 姬烨 孔祥鑫 李春宇 (新华社北京2月3日电)