



对话——
代理律师胡一鸣

这个夏天不宁静

讨薪路漫漫，原江苏队球员上演足球版《秋菊打官司》

7月初，苏宁易购被两家供应商向法院申请启动破产清算程序。一时间，“苏宁进入破产清算”的传言甚嚣尘上，公司股价也受到了严重影响，苏宁方面立即予以了辟谣。但没过多久，中国建设银行向苏宁追债2.25亿美元（约合人民币17.22亿元），在香港高等法院被判胜诉，张氏父子被要求偿还债务。

另一边，自打江苏队解散之后，苏宁方面对于球员和工作人员的欠薪始终没有给出任何说法。讨薪之路一直看不到“终点”，甚至有部分球员还追到了张康阳庆祝国米夺冠的社交状态下面。如今，尽管相关讨薪的案件还在走法律程序，但已经有球员表示：“真的耗不起了。”

特约记者 张杨



7月中旬，在女儿的周岁宴会上，李昂动情地表示，自己感觉很亏欠家人，女儿都一周岁了，他才见了她三次。确实，随着江苏队的解散，球员们不得不四散开来，出走各地。那么，在江苏队解散一年半后，这些散落的“债权人”还好吗？他们的权益赔偿又怎样了？

虽然球队不在了，但老江苏队里每个人的感情还在。只要有事或者有需要，大家都会努力凑到一起，聊聊现状。但对于之前的遗留问题，大家尽可能不提，因为每次提起，都会伤心难过，情绪低落。李昂小女儿的生日宴，又让能到的朋友们聚到了一起。这里面，有队员也有工作人员，目前，大家都有了落脚的地方，但过得好不好，看表情就能知道，大都不好，至少不如在江苏队时好。一位性格活泼的队员看到大家，从座位上激动地站了起来，一兴奋地打招呼。“南京真好，看什么都舒服，就是40摄氏度的高温都觉得那么亲切，这里真好啊！”他说。和他有同样想法的人应该不在少数，但大家大多沉默，因为如果接着这位队员的话说，肯定又要触及与原球队瓜葛的郁闷话题，大家好不容易能够渐渐

淡忘，谁都不愿让大脑里再存放负能量的库存。不过对于江苏有没有可能冲超球队的讨论，大家你一言我一语的，曹睿带领的南通支云成了香饽饽，目前该队成绩不错，大家也希望江苏能尽快有一支中超球队。

老队长吴曦没有出现，因为肋骨骨折还要休养。曹睿因为要备战中甲的比赛，也没有出现在宴会上。吉翔来了，他和曹睿、吴曦、李昂等老同事创建了体育公司，最近青训夏令营的结业需要他去“撑场子”，吉翔也没有怨言。其实他们几个都还有相关赔偿没有解决，而且数目不小，对现在没有什么收入的他们来说，能顶用了。

记者从相关人员的代理律师、中国政法大学体育法律师库成员、南京市律协文化与体育产业委员会成员、北京天达共和(南京)律师事务所胡一鸣那里了解到，目前仅有个别球员、教练员将江苏足球俱乐部起诉至法院，法院一审裁定对该案件没有管辖权不予受理，因为按照球员与俱乐部之间的合同，应当由足协仲裁委员会仲裁。但是由于球队宣布解散，实际上足协也丧失了对该俱乐部的管辖权。经过上诉，南京市中级人民法院认为符

合受理条件，指定南京市雨花台区人民法院受理，截至目前，案件还在审理过程中。据了解，有部分球员以当时离开俱乐部时与俱乐部签订的调解协议进行起诉，经过一审、二审程序，二审法院认为该案件应当走仲裁前置程序，驳回了球员的诉请。

也就是说，大部分球员要讨回自己的奖金是有希望的，但是要作好长时间等待和具体金额损失的心理准备。对于被拖欠薪资金额较大的球员，走正常法律途径还是可取的，但对于金额不大的预备队球员和工作球员来说，他们则耗不起。目前，有一部分预备队球员和工作人员已经完成了薪资赔偿，因为急需用钱且赔偿数额不大，他们接受了调解，拿到了属于自己的血汗钱。而比起他们损失的一部分经济收入，不用再纠缠于官司，可以安心去找下家显得更加重要，因为他们耗不起，他们正处在失业的边缘，生活也在困难之中。

而那些还没有解决赔偿问题的球员，暂时还无法做到遗忘，“打官司”这三个字还时不时会出现在他们备忘录上。不知谁哼唱了一句：“想忘却不能忘，才是最难过的！”

