

■ 以德服人 |

## 踢球也卷



谢勤德

今夏转会市场不是一般的热闹,现在只是7月中旬,就已诞生了多笔总价近亿欧元甚至是过亿欧元的交易,接下来转会市场上至少还有姆巴佩、奥斯梅恩与哈里·凯恩三条大鱼,大小一般的如卢卡库、费利克斯等不计其数,如此火热除了沙特资本的介入外,还有一个重要原因——2024-2025赛季欧冠就要改制了,不卷不行啊。

本赛季欧冠仍是32队参赛,分八个小组,小组前两名出线后再捉对厮杀直至决出冠军。

改制后的赛制更加刺激,参赛球队增加至36队,第一阶段不设小组赛而是改成瑞士轮,即每支球队都要和八个不同对手进行八场比赛,对手的确定也很有意思,除去首轮是按积分系数划档次外,剩余七轮都是上一轮的胜利者对胜利者,失败者对失败者,这意味着强强对话场次将大幅增加。

瑞士轮结束后,前八名直接进入八分之一决赛,第9到第24名球队通过两回合附加赛决出另八个名额,赢得冠军的球队最多要踢17场比赛,最少15场,而现行赛制是13场。

踢的场次多了,收入也多了,欧足联给出的数据是参赛球队平均奖金分成大概能提高33%,也即是三分之一,上赛季欧冠冠军曼城共从欧足联那里拿到了1.38亿欧元,按三分之一来算就是4554万欧元,再加上门票和比赛日收入,妥妥突破2亿欧元。

收入如此丰厚,谁都不愿意错过,于是久违的军备竞赛又在今夏上演了。有钱的英超球队在花钱,没钱的意甲球队也在花钱,甚至连欠一屁股债的巴萨都在想方设法花钱。所有人都花钱时你不花就会被抛在后面,你不花就会进不了新欧冠,然后就会更没钱。

躺平?不存在的。欧冠改制意味着欧足联贫富差距将进一步拉大,此前确实有如拉齐奥这种宁愿不踢欧冠的躺平球队,因为进欧冠意味着要给球员涨薪,要花钱买人,算下来搞不好会亏本,现在欧足联给得实在是太多了。

内有欧冠改制的诱惑,外有沙特联赛不断挖人,直接后果就是球员身价飞涨,合同还剩一年的芒特身价6000万英镑,同样还剩一年的哈里·凯恩8000万欧元都不卖,热刺也有自己的理由,要是卖了哈里·凯恩导致进不了欧冠,奖金外加门票收入少说损失一个亿,这笔账该怎么算?

■ 戏剧化 |

## “商业顶流”还不够



麦城

出发前往澳大利亚备战女足世界杯时,中国女足集体穿上了某品牌的黑色西装,飒爽英挺的造型让她们轻松破圈,一度登上热搜第一。

长期以来在公众印象中“甘于清贫”的中国女足,如今已经悄然成为商家眼中中国体育圈最热门的目标之一。她们的专属赞助商已经达到了15个之多,这还没算上中国之队的

四家整体赞助商。过去,整体赞助商大多是奔中国男足而去,现在,就连这些整体赞助商眼中中国男足和中国女足的商业价值的比例,相信也正在发生倒转。

登上热搜第一,固然有依托于出征世界大赛这一事件营销的因素,但中国女足商业价值的上升,已是不争的事实。中国女足虽然距离历史上的世界杯亚军的巅峰时期有所逊色,但“铿锵玫瑰”的形象始终非常正面,尤其是逆境之中绝不放弃的拼搏精神。她们在去年的女足亚洲杯上连续上演绝地逆转,时隔16年重回亚洲之巅,在春节档期振奋了无数国人。

无独有偶,前不久时隔12年重夺亚洲杯冠军的中国女篮,商业价值同样获得了显著提升。她们目前已经获得了五家合作伙伴,数量上已经超过了中国男篮。

突破性的成绩固然是女足和女篮商业价值提升的重要因素,但她们自身长期以来展现出的良好风貌和公众形象,也是赞助商

可以放心投入的关键。尤其是相比起其他一些领域的明星动辄“塌房”,女足和女篮会让品牌风控放心得多,不用担心半夜被叫醒写“停止合作声明”。

赞助商无疑可以进一步改善女子三大球项目的生存处境,但除了充分利用大赛红利期之外,他们还有必要把眼光放得长远,在职业联赛建设和青训人才培养上和有关部门更深度地长期合作发力。毕竟,女子三大球项目的职业联赛的发展水平距离国际标准还有很大的距离,大多数从事这一项目的球员的待遇依然堪忧。如何改善三大球的职业环境?商业力量完全有理由在其中扮演更重要的角色。

对于中国体育来说,女子三大球是一笔非常重要的精神财富,但要让这笔“财富”不断增值,如何拓展除了大赛之外维系日常影响力的渠道,这不仅是相关项目管理者要考虑的问题,其实也是赞助商们可以考虑的问题。

■ 自说自画 |

## 以此为戒



阿仁

●上海海港主场3比1击退上届冠军武汉三镇。如果不是在最后的补时阶段,海港球员有所懈怠,完全是可以零封对手的。这也算是海港队的老毛病了,踢出一场完美的比赛常常是缺了一口气。武汉三镇可以说是自己打败了自己,对主裁判判罚毫无尊重,多次多人围攻之,弄得心态失衡,自己强烈争取了银牌。就连替补席上的韦世豪也如愿以偿地被红牌所驱逐,球是还没有踢成大牌,脾气是早就练成了大牌。赛前有评论说海港对阵三镇是看武磊与韦世豪的对话。上场的武磊单刀赴会,攻破了刘殿座的十指关,锁定胜局。而韦世豪没有踩进赛场一秒针就被赶回了更衣室。会不会被追罚



