

中国男足将以第五档身份参加世预赛亚洲区18强赛抽签

北京时间6月20日，国际足联公布男足最新世界排名，中国男足排名保持不变，依然为世界第88位、亚洲第13位，确定将以第五档身份参加世界杯预选赛亚洲区18强赛。阿根廷队高居世界第一，法国、比利时、巴西和英格兰分列第2至第5位。

对比上个月的世界排名，伊拉克取代沙特阿拉伯成为亚洲第6，约旦取代阿联酋成为亚洲第9。由于世界排名的变化，世预赛18强赛的抽签分档也随之发生变化，伊拉克升至第

二档，沙特阿拉伯降至第三档；约旦升至第三档，阿联酋降至第四档。

世预赛亚洲区18强赛抽签仪式将于北京时间6月27日在亚足联位于吉隆坡的总部进行，届时18支球队将被分为三个小组，每组6支球队，小组前两名将直接获得2026年世界杯的参赛资格。由于同档球队不会分在同组，这意味着除巴勒斯坦和吉尔吉斯斯坦外，其余15支球队都有可能成为国足在18强赛的对手。

羊城晚报记者 柴智

世预赛18强赛抽签分档 (括号内为世界排名)

- 一档：日本(17)、伊朗(20)、韩国(22)
- 二档：澳大利亚(23)、卡塔尔(35)、伊拉克(55)
- 三档：沙特阿拉伯(56)、乌兹别克斯坦(62)、约旦(68)
- 四档：阿联酋(69)、阿曼(76)、巴林(81)
- 五档：中国(88)、巴勒斯坦(95)、吉尔吉斯斯坦(101)
- 六档：朝鲜(110)、印度尼西亚(134)、科威特(137)

这届欧洲杯乌龙球大爆发?

科技进步、球速加快、战术细致等原因或许都是球员犯错的助推剂

2024年欧洲杯刚刚开始第二轮小组赛，15场比赛就已经出现多达5个乌龙球(攻破自家球门的进球)。上届欧洲杯也就是三年前的第16届欧洲杯，51场比赛出现11个乌龙球，已经创下历史之最，但本届欧洲杯迄今为止的场均乌龙球数量已超过上届。

在前15届欧洲杯比赛中，实际上总共只有9个乌龙球，比第16届欧洲杯还少两个。2016年第15届欧洲杯比赛中，出现3个乌龙球，同样创下历史之最。比赛用球越来越有科技含量，比赛节奏和球速越来越快，各支球队战术设计越来越细致，或许也是造成欧洲杯的乌龙球越来越多的原因。

在本届欧洲杯B组第二轮比赛中，阿尔巴尼亚以2比2逼平克罗地亚，阿尔巴尼亚中场贾苏拉在伤停补时最后时刻把比分扳平，而他此前攻入了一记乌龙球。

伤停补时第5分钟，贾苏拉起脚低射，格瓦迪奥尔打算飞身封堵，皮球从格瓦迪奥尔两腿间穿过后钻进球门死角，克罗地亚门将利瓦科维奇扑救不及。

对贾苏拉而言，能从自摆乌龙的打击中迅速调整过来，其实很不容易。第72分钟，贾苏拉替补出场，阿尔巴尼亚主帅西尔维尼奥希望他改变场上1比1的僵持局面，他却迅速为对手“立功”。第76分钟，布迪米尔左路倒三角回传，苏西奇跟进射门被阿尔巴尼亚队长吉姆西蒂封堵，皮球打在回传的贾苏拉脚上弹进球门，克罗地亚以2比1反超。

伤停补时最后时刻，贾苏拉完成自我救赎。他效力的达姆施塔特本赛季在德甲积分榜垫底，该队下赛季只能征战德乙，也许在欧洲杯的出色表现可以帮他找一家更好的俱乐部

效力。

本届欧洲杯第一个乌龙球出现在揭幕战，德国在4比0领先苏格兰时，中卫吕迪格准备头球解围却不慎自摆乌龙。德国在场上完全压倒苏格兰，也许吕迪格不希望德国门将诺伊尔太清闲。换作十年前的诺伊尔，也许能换吕迪格这记乌龙球破门出来，但现在年龄比德国主帅纳格尔斯曼还大的诺伊尔在飞不起来了。吕迪格自摆乌龙之后既有点蒙又有点无所谓的表情，成为这届欧洲杯的经典画面。

