

四球大胜中国台北 水家军 首秀开门红

4比0! 昨天晚上的女足亚洲杯首战,中国女足牛刀小试大胜中国台北队,新帅水庆霞上任后的首秀获得开门红。鉴于小组赛对手实力偏弱,中国女足获胜也在情理之中,不过水庆霞还是希望全队每场比赛都要全力以赴,因为她的目标是夺取冠军。

排兵大胆

本场比赛,水庆霞在排兵布阵上比较大胆,例如原来一直司职中场的姚伟出现在左后卫位置上,而后卫高晨则改打后腰,另外在门将位置上,她最终选择了武汉女足的门将朱钰首发,并未派上自己更熟悉的上海女足门将赵丽娜。攻击线上,核心王霜和王珊珊联袂首发,并且比赛中都有进球入账,而下半场李影和唐佳丽两名前锋也获得了上场机会并险些破门。可以说,在排兵布阵和人员调配方面,水庆霞的首秀表现也是可圈可点,首先中国女足在进攻中呈现多点开花的趋势,不再只靠王霜一人进球,此外在防守端全队也表现得比较稳当,最终零封对手。

随着一场四球大胜的到来,“水家军”也顺利启航,女足姑娘们比赛中表现出来的精气神,也值得肯定。“作为教练员,第一次参加亚洲杯我感到非常兴奋,我的目标是最终带领球队夺冠。”在赛前谈到自己对本届亚洲杯的期待时,水庆霞明确表示希望中国女足能走到最后,“当然炎热的天气会给球队带来严峻的考验,作为主帅,我将把自己快速、合理、胜利的执教理念尽可能展现出来,希望能够在快速攻守转换中拿到理想的结果。”她还表示,中国女足要展现出新的、不一样的风貌,希望队员们在比赛中发挥自己的水平,“我希望全队能够更加团结,充分相信自己,为同一个目标去拼搏,大家一起走得更远。”

严格防疫

鉴于目前印度的疫情形势非常严峻,中国女足事先做了很多工作,在出发前就提前与当地组委会联系,要求下榻酒店时必须确保所有成员在同一区域,且中国女足代表团每名成员都入住独立客房。最终,组委会安排中国女足一行入住在指定酒店三个独立楼层内,并且

出入都有专属通道,全队出行都按“气泡式防疫闭环”规格处理。此外这次印度之行,中国女足也携带了大量防疫用品,一切都按照此前中国男足出征世预赛防疫方式,以防止队员不慎感染新冠。

18日凌晨,效力于英超托特纳姆热刺女足的唐佳丽抵达印度,与中国女足会合,至此,征战亚洲杯的23名女足国脚全部到齐。但在赴印度过程中,唐佳丽也曾虚惊一场:同样效力于英超的日本女足国脚岩渊真奈,在抵达印度后的核酸检测结果出现阳性情况,而唐佳丽不但与其乘坐同一航班,两人还曾在机场合影留念。不过后来中国女足官宣了好消息:唐佳丽已通过了核酸检测,也已经被允许与女足会合,并且拍摄了亚洲杯的定妆照。

其实女足亚洲杯还未开幕之前,就已经有球队受到疫情影响。越南女足此前专门前往西班牙进行集训,结果有11人确诊阳性,其中包括9名球员。抵达印度的越南女足,核酸检测结果显示又有球员呈阳性,该队缺人太多已经满足不了比赛要求。值得一提的是,与中国队同组的印度女足也有两人新冠阳性,而该队26日就将与中国队交手,这也给“水家军”提出了额外的考验。

目标冠军

作为亚洲足坛曾经的霸主,中国女足曾八次夺得亚洲杯冠军,一度实现七连冠,是获得冠军次数最多的球队,但最近一次夺冠还是在遥远的2006年。本届亚洲杯,中国女足的最大竞争对手无疑是日本女足和澳大利亚女足,中国队需在小组赛中争取到积分优势,从而在淘汰赛阶段获得一个相对理想的对阵形势,以便向最后的冠军发起冲击。

获得本场比赛最佳球员的张馨也随主教练水庆霞一起出席了赛后新闻发布会,她表示,取得比赛的胜利很开心,东京奥运会全队表现不佳的阴影已经是过去时:“水导说过,我们要相信自己、相信队友、相信教练,团结在一起。只要把平时训练的东西发挥出来,我们就是一支很强的球队,我相信在水导的带领下,我们可以走到最后。”

