

国际足联最新排名 中国队下滑11位

据新华社北京2月4日电 国际足联官方网站4日公布了最新一期的世界排名,中国男足位列第93位,相比上月排名下滑了11位。

进入2016年以来,尚无国家队层面的国际赛事开打,前18名球队排名未发生任何变化,比利时队依然占据榜首,身后是阿根廷和西班牙队,世界冠军德国队位居第四。

排名变化最大的三支球队均来自亚足联:巴勒斯坦队上升21位,排名第110;沙特队上升20位,排名第55;朝鲜队上升18位,排名第95。

亚足联成员中,伊朗队排名最高,位居第44位。

青岛中能 公益捐赠2016赛季门票收入

据新华社青岛2月4日电 青岛中能足球俱乐部“东家”4日发起成立“爱青岛”体育公益基金,并决定将俱乐部2016年全部门票收入捐赠给这个基金,资助体育公益项目和公益性体育设施建设等。

这一体育公益基金源于对一名患病教练的捐助。青岛体育运动学校田径教练闫青山今年30岁,2012年8月被评为国家二级教练。然而,腿部恶性肿瘤让他被迫放弃了心爱的田径事业,接踵而至的两次手术及化疗不但拖垮了闫青山的身体,巨额医疗费更让他的家庭不堪重负。

得知这一消息后,青岛中能集团和闫青山及其家人取得联系,董事长乔伟光捐助5万元,青岛中能俱乐部也正在组织内部捐款,在昆明冬训的一线队员则在微博上转发了对闫青山的募捐倡议,并呼吁社会各界关注体育公益。

青岛中能足球俱乐部新闻发言人黄建说,这一行动引发较大社会反响,市民通过不同方式表达对闫青山和体育公益事业的支持。在此情况下,青岛中能集团决定发起“爱青岛”体育公益基金,并决定把中能俱乐部2016年全部门票收入捐赠给这个基金。

《班淑传奇》央视年初一开播

□记者 陈巨慧 报道

本报讯 由景甜主演的古装电视剧《班淑传奇》,将于2月8日大年初一晚登陆中央电视台第八频道贺岁开播。久负电视荧屏的景甜化身性格古灵精怪、敢爱敢恨的东汉“麻辣鲜师”班淑,风风火火闯进东汉皇宫。她不仅与公主学生们打成一片,上演一幕幕宫斗大戏,还会历经重重的磨难,冲破情感纠葛,最终在事业与感情的双重历练中得到成长,终成一代传奇女傅。

德容加盟洛杉矶银河队

据新华社洛杉矶2月3日电 美国职业足球大联盟的洛杉矶银河队3日官方宣布,来自荷兰的中场球员德容正式加盟该队。

1日,意甲AC米兰队宣布与德容解约,当时有消息称这名荷兰中场即将远赴美国转投洛杉矶银河队。果然,两天之后洛杉矶银河队就官方宣布了德容加盟的消息。

银河队主教练阿雷纳斯表示:“德容是一名经验丰富的中场球员,他可以让身边的队友变得更好,他的到来能全面提升我们球队的实力。”

现年31岁的德容曾先后效力于荷甲阿贾克斯队、德甲汉堡队及英超曼城队。他职业生涯的上一站是意甲的AC米兰队,在“红黑军团”效力的3个多赛季里,他出场79次,打入6球。此外,德容还作为主力球员跟随荷兰国家队闯进了2010年南非世界杯决赛。

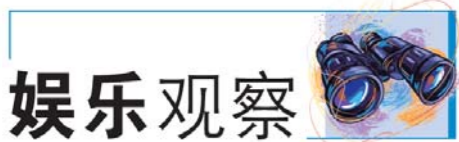


□新华社发

当地时间2月3日,在2015-2016赛季NBA常规赛中,达拉斯小牛队主场以90比93不敌迈阿密热火队。图为热火队球员韦德(右)在比赛中进攻。

古装剧卷土重来 再度火爆荧屏

IP改编盛行的冰与火



□ 本报记者 陈巨慧 实习生 刘依

2011年,由《宫》系列引领的穿越题材古装剧热潮,近年来逐渐式微甚至落入窠臼与僵局之势。2015年下半年起,古装剧却重焕生机,再度称霸荧屏。纵观热播的国产古装剧,无一例外,均是IP(知识产权)剧,即对一个故事核进行的再创作。古装IP剧的火爆,究竟是喜是忧呢?