本届欧洲杯第一轮小组赛最后一场比赛也出现乌龙球，算是乌龙球在首轮比赛有始有终。在葡萄牙2比1逆转捷克的比赛，捷克中卫赫拉纳克既自摆乌龙帮助葡萄牙扳平比分，又为小孔塞桑的绝杀进球送上乌龙助攻。

羊城晚报记者 刘毅

巴黎奥运 前奏

袁也淳 窦泽成 获奥运高尔夫入场券

北京时间6月20日，国际奥委会公布巴黎奥运会男子高尔夫项目的60人名单，袁也淳、窦泽成将代表中国大陆出战。

8月1日至4日将在巴黎国家高尔夫俱乐部举行奥运高尔夫男子个人及团体赛，其中窦泽成特别幸运——以第59位的奥运资格排名获得个人职业生涯首次参加奥运会的机会——这已经是中国大陆球员第二次在奥运资格排名中以排倒数第二涉险获得奥运入场券。

奥运会为高尔夫项目提供男女各60个参赛名额，参照高尔夫世界排名及人数限制(世界排名前15位的球员首先获得奥运参赛资格，每个国家最多只能有4位球员参加奥运;15名之后的球员，世界排名靠前者优先获得奥运参赛资格，如果一个国家或地区没有大于或等于两位球员排在前15名，那么该国家或地区最多只能有2名选手获得资格)，换算出奥运资格排名，奥运资格排名前60位的球员获得奥运入场券。

巴黎奥运会男子高尔夫选

拔参考的是本周的最新世界排名，北京时间本周一结束的男子大满贯美国公开赛赛果对世界排名的影响巨大，在美国公开赛中大胜的美国人成为了巴黎奥运会选拔的最大赢家——斯科蒂·舍夫勒、赞德·谢奥菲勒、温德姆·克拉克和科林·森川一同跻身最新世界排名的前15位，美国男队成为巴黎奥运会高尔夫项目唯一一支4人满员参赛的球队。

说回中国大陆球员的奥运资格，上届东京奥运会前，吴阿顺世界排名在300位开外，换算为奥运资格排名在第59位至63位之间浮动，直到东京奥运会选拔截止日，吴阿顺才以世界排名第312位换算为奥运资格排名第59位，与第57位的袁也淳(当时世界排名第286位)一同代表中国大陆出战东京奥运会。今年巴黎奥运会，上半年世界排名第150位左右的袁也淳已经提前锁定了奥运资格，可是在中国大陆男球员中排第二的窦泽成世界排名又是在300位开外，而



袁也淳 图/视觉中国

且因为近期佳绩不多，名次还在下降。

直到国际奥委会公布名单，大家才松了口气，袁也淳世界排名第155位，换算为奥运资格排名为第41位；窦泽成世界排名

第338位，换算为奥运资格排名在60人中排第59位。如果这份名单没有变化，60人中有29人将首次参加奥运，包括幸运的窦泽成。

羊城晚报记者 梁劲松

替补出战0比3不敌日本队 中国女排结束世联赛之旅

2024年世界女排联赛四分之一决赛6月20日在泰国曼谷打响，张常宁领衔替补球员出战的中国女排以0比3不敌全主力出战的日本队，此次世界女排联赛之旅就此结束。

成功拿到巴黎奥运会门票以及四分之一决赛入场券后，中国女排兵分两路，主力球员返回漳州集训，张常宁带领替补球员前往泰国曼谷参加四分之一决赛。除了返回国内外的八名主力球员外，还有4+1名出征巴黎奥运会的球员将通过此次比赛选出，因此考察球员、锻炼队伍是中国队此次参赛的目的。日本队则全主力出战，她们在分站赛中排名第五，排在中国队之后。

中国队派出主攻张常宁、庄宇珊，副攻杨涵玉、高意，二传丁霞，接应二传郑益昕，自由人倪非凡的首发阵容。阵容磨合时间不够的中国队开局略显凌乱，

虽有张常宁和丁霞两名老将压阵，但主攻一传的张常宁，庄宇珊和倪非凡均不够稳定，开局便以2比7落后。其后虽凭借更胜一筹的拦网一度追平比分，但以古贺纱理那为进攻核心的日本队在关键分的把握上更胜一筹，中国队以21比25先负一局。

