



邀您关注北京冬奥会

新 冬奥 星 闪耀

凌 极限

新 冬奥 · 场外音

冰雪需要年轻偶像

◆ 金雷

今天上午，谷爱凌夺得自由式滑雪大跳台金牌，让她人气更旺。她与任子威、苏翊鸣等年轻人不仅出色地完成比赛，掀起观赛高潮，也引发许多话题。

过去，冰雪运动似乎离中国观众很远。项目不熟悉，规则不了解，以及运动开展本身的条件有限，都是原因。北京冬奥会申办成功后，随着推行3亿人参与冰雪运动、北冰南展东扩西进的国家战略，更多年轻人接触到冬季项目，并有机会投入其中，进一步提升水平。

在这个过程中，涌现了任子威、苏翊鸣和谷爱凌这样吸引众人目光的年轻运动员。除了技术水平高，他们还有一些其他的共性：热爱冰雪运动，愿意为之付出自己的所有，意志坚定，从不惧怕困难的挑战。正是这些个性化的标签，让苏翊鸣和谷爱凌成为同时代年轻人的偶像，他们的一言一行，具备破圈的能力，对青少年观众产生正面影响。他们优质的公共形象也让许多家长意识到，冰雪运动对孩子身体、品质和心理承受力方面，都有非常强大的塑造功能。

场上威风八面的任子威，场下就是一个邻家男孩——喜欢收集干脆面里的小卡片，买了一箱又一箱；房间里全是动漫人物摆件，一排冰墩墩尤为明显；小飞象的玩偶随处可见，那是粉丝送他的。

谷爱凌在滑雪训练之余，从未拉下功课，反而成为一名多栖发展的学霸，为此获得斯坦福等世界知名大学的青睐。苏翊鸣年纪轻轻就能在演戏和滑雪两个兴趣上作出取舍，心无旁骛追逐自己的梦想，百折不挠。试问，如果更多父母能像谷爱凌、苏翊鸣的家庭一样，给孩子充分的成长空间和成长自由，他们当中一定会有通过体育之路绘就人生蓝图的成功案例。

苏翊鸣透露，自己和谷爱凌打小就认识。两人在一起玩雪，分享对冰雪运动的热爱与执着。北京冬奥会是两名优秀青年人生中的第一届奥运会，如此高的起点，得益于祖国3亿人参与冰雪的激情，他们则将回馈同胞最棒的比赛，最佳的成绩。正如谷爱凌昨天所言，自己追逐滑雪梦想，也是激励更多同龄人主动拥抱自己的人生，无愧内心的呼唤。

体育，首先是一种快乐的生活方式。从夏奥走到冬奥，中国一定会有更多的任子威与谷爱凌、苏翊鸣出现，兑现少年强则国强的宏愿。

谷爱凌夺北京冬奥 中国第三金

放手一搏、超越极限，谷爱凌今天上午这块来之不易的金牌，让她在中国体育迷中更加“炙手可热”。



■ 谷爱凌冲天一跳技惊四座

商界宠儿

与比赛成绩比翼齐飞的，是谷爱凌的商业价值。这位18岁的体坛新秀，俨然成为当前品牌商们心中的“第一顺位”，在她的身后，排起了一长串闪耀的赞助商名单。

2019年底之前，谷爱凌只有一家赞助商，是一家专业的滑雪服务平台。2019年底，奥地利红牛、蒙牛开始赞助谷爱凌。到了2021年，赞助商排起了长队，时尚、美妆品牌太喜欢这个健康阳光的姑娘了。过去一年，铺天盖地的世界顶级赞助商都涌向谷爱凌，在有些月份里，她要同时为好几个品牌拍摄广告片。

如今，谷爱凌的面孔随处可见。瑞幸咖啡店门口站着她的人形立牌，视频App开屏广告是她驾驶着凯迪拉克，电子弹幕也有她的笑容……

谷爱凌的身价也在飞涨。尤其是在她斩获世界极限运动会和世锦赛的两枚金牌后，她的代言费迅速涨至180万美元。按照平均一个代言150万美元来计算，谷爱凌手中的代言价值大概有3500万美元，约合2.2亿元人民币。

这是天才少女的个人奋斗史，也是又一个商业与体育互相成就的经典案例。谷爱凌，注定将成为新时代中国体坛的超级偶像！

特派记者 关尹（本报北京今日电）

绍波画



超级逆转

自由式滑雪大跳台，并非谷爱凌的优势项目。从某种程度上说，这是一块“意料之外”的金牌。在很多人看来，谷爱凌之所以能逆袭夺冠，除了踏实的技术之外，这名18岁姑娘超强的心理素质也非常关键。

决赛共三轮，第三轮开始前，谷爱凌只排名第三，比位居榜首的世界冠军、法国选手泰斯，足足少了5分。怎么办？谷爱凌早想好了：放手一搏。

第三跳，谷爱凌拿出了她此前从未在正式比赛中跳过的超高难度动作，她豁出去了，她拼了！巨大的压力之下，她的整个动作也完成得相当流畅，当大屏幕上打出94.5的高分时，谷爱凌也忍不住双膝跪地，双手掩面而泣。

在谷爱凌超常的发挥面前，她最大的两名竞争对手直接“崩溃”了。紧接着出场的瑞士选手格雷莫德，落地时出现重大失误，只得到26分；而前两轮连续跳出高难度的泰斯，选择了一个非常一般的动作，只得了73.50分。就这样，谷爱凌最后一跳实现了超级大逆转！在场内观赛的国际奥委会主席巴赫，都忍不住连连为她鼓掌。

“今天是我人生中最高兴的一天，没法形容的高兴！”赛后，谷爱凌兴奋异常。拥有“大心脏”的她，最终赢得了大场面！

人气之王

看谷爱凌冲金，是冬奥会今天的“大事件”。早上8时不到，冬奥会主新闻中心的大巴站，前往首钢滑雪大跳台的TC-B-32站台前早就排起了长龙，走了一班又一班，每班都是挤得满满当当，有老记不免埋怨道：“这么热门的场次，怎么不多安排点车呢！”

首钢滑雪大跳台的观众席，相比昨天预赛的观众更多了，几乎满座。毫无疑问，他们当中的绝大多数人，都是冲着谷爱凌而来。挥着小旗，喊着偶像的名字，每当谷爱凌出场亮相，现场气氛总能达到高潮。

这就是谷爱凌的号召力，在社交媒体上，她早就拥有了数千万的粉丝。每一次出场都引来高分贝的欢呼，来自世界各地的媒体记者争相采访……

这种待遇，只有日本的花样滑冰明星羽生结弦能与之媲美。

“她太受欢迎了，看起来人人都爱谷爱凌。”赛后混采区里，一名外国记者如此感叹。她几乎是被工作人员赶着走过一个又一个采访区域，粗算一下，从她进入到离开混采区大约用了50分钟，是停留时间最长的运动员。

世界一流水平的夺金实力，加上姣好的形象，以及开朗阳光的性格，谷爱凌完全具备了一个新生代超级偶像的一切条件，堪称冬奥赛场的“人气之王”。



■ 谷爱凌举起“冰墩墩”
本版图片 特派记者 李铭坤 摄

