

超越自我之路上永不止步

新华社大阪9月28日电(记者王镜宇、王梦)中国女排28日下午在大阪市中央体育馆战胜塞尔维亚队,提前锁定2019年女排世界杯赛冠军。经历了去年世锦赛的挫折之后,中国女排迎来了第十座“三大赛”冠军奖杯,郎平、她的弟子和这支拥有光辉历史的球队在超越自我的道路上永不止步。

去年刚刚入选改革开放40周年百名杰出贡献人物的郎平又立新功,用主教练生涯的第三个“三大赛”冠军再次证明了自己高超的执教能力。因为在里约奥运会之后做的髋部手术和休养,郎平错过了东京奥运会周期备战的第一年。从实际结果看,这个周期中国女排新人成长和进步的速度略逊于上个周期,而2018年世锦赛两负意大利暴露出中国队进攻不够均衡、过于依靠朱婷的软肋。经过1年的刻苦训练和比赛锻炼,中国队的拦防实力、发球质量、进攻均衡性均有明显进步,这得益于郎平和教练团队的悉心调教。

郎平的弟子们也在继续超越自我。在里约奥运周期成长起来的“朱、袁、张”再上层楼,在本届世界杯赛中更好地挑起了大梁。经历了土

“在残酷的竞技世界中生存如同逆水行舟,个人的自我超越让中国女排成为一支令人生畏的强队

耳其联赛3个赛季磨砺的朱婷在收获了一个又一个冠军和MVP头衔之后,成为当仁不让的领军人物,摆脱了伤病困扰的张常宁在进攻端更加坚决果断,心理更加成熟的袁心玥通过刻苦训练完成了技术上的新跨越。除此之外,龚翔宇在拦网和防守方面的进步显著,二传丁霞的指挥调度愈发从容,32岁的颜妮老而弥坚,自由人王梦洁的一传、防守更加稳定,这七位主力球员成为中国女排此次夺冠的中坚力量。

此外,第二次参加“三大赛”的新秀李盈莹发挥更加稳定,王媛媛、杨涵玉等年轻球员积累了更多经验,中国女排在收获世界杯冠军的同

时也为明年的东京奥运会演练了阵容。

个人的自我超越也让中国女排成为一支令人生畏的强队。3:0打垮美国、俄罗斯这样的强敌,让日本队单局只得10分,在与巴西大战五局时的从容淡定,这些令人惊艳的表现建立在中国队全面提升拦防实力的基础之上。当老女排五连冠集体当选“最美奋斗者”的喜讯传来,新女排又用在大阪的捷报写下了队史上新的辉煌篇章。

在残酷的竞技世界中生存如同逆水行舟,当中国队取得进步时我们的对手也没有放慢脚步。塞尔维亚、巴西面对本次比赛没有派出最强阵容,意大利、美国不容小觑,在9个月之后的东京奥运会上中国女排还将面临一道道关口。

人生就是不断遇到问题、解决问题的过程。郎平曾经说过,当她遭遇难关、面对低谷的时候,不会自怨自艾,而会一遍又一遍地努力寻找解决问题的办法。平凡如你我,也许无缘像中国女排那样创造光辉业绩,却一定可以学习郎平和中国女排超越自我、追求卓越的精神。

向中国女排学习,让明天的自己比今天好一点。

郎平：奥运强手如林，会充分准备

新华社日本大阪9月28日电(记者王镜宇、王梦)中国队28日锁定2019年女排世界杯赛冠军之后,主教练郎平表示,中国队通过今年的训练取得了进步,但是明年的奥运会强手如林,中国队会做更充分的准备。

在本届世界杯赛中,中国队以10连胜的骄人战绩提前一轮夺冠。不过,世界亚军意大利队这次没有参赛,世界冠军塞尔维亚队也缺少几名主力。郎平在谈到明年东京奥运会的前景时说,奥运会强手如林,这次我们没有看到意大利和最好的塞尔维亚队。对东京奥运会,中国队会做更好的准备,进一步提高自己。

0:3输给中国队之后,塞尔维亚队教练弗拉迪萨夫列夫表示,如果主力都在,他相信取胜的会是塞尔维亚队。对此郎平回应说:“两个强手相遇,还是要看临场发挥,不能坐在这里判断,不是数学1+1等于2,还有可能是弱者胜强者,不一定是强者胜弱者,所以这些猜测我不会去做。”

