

青春风暴难掩成长阵痛 中国男篮背后的得与失

本报名古屋亚运会特派记者 钟 樑

名古屋亚运会男篮赛事于9月20日落幕，中国男篮在铜牌争夺战中以70比79不敌伊朗男篮，最终位列第四名。从小组赛三战全胜累计净胜128分晋级，到淘汰赛的步履维艰，这支以年轻人为主的队伍，收获过胜利的喜悦，也必须直面失利的教训。

在铜牌争夺战赛后的新闻发布会上，主教练郭士强直面球队的现实问题：“从第一场到最后一场，球队都只有9人轮转，队员比较疲劳。此外，年轻队员相对多一些。队员的实力在小组赛这种压力不大的比赛中得以展现出来，但淘汰赛是另一个维度，球队还是欠缺抗压能力和比赛经验。”

回看中国队的亚运阵容，除了需要备战NBA新赛季的杨瀚森和正在积极恢复的赵继伟，其余队员均出自国家队长期集训班底，主打年轻化。小组赛阶段，中国队的确刮起一阵青春风暴，尤其在李悦洲的使用上，上场时间一场比一场早，一场比一场多。李悦洲也用敢打敢拼的表现证明着自己的实力和价值。不过容错率为零的淘汰赛跟小组赛毕竟不能同日而语，除了实力，拼的还是心态和经验，而这也是这支年轻化队伍所

欠缺的。

相比于大赛经验，这支男篮最棘手的问题还是缺乏特点。一直以来，强有力的内线是中国篮球最大的特点。随着现代篮球技术的发展，快速的反击、精准的投射已是主流。除了被伊朗队狂落的三分雨砸伤，中国队在与日本队、沙特队的较量中，同样吃尽对手外线投射的苦头。罚球数比伊朗队多出整整21次，依旧未能赢下比赛。和对手磨阵地、凭借身体优势打比赛已成中国队最大短板。

失利不等于一无所获，名古屋

运会依旧是新生代球员宝贵的试炼。其中，出生于2007年、全队年龄最小的李悦洲无疑是最大发现。“李悦洲是国家队后卫线重点培养对象。”郭士强表示，亚运会带上李悦洲，就是给他积累大赛经验的。小组赛阶段，李悦洲稳定获得轮换出场机会，对阵哈萨克斯坦队的亚运首秀，他拿到9分3篮板2助攻2抢断2盖帽，数据栏直接拉满；对阵巴林队6投全中砍下18分；对阵菲律宾队拿下11分5篮板4助攻，灵动的跑位、积极的防守，让他成为后场一大惊喜。

坐镇内线的余嘉豪在对阵沙特

队的淘汰赛中表现极为亮眼。彼时在与对手的拉锯战中，他挺身而出全场贡献16分9篮板，不仅有效限制对方中锋的持续表现，篮下强硬得分也帮助球队稳住焦灼战局。王俊杰在小组赛末轮对阵菲律宾队的比赛中迎来爆发，帮助球队取得一场大胜。但和其余年轻选手一样，要想稳定输出，尚需时日。

“每一场比赛，不论输赢，都将是一份宝贵的经验。”球队中坚胡金秋在赛后接受采访时表示，亚运会更像是年轻队员的试炼场，挫折和失败未必是坏事，相信通过大赛的洗礼，年轻选手都会得到相应的成长，为今后的比赛蓄力。

从“装备出海”到“创意出海” 大丰“操盘”名古屋亚运会开幕式

本报名古屋亚运会特派记者 余敏刚



火炬在名古屋亚运会主场馆

9月19日晚，第20届亚洲运动会在日本爱知县名古屋市瑞穗公园陆上竞技场开幕。这场盛典背后，浙江大丰实业股份有限公司以亚奥理事会开闭幕式独家合作伙伴身份，完成从“装备出海”到“创意出海”的跨越。

“本届亚运会开幕式以‘和谐心跳’为核心创意，亮点体现在文化融合、主火炬造型、点火方式三方面。”大丰品牌与市场管理部总经理江帆透露，开幕式设计理念的初衷是将亚洲各国多元文化元素自然交织，以“同一个亚洲，同一个心跳”为主线：在主火炬造型方面，以心形为轮廓呼

应“心跳”主题，流线型曲面、对称线条与金属质感与名古屋的工业城市气质相呼应；点火方式则采用低碳环保的水雾模拟火焰技术，全程不依赖传统燃料，预计赛事期间可减少碳排放200余吨；技术层面，大丰为开幕式装上了“统一的大脑”——总控系统。“在这个大脑指挥下，视频画面亮起的瞬间，机械位移、灯光色温、音响音效全部毫秒级精准咬合，做到真正的‘声光电一体化’。”江帆说。

“这次合作是大丰作为浙江企业从‘装备出海’迈向‘创意出海’的一次跃进。”江帆坦言，以往提供场馆内演艺装备智造、核心产品等服务，这次大丰从策划创意、火炬设计制作到舞台呈现，成为整场开幕式的总操盘手。这意味着团队能力体系必须从“单点突破”走向“全局统筹”，业务模式从单纯装备输出升级为策划创意与标准产品理念输出。

角色升级带来的挑战是全方位的。江帆透露，在名古屋，大丰做了

此前从未做过的事：签署涵盖创意、技术、执行、运营风险的一体化全链条服务协议，并建立符合日本标准的监修机制。此外，首次将“故障模式分析”做到元件级，建立以“天”为单位的跨境物流与品控缓冲机制，甚至将施工计划细化到15分钟一个节点。

大丰与亚运的缘分远比外界想象更深。“2018年雅加达亚运会闭幕式上的‘杭州时间’，那8分钟的智能舞屏就是大丰做的。2023年杭州亚运会，我们完成主火炬塔‘钱江潮涌’的核心装置系统。”江帆说。

2024年10月，在乌兹别克斯坦，大丰实业执行董事丰嘉隆与亚奥理事会总干事侯赛因·穆萨拉姆共同签署独家合作协议，大丰被正式确立为亚奥理事会重量级系列赛事开闭幕式创意策划与实施领域的独家合作伙伴，涵盖亚运会、亚冬会、亚青会、亚残会及亚沙会等。“这个‘独家合作伙伴’身份，不是某个单一项目中标换来的，而是亚奥理事会把旗下未来

重要赛事的开闭幕式创意策划与实施独家给了大丰。这在中国企业中，目前只有大丰一家。”江帆说。

亚奥理事会为何选择大丰？江帆给出两个维度的答案。硬件能力是创意落地的底气，大丰的优势在于有制造能力。“比如主火炬塔，其他企业画一个效果图，大丰可以直接在智造基地把它造出来。创意和制造在同一体系里完成，交付效率和质量完全不一样。”第二个维度是多年国际赛事实战积累。从2004年雅典奥运会算起，大丰参与国际大型赛事已超二十年。

据了解，2025年大丰海外合同订单同比增长471.1%。业务已覆盖全球六大洲100多个国家和地区，累计完成5000余个经典项目，连续获评国家文化出口重点企业。“名古屋是大丰国际化的一个节点，不是终点。”江帆展望，未来大丰还会参与更多国际赛事和文化项目，希望用二十年积累，在全球舞台上输出更多中国方案。