近日，关于足球与飞盘之争愈演愈烈，世界第一运动和新兴的社交潮流，不仅仅在抢人、抢场地，更是在文化、社会甚至资本等领域引发了巨大的争论。

就在此时，北京国安足球俱乐部官方商店推出了印有国安LOGO的飞盘，被部分球迷认为是传统体育IP向新兴运动的低头，不少球迷难以接受。这一颇具争议的话题，一度冲上了社交媒体的热搜前十，参与讨论人次过亿。

特约记者 袁芳

国安卖飞盘是“商业鬼才”还是“收割韭菜”？

抵抗的不是飞盘，而是不思进取



让观众回到球场才能拯救足球文化

特约记者 袁芳

对于职业足球俱乐部而言，经营和生存显然是头等大事，那么俱乐部商业化的边界，到底在哪里呢？据记者观察，不仅仅是北京国安，其他几家中超俱乐部在商业开发时，也都推出了飞盘类的非足球IP产品，包括篮球圈的北京首钢，同样也发售了主题IP的飞盘。

在欧洲足球成熟的职业市场环境中，足球衍生品店通常有上万种产品，不仅仅是球衣、足球，也不仅仅是飞盘，包括背包、徽章、高尔夫球杆、橄榄球装备，甚至是钓鱼竿，都随处可见印有俱乐部主题LOGO的联名衍生品，这样的商业开发，实际上都被球迷们所接受和认可。北京国安的衍生品运营公司认为，国安飞盘，仅仅是国安上千个衍生品其中之一，和国安的徽章、国安的背包、国安的球杆并无差异。对于一家成熟的职业足球俱乐部而言，传统与文化必不可少，商业开发和跨界破圈，同样是俱乐部发展的重要部分，如何权衡和取舍，才是一门艺术与学问。

只不过在当下，中国足球的经营

环境不佳，足球文化奄奄一息的背景下，飞盘运动的冲击格外显眼，加上国安在球队第一阶段开局不顺，俱乐部运营陷入困境的时候，不合时宜地推出新品，事实上等于“撞在了枪口上”，成为了媒体炒作的话题。

事实上，作为有多年历史传承，有高度成熟职业体系存在的传统足球而言，目前看完全不必担心飞盘会抢走自己的球迷。在联赛恢复主客场后，观赏性体育演出的重新归来，一定会让球迷重新焕发热血与激情，归根结底足球运动雄厚的群众基础，在重新走回球场后，相信球迷们仍然会用呐喊给联赛和中国足球唤起新的希望。对于已经被定义为传统体育的足球而言，或许拥抱和接纳新兴体育运动人群，让更多的人重新走回球场，重新关注到足球比赛之中，才是国安和其他中超俱乐部，接下来最应该做的事情。

在国安售卖飞盘的第一时间，不少国安球迷感到无法接受。同时，俱乐部更是被冠上了“圈钱”“敛财”的骂名。不少人也就此展开联想，到底是不是国安没钱了，要靠这样的方式收割球迷呢？

众所周知，国安队员遭遇欠薪，并且俱乐部面临财务上的困难，早已经是公开的秘密。国安俱乐部此次售卖飞盘，被不少死忠球迷视为“没有底线”。然而据记者了解，事实上国安并没有靠“飞盘”圈钱的初衷。一方面，飞盘单个88元的价格，无论售卖量究竟多少，对于俱乐部的经营收入都是杯水车薪；另一方面，国安俱乐部的衍生品开发，实际上是外包给了第三方的开发公司，在这样的经营过程中，俱乐部并不是最大的收益方，即便是飞盘真正大卖，也得不到太多的收益。因此，国安俱乐部并不具有借此“收割”球迷的动力与动机。

但尽管如此，国安球迷仍然不买账。

就像拜仁球迷在看台上打出标语，抵制俱乐部成立电子竞技战队一样，不少国安球迷组织的成员，也将意见发表到了社交媒体，拒绝俱乐部这样的商业开发。之所以会有这样的冲突和分歧，根本原因还是国安作为国内足球属性最鲜明、最突出的IP之一，做出这样的衍生品尝试，会让人联想或误解为，俱乐部对于传统文化的放弃，以及对新兴体育运动的“谄媚”，这显然是俱乐部的死忠们无法接受的。

更为重要的是，在联赛第一阶段比赛中，国安由于外援实力不济，加上球队进入新老交替期，战绩并没有达到球迷预期，比赛场面更是没有了往年的沉稳和霸气，有的场次踢得非常难堪。球迷们积蓄的不满和怒火，终于在“飞盘”这一事件上爆发了，大家开始吐槽俱乐部，认为他们“不务正业”，丢了老国安的精气神。

揭秘——
国安高价卖飞盘

