

虽败无憾,郑钦文下一个冠军在路上



郑钦文(右)与高芙在颁奖仪式上合影 新华社发

赛事决赛、中网晋级四强、摘下WTA500东京站和WTA250帕勒莫站冠军……

赛季收官,郑钦文在全年一共闯入了6项决赛,囊括了从巡回赛各个级别到大满贯、奥运会、年终总决赛,最终捧得了3冠3亚的出色成绩。

由此,她将自己年终的世界排名锁定在了第5名,创造个人新高的同时也成为亚洲女单第一,并且离身前的鲍里妮仅有4分的差距。

凭借着50胜18负的赛季战绩,郑钦文成为公开赛年代以来首位单赛季取得巡回赛50胜的中国选手。而她年终总决赛亚军的成绩,也追平了由李娜创造的该项赛事中国选手最好成绩。

值得一提的是,李娜在2011年和2012年参加年终总决赛都是止步小组赛,2013年成功闯进决赛。而郑钦文则是在自己的第一次年终总决赛之旅中就斩获亚军。

对于还只有22岁的郑钦文来说,她的未来还有巨大的想象空间。虽然这一次未能夺冠,但这位中国金花愿意积极地看向未来。

“这是我的第一次年终总决赛,我还有很多地方需要学习。只要你不努力,就会得到机会。我知道自己还需要在哪些地方提升,我下一次会做得更好。”

胜利和失败都是成长

赛场上越来越好的成绩,让

郑钦文“女王”(QueenWen)的绰号名副其实。从一位小将到“女王”,离不开每一次比赛的磨炼。

而无论是胜利还是失败,郑钦文都能从中汲取进步的力量,这或许就是她能够一步一步走上更高峰的秘诀。

事实上,在澳网跻身女单决赛引发巨大关注之后,郑钦文曾有一段时间陷入低迷,大满贯法网和温网也分别止步第三轮和第一轮,如何面对声名鹊起后的压力与对手的研究针对,成为摆在她面前的课题。

但这些难关,郑钦文都跨越了过去。巴黎奥运会上她拿出了自己的最好状态,其中在半决赛更是击败心魔,击败了此前对自己6连胜的波兰名将斯瓦泰克,为中国网球创造了新的里程碑。

“澳网之后我错过了太多的机会,脑子也不太清醒,有时我就是带着玩的心态上场比赛,打出很多不理智的击球。”对于自己在低迷时期的心态,郑钦文进行了冷静的总结和积极的改进,这最终帮助她从低谷中奋起。

“(奥运会)我站在红土赛场上,就吸取了上次在法网输球的教训,我打得比平时更加冷静,有更多的耐心,正是这份冷静和耐心才带给我胜利,包括在那么多艰难的时刻可以逆转。”

有了澳网后陷入低迷的经验,更加成熟的郑钦文在奥运夺金后也学会了不断提醒自己,保持良好的心态——同样的教训,她不想再遭遇第二次。

美网闯进八强,亚洲赛季连续打出高光表现,最终晋级年终总决赛并斩获亚军……她成功兑现了为自己保持状态的诺言。

“在比较艰难和疲劳的情况下,我的心态一直保持得比较平稳,这对我来说是非常大的进步。”赛季末段克服感冒以及伤病的影响,郑钦文让全世界看到了她的坚定与顽强。

追梦的路没有终点

毫无疑问,经过2024赛季的爆发与蜕变,郑钦文已经完成了从新星小将到网坛“顶流”的华丽转身。

正如WTA官网形容,“郑钦文凭借一己之力让网球成为中国的热度话题,达到了自李娜以来从未有过的高度。”身份的转变,带来的也是不一样的期待和责任感。

“成为网球的领军人物代表着,你的一言一行是在大众的注视下,你肯定就得更加注意自己的言辞和在球场上的表现,可能不能那么意气用事。”她对此的看法也十分坦诚。

“我觉得这是一件好事,因为这代表有人督促我进步,(让我)变得越来越好。同时,这可能也是一份压力。因为你不可能永远都活在别人的嘴里。我需要掌握好平衡,在保持进步的同时知道自己该干什么,不该干什么。”

郑钦文说,奥运夺金后父亲已经给她提出了下一个目标:大满贯冠军。来源:澎湃新闻

面对此前自己从未战胜过的美国名将高芙,郑钦文最终还是未能走到顶峰。

在11月10日凌晨上演的WTA年终总决赛争冠战中,郑钦文在赢下首盘的情况下被对手拖入决胜盘,最终决胜盘抢七落败。

但能够夺得亚军,已经追平了在中国选手在该项赛事中的历史最好成绩。

在落下帷幕的2024赛季,郑钦文在赛场上让人们看到了她的蜕变与成长。一个更加强大与成熟的郑钦文,未来可期。

追赶历史,创造历史

对于郑钦文而言,2024赛季无疑是一个丰收之年。

年初的澳网赛场她一路闯进决赛斩获亚军,成为继李娜之后又一位闯进大满贯单打决赛的中国选手,留下了属于自己的历史性时刻。

巴黎奥运会,她更是一路击败斯瓦泰克等顶尖选手夺得女单金牌,为中国网球摘下了奥运会历史单打首金。

除此之外,她留下的成就与纪录还有许多:赛季总奖金555.9万美元创中国网球历史纪录、美网晋级八强追平个人最好成绩、在武网生涯首度晋级WTA1000

“网红”文创,冰箱贴站上C位



故宫博物院凤冠冰箱贴 视觉中国供图

另一位来自贵州省贵阳市的游客也在天坛公园文创店购买了一款冰箱贴。她也告诉记者,购买冰箱贴的原因在于产品设计好看,并且有纪念意义。

走访中,记者了解到,许多游客购买冰箱贴的首要标准是“好看”,其次是“有趣”。

今年,冰箱贴成了出圈“利器”,各大博物馆和景区纷纷推出冰箱贴产品。

其中,中国国家博物馆以馆藏文物“明孝端皇后九龙九凤冠”为原型设计的文创产品“凤冠冰箱贴”更是成为“顶流”。据新华社近日报道,自开售至今3个半月时间,两款“凤冠冰箱贴”共售出14.5万个,一跃成为近20年来中国国家博物馆文创“销冠”。