古装IP剧火爆 获市场认可

2015年暑假,古装剧《花千骨》横扫荧屏,这部改编自fresh果果同名小说的电视剧,讲述了少女花千骨与长留上仙白子画之间的纯爱虐恋,全网播放量破百亿,微博讨论量达7000万。

紧接着,改编自桐华长篇小说《云中歌》的古装剧《大汉情缘之云中歌》开播,讲述绿衫女孩云歌与公子孟珏、汉昭帝刘弗陵之间发生的传奇爱情故事。该剧开播后收视率稳中有升,11月17日单日网络播放量高达2.2亿,刷新单日播放量纪录。

改编自海宴所著同名小说的电视剧《琅琊榜》,讲述了“麒麟才子”梅长苏平反冤案、扶持明君、振兴山河的复仇传奇。该剧一反古装剧“收视与吐槽齐飞”的常态,收获无数好评和赞誉,网友甘做“自来水”向更多人“安利”此剧,更被业内内外人士称之为“良心之作”。在登陆台湾地区 and 韩国后,《琅琊榜》进一步“吸粉”,微博话题讨论热度持续不减。

备受关注的古装剧《芈月传》,讲述了中国历史上第一个女政治家芈月极为曲折传奇的一生。这部剧卫视最高收视率单台达4.15%,乐视、腾讯两家视频网站的网络点击总量接近200亿,创下本年度国产电视剧最好成绩。尽管出自名导郑晓龙之手,但它同样为一部IP剧,原型为作家蒋胜男撰写的同名小说。国产网络文学走向“线下”,在电视荧屏上尽情地“火了一把”。

“自带粉丝”轻松赢得高收视

古装IP剧之所以获得如此的火爆场面,究

其原因主要有两个方面。首先,文学原著通常本身便具有强大的粉丝基础,他们也会自然而然地对其改编而成电视剧抱有关注和期待,这样一来,IP被改编成的电视剧前就已经具备了超高人气,目标受众的情感共鸣度高,互动的欲望也更强烈。广泛的受众和高关注度让电视剧未播先火,并在播出过程中讨论热度不断攀升。

另一方面,在新媒体时代,这种低成本轻松转换粉丝群体,从而获得高收视率、高点击量的方式,让更多制作方注意到其背后隐藏的巨大商业价值,IP成为了各方争相哄抢的香饽饽。业内人士表示,眼下,影视产品市场讲究“开门红”,愈来愈要求所谓的“早期优势”,也就是说,你的戏还未开播,气势足,观众买单,收视率就能走红。换言之,能将“粉丝经济”运用到恰到好处,便能获得巨大的经济效益和市场成功。

IP繁荣背后隐患重重

古装IP剧繁荣的背后,也同时存在着不少“乱象”,诸如雷同题材扎堆,改编有一定难度,原创生产力下降,甚至版权纠纷层出不穷。影视剧作品如过度依赖于对文学作品的改编,或将导致原创剧本生产力下降和投资方对其热情减退。有职业编剧认为,IP的火爆影响了原创编剧的权益,他们在这场资本的追逐中,生存空间变得更为狭小。

在对“大IP”的影视改编中,也存在很多禁区,有的题材并不好改编,往往叫这个名字,但其实是另外一个东西;有些作品改编后可能会失去原有的风采,改变其本身的思想内涵。电视剧《悬崖》《雪狼》的编剧全勇先就曾对IP火爆的现象发表自己的观点,他认为,“大IP的兴起,跟原创的萎缩有一定关系,职业编剧应该坚持自己。”

此外,古装IP剧大多存在题材扎堆的问题,不论是古装爱情玄幻剧《花千骨》,还是融合了宫斗、爱情元素的古装传奇巨制《芈月传》,以及刚刚开播的清宫纯爱古装剧《寂寞空庭春欲晚》,都是老生常谈的爱情题材。著名编剧高满堂在谈到这个问题时认为,电视剧的同质化已经到了无法容忍的程度,“现在市场搞得大家怎么省事怎么来,一个IP火了,大家就认为这是捷径。”IP运营机构猫片执行董事王裕仁也在接受采访时谈到,IP辨识度不高,是一个很严重的乱象,题材扎堆,都是言情、宫斗、穿越、仙侠,真正具有辨识度的作品很少。

