

亚冬会见证中国越野滑雪加速发展



2月12日,中国队选手王强在冲线时庆祝。新华社记者 连振 摄

12日下午,随着中国队逆转日本队取得4X7.5公里接力赛金牌,本届亚冬会越野滑雪比赛落下帷幕。在越野滑雪六个小项的比赛中,中国队总计获得5金、2银、3铜,创造参加亚冬会以来最佳战绩。

从8年前札幌亚冬会只得1金,到如今哈尔滨亚冬会5金收官,中国越野滑雪队历经北京冬奥会等大赛的洗礼,综合实力得到进一步提升,已成为亚洲名副其实的强队。中国越野滑雪队领队王岩坦言,如此惊艳的成绩远远超出赛前预期。

“我们赛前的目标是1枚金牌。可以说,亚冬会见证了中国越野滑雪运动的加速发展。”王岩说,“正是国家各部门的重视和群众的支持,有力支撑了我们队伍的快速成长。”

3年前的北京冬奥会上,补充了不少新鲜血液的中国越野滑雪队首次实现全项目参赛,尽管在女子接力等比赛中让人眼前一亮,但综合实力依旧与欧美一众强队差距明显。让人欣喜的是,相比初登

冬奥赛场的青涩,三年间不断通过高水平比赛洗礼的巴亚尼·加林、迪妮格尔·衣拉木江等年轻队员,在本届亚冬会上无论是个人技术还是心理素质都进步显著,具备了在大赛中挑大梁的能力。

“这个赛季,我积极参加了不少国际赛事,这对我的竞技水平提升非常有帮助。”在拿到本届亚冬会女子5公里(自由技术)金牌后,巴亚尼说,“每一次参赛,都能让我更加清楚自己的短板所在,也让我在比赛中更加冷静。”

本届亚冬会上,中国女队的表现出色。她们在女子个人短距离(传统技术)、女子5公里(自由技术)比赛中先后包揽前三名,在4X5公里接力赛中也以领先亚军哈萨克斯坦队超过1分钟的绝对优势夺冠。

从上一个冬奥备赛周期以来,女子4X5公里接力都是中国女队的重点项目,姑娘们在北京冬奥会该项目比赛中获得第10名,刷新

了中国代表团在该项目的最佳成绩。随着这一批选手逐渐进入运动生涯黄金期,外界有理由相信在一年后的米兰冬奥会赛场,中国女队有望实现新的突破。

对中国队而言,最后一枚男子接力赛金牌可谓含金量十足。当日日本选手一改先前比赛风格,在开赛后就强势领滑时,新老结合的中国队并未慌乱,一直紧跟在对手身后,最终由最后一棒的老将王强超越日本名将山下阳晖,为中国越野滑雪队的亚冬会之旅画上完美句号。

在去年全冬会独揽5金后,王强时隔一年又在亚冬会上大放异彩,先后拿下个人短距离(传统技术)和团体接力两枚金牌。作为国家队助理教练的他,无论是在训练、比赛还是生活中,都已是年轻队友们的典范。如今,31岁的他依旧肩负着中国越野滑雪短距离项目的希望。

“越野滑雪是个很辛苦的项目,我们的队员都为此付出了巨大努力,我也希望他们能够得到全社会更多的认可和支持。”王强说。

在结束亚冬会征程不久后,中国越野滑雪队就将奔赴挪威,参加2月底举行的世锦赛,全力投入到争取米兰冬奥会参赛资格的征程中。

虽然中国越野滑雪进步不小,但也要清醒地认识到,亚洲级比赛和世界顶级赛事相比仍有差距。而无论是选材范围还是社会关注度,越野滑雪在中国相较于其他冬季项目来说,也依旧较为弱势。唯有久久为功,对标世界一流强队,坚持走出去、请进来,从扩大选材范围、坚持科学训练备赛等环节着力,才能在未来的国际赛场上实现新突破。

(据新华网)

今日上映

华语经典《花样年华》的产业含金量还在上升



(新华网)

由王家卫执导,张曼玉、梁朝伟主演,泽东电影有限公司制作的电影《花样年华》导演特别版将于2月14日正式公映。据悉,此次“导演特别版”是史上最长版本的全球首映,将会有未公开影像的全新露出。灯塔专业版数据显示,影片已连续5日位居待映影片预售日增榜榜首。

灯塔研究院《2025春节档市场洞察报告》显示,春节档电影总票房突破95.10亿,刷新影史春节档票房纪录。同时,人均观影人次、社交观影占比均有提升,市场增量激活。在“最强春节档”为全年电影市场带来的良好开局之下,《花样年华》《美国队长4》《星际变种》等一系列定档于2月14日的影片,将给电影观众持续带来类型多样的优质内容选择。

《花样年华》“导演特别版”由春光电影发行有限公司出品,中国电影集团公司进口,中国电影股份有限公司发行,中国电影股份有限公司译制,阿里影业协助推广。

影片选择只在影院放映,不登陆流媒体平台,力图“将电影还给大银幕”,为电影观众找回最初的电影仪式感。为完美呈现胶片画面的艺术魅力及王家卫的顶级东方美学,带观众沉浸式回到《花样年华》的世界中,影片每一个镜头都采用了4K高清修复技术;同时,新增的全新画面,也让“只在影院”的含金量变得更高。据阿里影业相关宣传、发行负责人介绍,《花样年华》将在2月14日推出仪式感拉满的“我愿意”特殊观影场,从预售表现来看,13:14、19:19、20:20等特殊放映时间场次受到观众热捧。

