

■ 一晨不染 |

印度人民
爱板球不爱足球

娄一晨

这两周,有关央视与国际足联谈判美加墨世界杯转播权陷入僵局的消息成为热搜。每日无数吃瓜群众都看得津津有味,老婆当然也是其中之一。“五四”青年节那天,老婆在市中心参加一个活动,巧遇老友G。于是赶紧就着热点展开讨论。

G:阿哥啊,我正好是要问你,央视今年世界杯到底转播吗?真额到现在还没买版权啊?

我:是呀,双方价相差太大,国际足联开价3亿美元,央视还价8000万勒止。这哪个能弄啦?啊是僵脱了啦?

G:国际足联真做得出啊,版权费开到3亿美元!想钞票想疯脱啦?捺阿拉当意大啊?

我:哈哈,兄弟啊,一针见血!国际足联就是想钞票想疯脱了!勿单单是转播版权,还有门票销售你看到吗?决赛天价门票卖到200万美元……

G:我看到网廊厢交关人讲最气人个是国际足联开拨印度个报价只有3500万美元,凭啥?印度人口已经比阿拉还要多来,明显是双标嘛!你觉着是咋?

我:啊?印度?跟印度有啥好比头?人家又勿看足球,价个哪能开得上呢?

G:大惊:勿会吧?印度也14亿人口来,既没人看足球?

我:兄弟啊,印度人民最喜欢的是板球!真额……印度国内现在最吃香额就是板球超级联赛,英文缩写IPL。一共就10支球队,每年赛季74场比赛,从3月底到5月底,包括总决赛。但是就是介小规模额一只联赛,目前额五年转播权居然卖了62亿美元!平均下来一场要多少?

G:又吃了一惊:印度人看板球介疯狂啊?

我:我一开始看到这只数字也勿敢相信,还专门查了一点资料。据统计,印度全国有板球迷7.3亿人,市场规模有得3600亿美元!就算有水分,应该也勿会差了老多……另外,印度最近20几年一直是世界板球最强额国家,从2023年到今年,搭了两个板球世界杯冠军,一个亚军。2023年世界杯决赛对澳大利亚,印度主场,现场观众92000多。今年3月8日世界杯决赛对新西兰,也是印度主场,现场观众86000多。前头帮依讲额去年额超级联赛总决赛,现场观众91000多。

G:沉默了一会儿:板球有啥好看啦?看也看勿懂……还要板球世界杯、板球超级联赛……

我笑了:哈哈,兄弟啊,依选个问题人家印度人民一样也好问:足球有啥好看啦?还要世界杯,还要开价3500万美元?

■ 棋从断处生 |



棋哥

下个月就要开踢的美加墨世界杯,直到今天,前戏依然“这里的黎明静悄悄”。

往届世界杯到这个节骨眼儿,早就“世界杯48强介绍……进军世界杯之路……各小组实力分析”等花里胡哨开场锣鼓敲起来。可如今,五月的鲜花已开遍了原野,世界杯中国大

世界杯需要“戏保人+人保戏”

陆地区版权仍未搞定,问题还是出在《百家姓》第二姓——钱。

我太理解国际足联FIFA“傍大款,宰大款”的经营逻辑了。这四年一届的世界杯,FIFA的“傍大款”收账已经在16家全球赞助商的近三分之一“妙可蓝多、万达、联想、海信、蒙牛”身上舒舒服服切走超五亿美元。而在中国第二级区域赞助商“拉布布、杭州孚德、浙江银座箱包、五粮液”兜里,也继续拿走四麻袋真金白银联名授权款。若是最后还能从主播媒体CCTV再弄走两三亿全媒体报道权费,加上我们伟大祖国那上亿球迷的消费覆盖面,FIFA真的

是“又娶媳妇又过年又赚直播带货……”

回头看咱CCTV也是“算盘越打越精”。您FIFA想借我平台、渠道、流量、社交生态达到最佳传播和商业效果,那就得拿出一个说得过去的“双赢”商业计划。且不说借道CCTV的传播路径要过“留下买路财”这一中国大陆独家渠道,但起码不能钱都被漫天要超高价FIFA拿走,熬夜干活儿的事都CCTV自己赔钱赚“吆喝”来硬撑。

老话说得好:“听戏要听梅兰芳,看球要看李惠堂”,这就说到了中国传统文化“人保戏和戏保

人”的问题。梅兰芳戏好人俊,把《贵妃醉酒》演成经典,这是典型的人保戏。而世界杯在中国大陆地区的全媒体转播,则是“人保戏+戏保人”都占全了。这世界杯大戏如果没了中国市场,基本丢掉FIFA商业营销的小半壁江山。而CCTV平台如果不转播世界杯这出大戏,也会带来可持续的收视率下滑。

总之,FIFA若继续漫天要价,真等不来心甘情愿的捧“角儿”人。CCTV也别听“不看世界杯还可以看这超那超”的七嘴八舌,继续谈,找准双方共同利益,可达双赢!

