

国家体育馆改造后效果图



冬奥会 5个改造场馆开始“华丽转身”

国家游泳中心等已展开前期工作 国家体育馆将升级为生态建筑

北京赛区是北京冬奥会冰上项目核心区,冰上项目仅新建国家速滑馆一座竞赛场馆,充分利用北京2008年奥运会8座场馆改造后承担冬奥比赛任务,是北京赛区落实绿色办奥、实现场馆可持续利用的重要举措。昨日,北京晨报记者从市重大项目办获悉,国家游泳中心、国家体育馆、首都体育馆、首都滑冰馆、首体综合馆5个改造场馆已经全面展开前期工作,年底前将陆续开始改造。国家体育场、五棵松体育中心、国家会议中心改造工程将分别于2020年、2021年初开工。



水立方改造后效果图



首体园区改造后鸟瞰效果图

实现精彩奥运与可持续利用双目标

北京市重大项目办城区场馆建设处处长黄晖介绍说,今年将进行改造升级的5个场馆改造方案已经初步形成,本着绿色、共享、节俭、科技的改造提升原则,这5个场馆的改造是在满足北京冬奥会需求的基础

上,提前规划赛后利用,减少赛后改造费用,实现精彩奥运与可持续利用双目标。同时,既能满足冬季冰上运动需要,也保留了夏季运动的功能,形成“全天候双轮驱动”的场馆运营新模式。

另外,5个场馆改造绿色环保标准大幅提升,充分利用新技术、新理念、新材料,所有场馆在节能降耗、综合高效利用、竞赛观赛环境方面都将有质的飞跃,使北京2008年奥运遗产在新时代焕发新的活力。

“水立方”变身“冰立方”

国家游泳中心“水立方”是2008年奥运会游泳、跳水、花样游泳项目的比赛场地。北京2022年冬奥会期间,将转换成“冰立方”作为冰壶项目的比赛场馆,可容纳观众约4600人。根据改造方案,水立方将成为国际首个泳池上架设冰壶赛道的

场馆。

据了解,根据冰壶比赛需要,原游泳池区域将转换成冰壶场地,形成4条标准冰壶赛道。冰水转换是“水立方”改造过程中最关键的环节,因为冰壶比赛对于场地稳定性、冰面的品质、平整度等要求很高。以前,历届

冬奥会冰壶比赛场地都是在混凝土结构上进行制冰。而“水立方”顺利完成结构试验,通过在游泳池里架空结构实现转换。这种转换模式将不仅实现“水立方”与“冰立方”互换,还实现转换材料重复利用,大幅降低后期拆除改造成本。

国家体育馆将升级为绿色二星建筑

国家体育馆是2008年奥运会竞技体操、蹦床和手球项目的比赛场地。北京2022年冬奥会期间,将转换为冰球(男子)的比赛场馆,可容纳观众约18000人。

北京晨报记者了解到,绿色建筑的“绿色”,并不是指一般意义的绿化美化,而是指建筑对环境无害,能充分利用环

境自然资源,并且在破坏环境基本生态平衡条件下建造的一种建筑,又可称为可持续发展建筑、生态建筑。

根据初步设计,国家体育馆原有的玻璃幕墙部分将改造为仿冰玻璃砖,充分引入自然采光,通过外遮阳和内遮阳系统,调节自然采光,最大限度减少照明能耗。在能源方面,

国家体育馆将采用水源热泵技术,利用地下水作为冷热源,通过向水体放出热量或吸收热量作为空调的冷热源,不消耗水资源,不会造成污染。在空气质量方面,国家体育馆室内将增加空气净化功能,90%的空间内将具有空气净化能力,并装备传感器,实现自动调节新风。

首体区域将整体打造为运动园区

首都体育馆于1968年建成,在服务过2008年夏季奥运会后,这座老场馆将再度转换身份,承担北京冬奥会短道速滑和花样滑冰两项重要比赛任务。

据介绍,首体的外观从传承保护出发不会有大的变化,但内部将通过最新的声光电技

术实现“最美的冰”的理念。它不但可以在北京冬奥会花样滑冰和短道速滑赛时营造梦幻的竞赛体验,也为赛后吸引群众性冰雪运动体验提供优异的运动氛围和观众视觉引导。

根据改造方案,首体区域将整体打造为运动园区。改造

后,将形成首都体育馆一个竞赛场馆、首都滑冰馆和首体综合馆两个训练场馆,以及综合训练馆、运动员公寓和赛事中心三个配套场馆,共6个主要建筑为核心的运动园区。

北京晨报记者 曹晶瑞/文 市重大项目办/供图

■相关新闻

北京冬奥会启动征集官方赞助商 首批启动正装、啤酒等六类

北京冬奥组委昨天启动第二层级官方赞助商征集,首批启动的官方赞助商类别包括六大类——正装、啤酒、物流、文化活动服务、农副产品、粮油产品。同时,北京冬奥会合作伙伴俱乐部昨天成立。

北京2022年冬奥会和冬残奥会的赞助层级依次设定为:官方合作伙伴(第一层级)、官方赞助商(第二层级)、官方独家供应商(第三层级)、官方供应商(第四层级)。去年2月,北京冬奥组委启动市场开发计划,随后开展了第一层级官方合作伙伴的征集,截至目前,已有8家企业签约成为北京冬奥会官方合作伙伴。

官方赞助商 征集明年6月底完成

为广泛吸收社会资金和力量参与北京冬奥会的筹办和举办,昨天,北京冬奥组委正式启动第二层级官方赞助商征集,计划于2019年6月底基本完成。

北京冬奥组委市场开发部部长朴学东介绍,就赞助类别而言,任何产品和服务类别,只要不与奥林匹克精神相悖,符合奥林匹克市场开发规则,符合北京冬奥会和冬残奥会筹办工作需要,都有可能成为北京冬奥会和冬残奥会的赞助类别。首批启动的官方赞助商类别是:正装、啤酒、物流、粮油产品、农副产品、文化活动服务。根据首批征集情况,将适时公布第二批征集类别。

对官方赞助商有四大选择标准,分别是企业资质、赞助报价、

产品和服务保障能力、营销推广能力。其中,要求企业须具有良好的社会形象和企业信誉,企业的品牌形象契合奥林匹克、北京冬奥会和冬残奥会理念,产品符合低碳、环保、可持续发展等标准。

有意向的企业可前往北京冬奥组委官网(www.beijing2022.cn),按照征集公告的要求,在固定期限内将相关材料递交北京冬奥组委市场开发部。整个征集过程将确保公开、透明、公正。

冬奥和冬残奥赞助权 整合销售

朴学东表示,获得官方赞助资格的企业将享有市场营销权、第二层级接待权益、产品服务提供权及第二优先谈判权的权益回报。北京冬奥组委将实施赞助企业识别计划,向社会公布、宣传、展示赞助企业,以表彰其对支持北京冬奥会和冬残奥会做出的贡献。同时采取有效措施,打击隐性营销行为,保障赞助商权益,支持赞助企业开展奥运营销。

“北京冬奥会和北京冬残奥会的赞助权实行整合销售,北京冬奥会官方赞助商也将同时成为北京冬残奥会的官方赞助商,并获得冬奥会和冬残奥会第二层级权益回报。”朴学东说。

中国体育经济研究中心主任鲍明晓表示,奥运会的成长离不开赞助商的建设性参与,同时奥运会也在帮助赞助企业的品牌成长。

北京晨报记者 王海亮