呢?就看他的造化了。连中立球迷都对他吐槽:“韦世豪永远也长不大……”盼望做大牌的,当以此为戒。

替补出战的李帅此役光彩夺目,先为李圣龙助攻,后使得三镇高准翼门前自造乌龙球。他从左边沿线的快速突破传中为球队打开了胜利之门。这称得上飞翼展翅的。

海港在下半程联赛取得开门红,点赞一记,灵光的。

●上海申花客场以三球败于山东泰山。舆论场上批评主帅吴金贵的首发布阵,还把泰山的主帅崔康熙捧上了天。依我看,吴金贵是有点喝了客场的迷魂汤了。海港对泰山一战,济南看台上响起了“上海只有申花”的呐喊。会战泰山,看台上打出“申花

你好”“吴指导你好”的大幅标语。金贵在开哨前与崔康熙握手言欢时,韩国人是一脸笑容。申花不会料想到对手会随即来了三闷棍,落手沉重。

足球场上是没有什么友情可以结盟的。最生动案例为卡塔尔世界杯上同组的德国队与西班牙队。一旦关乎晋级,默契荡存,西班牙人只顾自家安全出线。德国队饮恨回府,不是吗。

崔康熙2021年8月因四轮没有带队取胜,在申花黯然下课。在这位大帝心中没有留下阴影吗?此前他表态今年不带队进入前三,他会退出中超的。申花希望从济南带回1分,天真啦。争先靠自己,沪上双雄都应以此为戒。

位进球他的处理方式,当双方球员有点上头时,主裁判的提醒话术。即便是四年前的这段视频,如今看来依然有着很多可以借鉴之处,裁判各项辅助技术的提升只是一方面,核心还是人,人与人的交流方式,以及你对这项运动和每一场比赛的认知与态度。

中超联赛踢到现在,裁判不断地成为话题的主角,甚至有的裁判还上了热搜。包括在这轮联赛里,南通支云在一场保级的关键比赛中,遭遇了一个明显的越位误判。

两个办法,一个就是咱们中国的裁判还是要提高业务水平;另外一个办法就是还要引进外籍裁判。

吉列特(Jarred Gillett),这段视频是四年前的2019年,他在澳超执裁的最后一场比赛中,与助理裁判、视频裁判组以及双方球员场上交流的录音剪辑。

36岁的吉列特2010年至2019年一直在澳超联赛执裁,视频中这场比赛后,他就告别澳超去到英格兰,在利物浦的约翰·摩尔大学开始医学方面博士后研究工作,同时于同年进入英冠联赛执裁。

2021到2022赛季,表现优秀的他和其他五名英冠主裁判一起,得以晋升英超,并成为第一位在英超执裁的外籍主裁判。

视频中,围绕着一个疑似越

■ 耿耿抒怀 |

## 从榜样到偶像到流量明星



刘耿

在2023年全国田径锦标赛、世锦赛和亚运会预选赛上,中国女子100米栏群芳争艳。吴艳妮、夏思凝、林雨薇……不仅名字美丽,人更美丽,宣示着体育流量明星时代的盛期来临。

按照运动员的形象塑造方式划分,中国的运动员可划归为榜样时代、偶像时代、流量明星时代。计划经济时代的运动健将是全民学习的榜样,其形象塑造突出集体性,个体代表集体,是大集体的一分子,以完成个人成绩就是集体成绩、就是国家成就的自豪感传递。运动员将全部精力集中于取得好成绩,成绩是最能带来民族自尊的数字,更强调人的工具性。

偶像时代的运动健将以刘翔为代表,还是强调成绩第一。成绩除了带来民族自豪感外,还是进一步商业开发的基石。为了增加商业价值,赞助商对刘翔们进行后天的包装,使之更受欢迎,从而制造出了一批偶像。

流量明星时代以吴艳妮为代表。即使成绩不是最好,也有可能一夜走红。受众更看重运动员的个性魅力。比赛前的吴艳妮在赛道上迈得像UFC嘴炮康纳一样的“霸王步”,伴随音乐旋律摇头晃脑,脸上丝毫看不到任何紧张,酷拽的神态更是令人印象深刻。就像2016年以一句“洪荒之力”走红的傅园慧一样,喜出望外的她以天然生动的表情、率真幽默的表达一夜成名,走红网络,成为里约奥运会最具人气、最有影响力的运动员之一。

国人对体育明星的评判标准发生了变化,不是以锦标主义和金牌至上为信条,人们更欣赏传达了自己价值观和审美的体育明星。而能提供这种审美价值的运动员,基本都是“Z世代”。他们是网络原住民,享受了中国经济发展最快时代的红利,即使生在普通人家,生长条件也都普遍优裕。吴艳妮从3岁半开始就练习舞蹈、钢琴、古筝,她还练习过声乐、奥数、写作、主持,曾在儿童礼仪比赛中获奖。在美好时代长大的孩子,不需要商家的后天塑造,先天自带气质。吴艳妮的手臂上有花朵纹身,她说:“我觉得这个纹身很漂亮,也很有意义。”这在另外两个时代不可想象。

从榜样到偶像到流量明星其实是时代的进步,是国家强大后的自信,也是对体育追求健与美和个性解放的本质的回归。

■ 老骥伏枥 |

## 裁判上热搜



姬宇阳

昨天我在微博上又一次向大家分享了一段视频,视频主角是英超历史上第一位外籍主裁判、来自澳大利亚的贾里德·