20个设计方案可能才通过1个

文创企业北京阳光制造广告设计有限公司(下称阳光制造)最近正忙为即将到来的蛇年春节和寒假设计新品,这一工作预计将忙到12月。

设计冰箱贴并不是一件容易的事。今年年初,阳光制造接到山西应县木塔景区的邀请,为其设计以冰箱贴品类为主的文创产品。由于不了解应县木塔,阳光制造负责人李广付起初有些犹豫,在景区多次邀请后,他干脆率团队奔赴应县实地考察了两天。

“实地看到应县木塔时非常震撼。这座塔建于1056年,纯木结构,仅靠卯榫咬合而成,就这样

屹立了千年之久,当时我们就下定决心一定要把产品做好。”李广付说。从应县回京后,李广付团队就投入设计。他们观察到,应县木塔的主要特点之一是塔身内外悬挂的52块牌匾,其中包括明成祖朱棣手书的“峻极神工”和明武宗朱厚照所书的“天下奇观”。深入挖掘每一块牌匾的历史故事后,该团队精挑细选出了8块牌匾,再结合八角形的塔身,设计出了一款可以旋转的冰箱贴。

“这款冰箱贴构思设计大概用了一周时间,修改就不知道有多少次了。从反复打磨设计方案到开始打样,又花了1个月,打样也打了2—3次。”李广付说。

“冰箱贴设计的难点在于,要深入浅出地体现产品的文化内涵。”李广付说,“游客购买景区文创产品的决策时间可能只有1—2分钟,所以首先要视觉上抓眼球。但光好看是不够的,还得挖掘文化内涵。文化内涵做太深了也不好,游客在短时间的选购过程中可能理解不了,因此,设计上需要让游客能迅速感受到产品的文化创意。”

据李广付介绍,他们在设计一款文创冰箱贴时,通常会提供3—4个方案供景区选择。而博物馆这类知识属性突出的单位对产品设计的严格要求,可能20个方案中仅有一两个能通过。仅冰箱贴文创产品,他们积压的设计稿就有上百个。

阳光制造透露,该公司设计的应县木塔冰箱贴,在不到半年时间就销售了超2万个。

目前,阳光制造约有200个品类的产品,其中70%为冰箱贴。李广付预计,2024年阳光制造在各个景区和博物馆的销售额将超过4000万元,产品销量将达50万件,其中冰箱贴贡献的销售总额将达到3000万元左右。

受工艺限制,景区文创冰箱贴成本不一。据北京古代建筑博物馆文创产品合作方格物合一(北京)文化传播有限责任公司创始人罗琪介绍,冰箱贴材质众多,其中亚克力材质的成本较低,铝合金等金属材质成本相对较高,约在40—60元左右,若加上一些流沙、夜光工艺,再计入设计开销后,一个冰箱贴成本可能超过60元,甚至达到80元。据中新经纬

今年,文创冰箱贴“爆了”。

记者5日在北京古代建筑博物馆文创店看到,游客人头攒动。有部分游客是为这里的“网红”天宫藻井冰箱贴专程赶来,得知需要预约才能购买后,只好遗憾离去。据工作人员介绍,这款冰箱贴之前因为过于火爆导致大排长龙,于是改为线上提前预约购买,每天限量400个,价格每套168元,每人限购一个。当记者问及线上如何能买到时,工作人员说:“(名额)秒没,需要卡点抢。”

冰箱贴成文创产品C位

工作日的天坛公园依然游人如织,位于祈年殿门口的文创店内消费者络绎不绝。该店工作人员告诉记者:“我们的冰箱贴都卖得特别好。”据了解,该店共有50款冰箱贴出售,单款价格多为59元或79元。

据记者观察,这家店短短10分钟内便迎来了52名游客,共有12名游客结账,消费者以年轻人居多,购买产品均为冰箱贴。

“冰箱贴小巧方便,设计好看,贴在冰箱上随时都能看到,让我随时都能想起这个景点。”一位来自黑龙江省哈尔滨市的游客对记者称,她在该店共选购了3款,总花费约220元。

天天出彩

体彩7位数(24171期)		
中奖号码:	0515430	
奖级	本地中奖注数	每注奖额
特等奖	0注	0元
体彩7星彩(24129期)		
中奖号码:	406647+5	
奖级	中奖注数	每注奖额
一等奖	0注	0元
体彩排列3(24301期)		
中奖号码:	877	
投注方式	本地中奖注数	每注奖金
直选	608注	1040元
组选3	1063注	346元
组选6	0注	173元
体彩排列5(24301期)		
中奖号码:	87733	
奖级	中奖注数	每注奖金
一等奖	46注	10000元