

■ 一晨不染 |

德比日记



娄一晨

2025年8月9日,星期六。天气:晴到多云;气温:37℃。暴热!
今日工作:下午5点抵达上海体育场。上海德比大直播!重要!

老婆喜欢出现场,尤其是上海体育场,因为离家近,哪怕每次现场大直播需要提前两小时左右到岗都觉得可以接受!哈哈……

同时,还因为上海两支球队的现场转播信号一直是由五星体育的团队来承担,所以每次到现场老婆都能和众多老兄弟、老同事相聚话旧,不亦乐乎……

只是,8月9日这一天实在是太热了……

按照大直播的流程,我和老刘应该是在6点左右现场出镜。可还没到傍晚6点,我已经用了一整包纸巾,却完全挡不住浑身衣衫湿透……反倒是老刘准备充分,除了一块小毛巾,还从小包里掏出一台小电风扇!好不得意……

到晚上7点了,我们的赛前出镜环节临近结束!那一瞬间,老婆早已是汗水眯眼,视线迷离……我只记得自己用尽浑身的力气激情勃发:正如刚才老刘所说,今天的德比大战,现场的氛围已经完全烘托到位!正所谓:万事俱备,只欠一场好球!接下来,我们把时间交还给咪咕上海演播室……

历来,我们的现场解说席都是被设置在媒体看台,这一天也是。

开赛前,看着我又用一包纸巾,老友姬宇阳开玩笑说:老婆,这么热的天,也不给你们解说安排一个包厢?我脱口而出:包厢?给我个冰箱还差不多……周边众人都笑,仿佛37℃变成了35℃……

晚上7点半,双方球员入场。升国旗,奏国歌。《繁花》里的陶陶领唱……

好不容易熬到了中场休息,老婆已经把第三包纸巾消耗完了。于是,只好挤在观众群里去洗手间洗一把脸再回来。

结果,另一位老友丸子对我打趣道:娄老师真个已经顾勿上形象了啱……我一边喝水一边哈哈地回到:哪种天气,娄老师还需要啥形象?讲句良心闲话,介热个天,娄老师呒没赤膊讲球,已经是最好个形象来……周边众人又是一阵大笑,仿佛35℃变成了33℃……

晚上10点,全场比赛结束,大直播也终于结束,回到家快11点了。

我家领导举着手机现开销:侬看看,蹲了现场又毋我台?小红书廊厢人家球迷拍出来个视频,侬自家看——娄一晨老师已经顾不上形象了!

我恍然大悟:怪勿得中场休息丸子讲我啥已经顾勿上形象了,原来伊老早已经看到剪辑视频了咯?

■ 棋从断处生 |

足球“11号”



棋哥

再去沈阳,参加第11届沈阳“和平杯”国际青少年足球邀请赛活动。

路遇米卢执教时期参加

过韩日世界杯的原国家青年队11号前锋,也是青岛“追风少年”足球俱乐部主教练曲波。客气寒暄:“曲指导也带队参加和平杯?”曲波很谦虚:“第11届和平杯组委会邀请曾经场上的‘11号’……”

嘿,这个创意好!足球场上11人,足球边前锋11号,标配“第11届沈阳和平杯国际青少年足球邀请赛”,品宣切入点精准。

我是不太喜欢足球文化品牌传播千篇一律齐刷刷的“×超”复制,但我对足球场上的“11号”足球文化传播,有特别关爱情怀和两眼放光。作为一个资深球迷,最难忘就是1977年美国宇宙足

球队访问中国,球王贝利赛后盛赞中国足球队“11号”技术好,且在比赛后与11号容志行交换了球衣。

纵观足球阵容布局,11号和7号一定是两边攻城拔寨手起刀落的快马前锋。当年苏永舜时期的国家队11号,绝对左边锋沈祥福。戚务生时期国家队11号前锋,首推快刀浪子高峰。米卢时期国家队11号,更是“最后出线一脚射门得分”的于根伟。再之后涌现的国青11号曲波,也是球场上“白刀子进,红刀子出”的攻击杀手。

早年在上海八万人体育场旁边的“炮楼”跟上海足协秘书长胡

康健喝茶,就听旁边几位上海老球迷聊他们心中技术最好的上海足球运动员。没有范志毅,也不是柳海光,而是上海队11号李中华。这个上海足球11号故事,我一直想投稿“上海八万人体育场50周年珍贵记忆”征文活动的。

11号曲波对参加第11届沈阳和平杯青少年足球邀请赛的孩子们说了一句话,分享给大家:“11号在场上不仅体现了一种速度,更代表在球队最需要11号球员攻城拔寨的时候,要挺身而出担起这份责任……”现在的国家队11号王钰栋们听到了吧。

■ 自说自画 |

领兵不易



阿仁

正在沙特阿拉伯开打的2025年男篮亚洲杯进入淘汰赛了。杀入八强的球队为中国队、澳大利亚队、新西兰队、伊朗队、韩国队、菲律宾队、黎巴嫩队和中国台北队。八支球队捉对较量,一场定胜负,胜者晋级,败者回家。根据赛程,中国队的1/4决赛对手是韩国队。胜出后,中国队半决赛的对手是新西兰与黎巴嫩交手后的胜者,多半是新西兰队了。如果还能战胜新西兰,决赛的对手基本上就是澳大利亚队了。此前夺冠呼声甚高的日本男篮先告败于伊朗,后输与了黎巴嫩,输了有24分之多,有点坍台了。日本队没有跻身八强,打



