

是体工队，还是有钱没文化？

上周五,中国足协发布了三级职业联赛俱乐部的中性名提交情况,其中有八成的俱乐部所申报的名字符合规定。但很多球队都以“队”“城”“人”这种带有专业体育时代色彩而又缺乏足球文化差异的方式取名,则让外界大呼“无聊透了”,好像“体工队”又回来了。

根据足协之前下发的通知,剩余两成拟用名称未通过初审的俱乐部需要在1月31日前提交新的拟用名称至中国足协竞赛部,足协会在对所有名字展开审核后择日进行公示。

本版撰稿 本报记者 徐杨一凡

彻查关联企业,侥幸心理难逃法眼

从方方面面都能看出来,中国足协这次是铁了心推行中性名政策,严格要求各俱乐部遵循相关每项规定,对所有俱乐部都展开了彻底的调查,杜绝一切“钻空子”的行为,也因此出现了一些意料之外的处理结果。

比如山东鲁能,原本俱乐部和球迷都觉得更名“泰山”顺理成章,既能体现球队历史与地方特色,也符合中性意义,但就因为股东济南文旅发展集团有限公司旗下有名为“山东泰山健康科技有限公司”的企业49%的股份,“泰山”二字便形成了关联,新名字在初次审批中未予通过。作为五岳之首,泰山不仅在齐鲁地区意义非凡,更是中华民族的一种象征,所有以“泰山”二字为名的企业也好,品牌也罢,都远不及这座山闻名,因此不少人质疑足协是否太过吹毛求疵。

事实上,足协此举不过是按部就班地依照自己的规定执行,在协会之前发布的通知中白纸黑字地写着,

“俱乐部名称中不得使用与俱乐部股东、企业有关的内容,控制人或关联人等。”对此,鲁能俱乐部第一时间作出了回应,“目前俱乐部正在按照足协要求准备材料,对关联企业进行更名,并尽快再次申报。”

据了解,济南文旅方面很早就对足协驳回更名申请的各种可能性作出了预案,因此才能像公告中所说的那样很快有了动作。根据国家企业信用信息公示系统的数据显示,济南文旅发展集团旗下的“山东泰山健康科技有限公司”目前已经更名为“济南文旅体育发展有限公司”,这意味着鲁能更名“泰山”已基本没有障碍。

和鲁能一样在初审中受挫的还有新疆天山雪豹。在一众毫无特色的商业冠名和全运会式命名中,“天山雪豹”曾被足协主席陈戌源点名表扬,“我觉得天山雪豹就很好,有新疆文化……我相信,我们足球是有文化的。”但当这支新疆球队自信地将这

四个字递交足协审核后,却被亮起了红灯。

原来足协在调查后发现,新疆天山雪豹俱乐部的股东虽然没有与俱乐部名字相关联的企业,但俱乐部旗下有一家名为“新疆天山雪豹商务酒店有限公司”的企业,这违反了足协通知中的第六点要求,即俱乐部出资设立的其他企业在未经中国足协或授权机构事先书面同意的不得使用俱乐部的全部或部分名称,已有的符合上述情形名称企业需要改名。不过在酒店更名后,新疆天山雪豹俱乐部的命名也就完全符合了足协规定。

被华夏儿女叫了几千年的“泰山”竟然不符合中国足球俱乐部的中性名标准……

消极应对竟成了各俱乐部的主流情绪

如果说山东鲁能和新疆天山雪豹是“没吃透规则”,那么青岛黄海和武汉卓尔就是有意为之了。黄海直接申报了“青岛黄海”四个字,想用“青岛地处黄海之滨”这样的理由申请保留该名称,但由于俱乐部的股东之一是青岛黄海健康产业集团,这个名字显然不可能被通过。

武汉卓尔的应对更加戏谑,在初审中提交了“武汉众邦”,众邦是湖北首家民营银行,卓尔控股拥有其30%的股份,“众邦银行”还曾出现在武汉卓尔的胸前广告上。卓尔俱乐部一定知道,“众邦”这名字无论如何都不会通过足协的审核,之所以如此上报,很大可能是借此机会打了个免费广告。

不能否认,在更名这件事上,确实有些俱乐部的态度十分认真,比如有意改叫“津门虎”的天津泰达就显得“很有文化”,而河南建业的候选名“洛阳龙门”虽引起了巨大的争议并确定会再修改,但必须承认这是个有深层寓意和地方特色的名字。

