一周时间挑战“不可能”，揭秘TIFO致敬于汉超的背后故事——

传承申花“蓝色生命力”

3月7日，上海申花迎来2026赛季中超联赛首场比赛，同时这也是于汉超退役后第一次以教练身份亮相八万人体育场。虽然出于“猴哥”本人的意愿，并没有操办盛大的退役仪式，但申花北看台的球迷们依然向“猴哥”送上了自己的礼物——开赛前，一幅巨大的TIFO直铺开来，中间是于汉超身着申花战袍的头像，两旁则书写着“Thank you，Our Legend”。

“从上赛季他宣布退役我们就想着要做一个TIFO送给他，现在也算是实现了当初的承诺。”在TIFO设计团队的述说下，我们也知道了TIFO背后的故事。

本版撰稿 本报记者 李一平

与以往不同的是，这次的TIFO准备可以说全程在和时间赛跑，靠着各方接力和球迷们的无私付出，最终才将这份礼物放到了全场42193名球迷和于汉超的面前。

从3月7日TIFO亮相北看台往后倒退，其实这次要给于汉超做TIFO的决定是2月27日才确定下来，“其实我们平日里做一次TIFO的准备周期会长很多，像上赛季的德比TIFO我们就花了两个多月的时间打磨，最终才呈现出来。”

经过各家球迷会表决同意、行政审核报批再到开始设计、定稿，到最终厂家将成品制作完成时，已经是3月4日了。这次的TIFO蓝本是于汉超2024赛季联赛第26轮对阵天津时替补上场打入第二球庆祝时的一张照片。一开始的设计版本是漫画风格的全身照，但考虑到球场的纵深，则修改到了半身的头像照。同时，考虑到单单头像照显得有点空旷，最终又加入了代表申花元素的围巾和代表功勋元素的麦穗，成为了TIFO上展现出的形象。

陈嘉明 摄

但随之而来也出现了新的问题，由于在设计时，于汉超的头像和两边的英文字都非常规的图形，属于异形TIFO，如何让观众能准确地撑起TIFO成了亟须解决的问题。

在咨询了几家相关的厂家后，对方给出的建议是用最原始的办法，在已经制作好的TIFO上手动固定网兜来解决手持的问题。但由于加工需要大量的人力，最终没有厂家愿意协助代加工固定网兜的问题。TIFO的设计团队只好先让厂家将成品发到了上海体育场。在参考了国外不少球迷群体制作TIFO的经验后，团队决定“摇人”，在3月5日TIFO成品送达上海体育场后，组织了超过50名球迷志愿者，在空旷的北看台上将TIFO铺开，用手工刀和扎带手动将TIFO和网兜连接起来。整个过程总共花费了5000多根扎带，接近两个小时的时间。

在结束加工后还有些剩余时间，参与加工的球迷志愿者便进行了一次彩排，虽然由于时间原因仅展示了两边的“Thank you，Our Legend”的文字部分，但现场的效果然让所有参与的球迷都感觉很满意，“希望于指导能喜欢这份礼物。”

3月7日当晚，随着看台指挥的一声令下，巨幅的TIFO被从上层看台一层层传递而下。赛场内，正坐在教练席上的于指导专注地看着不远处的北看台被TIFO铺满，他眨了眨眼睛，起身双手合十遥遥向着北看台的方向鞠躬致意。

“可惜第一次传递异形的TIFO，前后的配合还不太熟练，一部分TIFO其实有点被扯得撕裂了。”不过从远处看，这个小小的缺憾基本无法被捕捉。其实在周六正式展示TIFO前，北看台还进行了一次彩排，当时恰逢球员进场热身，特谢拉当时就看到了即将展示的TIFO，并举着手指着TIFO和队友在说着什么，TIFO的设计团队负责人之一的教子开玩笑说，“大概他也想要一个，能得到球员的认可是我们最开心的事情。”

“坚持做十余年，离不开球迷配合”