道回府了。日本男篮是以时隔54年重新夺回亚洲杯冠军为目标的,此次被黎巴嫩队大败,日本球迷发声要当下主帅霍瓦斯下课,并召回在NBA服役的大牌球员八村垒。据称,八村垒公开表示对现有教练体系的不满。眼下的这支日本球队袭用“小快灵”,以远投的“三分雨”为傲。在篮下的进攻与防守中缺乏强度与厚度,一遇上身体优势的西亚球队就吃不消、顶不牢了。日本队被神州的一些键盘使用来吓唬过中国男篮的:“遇见东瀛球队,郭士强的队伍至少要输上20分……”长人家志气,灭自家威风,这是常见的吐槽手段。现在是难见这些朋友出来走两步

了。
●挂帅中国女篮与中国男篮,带领这两支必须重建的队伍去备战下一个奥运周期,担子不轻。没有一点勇气,没有一身抗压的力道是难以支撑的。领兵不易的竞技场上的形形式式“饭圈”会无休无止地干扰球队的组建、球员的训练和战术的更新。女篮的主帅宫鲁鸣在亚洲杯后受到的质疑还没有消停,男篮的主帅郭士强如果不能站上这届亚洲杯的领奖台,同样得经受一通吐槽与怒怼的。好消息是篮协仍然全力支持官指导。相信中国男篮的将帅一样会受用篮协的力挺。有后盾让人安心。
祝中国男篮、女篮好运吧。

■ 耿耿抒怀 |

C罗求婚背后的品牌进化论



刘耿

当C罗单膝跪地向乔治娜递上价值500万美元的钻戒时,这不仅是一场爱情的升华,更是一个价值数十亿的超级IP——“CR7”,完成了其最重要的一次战略转型。

“CR7”的品牌形象是极致的、锋利的,甚至是带有攻击性的。他是球场上无所不能的“霸道总裁”,是训练房里自律到冷酷的“机器人”,是商业世界里代言接到手软的“印钞机”。这个品牌形象,强大、耀眼,但随着年龄增长和职业生涯进入后期,其潜藏的风险和局限性也逐渐显现——一个纯粹的“强者”形象,是会折旧的。

乔治娜的出现,成为“CR7”品牌叙事转型的节点。她像一块温暖的海绵,开始逐步吸走C罗身上过于冰冷和坚硬的金属质感。从2016年开始,通过社交媒体、纪录片《我是乔治娜》,我们看到了一个前所未有的C罗:一个会在沙发上和孩子们打闹的父亲,一个会为家人准备晚餐的中年男,一个拥有了完整家庭烟火气的普通人。

其次,乔治娜并非一个被动的“附庸”,而是一个主动的“商业合伙人”。从马德里Gucci店员到拥有6800万Instagram粉丝的超级网红,她的每条社交媒体广告收入已达数百万元人民币。他们共同构建了一个“C罗家族”的品牌矩阵,实现了“1+1>2”的协同效应。这不再是C罗一个人的战斗,两人的合作代言不仅能吸引各自的粉丝群体,更能创造新的消费场景和品牌故事。

C罗的求婚标志着体育明星个人品牌运营进入了新阶段。传统的体育营销依赖赛场表现和个人成就,但这种模式存在明显的时效性局限。而通过“家庭化”转型,体育明星可以构建更加稳定和持久的商业价值体系。

■ 老骥伏枥 |

超级杯上的巴黎圣日耳曼



姬宇阳

第80多分钟仍然2比0领先的热刺队,最终还是被大巴黎翻盘。在和超级杯冠军擦肩而过之后,热刺主教练弗兰克打了一个有点另类的比喻:“我们对阵巴黎的表现,就像一场特殊手术,用医学术语来说就是如此。手术很成功,但病人没了。所以,最终结果不太好。”

他想表达的意思很简单,从战术层面来说,球队可以在第80多分钟2比0领先于强大的大巴黎,说明战术是合理的,但是最终结果他们仍然输掉了比赛。

如果不是因为今年世俱杯决赛输给了切尔西,大巴黎在过去这一个赛季里对英超球队的战绩绝对可圈可点。

曼城、利物浦、阿森纳、热刺都是巴黎手下败将,除了切尔西。大巴黎主帅恩里克赛后也说了实话“我实在是太累了,不知道我是否能正确地用法语交流,但我必须老实说,我觉得我们不应该得到这个奖杯,因为我们可以看到我们和像托特纳姆热刺这样的球队之间的区别。他们有六周的训练时间,而我们只有六天。这是一个非常大的差距。我认为在前80分钟的比赛,我们努力踢出了自己的足球风格,但有很多不好的传球。我们运气很好打入了进球并进入点球大战。”

大巴黎虽然上个赛季完成了很多的突破,但是球队最近的转会传闻还是不少,包括门将层面,多纳鲁马被排除在了欧洲超级杯的比赛名单之外,虽然球队的夺冠海报上仍然有他的一席之地。替代他的门将舍瓦利耶本场发挥只能算中规中矩,运气倒是着实不错,来代表球队的第一场比赛,球队就在这场决赛中拿到了冠军。

巴黎圣日耳曼这个奖杯为球队又带来了高达500万欧元的奖金,其中包括参赛的400万欧元和夺冠的100万欧元奖励。

据《队报》估算,欧冠冠军球队就已为球队带来约1.84亿欧元的奖金。此外,世俱杯巴黎仍获得了接近1亿欧元的奖金收入。此前球队还夺得了法甲、法国杯和法国超级杯冠军。法甲冠军奖金约1650万欧元,法国杯冠军奖金约为167万欧元,法国超级杯冠军奖金约为200万欧元。