



逆转！绝杀！中国女足亚洲杯夺冠



2月6日，中国队球员唐佳丽(右二)在比赛中带球突破。 ■ 新华社发 贾韦德·达尔/摄

北京时间2月6日19点，2022女足亚洲杯决赛在印度新孟买帕提尔体育场举行，对阵双方为中国女足和韩国女足。

上半场战罢，中国队0比2落后韩国队。

下半场第66分钟，中国队左路发动进攻，19号张琳艳

晃过防守球员后起脚射门，皮球打在禁区内韩国队17号李永周的手臂上，主裁判判断判罚了点球。中国队18号唐佳丽主罚球门左路，韩国队门将金正美虽然碰到皮球但是仍然无法阻止入网，中国队扳回一球，1比2落后韩国队。

第72分钟，中国队前场中路斜塞到右路给18号唐佳

丽，后者人球分过下底传中，19号张琳艳高高跃起头球攻门，皮球硬是洞穿了金正美把守的大门，中国队顽强地将比分扳成2比2平。

第91分钟，韩国队前场左侧起球传中，8号姚伟解围时将皮球踢在自己身上又弹到23号孙华娟脚下，后者迎球抽射，皮球被门将朱钰神勇挡出，紧接着韩国队13号李金玟跟上补射，皮球又被3号王晓雪堵住“枪眼”。第93分钟，中国队组织进攻，18号唐佳丽直塞给王珊珊，后者转身塞身后，20号肖裕仪插上劲射远角入网，中国队3比2逆转韩国队。

最终，主裁判吹响了全场比赛结束的哨音，中国女足在90分钟内3比2逆转战胜了韩国女足，时隔16年再次夺得女足亚洲杯冠军，这也是中国女足队史上第九次夺得亚洲杯冠军。

中国女足上次亚洲杯夺冠还要追溯到2006年。近20年里，日韩女足迅速发展，加上加入亚足联的澳大利亚队，亚洲球队之间竞争加大，中国女足受到了更多挑战。

此役对手韩国队是中国女足的老对手，目前排名世界第18位、亚洲第4。而中国女足位列世界第19位、亚洲第5，总体实力相当。双方交手上，中国女足占据优势，近12场交手取得7胜3平2负。

两队最近的交手是在2021年东京奥运会预选赛附加赛上。中国女足先是客场2:1战胜对手，回到主场则是通过加时赛2:2顽强战平对手，最终以总比分4:3抢得一张宝贵的奥运门票。

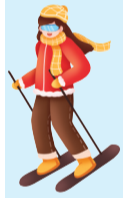
■ 综合新华社 新浪网

虎虎生风看新年——2022年春节假日观察

新年新春新气象，虎虎生风过大年。2022年春节7天假，从雪域高原到东海之滨，从白山黑水到岭南大地，中国大地迎新纳喜，尽展勃勃发展活力。

■ 据新华社

游·山河满眼春



大年初四，北京冬奥会如约开幕。佳节逢冬奥，冰雪游为这个假期增添了一抹跃动之美。

“身子往前倾，重心压低，脚要稳，放轻松……”在宁夏娅豪国际滑雪场，游客马莎在教练的指导下，从雪道缓缓滑下，穿行于银装素裹的冰雪世界。“身边很多朋友和我一样把滑雪列入春节必玩项目，以参与冰雪运动的方式亲身感受冬奥氛围。”马莎说。

娅豪国际滑雪场总经理王长河表示，借着冬奥的东风，滑雪场客流量持续增加，在严格落实好限量、预约等疫情防控措施的同时，春节期间，滑雪场每天接待人员超过1500人次，比平时周末增长近五成。

溜冰滑雪过大年，冰雪游“揽热”假期旅游市场。

飞猪数据显示，虎年春节冰雪旅游相关商品订单量同比增长超30%。其中“00后”的预订量同比增长超80%，远超其他年龄段。值得一提的是，客源地前十城市中，南方城市占据七席。

历添岁月，春满山河。虎年春节，品民俗、赏春景，人们在出游中追寻年味儿。

情浓最是团圆时，在北京工作的倪女士今年选择了“逆向团圆”，她将父母从河南老家接过来，一家人在京郊的民宿中过年。

“郊区到处都是窗花、灯笼，还能参与写对联、篝火夜话等年俗活动，体验到原汁原味的年味儿，氛围很喜庆、热闹。”倪女士说。

心怀“诗和远方”，不忘“眼前风景”。驴妈妈旅游网发布的《2022虎年春节出游总结报告》显示，2022年春节，更多游客在“家门口”发掘新乐趣，周边游、省内游成为主旋律。溜冰滑雪、泡温泉、夜游灯会、登高祈福……本地景区呈现一派繁荣景象。