2015年足协杯决赛、2019年足协杯决赛，2023年至今的所有申花TIFO，对于这次TIFO的设计参与者之一的教子来说，他已经负责过很多申花TIFO的设计，可以说每一次都是创新和挑战，但他还想为申花做出“更厉害”的TIFO。

教子说，“挑战”在制作TIFO的过程中是常常会遇到的问题，这次于汉超的TIFO主要是时间上的挑战，而去年上海德比的TIFO则是另一种维度上的挑战。“当时想做一个铺满东看台的TIFO，碰到的最大问题就是我们没有球场的结构图，要怎么把设计好的TIFO去用一张张纸板呈现困扰了我们很久。”最终，教子和团队用了最直接的办法——靠无人机航拍照片，一个个去数球场的座位数和位置，再相应对应到画面上，决定每个位置的色块。“虽然还是有偏差，但最终的效果还是比较满意的。”

而教子最满意的一个TIFO作品，则是2023年申花主场对阵上海海港的德比之战前的TIFO。当时的这幅TIFO，正面是整个北看台组成的“THE CITY IS BLUE”，随着北看台球迷翻转纸板，北面呈现的则是申花队吉祥物的一双幽深豹眼。“这幅TIFO是尝试用翻转变化来实现的，对我们当时来说其实难度也不小。”这次TIFO的完美呈现，也依赖于北看台所有球迷的帮助，每当有TIFO需要展示时，北看台的球迷们都会受到各自球迷会的通知，其中精确到几点几分几秒大家需要做出的动作。来到座位后，大家都会熟练地打开球迷志愿者提前放在座位上的袋子，检查里面属于自己的那一份TIFO图案。

制作TIFO的过程也是教子和团队学习的过程。由于教子本人曾经就是一名设计行业的从业者，他对自己的作品有着“艺术家式”的执念，“要做就要做到最好”。“像摩洛哥有一支球队的球迷TIFO就很出名，他们不但一场比赛能变化四次TIFO，甚至还能产生流动变化的效果。”

这次于汉超的TIFO，也是申花球迷团队第一次尝试以人物为主题的TIFO。“其实在做于指导的TIFO之前，我们也考虑了很多，毕竟当时莫雷诺和曹赟定退役时，我们都没有做TIFO给他们。”但考虑再三，TIFO团队还是达成了一致，既然遗憾无法弥补，不能让于指导也留下相同的遗憾，就从“猴哥”开始，今后尽量为每一个为申花立下过汗马功劳的功勋球员都组织一次圆满的退役纪念TIFO。

“看台文化是吸引新球迷的根本”

这个赛季开局，申花就陷入了10分罚分的尴尬境地，但对于这个情况，教子内心却没有太大的波动。“作为球迷，我们更多的是应援助威，罚分是俱乐部应当考虑的问题，我们则是应该少去打扰他们。”教子说，看申花是一辈子的事情，一年的低谷或者罚分开局并不会影响他支持申花，只要球员们的精气神还在，那么他依然会站在北看台呐喊。

坚持做TIFO的初心，其实是想借此进一步推广申花的球队文化。比起成都蓉城融合三星堆等地域特色，北京国安融合民间神话的这些TIFO设计理念，教子更倾向于向观众表达“申花”的元素。在他看来，TIFO文化就是球队历史文化的一部分，而经历了几代人的传承，申花的球队文化如今已经拥有了丰富的内核，而这些文化内核，也是吸引更多人成为新的申花球迷的根本。

如今，教子的团队中多了许多“95后”“00后”的成员，他也希望这些团队成员能更多发挥自己的审美和想象力，做出更多让年轻人喜欢的TIFO作品，帮助申花将球队精神传承下去。

“你想，一个第一次看申花的观众走进球场，看着覆盖大半个球场的巨型TIFO，那种震撼感会深深印入他的内心。”在国外，即使是经历百年的足球俱乐部依然保持着生命力，教子希望，通过TIFO，能把申花的生命力展现给所有人。

李一平 摄