郎平在评价中国队本届世界杯赛的整体表现时认为,中国队的水平的确有提高。

“今年打得还是比较顺,因为没有什么大的伤病,准备得比较周全,应该说今年的训练我觉得还是有些提高,细节方面、技术上我们都有进步。另外对于对手的针对性训练,包括



主帅风采

新华社发 程硕 作

我们自己以前吃亏吃在什么地方,我们分析得也比较细,大家能够在比赛当中去把我们训练的东西拿出来检验,这是最重要的。我们要求队员要相信自己,练的东西一定要在场上大胆去发挥、去检验,才能知道我们还需要在哪些方面进行调整,我觉得这一点大家贯彻得还是

不错。”

虽然中国队在本届世界杯赛中的拦网数据很抢眼,但郎平还有更高的要求。另外,她对中国队反击进攻的质量比较满意。

“首先我觉得拦网有起伏,其实我们今天拦得并不好,当对于对手不是特别了解时,打那种比较怪的球,我们就顶不住。另外我觉得进攻端,我们强化了反击的进攻质量,这跟我们一传的质量和我们的防守的质量是有关系的,因为环环紧扣,所以在这些方面都有提高。”

郎平坦言,这次世界杯赛因为不涉及奥运会参赛资格,有些队没有派全部主力来参赛。但她也相信,如果对手们都全力以赴,也还“有的打”。

在本次世界杯赛中,中国队的主力阵容比较成型,替补队员出场的时间相对较少。郎平透露,这与比赛时间大多在中午有关。

“我们的替补阵容这次打得少,而且我们都是中午打,打完以后她们没有功夫训练,所以她们的体能状况整体全都下降得很快,所以就不好用了到后面。当然奥运会不存在这个问题,奥运会是隔天打一场。就是说我们上场少的队员,一定要保持一定的训练。你十几天二十天下来,等于每天就做个准备活动,完了上去手感肯定是不行的。”

致中国女排第十冠

一位资深球迷的告白

军中,为人津津乐道的不是2003年世界杯酣畅淋漓11连胜强势夺冠,而是2004年雅典奥运会决赛局分0:2落后于俄罗斯队时奋起反击惨获冠军。过去十年的3次女排世界杯赛中,让我印象深刻的不是2015年和2019年郎平带队连拿两次冠军,而是在陈忠和卸任后的女排队伍动荡期,主教练俞觉敏带领姑娘们在2011年世界杯赛中硬生生咬下铜牌、第一时间获得伦敦奥运参赛资格时的感动。

如果说看体育比赛是为了看一支队伍顽强拼搏的精神,那么像中国男足、中国男排的队员们至少在赛场上也还是能展现出一些敢打敢拼的劲头的,但是因为屡战屡败导致人们难以从观看比赛中收获胜利的喜悦,枉利惆怅和伤感,越看越闹心,失去了起码的娱乐功能。

因此,成为女排球迷的原因,不是因为这支队伍是常胜将军,而是因为姑娘们不停地在挑战和挫折中去争取胜利,在不如意中汲取教训帮助自己更好地成长,这样的气质和风格让人难以抗拒。观众们目睹了2018年女排世锦赛半决赛上中国女排面对意大利队时壮烈的失败,也见证了2019年世界杯赛场上她们大放异彩“轻松”夺冠,这其中让人看到的不仅仅是作为结果呈现出来的失败和胜利,而是这一年间场下练、场上拼的磨砺和成长,看到的是爱拼才会赢、爱拼就会赢的满满正能量。通过集体主义凝聚成强大战斗力、胜利从来不是唾手可得、只要努力就能获得胜利、胜利是留给有准备的人……诸如

此类“励志鸡汤”,皆是中国人意意识里呈现出的奋斗观、成功观,而中国女排完美承载了这一意识的物化移情。

正如演员郭冬临前几日在微博上所说,“看中国女排打球,就是在做心理辅导”。现实生活中只有极少数人能像中国乒乓球队一样所向披靡成为“冠军收割机”或人生赢家,大多数人可能会像中国男篮、中国男排一样平淡不惊、乏善可陈,甚至陷入了中国男足式屡战屡败、屡战屡败的尴尬境地,但是欣赏并拥有一颗中国女排式低调、奋斗、打不死压不垮的心,也许能让我们这些普通人相信自己也能闪耀出别样的光芒。

