

# 女足亚洲杯,中国队今日首战孟加拉国队 对手实力有限,进球多多益善

记者 尹成君 报道

## 实力相差悬殊 多争取净胜球

作为本届亚洲杯的卫冕冠军,中国女足是所有球队重视的对象。上届亚洲杯,中国队在主教练水庆霞的带领下,一路过关斩将,在决赛0:2落后的绝境下连扳三球,3:2逆转韩国队夺冠,用顽强拼搏诠释了“铿锵玫瑰”的精神。本届赛事,球队在新帅米利西奇的调教下完成新老交替,阵容更具活力与冲击力,目标直指决赛。

作为中国队在小组赛中的第一个对手,孟加拉国队实在难以构成足够的威胁。这支球队是亚洲杯的新军,从世界排名上看,她们仅列第128位,在12支参加亚洲杯的球队中垫底,与中国队存在明显的实力差距。

孟加拉国队平均年龄只有20岁,是参赛球队当中年龄最小的,她们拼劲十足,但是经验有所欠缺,再加上平均身高与中国队有明显的差距,因此本场比赛中国队只有一个目的,那就是多攒净胜球。

本场比赛,孟加拉国可能会摆起“铁桶阵”,用密集防守来延缓失球的时间,让中国队陷入急躁情绪当中。因此,中国队需要在比赛中快速占据领先优势,用进攻击垮对手的防守意志,从而打开局面。

3月3日下午4:00,中国女足将迎来2026女足亚洲杯小组赛的第一场比赛,对手是孟加拉国队。养兵千日,用兵一时,经过近两个月的集训,这支由主帅米利西奇锤炼出的球队也将迎来第一次大考。

本届亚洲杯小组赛,中国队在赛程上相对有利,先易后难,第三轮才会遇到最强对手朝鲜队,首战面对孟加拉国队,女足姑娘应该抓住机会,多拼净胜球,这样才能以更加轻松的心态面对朝鲜队的挑战。

在占据绝对控球权的同时,中国队需要主打高压逼抢,外加边路传中和中路渗透的战术,利用身高、技术、经验的全方位优势,在前场持续施压,切断对手出球路线,借助张琳艳、唐佳丽的速度制造传中机会,中路邵子钦、乌日古木拉争抢高点,王霜后排插上补射,形成立体进攻体系。

同时,球队还可以利用定位球扩大优势,王霜、张馨的脚法搭配吴海燕、汪琳琳的头球能力,可以成为重要的得分手段。

## 出线不是目的 期待新人闪耀

对于中国队而言,取得开门红甚至小组出线,都不是最终目的,她们的目标只有一个,那就是继上届亚洲杯后再度打进决赛,保住来之不易的亚洲杯奖杯。因此,三场小组赛更重要的意义在于练兵,四分之一决赛与半决赛才是真正上强度的时候。为了在打硬仗时有更加充裕的换人选择,小组赛锻炼新人应该是米利西奇的战略目标之一。

中国队在上一届亚洲杯的参赛阵容,还是以上一届冠军阵容为班底,同时加上了在去年东亚杯期间表现出色的王爱芳、霍悦欣以及邵子钦等新人。

不过,在去年年底,这支女足在热身赛中接连遭到了英格兰队和苏格兰队的打击,状态进入一段低谷期。中国足协在是否换帅的问题上选择了信任米利西奇,但是同时给教练组增加了王洪亮与区楚良两名中方教练,希望在士气方面给女足姑娘们带来提升。

进入今年后,中国女足开始了长达近两个月的集训,状态与士气都有所恢复,四场热身赛分

别以2:0和6:1两胜越南队,到澳大利亚后以3:1击败中央海岸水手女足,以4:0战胜纽卡斯尔喷气机女足,展现了雄厚的阵容深度。

不过,热身赛的含金量有限,小组赛才是真正的考验,在前两轮比赛中,米利西奇需要根据场上情况,适时调整阵容,派上年轻的替补阵容加以锻炼,才能在后面的硬仗中有更多的选择。

## 压力变为动力 心态成为关键

这是米利西奇第一次带领中国队在家乡进行正式比赛。作为澳大利亚人,本届亚洲杯算得上他的“主场”,他熟悉这里的一切,但是作为卫冕球队的继任主帅,他的压力也很大,因为总有球迷会拿他同水庆霞作比较,而一旦踢得糟糕,等待他的将是

新一轮下课危机。

来到澳大利亚后,米利西奇抽空回了一趟在悉尼的家,与妻子和女儿小聚,随后再与队员们会合集训。

“中国队必须要把进决赛作为目标”,这是米利西奇的信念,“这当然是巨大的压力,这对球员来说有时很艰难,另外中国球迷的期望值也很高。但是其他球队也会有压力。日本队有40多名球员在欧美(联赛)踢球,是夺冠热门;朝鲜队也很想踢好;澳大利亚还是东道主。每支球队都有压力和期望。我们唯一能控制的,就是操心我们自己,做好自己该做的事情。”米利西奇分析道。

多年来,中国女足一直是中国足球的希望,在男足进入低谷的某些阶段,女足姑娘保留着中国足球最后的希望。今年,男足在国际赛场上表现不错,开年大戏U23亚洲杯,小将一步一个脚印,在不被看好的局面下硬是打进了决赛,从以前每次小组赛都打道回府到获得亚军,这样的跨越让球迷们感到惊喜,同时也给了女足姑娘们以动力。

近两年的执教,米利西奇对自己的弟子已经十分熟悉,他说:“她们非常有韧性,愿意付出,热爱学习。”希望这些优点都能成为中国队的优势,在U23男足获得亚洲杯亚军后再度给中国球迷带来惊喜。



中国女足队员在训练中。新华社发

编辑:武俊 美编:马秀霞 组版:刘淼

齐鲁晚报 “讲文明 树新风”公益广告



移风易俗传孝道

有/钱/多/尽/孝 丧/葬/不/铺/张