■ 自说自画 |

冠军炼成记



阿仁

●中国小将吴宜泽一战成名,成为首位“00后”的斯诺克世锦赛冠军。我们是一直守在电视机前面,通宵达旦,看着吴宜泽在这届世锦赛的晋级、半决赛与决赛的一路杀来。在那会儿,我们不知晓这个年仅22岁的中国斯诺克枪手有多少经历和故事。在他与对手缠绕和搏杀时,常常会觉得他的孤独。尤其吴宜泽接着球杆端坐在球台边看着对手一枪又一枪清台时,他的表情让人感慨,他瞪大了眼睛,有那么一点无助地张望。看台上众多的英国观众在为他的对手呼喊、击掌、助



威。不过,当吴宜泽提起球杆一旦上阵时,他就像一个冷静而又冷酷的狙击手了,连连点射,一枪清台。一个瘦长的中国小将有着的一颗不服输、不怕输的大心脏,真让对手生畏。也让我们这些远在千里之外熬夜的看客激动万分。当吴宜泽最后捧起冠军奖杯时,已经是北京时间的清晨5点多,天已经大亮了。又一位斯诺克的中国冠军诞生。不过这个冠军可不是一夜炼成的。

●现在我们知道了吴宜泽成长的故事了。他从7岁开始起步,在神州苦练九年,16岁时在父亲、母亲的陪同下到英国深造。父亲

卖房陪练,靠打工维持生计与儿子的训练。吴宜泽夺冠后说,他的父母才是真正的冠军。一个懂事明理的大孩子。吴宜泽的冠军是怎样炼成的,后来的故事正在缓缓展开。我们慢慢享用吧,有滋有味。

在看球时,有点憎恨吴宜泽最后的一个夺冠对手墨菲。他太狠太狡猾了。当吴宜泽夺冠后,墨菲在接受采访时说:“当初我说过这个小孩早晚有一天会成为世界冠军的。很不幸这一天是今天,他赢下的是我……”这是斯诺克绅士的幽默。这样的金句使人一扫对他的不满了吧。造一张冠军与亚军的小画。一笑。

■ 耿耿抒怀 |

东莞球桌



刘耿

吴宜泽夺冠的地点在克鲁斯堡,成型的地点之一却在东莞常平。2019年,他曾在那里集训三个月。这个细节指向中国斯诺克的生产方式。

斯诺克不是从学校操场自然长出的项目,也很难被传统体校系统完整覆盖。它的早期入口通常是球房、俱乐部、民间教练和家庭投入。路径越市场化,机会越多,风险也越分散。一个少年要向上走,不能只靠每天多练几小时。他需要稳定球台,需要高水平陪练,需要教练纠错,需要比赛验证,也需要足够低的搜寻成本。

东莞把这些东西放到了一起。那里有球房密度,有俱乐部网络,有教练和陪练,有赛事,有器材制造,也有台球消费。训练、对抗、选拔、消费和供给被压缩在同一座城市里。对小众体育而言,这种密度很重要。天赋在分散环境里容易被消耗,在高密度网络里才可能被连续加工。

国内不少职业斯诺克球员都有东莞训练经历。东莞承接了中国斯诺克的一部分训练流、人才流和商业流。一个地方能不能产出冠军,不只看有没有明星个案,还看它能不能反复提供相似条件。偶然出现一个吴宜泽,叫故事;不断有人从那里走向职业赛场,才叫生态。

吴宜泽的冠军不能简单归因于东莞。他的天赋、家庭支持、海外征战和决赛中的执行力,才是奖杯落到个人手里的原因。但冠军的前道工序,往往不在决赛现场完成。一个球员被看见之前,先要被训练、被陪练、被比赛、被筛选。东莞提供的,正是这套前道工序。

中国斯诺克要稳定产出冠军,不能只等待下一个天才出现。它需要更多能接住天才的地方。

■ 老骥伏枥 |

决赛的两个对手



姬宇阳

阿森纳击败马德里竞技,时隔20年之后,以不败战绩进入欧冠决赛。

欧冠半决赛第二回合,阿森纳球迷在看台上打出了据说是主场有史以来规模最大的Tifo:“OVER LAND AND SEA”。

没记错的话,这是阿森纳一首球迷远征歌曲《We All Follow Arsenal》中的一句歌词。

在欧冠半决赛第二回合,球队本赛季欧冠最后一个主场比赛中打出这样的横幅,可以理解为:“我们越过山丘跨过大海,经过了20年漫漫征途,终于再次来到欧洲巅峰之战的门槛之前。”

这个意境有点像《平凡之路》中那两句:我曾经跨过山和大海,也穿过人山人海。

20年前,也就是上一次阿森纳进入欧冠决赛,半决赛击败的也是西班牙球队。但是半决赛和决赛,门将莱曼都扮演了两种极端情况的主角。

半决赛和这次不同的是,阿森纳当时是先主后客,主场带着1比0的比分到了客场情歌球场,0比0的平局一直持续到第90分钟,比利亚雷亚尔获得点球机会!门将莱曼准确扑出了里克尔梅罚出的点球,确保阿森纳以两回合1比0晋级决赛。

决赛时阿森纳队的首发阵容群星云集,板凳上还有博格坎普和范佩西。

但对面的巴萨也很强悍,罗

纳尔迪尼奥、埃托奥担纲锋线,替补席上有哈维和伊涅斯塔。

开场18分钟,莱曼在禁区外扑倒埃托奥,被直红罚出。教授温格只能换下皮雷,换上替补门将。即便少一人作战,阿森纳仍然在上半场做到了1比0领先巴萨。

下半时打到后半段,早早少一人的阿森纳体能开始出现问题,第76和第81分钟拉尔森两次助攻,巴萨2比1完成反超,并最终在法兰西大球场夺冠。

仅仅过了一年之后,2007年夏天,阿森纳队长亨利转会加盟巴塞罗那,并在巴萨成功捧起了欧冠冠军奖杯。

2009年5月,当亨利再一次走进欧冠决赛的赛场时,他身边的搭档除了2006年的决赛对手埃托奥之外,还多了另外一位,他的名字就是梅西。

本赛季欧冠决赛对阵,上届冠军巴黎圣日耳曼面对阿森纳,看看故事最后的大结局会是怎样?