20年的“看官”经历告诉我,这支从改革开放初期就一直站在世界女排第一梯队的队伍会继续遇到各种各样的困难,但也一定能克服这些困难,继续让和我一样的中国排球迷受益。虽然这次中国女排成功获得第十个世界冠军头衔,但姑娘们一定会记得过去一直悬挂在国家队训练馆的那则标语:“走下领奖台,一切从零开始”。离东京奥运会开赛还有不到一年时间,作为球迷的我知道,郎平和弟子们更加知道,面对意大利队和塞尔维亚队这样更加难缠的对手,中国女排将在东京有明竞技场一一接招,也许她们不一定能够蝉联奥运冠军,但这支“能征善战、作风优良”的队伍必将继续带给我们感动,让我们忘却胜利和失败,笃定前行。

(刘加佳)

美的集团

以高质量发展与时代同行 “智敬”未来

70年,在历史长河中不过一瞬间,但对一个国家及人民而言,却意味着一个伟大的飞跃。1968年,当美的集团创始人何享健集资5000元开始创业之路时,没人能想到,这个出于“生产自救”朴素愿望成立的北滘街办塑料生产组,会在日后成长为业务覆盖消费电器、暖通空调、机器人与自动化系统、智能供应链(物流)的世界500强科技集团。

与时代同行的见证者

不少中国家庭对美的这个“国民品牌”的第一印象,始于家中的电器。而美的在家电领域的崛起,正是与1978年开启的改革开放息息相关。1980年,有感于人们在炎夏对凉风的向往,美的依靠自行研制,生产出第一台金属台扇,由此正式进入家电制造业。随着物资的丰富、生活水平的提高,人们对家庭生活的需求在日益变化,美的也随之经历了规模扩张与产品迭代:从美的品牌在国内率先推出全塑台扇、小天鹅品牌生产第一台全自动洗衣机,到国内最早生产空调的企业之一;从率先成为由乡镇企业改组而成的上市公司、销售额突破千亿元,到跻身世界500强的中国家电企业……而今,美的已成为覆盖超过29个品类、并在12个品类中占据市场领先地位的品牌,借助不断提升的性能、品质与规模,持续陪伴千家万户。

2007年,美的在越南建立生产基地,正式开启海外生产布局之旅,并先后在白俄罗斯、埃及、巴西、阿根廷、印度等国设立生产基地,挺进国际市场……目前,美的产品销往全球超过200个国家及地区,海外营收占43%,美的与开放的中国同行,见证了中国企业迈向国际舞台、中国制造“由大转强”的高光时刻。

高质量发展的受益者

“发展是第一要务,人才是第一资源,创新是第一动力”,对人才与创新的重视,是美的引以为豪的一项“传统”。早在1968年创业之初,美的创始人何享健“三顾茅庐”,聘请当时在顺德国营糖厂的技术员;1991年美的成为在全国率先引进博士的乡镇企业;2016年起,“美的星”计划从全球顶尖高校招募计算机、物联网以及人工智能领域的人才……

从“生产型企业”转变为“市场型企业”再到“科技型企业”,对企业发展富于远见的变革,造就了美的综合竞争力的高质量提升。2015年,响应国家提出的供给侧结构性改革,美的集团加快科技驱动转型的步伐,不仅通过一系列运作重构以用户为中心的科技创新体系,更陆续通过机器人与自动化、智能供应链等新业务的建立,形成全价值链闭环,推动数字化、智能化转型往纵深发展。

截止到2019年6月30日,美的累计专利申请量突破10万件,授权维持量超过5.2万件,连续四年在家电行业保持首位。

不忘初心的贡献者

在超过半个世纪的企业发展中,让人们的生活更美好是美的的初心。美的不断涌现的创新成果,就是坚守这个初心:从北京大兴国际机场绿色节能的定制化暖通空调解决方案,到当红综艺《机智过人》中以人工智能烹制美食的智能灶,再到运用源自航空涡轮叶轮旋气流科技的“东风”空调、又或是搭载PST+超电磁离净味科技的冰箱、小天鹅“超微净泡技术”实现“只需一半洗涤剂,更少残留更健康”的洗衣机……

与此同时,美的集团的品牌矩阵也正日益丰富:从最初的美的,到搭载AI科技的高端品牌COLMO,从专业专注的东芝、小天鹅,到焕发年轻活力的华凌、互联家电品牌“布谷BUGU”……美的正以越来越多元化的细分品牌,满足不同人群的需求。

“科技尽善,生活尽美”。美的这句愿景看似简单,但当其产品走进全球千万个家庭、当数以万计的企业与美的相依共存时,这种“善”将成为助推智能制造与智慧生活飞速发展的原动力。

在时代的洪流中,企业从不是孤立的存在,它已成为了时代的见证者、受益者与贡献者。

