

### 为中国队拿下历史上第一枚女子拳击金牌

# 为了这一瞬间,常园准备了15年

走下拳台,常园的长发扎成马尾垂在脑后,随着她说话而轻轻摇晃。她的声音甜美温柔,笑起来眼睛弯成月牙。很难想象,不久前,就是这个女孩在赛场上凭借急风骤雨般的拳头,为中国队拿下历史上第一枚女子拳击金牌。

8日晚,巴黎奥运会女子54公斤级决赛如期举行。常园的对手是比自己高出7厘米的土耳其新锐阿克巴什。尽管身高不占优势,但步法灵活,出拳果断的常园始终占据主动地位。第一回合还剩20秒时,常园一度将对手逼至场边,密集出拳,拿下首回合胜利。

第二回合,常园一直守在拳台中央位置,将对手封锁在靠近栏杆的一侧。第三回合伊始,常园的铁拳来得更为猛烈,一顿连击将阿克巴什打得无力招架。

与东京奥运会时抱憾而归不同,这一次,常园笑到了最后。

等待结果时,常园已迫不及待地挥舞起拳头,当裁判宣布“红方胜利”时,常园高兴地跳了起来。随后她冲向场边的教练,后者则钻入拳台,将她高高举起。

随着五星红旗缓缓升起,常园噙着泪水,大声在领奖台上唱着国歌。这是自2012年伦敦奥运会设立女子拳击项目后,中国队在这个项目上的第一枚奥运金牌。



常园(右)在比赛中。

为了这一瞬间,中国队已等待12年,常园则准备了15年。

“从东京的遗憾,到今天的中国女子拳击首金,我很激动。之前,网球运动员郑钦文创造历史,让国旗在罗兰·加洛斯升起,现在国旗因我而升起,我很自豪!”常园说。

2016年,19岁的常园作为任灿灿的

陪练前往里约,被奥运的氛围深深吸引,下定决心要以运动员的身份站上奥运拳台。东京奥运会时,常园如愿为国出征,却早早遗憾出局。收拾好心情,常园重振旗鼓,终于圆梦。

常园的爷爷和爸爸都是习武之人,受他们影响,常园也从小学习武术,后来开

始接触跆拳道。2009年,为备战伦敦奥运会,常园的家乡河北省组建起女子拳击队。“当时,我感觉拳击队员很帅,于是申请了转项。”常园说。

旁人看来,拳拳肉搏的拳击似乎有些血腥,但在常园看来,拳击就像是“益智游戏”。“这场游戏里,我想要打到对手,同时又不能让对手碰到我。看似激烈,但其实是场智力与速度的博弈。”

早些年,常园在拳台上肆意张扬,冲劲十足,也因此摘得南京青奥会、雅加达亚运会金牌。但渐渐地,她不再满意于自己的张扬。“聪明反被聪明误。太过自信张扬的话,很多东西发挥不到极致。东京失利后,我能更好地控制自己的心态和情绪。这次比赛结束后,可能会让我重新深度认识自己,可能还有更多需要我改变的地方。”常园说。

“我想和每个人分享这块金牌——我的父母、团队、国家队、河北省队和所有关注中国拳击的人。”

“过去3年,每天训练时,我总觉得像被抓掉一层皮,很累。但现在回想,却发现这种疼痛或难过的记忆已经很模糊了。”常园说,这场胜利给了她无穷的力量。“我希望我还能再次站上奥运拳台。”

(新华社巴黎8月8日电)



## 劈波斩浪

8月9日,中国组合徐诗晓(前左)/孙梦雅(前右)在比赛中。

当日,在巴黎奥运会皮划艇静水女子双人划艇500米决赛中,中国组合徐诗晓/孙梦雅夺得金牌,并以1分52秒81刷新奥运最好成绩。

新华社发

## 巴黎奥运 中国风采

## 火了! 奥运带热体育经济

巴黎,中国奥运健儿闪耀赛场;国内,冠军同款商品火了! 相关运动燃了!

“郑钦文同款网球裙”“全红婵同款拖鞋”“黄雨婷同款发卡”……一些“冠军同款”商品,价格亲民,一时登上多个电商平台热搜榜单。奥运带动的运动快时尚、体育健身热等成为我国消费市场的一个缩影。

国务院日前印发《关于促进服务消费高质量发展的意见》,提出积极培育新的体育消费场景,增加体育消费场所、推出特色鲜明的群众性体育赛事活动等。本届奥运会,运动员们的拼搏精神感染着观众,投注在他们身上的目光,让体育“注意力经济”的倍增效应凸显。

奥运带热了“小装备”。

当黄雨婷在射击赛场摘得中国首金的那一刻,她头上的白色发卡成为万千网友的“心头好”。电商平台上,同款商品有300多件,热度上升120%,有店铺显

示“全网热销3万多件”。郑钦文夺冠之后,同款网球裙一周内搜索热度提升240%。

一家电商平台数据显示,今年7月,羽毛球等销售额同比增长超过三位数,增速迅猛;排球消费同比增长超六成,篮球、网球等球类器材和装备也有一定程度增长。

奥运带火了运动场馆。

在上海、北京等城市,网球场“一场难求”。羽毛球、乒乓球等传统热门项目,大众参与热度进一步提升,冲浪、攀岩等小众运动,参与度也被激活。

一家在线平台数据显示,7月26日至8月1日,平台内健身房订单量同比增长达127%,网球场、羽毛球馆、游泳馆同比增幅分别达到76%、68%和66%,攀岩馆同比增幅达72%。