《花样年华》自2000年上映以来,影片横扫国内外各大电影节奖项,是王家卫获奖最多的一部作品,有超百万影迷在豆瓣打出了8.8的高分,是当之无愧的口碑佳作。此次导演特别版也是阿里影业旗下“好片尽在淘票票”内容厂牌在2025年推出的首部佳作。

跨越25年的时光,导演特别版的上映消息披露后,迅速与当下社会热点形成深度连结:导演王家卫以AI对话的形式透露了自己最早对于拍摄《花样年华》的构想,同时希望为观众提供一场“只在影院”的仪式感体验,“让电影回归影院”。片方与观众探讨的也仍是影片中鲜活的东方审美、社会变迁、极致的情感故事。华语经典《花样年华》再次证明了优秀艺术作品跨越时代的穿透力,连接过去、当下与未来的恒久魅力。

2025年春节档期间,中国电影市场观影人次达1.87亿,刷新历史纪录。如何以优质内容、创新消费形式将观众留在电影院,成为“最强春节档”留给中国电影人的长期命题。《花样年华》导演特别版的上映,不仅带来了一场与华语经典的重逢,“只在影院”的仪式感创新探索也令其产业价值含金量持续上升。

(据新华网)

《哪吒2》衍生品线上线下热销

票房突破90亿元。这部动画电影,不仅再次点燃了观众对国漫的热情,更带动了衍生品市场的消费热潮。

《哪吒2》的衍生品涵盖了潮玩、文具、食玩、出版物、毛绒产品、生活用品等多个大类,价格从几元到几百元不等。在上海的各大商场、店铺以及电商平台上,哪吒、敖丙等角色的周边产品随处可见,吸引了大量消费者争相购买。有网友感慨:“上海已经成为一座巨大的哪吒‘痛城’。”“痛城”一词源于日本“痛文化”,指的是动漫角色或文化元素被广泛应用到城市各个角落。

近日,有网友传言“《哪吒2》在上海南京路的百联ZX开了主题店”,经过实际探访,百联ZX并未开设相关门店,只是随处可见的《哪吒2》周边以及宣传海报、立牌造成了网友误会。商场一楼的万代魂旗舰店专门开辟了一块哪吒手办展示区,吸引许多观众前来打卡,店内的两套手办已经有一套卖断货了;二楼的中信书店提供电影官方设定集的预订服务;三楼中庭还有哪吒、敖丙的捏捏玩偶售卖。热销的《哪吒2》周边还有泡泡玛

特联名款盲盒。与百联一街之隔的泡泡玛特全球旗舰店二楼入口便展示了一套。不过目前店内的现货已经告罄,观众可以选择现场扫码预订、邮寄到家的服务。

另一个被传有“主题店”的凯德晶萃广场虽然暂未开店,但也是“哪吒”浓度颇高。在商场B2层,有与《哪吒2》联名的酸奶饮品店,购买饮品可以获得冰箱贴、帆布包等周边产品,还可以在店门前《哪吒2》主题的小推车拍照打卡,在收银台领取卡片收集印章。此外,还有森罗万象快闪店内售卖哪吒卡牌和捏捏玩偶。据店员介绍,此前上架的电影镭射票和亚克力摇摇乐“到货10分钟就被抢购一空”。森罗万象合作方、上海乐宜产品总监吴凯鹏介绍:“快闪店开了一个半月,《哪吒2》周边上架之后,人流量增加了40%。最初大家买卡牌是一包一包买,现在已经是一盒一盒买了。我们会在一到两周内补货,还会陆续有新的产品上架,增强店铺的《哪吒2》主题,也有开主题店的可能。”

线下屡屡断货,线上的火爆销售也不遑多让。塑料主义(FunCrazy)与《哪吒2》合作在线上

推出周边众筹项目,原本目标筹款10万元的项目,目前众筹金额已突破2500万元,敖光手办单款销量就超过两万件。而原本专注于番剧和游戏领域的众多动漫拆卡直播间,也纷纷将拆卡内容更换成集卡社和卡游分别推出的两款《哪吒2》卡牌,并同时推出了“叠叠乐”等促销玩法。与泡泡玛特联名推出的“天生羁绊”系列盲盒手办早早全线售罄,平均每天还有超过2万人在线搜索。在闲鱼等二手平台上,部分热门款盲盒甚至出现了溢价现象,如“牵手哪吒”与“牵手敖丙”盲盒溢价超过50%,隐藏款“敖丙版哪吒”价格高达200元以上。

《哪吒2》衍生品的热销不仅体现了电影本身的成功和消费者对国漫文化的热爱,也展示了衍生品市场的巨大潜力和发展前景。上海,作为一座二次元文化友好、二次元氛围浓厚的城市,更是抓住电影热映的时机,及时在线下推出各类联动活动、周边专柜,满足市民游客的文化消费需求。随着国漫的不断崛起和消费者消费习惯的形成,未来也需要更优秀的国漫衍生品设计,为消费者带来更多惊喜和选择。

(据新华网)