次局中国队依然败在一传上，中国队一度以15比11领先，但石川真佑的发球轮连得两分，日本队吹响反攻号角，中国队一攻和防反都出现回落。中国队再次以21比25输球。一传不稳之下，前两局中国球员的进攻成功率均不高，除了杨涵玉的8扣6中较为亮眼外，高意7扣2中，张常宁17扣3中，郑益昕12扣2中，庄宇珊23扣8中，数据都不好看。

中国队在第三局和日本队展开缠斗，开局落后的中国队依靠丁霞的发球、拦网和张常宁的发球帮助中国队以12比11反超比分，其后又被日本队反超。局末中国队先是依靠两分拦网以及张常宁的四号位强攻，将比分反超为21比20，但被日本队抓住二号位拦网高度不平衡的缺陷连连得分，日本队以25比22拿下比赛。

整场比赛中国队进攻31比47被日本队拉开差距，拦网10比5成为唯一亮点，发球4比7也不如对手。中国队此役主动得分能力不强，一传不稳。主攻位置庄宇珊和张常宁分别拿下12分和11分，两名副攻杨涵玉和高意分获9分和6分，但接应二传位置得分能力偏弱，郑益昕仅得4分。

由此，中国女排结束了此次世界女排联赛的全部征程，巴黎奥运会前再无国际比赛的历练机会。羊城晚报记者 苏苻

直击 第26届上海国际电影节

大档期电影扎堆，平日里新片不足，片方喊着“片子没人看”，观众却抱怨“影院没啥看”……这些现象正在成为中国电影市场发展道路上的绊脚石。

2023年8月，中宣部电影局常务副局长毛羽指出：“传统的全院线统一发行方式已不适应广大观众日益个性化的观影需求和多样化的创作格局，必须在分众化、分线型的差异化发行放映模式上实现突破。”

在第26届上海国际电影节举行的“电影发行新生态”论坛上，著名导演贾樟柯等业内人士及专家学者就如何实现多元化影片的常态化供给、有针对性地制定营销策略、科学合理排布大小档期等话题展开探讨，并给出自己的“药方”。

A 问题 银幕多，上映影片少，部分影院面临“空转”

贾樟柯认为，目前中国电影市场处于供给不足的状态。为此，他给出一组数据。2023年，中国内地影院1.4万家，银幕8.6万块，总共上映了506部影片。与此同时，700多万人口的中国香港，63家影院共306块银幕却上映了267部影片，上映影片的数量超过中国内地市场的一半。此外，日本去年的3600块银幕，共上映了1232部影片。“我们去年拍摄了900多部影片，即便全部进入市场，仍然不及去年日本放映的数量。”贾樟柯反问，“我们的银幕数量占有绝对优势，但是这8万多块银幕有没有激发

出足够的潜力，给中国整体电影产业赋能?”

中国艺术研究院教授支菲娜指出，目前中国电影市场在档期“集中堆高”，平日却“门可罗雀”。随着放映场次的不断增长，部分影院面临“空转”问题。跟短视频和长视频相比，大银幕电影对于大众闲暇时间的竞争力也严重不足。她给出数据：人们每天在短视频上停留的平均时间是151分钟，长视频113分钟；如果按照中国每年观影人次12.99亿、每部影片2个小时计算，平均每天每人看影院的时间不到0.3分钟。

如何以差异化发行「加热」中国电影市场?



贾樟柯



祁海



支菲娜



吴飞跃



聂博睿

B 对策 ①增加供给 让国际影片和影展影片进入市场

贾樟柯认为，除了中国导演要拍摄更多适合市场的影片，扩大国际影片的上映规模也是解决市场供给不足的关键。他举例，他在做平遥国际影展的时候，看中的很多国际影片都被中国的销售公司买下。但最终，这些影片只有很少一部分进入了电影市场——其他的或被流媒体吸纳，或最终没有出路。贾樟柯说，这些影片中，有不少都是现象级的艺术电影，“但是很可惜，它们没能出现在那些闲置的银幕上”。此外，包括上海国际电影节在内的国际级影展，每年都会放映数百部影片，“但这些影片却只能在电影节上放映三四场，有点浪费资源”。

贾樟柯认为，国际影片和影展影片的加入，能显著提升市场的丰富性，“日本一年一千多部影片，不可能都是本土产的”。此外，他认为外来片源的加入也能提升中国市场的文化影响力，“各国各种优质的电影资源包括人才，都会向大的市场倾斜”。