如何将“IP”运作得恰如其分,将社会效益与经济效益相统一,电视剧人任重道远。



CBA常规赛收官战 山东高速客场对阵八一队

就算没有奇迹 也要善始善终



□ 本报记者 王磊

2月5日晚,CBA常规赛将上演收官战,山东高速男篮将在客场对阵八一队。由于上一场不敌广厦队,高速男篮已经在季后赛中丢掉主场优势。此役,即便高速男篮战胜八一队,也很难夺回主场优势。

高速男篮如今的尴尬局面,只能归罪于自己的大意。与广厦队一战,不仅会改变高速男篮的排名,也会影响季后赛的主场优势。然而,在这场绝不能输的比赛中,高速男篮却掉

了链子,防守漏洞百出,让广厦队内外线全面开花。若不是杰特神奇的59分,高速男篮很有可能遭遇一场惨败。

高速男篮输球,也给了广东队后来居上的机会,他们击败佛山队后,胜率追平高速男篮,因为相互战绩占优,广东队超越高速男篮上升到第四名位置,而高速男篮下滑到第五名。由于高速男篮在与广厦队的相互战绩中小分占优,因而不管最后一轮如何,高速男篮已经提前锁定第五名。这也意味着高速男篮季后赛的对手将锁定是广东队。

最后一轮比赛,高速男篮对阵八一队,广东队对阵福建队。从实力上来讲,高速男篮和广东队双双赢球都没有太大悬念,双方的最终排名很有可能维持现在的状态,高速男篮也有可能丧失主场优势。但比赛没有结束前,谁也无法下定论。高速男篮只要做好自己,赢下

这赢的比赛,即便没有出现惊喜,也可以无怨无悔。

高速男篮与八一队有过49次交手记录,高速男篮以30胜19负占据优势。其中,在最近四个赛季,高速男篮7次与八一队交手,赢下了其中6场,输球的那场比赛,八一队还有王治郅坐镇。本赛季首回合交锋,高速男篮主场105:81轻松击败对手。

如今再战,八一队已经提前无缘季后赛,此番主场作战,唯一的动力就是为荣誉而战;高速男篮情况则不同,既要全力争胜,又要努力地磨合阵容。由于吴轲被禁赛11场,高速男篮在内线还将继续遭遇考验。最近3场比赛,高速男篮输了2场,内线防守已经成为高速男篮的隐患。

吴轲缺阵,本来给了曹振华、李林更多的表现机会,但是与吴轲相比,两人在防守端给球队

的支援并不够。为了弥补吴轲缺阵带来的影响,比斯利屡屡冲到篮下与对手贴身肉搏,但由于比斯利的状态不佳,不仅没有给高速男篮的篮下带来支援,还让球队丢了一柄进攻利器。

其实,吴轲的缺阵,并不可怕,可怕的是球队军心涣散。与广厦队一战,高速男篮的球员都像丢了魂一样,面对对手超高的命中率,面对巨大的分差,很多球员早早地放弃了比赛,外线防守形同虚设。若不是杰特最后一节的发威,高速男篮通过一个赛季才积累起来的心气,恐怕就被这一场比赛给打没了。

季后赛马上来临,高速男篮必须尽早找回胜利者的姿态。犹记得常规赛首轮,高速男篮客场擒下广东队,为这个赛季开了个好头。如今面临常规赛收官战,高速男篮也要做到善始善终,以胜利者姿态再次去面对广东队。不为别的,只为一种心理优越感。

青啤“金猴”全球闹春 中国“酒香”溢满五洲

□白晓

近日,一只来自中国的“金猴”正在国内外的社交网站被刷屏,这就是青岛啤酒刚推出的“金猴献瑞版”系列产品,被网友戏称为“青啤‘金猴’全球闹春”。

来自纽约的怀恩率先在他的Twitter上发布了这组产品的“谍照”,是他刚刚从超市买到的。“喝青岛啤酒,你将了解更多的中国”,他在Twitter上写道。这条信息一经发布,短时间内就被转发和评论,有网友跟贴道:“这只猴子,和青岛啤酒的口感一样酷。”