时下,运动健身正成为时尚生活方式,相关产品和服务应运而生。2023年底,我国人均体育场地面积达到2.89平方米,超额完成了《“十四五”时期全民健

身设施补短板工程实施方案》提出的人均2.6平方米的目标。

奥运加速释放消费新需求。

8月8日,我国第16个“全民健身日”,“全民健身与奥运同行”主题活动启动。全国预计举办2万余场赛事活动,直接参与群众超1000万人次,将进一步带动体育经济全链条发展。

根据《“十四五”体育发展规划》,到2025年,体育产业总规模达到5万亿元,增加值占国内生产总值比重达到2%,居民体育消费总规模超过2.8万亿元,从业人员超过800万人。

全民健身动起来!更多体育经济的新业态不断涌现,政府、企业、社会正在共同发力,构建更高层次的全民健身公共服务体系。

多元化的体育经济,向着更大规模更高水平迈进。(据新华社电)

## 北屯农产品供需对接会准备工作已全部就绪

新疆生产建设兵团第十师北屯市农产品供需对接会举办在即,系列活动正在火热筹备中。目前,对接会准备工作已全部就绪,每一处都令人期待。

8月8日,作为主会场的北屯国际会展中心内一派繁忙

的景象,工作人员正在忙碌地准备展区布置、货物搬运、产品上架,各项工作有序进行。

对接会以“北屯瓜子 葵中优品”为主题,共分为16个展区,包括对口援疆省市、阿勒泰地区、十师各团场、经开区等众多参展企业,都带来各自最具代表性的优质品牌产品,与大家共同分享丰收的喜悦。

在一八五团展位前,正在微调展品的一八五团农发中心副主任赵江柠说:“一八五团突出品牌优势,放大品牌效应,优选具有代表性的企业参展,主要是以新疆红花、各种蜂蜜、玉米及玉米制品、三色藜麦、白沙湖沙棘茶等产品,充分展示一八五团丰富的物产和开发的产品。”

作为系列活动“舟跃玉带 逐梦前行”2024年第十师北

屯市水上龙舟大赛的筹备工作也进入了最后冲刺阶段,届时将有32支队伍同场竞技,一展风采。

在比赛训练现场,一八二团参赛选手陈远润表示:“我们队伍训练了半个月,希望能够取得好成绩。”

一直以来,第十师北屯市以打造“中国北屯 瓜子之都”为抓手,以特色农产品地理标志认证为支撑,以彰显瓜子文化、讲好瓜子故事为体系,以经济技术开发区、瓜子协会为载体,加快认定瓜子类作物种植行业标准,建设新疆北部的瓜子集散地,覆盖全国、辐射海外的特色炒货交易平台。

以瓜子为媒,第十师北屯市诚挚邀请全国各地朋友,来感受百湖之城的独特魅力,见证向阳花开的美好盛景。期待最美遇见,我们在北屯等你!(本报记者)

## 繁荣兵团 新时代新征程



工作人员在布置展台。

### 数说中国

#### 上半年我国经常账户顺差6713亿元

新华社北京8月9日电 国家外汇管理局8月9日发布的数据显示,2024年上半年,我国经常账户顺差6713亿元。按美元计值,2024年上半年,我国经常账户顺差941亿美元。

“上半年我国国际收支保持基本平衡。”国家外汇管理局副局长、新闻发言人王春英说,上半年我国经常账户顺差与同期国内生产总值(GDP)之比为1.1%,继续处于合理均衡区间。

王春英表示,上半年,我国国际收支口径的货物贸易顺差2884亿美元,为历年同期次高值,同比增长1%;服务贸易收支平稳增长,旅行逆差1032亿美元,同比增长37%,境外人员来华、居民跨境旅行均有所增加,带动旅行收入和支出分别增长43%和37%。

此外,王春英介绍,上半年,我国对外股权性质直接投资净流出653亿美元,各类企业积极有序开展全球化布局;来华股权性质直接投资中,新增资本金流入408亿美元。双向直接投资平稳有序。

#### 上半年我国服务进出口总额同比增长14%

新华社北京8月9日电 商务部9日发布数据显示,2024年上半年,我国服务贸易继续快速增长,服务进出口总额35980.3亿元,同比增长14%。

数据显示,上半年,我国服务出口14675.8亿元,同比增长10.7%;服务进口21304.5亿元,同比增长16.4%;服务贸易逆差6628.7亿元。

知识密集型服务贸易继续增长。上半年,知识密集型服务进出口14176.2亿元,同比增长3.7%。其中,知识密集型服务出口8021.2亿元,同比增长2.1%,增长较快的领域有知识产权使用费、个人文化和娱乐服务,增幅分别为13.8%、13.1%;知识密集型服务进口6155亿元,同比增长6%,增长较快的领域有个人文化和娱乐服务、其他商业服务,增幅分别为42.6%、14.9%。

旅行服务继续保持高速增长。上半年,旅行服务进出口9617.1亿元,同比增长47.7%,为服务贸易第一大领域。

### 我国服务消费扩容升级 有望进一步提速

国家发展改革委就业收入分配和消费司 负责人常铁威8月9日说

随着我国收入水平的提高和中等收入群体规模的扩大,服务消费的扩容升级还有望进一步提速

近年来 模式 业态 场景 服务消费的 都不断创新,从发展机遇和趋势来看 有三方面的积极因素

首先

2024年上半年我国服务性消费支出占人均消费支出的比重达 45.6% 同比提高1.1个百分点

第二

人口结构变化蕴含服务消费的创新动能

去年我国常住人口城镇化率达 66.2% 仍处于城镇化快速发展时期

第三

科技创新创造服务消费的新供给

送餐、教育、医疗等服务机器人不断迭代升级

上半年我国服务机器人产量同比增长 22.8%

新华社发(宋涛制图)