不过更多俱乐部采用了最简单的“地名+X”的命名方式,比如广州恒大改名“广州队”,广州富力更名“广州城”,江苏苏宁有意“江苏队”,再加上无需变换的“大连人”和只需要去掉冠名便可的“深圳队”,这些趋向同质化的队名虽充分满足了足协的要求,却一个个都毫无特色,草草了事,对陈戌源那句“不要总是FC,我相信我们足球是有文化的”充耳不闻。

“起名字是个很有技术含量的活,可惜我们大多数国内的俱乐部投资人虽然有钱,却没什么文化。”资深足球评论员马德兴对此深表痛心,“看看到现在为止,这些俱乐部取的都是些什么名字?同样是中性化名称,日本球队的名字就好很多,比如大阪樱花、横滨水手、浦和红钻……”

从另一角度来说,众俱乐部的“体工队式”命名或许也有些消极应对的意思,甚至不排除抱有“过几年就能改回去”的心理,毕竟中国足协推行的“短命”政策不在少数,谁也不知道中性名改革会不会是个例外,因此先改个最简单又不出错的名字应付一下不失为一种对策。



陈戌源决心很大

“节流”与“开源”并行 推动股权多元化发展

对于一些企业来说,比起在各类媒体上投放广告,投资足球不仅花费更少,影响也更大。早在2011年许家印就曾坦白,若以曝光时长和效应来计算,打一场中超比赛远比在央视投放广告划算得多,在足球上的高投入能给恒大集团带来高回报。

也正因为此,足球在资本眼里早就被赋予了运动以外的含义,成为了一个宣传平台。也正

因此,不少人开始担忧,当投资人无法冠名俱乐部,足球在他们面前可能就失去了吸引力。

“坦率地讲,这些年来,很多中国职业足球俱乐部的投资人对足球是没有热情的,他们看中的是借足球的名义来获取商业上的利益。他们无所谓中国足球能否获得发展,足球之于他们不过是个工具而已,他们不退出才不是因为热爱足球,更多和现今的整个大形势有关。”马德兴感慨道,“上世纪90年代职业化改革初期投身足球的那些投资人不一样,他们是真心喜欢足球。”

很长一段时间以来,“烧钱”都是中国足球的标签,年年大投入令让不少投资人叫苦不迭,因此退出者不在少数,控制成本便成了一项重要议题。单纯“节流”自然不够解渴,如何“开源”似乎更为重要,职业足球产业需要让更多资金源参与进来。中性名政策,并不仅仅是“改个名”而已。

诚然,去除母公司的冠名,将俱乐部改为中性名称,势必会削减大多数现有投资方的投资欲望,但同时会吸引更多的金主填补空缺。想在职业足球行业分一杯羹但实力又不足以单独支撑一家俱乐部的投资方不在少数,改中性名有利于俱乐部股权结构的多元化发展,因此我们或许无需对政策实施后的行业前景持过于悲观的态度。



马德兴:改名是固本回元的第一步

“中国足球的职业化发展走了很多弯路,现在面临的很多问题是在从专业体制转向职业体制时没有理顺并解决的问题,中性名便是其中之一。”在马德兴看来,中国足球的职业化是“伪职业化”,因为中国的职业俱乐部并非建立在社区或城市、乡镇基础上的俱乐部,而是建立在企业或公司基础之上的所谓俱乐部,“某种程度上,中性名可以说是中国足球联赛向着真正‘职业化’迈出的重要一步。”

“名义上,参加国内职业联赛的球队都是俱乐部,但实质却仅仅只是企

业或公司旗下的一个分支部门而已。”马德兴解释道,“所有的球员,也都仅仅只是企业或公司的员工,与球队所在的城市、地区、社区毫无关联,没有真正职业足球所拥有的地域感和归属感,没有任何的文化遗产。”

据马德兴介绍,中国的足球俱乐部都是母公司的子公司,一旦母公司无意继续投资,俱乐部就岌岌可危,这也是为什么自从1994年组建职业联赛起,中国足坛已有两百多家俱乐部不复存在。欧洲俱乐部恰恰相反,想要获得更多资金支持,俱乐部会成立公司

“招商引资”,公司归俱乐部所有,因此即使公司宣布破产,俱乐部依然能够保留,大不了再从低级别联赛开始打起,意大利球队帕尔马便有过这样的历史。

在2004年“中超元年”之前,中国足协也曾建议当时各队更改中性名,但最终未能如愿以偿。如今伤筋动骨的“一刀切”,足协借此举在行业内重新树立了威信,某种程度上也算是在“还债”,只不过从岔路走向正道以后,还需要更多后续政策保驾护航,否则再度走偏就是迟早的事。