与此同时,美国纽约时代广场,这只脚踩金色祥云,身穿金色铠甲,手持金箍棒,酷感十足的“金猴”化身中国文化载体,继马年、羊年春节之后,三度登上这个璀璨的世界舞台,并以一句“TSINGTAO BEER WISHES THE WORLD A HAPPY CHINESE NEW YEAR”向全球消费者恭贺新春。让中国传统文化伴随青岛啤酒品牌的魅力溢满五洲,向世界展示不一样的中国。

青啤“金猴” 向世界传递中国“年味儿”



◀青岛啤酒登上纽约时代广场

老外眼中的“中国年”到底是什么味? 喧天的锣鼓、威武的舞狮队、欢快的舞蹈、传统曲艺,还有各种各样香味俱全的中国美食?也许这些都是。但在有些人看来:所谓中国年,就是一杯青岛啤酒的味道。

如果说美国有超人、钢铁侠,“美猴王”可谓中国的“侠”之大者,如今,作为中国传统文化的符号之一,伴随着青岛啤酒等中国品牌走出

国门。在美国市场,这只猴子手拿金箍棒,金光闪闪被称为“金刚猴”;在英国市场,这只猴子腾云驾雾,动感十足被称为“绅士猴”;在欧洲其它市场,这只猴子与中国京剧脸谱结合,头顶青岛啤酒logo的紧箍,化身“国粹猴”。“这是青岛啤酒为不同国家定制的春节特别款,所有设计元素都充分体现中国传统文化意蕴,让外国人充分了解中国的生肖和文化。”青岛啤酒海外市

场负责人表示。

“在国外成熟的啤酒市场,青岛啤酒能进入主流市场,靠的就是具有差异化的口感和中国文化的独特魅力。”青岛啤酒相关负责人表示。特别是近20年来,青岛啤酒推出的“生肖”产品备受欢迎。美国当地年轻人开始热衷于收藏十二生肖的青岛啤酒,怀恩就是其中之一。“我有蛇版、马版、羊版,当然还有今年青岛啤酒猴版,他们有很吉祥的中国名字,跟我们讲的星座一样有趣。”怀恩说。

怀恩只是青岛啤酒海外粉丝的一个缩影。青岛啤酒为了迎合这种消费心理,除每年推出“生肖版”产品外,还用八仙过海的故事在海外做市场推广,产品上带有喜庆的“中国结”。在韩国地铁站,国宝熊猫正在畅饮青岛啤酒;销往加拿大的产品,采用中国风“青花瓷”的罐身设计等,俘获了一大批美国、法国、英国、意大利等地年轻消费者的青睐和点赞。

用高品质 为中国赢得“舌尖”点赞

随着越来越多的中国品牌走向国门,展示“中国质造”的风采,中国企业也将传播推广

中国传统文化作为自身使命,青岛啤酒便是其中之一,正在通过产品和品牌文化,向世界展示中国和中国品牌的创新和变革。

的确,无论是世界地标不断闪现的青岛啤酒身影,还是国际范儿、中国味儿十足的过硬产品,青岛啤酒远销90多个国家和地区,得到全球众多消费者的舌尖点赞,再一次验证了,“高品质”是全球品牌锻造的基础课。

透过不断创新升级的产品,不断更新时尚的品牌文化,“青岛啤酒正在用一种更现代、时尚的方式,让我对中国的印象不再是传统和刻板,就和他们的啤酒一样带劲儿。”怀恩说:“我们也有很多很好的啤酒厂,但我觉得青岛啤酒味道清爽,口感非常棒,所以我们喜欢喝青岛啤酒,更喜欢青岛啤酒上的中国元素。”

海外市场数据显示,2015年在全球啤酒市场整体增长下滑的趋势中,青岛啤酒在亚太市场,实现了销量同比增长53%;在北政市场,销量同比增长26%。

产品走出去,品牌走出去,文化走出去。中国产品、中国品牌是中国文化对外传播的重要载体之一,随着更多的中国品牌走出去,中国文化将在世界各地展示其独特的魅力。