酒店民宿已成为人们团聚的新场景。去哪儿大数据研究院的报告指出，在北京、上海、广州等地的春节酒店预订中，本地消费者占比均超过六成。其中，北京本地预订比例达到近八成。

根据文化和旅游部数据中心统计，春节假期前三天，全国国内旅游出游合计1.37亿人次，按可比口径恢复至2019年春节假日同期的71.5%。

购·年货更有范儿



虎年春联、红包、虎头帽销量大增，预制菜占据年夜饭“C位”，智能产品、进口美食继续扮靓年货购物车，冰雪类消费成春节购物热选……虎年春节的“买买买”，折射着新年消费的新特色，也成为新年俗的生动注脚。

某电商平台日前发布的虎年春节十大新年货中，洗地机、大厨预制年菜、滑雪服、低卡零食、虎头帽等商品榜上有名。更智能、更健康、更便捷、冰雪范儿十足成为今年年货的突出特色。

当冬奥会遇上春节，带有冰雪元素的消费热情也被点燃起来。在天猫平台，除夕至正月初四，滑雪装备销售额比去年同期增长超过180%，冰上运动相关品类销售额同比增长超300%。

受疫情等因素影响，越来越多人选择“就地过年”。无论人在哪里，团圆的心从未改变，一份份流动的年货传递着人们对亲朋好友的思念与祝福。自腊月初八启动持续至正月初七的2022年全国网上年

货节，进一步带动了网购年货的热潮。多个电商平台大数据显示，春节前后，发往异地订单的比例相比以往大幅攀升，跨省买年货趋势更加明显。

消费者的年货购物车里，升级、品质类商品和服务继续成为主角。天猫平台上，除夕到大年初四，绿色家电销售额同比增长超过110%。京东平台上，生活服务、当地玩乐、汽车服务成交额同比分别增长287%、206%、148%。

过年少不了吃的，年货新滋味也在悄然升级。进口的北极贝、面包蟹、奇异果、车厘子等生鲜成为网购“尖货”。天猫进口生鲜水果销售同比增长286%。

风靡吃货圈的美味小酥肉、原汁原味的老字号招牌菜……这些以前只能在特色餐厅里吃到的美味，如今通过预制菜的方式，越来越多地出现在春节家庭的餐桌上。京东平台上，网购年夜饭销量同比增长超170%。美团的全国年夜饭团购套餐订单量较去年同期翻倍增长。

玩·“福”到千万家



吃喝玩乐，是春节的永恒主题。春节期间，全家人看场电影，既是休闲选择，又具有家庭仪式感。

春节档多部各具特色的电影上映——抗美援朝题材电影《长津湖之水门桥》《狙击手》，动画电影《熊出没·重返地球》《喜羊羊与灰太狼之筐出未来》，喜剧电影《这个杀手不太冷静》等，给观众提供了丰富的视觉体验。据国家电影局统计，截至2月5日零时，2022年春节档总票房突破45亿元。其中，《长津湖之水门桥》成为春节档票房冠军。

锣鼓喧天喝彩阵阵，非遗让乡村更美丽。在河南焦作，“耍老虎”是节庆中必不可少的传统艺术。“耍老虎”这项民间艺术至今已有百年历史，2014年被列入第四批国家级非遗名录。”焦作虎舞传承人陈领说，作为农闲时村子里的娱乐项目，“耍老虎”的舞蹈动作

接地气、易掌握，村民都可以加入表演队“耍一耍”。

享文化盛宴，为精神充电。在山东曲阜，孔子博物馆推出“孔府过大年”主题展。展览按照“福寿康宁”进行专题阐释，让观众身临其境围观孔府在新年期间的吃穿用度，感受“天下第一家”的年俗氛围。

在辽宁，赏花灯、看非遗作品展，非凡热闹。这些展览中，除了虎的题材之外，冬季奥运会元素成了展览的“新宠”。

壬寅新春，苍穹璀璨。中国的航天员第一次在中国空间站里过大年。贴“福”字、写春联、吃饺子……忙得不亦乐乎“虎”……

天上明月千里共，人间春色九州同。这个假期，更具个性的消费方式、更有品质的年货采购，更有文化的过节民俗……让春节黄金周这扇窗口彰显出国人消费的韧性与潜力，展现出生龙活虎的万千气象、喜气洋洋的太平盛景。