

“点球”绝杀！ 晋级有望！ 中国女冰力克日本队

新华社北京2月6日电(记者马锴、林德韧、刘金辉)首节落后、末节扳平、“点球”绝杀！中国女冰在6日的北京冬奥会女子冰球小组赛2:1力克日本队，目前3战2胜的中国队晋级八强有望。

决定胜局的一球发生在类似足球点球的射门比赛第四轮，中国球员米勒带球左右摆动，在日本门将迟疑的瞬间挑射死角得手。随后，在球场另一端，门将周嘉鹰堵住了日本队的最后一次点球射门，为中国队锁定胜局。中国队在点球大战中1:0力克对手。

根据冰球比赛规则，两队常规时间战平后，先进行4人制加时赛，率先进球的一方直接获胜；若加时赛双方均未进球，则进行5轮的射门比赛。冰球射门比赛类似足球点球大战，由进攻球员与门将一对一较量，不同的是冰球球员要从中场处带球射门。

就国际冰球联合会的实力排名来看，排在第20位的中国队胜算并不大。日本女冰注重整体配合，球员滑行速度快、转向灵活、门前补板积极，虽身体对抗能力较弱，但仍排在第六位，是前10名中唯一的亚洲球队。

比赛开场，中国姑娘在身体对抗上给对方很大压力，日本队球员几次出现球杆脱手。尽管快速、灵活的进攻优势没能显现，但日本队的门前防守滴水不漏。中国队几次颇具威胁的射门或被对方门将没收，或被防守球员破坏。

开场9分钟的一次争抢中，中国球员张梦



2月6日，中国队球员庆祝胜利。当日，在冬奥会女子冰球小组赛中，中国队以2比1战胜日本队。本组图片 新华社记者 李尢 摄

莹不慎被队友丽贝卡撞到支撑腿，被医护人员用担架车送出场外接受治疗。

上一场比赛之后，中国女冰队长于柏巍表示，与日本对阵要注意减少犯规，避免陷入以少打多的被动局面。本场比赛，中国队的丢球正发生在这样的情况下。首节末段，中国球员丽贝卡在守区与日本球员争抢，后者倒地。丽贝卡被判违规冲撞，被罚离场2分钟。第18分钟，人数占优的日本队多次转移球，撕开中国队防守，由8号突破挑射球门上角得分。

落后1分的中国队加强了进攻，第二节明显占据了场上主动，甚至一度形成围攻之势，单节有效射门数比对手高出4次。日本队防守稳健，时不时还有极具威胁的反击，使得中国队0:1落后的局面持续了23分钟之久。

第三节开始仅1分6秒，丽贝卡中路远射，冰球被日本球员球杆折射改变线路，日本门将来不及反应将球漏过，边路包抄的胡宝珍

门前补射扳平比分。此后，两队互有攻防但均无建树，常规时间1:1战平，进入加时赛。

冰球比赛加时赛规定，在5分钟的时间里，先进球的一方直接胜出，且包括门将在内，两队均只能派4名球员登场。加时赛2分45秒，中国球员在对抗中滑倒将冰球撞进对方球门，裁判观看回放认为进攻球员与日本队门将将有身体接触，判定进球无效，中国队错失制胜“金球”。

加时赛战平后，两队进入残酷的点球大战。与足球相比，冰球点球得分难度要高得多。前三轮，双方门将均成功扑救，直到第四轮米勒为中国队打破僵局。

根据北京冬奥会女子冰球赛制，B组的中国队、日本队、捷克队、瑞典队和丹麦队将争夺3个八强席位。本场战罢，中国队积5分暂列小组第三，握有晋级主动，她们将在7日迎战此前两场皆负的瑞典队。



“一墩难求”？发言人回应： 会源源不断供货 也别忘了雪容融哦

新华社北京2月6日电(记者姬烨、董意行)北京冬奥会吉祥物“冰墩墩”近日引爆购买潮，导致“一墩难求”。北京冬奥组委回应说，已和各生产企业进行了沟通，采取积极措施推进产品生产，将会有产品源源不断供应到市场，同时也提示大家，“不要忘记(北京冬残奥会吉祥物)雪容融哦”。

在冬奥闭环里，冬奥特许商店门前总是排起长龙，全球各地人士竞相购买冬奥吉祥物等特许商品。而在冬奥闭环外，冬奥特许商店排队的顾客也是一眼望不到尽头。

“这两天也有朋友问我，去哪里可以买到‘冰墩墩’？我想这从一个侧面体现了广大民众对北京冬奥会的关注，是‘带动三亿人参与冰雪运动’的成果在特许产品方面的体现。”在6日的新闻发布会上，北京冬奥组委新闻发言人赵卫东说。

国际奥委会奥运会部执行主任杜比也希望能拥有一个冰墩墩。他说：“‘冰墩墩’很可爱幽默，充满了正能量，我希望也能有一个，更希望全世界青少年都能有一个。”

赵卫东说，对于“一墩难求”的问题，北京冬奥组委正在抓紧协调，加大供应。“另外



我们也想提醒大家，除了关注冰墩墩之外，还要关注雪容融哦。”

北京冬奥组委市场开发部部长朴学东介绍说，由于需求的集中爆发，加上各工厂的工人师傅还在春节假期，目前出现了部分产品，特别是冰墩墩特许商品暂时不容易买到的情况，北京冬奥组委市场开发部高度重视，已和各生产企业进行了沟通，待工厂开工后，采取积极措施推进产品生产，将会有产品源源不断供应到市场。

朴学东说，天猫奥林匹克官方旗舰店，每天均会有部分冰墩墩产品上架销售，同时，还会预售部分款式的冰墩墩产品，并将推出春节纪念款冰墩墩，很快会在天猫旗舰店进行预售，欢迎大家选购。

“北京2022官方特许商品零售店等零售店，将采取限购措施，以使更多人近期能够买到吉祥物特许商品。”朴学东说，“北京冬奥组委已经推出16个大类、5000余款特许商品，这些特许商品同样值得广大消费者关注。同时，北京冬奥会的特许商品，将至少持续销售到今年6月底，可以满足广大消费者的需要。”