本报记者 李元春



球进攻
吴澄舒(左)在比赛中带球进攻
图 新华社



这几天,你看电视,坐地铁,乘公交的时候,有没有发现几张熟悉的面孔?雪孩子、孙悟空、哪吒、葫芦娃等再度集结,这一次它们从二维变身三维,并且与运动员同台竞技,还发出“让我们相约北京”的诚挚邀请。由国家体育总局联合上海美术电影制片厂推出的冰雪题材动画宣传片《中国冰雪大扩列(第二季)》近日亮相各媒体平台,短短1分25秒,唤回了许多人的童年记忆,也让人感受到冰雪运动带来的快乐。



经典形象再集结

这是继2019年《中国冰雪大扩列》宣传片后,上海美影厂再一次以经典动画角色集结的方式助力冬奥会。据不完全统计,第一季宣传片在去年意外迎来二度传播,多次登上微博热搜榜,相关话题阅读总量超10亿。“也有许多观众发声希望可以看见更多相关的作品。”上海美术电影制片厂副厂长李早说,“于是,上美影继续派出经典角色,演绎《中国冰雪大扩列(第二季)》。从萌生想法到制作完成总共经历了1年的时间,其间,国家体育总局冬季运动管理中心给予了非常多的专业指导。”

相比上一季,这则短片特别增加了“专业运动员”,带来真实的互动感和参与感;经典动画形象也从二维变身三维,科技感十足。不过,不变的是上美影以动画“带动三亿人参与冰雪运动”的初心,伴随着重新改编的《葫芦娃》同名主题曲,“冬奥啦,冬奥啦,相约北京等你啊,冰雪运动,玩成花”,齐天大圣向三亿人发出“一起向未来”的冰雪邀约。

雪孩子担当主角

短片中,雪孩子、小兔淘淘、大耳朵图图、孙悟空、哪吒、葫芦娃(大娃、二娃、三娃)等八个家喻户晓的上海美影厂经典角色悉数登场。而其中发出“冰雪集结号”的,正是雪孩子。比起孙悟空、葫芦娃,雪孩子叫人直呼“好久不见”,可以说是从“80后”“90后”记忆深处打捞出的柔软回忆。

早在上一季中,雪孩子的形象就已

经回归,只是藏身在一堆顶流动画明星里,并不算太显眼。“其实,雪孩子是诠释冰雪故事、冰雪主题再适合不过的‘主角’。”李早特别介绍,这一次雪孩子再度出镜,主创特别设计了一段与他的好朋友小兔淘淘的“共舞”,以呼应原动画里的美好桥段,致敬经典。短片里,憨态可掬的雪孩子身手不凡,不仅帮助人类冰雪运动爱好者攻克难关,还召集动漫伙伴与冰雪运动员同台切磋,彻底让观众感受了一把越野滑雪、冰球、冰壶等七大冰雪项目的“速度与激情”。

新尝试助力盛事

在两部宣传片之外,上美影还参与创作了动画大电影《我们的冬奥》。作为奥运史上首个吉祥物动画电影,《我们的冬奥》讲述了众多中国动画角色与2022年北京冬奥会吉祥物“冰墩墩”和冬残奥会吉祥物“雪容融”,围绕冬奥村开村仪式展开的关于团结、梦想、勇气和拼搏的多篇章故事,将于2022年2月19日上映。

“我们在电影中做了很多大胆尝试,期待能给观众带来惊喜。”李早说,两部宣传片加上一部电影,构成了上美影用动画形象助力、宣传冬奥的整体尝试,“希望通过这一系列经典角色‘破次元’的集结,能够让大家对冰雪运动产生兴趣、加深了解,在2022年北京冬奥会越来越临近的日子里,进一步点燃大众关注冰雪运动的热情,助力冰雪运动发展。更希望能宣传中国传统文化,弘扬中华体育精神,彰显大国风范与民族风采。”

首席记者 孙佳音

《中国冰雪大扩列(第二季)》上线

雪孩子葫芦娃喊你看冬奥啦



扫码看视频