②多轮次发行 低成本电影也能以一当十

广东省电影行业协会副会长、广州青宫电影城策划总监祁海是华南地区的资深发行人士。近年来，他在青宫电影城创建了“国产小片高产试验田”，打造出这一全国著名的模范影院，同时支持了许多中小冷门影片的发行。

当天，祁海以2018年上映的潮汕方言电影《爸，我一定行》为例，证明低成本电影若能精耕细作，也能在市场上以一当十。他透露，该片制作成本500万元，最终收获全国票房4700万元，其中4000万元来自6个潮汕人聚居的城市。相比一些所谓全国上映，但最终票房只有几万元的低成本电影，《爸，我一定行》可谓大丰收。

多轮次发行，也是祁海常用的工作方法。“多年来，许多儿童片的首映档期只限于六一儿童节前后那两三天，但它们的放映‘生

③精细化发行 以观众熟悉的方式解释电影

他山之石，可以攻玉。Heylight国际电影发行公司合伙人聂博睿，当天以《封神第一部：朝歌风云》在法国的放映为例，分享如何进行精细化发行。

《封神第一部：朝歌风云》的类型，在法国的市场并不常见。在那里，商业大片多数来自美国。因此在发行时，Heylight的发行人员通过各种方式告诉观众，中国的商业大片不输美国：“我们知道法国观众有点看腻了漫威，想要寻找一部不同寻常的商业大片，所以我们就向观众解释，这部电影的制作质量比漫威电影还要好。”此外，因为法国观众不熟悉影片中的演员，所以他们在海报中更多地引用动物角色。法国观众希望看到电影里有坚强的女性形象，而且如今很大程度上由女性决定两夫妇看什么电影，因此影片的预告片着重展示了狐狸精的画面。

这样做的效果很显著。聂博睿表示，最初的两场点映，至少60%的观众都是法国人，而不是他们一开始所预期的华人观众。他透露，该片制作成本500万元，最终收获全国票房4700万元，其中4000万元来自6个潮汕人聚居的城市。相比一些所谓全国上映，但最终票房只有几万元的低成本电影，《爸，我一定行》可谓大丰收。

④识别观众 源源不断地为他们提供合适题材

大象点映创始人吴飞跃认为，如今电影行业的任务，是想把观众从短视频、长视频、微短剧那端“拔”过来：“我们要争取每一个观众，不光是商业大片观众。如果你嫌弃看纪录片或文艺片的人群太少，那今天你爱搭不理，明天你就高攀不起。”

吴飞跃认为，差异化发行的重点，在于看清每一位观众的面貌，“如果你根本不清楚他们的需求，你就不可能把他们拉过来”。他认为，影院在积累观众方面，其实有天然优势：“在很多行业里，用户的获取成本是很高的。但我们做了一部纪录片，一个观众来了，再放一部纪录片，这位观众又来了，你的获客成本其实是零。但我们往往不珍惜，来就来了，走就走了，也不知道人家在哪里、下次什么时候再来。”他认为，必须通过各种方式识别观众、留下观众、运营观众，“然后源源不断地给他们提供合适的题材”。

吴飞跃还提出，观影习惯可以人为培养。“比如周一做纪录片，周二做文艺片，周三做美国的电影日，周四做经典电影日……用这些办法解放片源，并且把更多的观众吸引回来。”

⑤营销策划 影院要有定位，有标签

祁海指出，要做好差异化发行，一支优秀的营销策划队伍是非常重要的。而鼓励更多有见识的人才进入这个领域，就必须要有建立一个奖励制度。与此同时，必须调动发行人员的积极性，“只要他们想到办法，电影就能找到出路”。

支菲娜也认为，建立一支优秀的营销策划队伍非常重要。“我每年会到全国各地至少50家影院调研，发现多数影院没有市场部，只有卖票的和检票的。”这令她感到忧虑，因为不少影院行业的从业者最初从快消品行业转行而来，既不了解电影，也不了解电影观众，因此他们大多只能按照院线的统一排片来走，“活就一起活，‘死’就一起‘死’”。

支菲娜认为，每家影院都必须有自己的定位，打出自己的标签，“如果每家影院做的都是‘预制菜’，那观众为什么非要来你家吃”。



论坛现场