

## ■ 戏剧化 |

AI广告  
能为世界杯  
带来什么

麦城

世界杯进入倒计时，赛事预热阶段，一股全新的广告风潮悄然兴起。众多品牌依托球星正版肖像授权，结合AI合成技术打造宣传内容。这类广告坐拥球星真实面容与官方授权，可信度有所保障，同时依靠数字合成完成场景搭建与镜头创作，成为本届世界杯营销的新主流模式。

不可否认，AI技术为体育商业营销带来了显著革新。传统球星代言需要协调明星档期、搭建实景拍摄、投入大量后期剪辑，整体成本高、落地周期长，创意表达也常常受到限制。相比之下，AI合成模式大幅压缩制作成本与投放周期，让更多品牌能够低成本参与世界杯营销。其实类似的技术变革早有先例，上届世界杯普及的区域虚拟换屏技术，可根据不同转播区域替换场边广告牌内容，实现本土化精准触达，大幅提升了广告传播精度与转化效率。

技术赋能的红利之下，隐藏的问题同样不容忽视。

真实感的消解，是AI广告最核心的短板。体育赛事的独特魅力，根植于实时、原生、不可复制的现场真实性。观众关注世界杯，追求的是原汁原味的体育现场感。从前，虚拟替换场边广告，已经让观众产生“所见非所得”的割裂感；如今，AI合成球星广告进一步放大了这种问题。即便球星授权真实合法，观众无需刻意考究广告真伪，但AI合成的虚拟质感，会潜移默化削弱内容的可信度。

更深层的悖论也随之显现：AI看似短期为品牌减负，长远来看，反而可能抬高真实代言的价值门槛。批量可复制的AI数字肖像，让球星肖像授权变得泛滥，稀释传统代言的稀缺价值；与此同时，真人实景拍摄的真实代言会愈发珍贵，头部球星的线下实拍报价或将持续走高。除此之外，当观众逐渐习惯流水线式的AI广告，对真实实拍内容的需求会逐步降低，最终挤压球星传统代言的商业空间。

回看足坛经典广告，1998年候机大厅的花式炫球、2002年铁笼蝎斗的硬核对决、2004年欧洲杯的里斯本小摩托、2006年童趣十足的“选择你的巨星”，每一段传世宣传，都源于真实拍摄的诚意与创意。但愿，这一次，技术能够解放更多伟大的创意，而不是成为单调的降本增效的工具。

## ■ 棋从断处生 |

还记得40年前  
一起看球的人

棋哥

刷手机短视频，被推送一段CCTV贺炜2022卡塔尔世界杯决赛解说：“电视机前的观众

朋友们，问问我们自己，四年前陪你踢球的人现在还在联系吗……”这话勾起对世界杯的无限回忆。一猛子扎下去，40年前一起踢球的朋友闪回眼前。

我比较“少年得机会”，由于读书时学的是通信专业，毕业后就被分配到中央电视台技术部节目传送科。专业太对口，就是做微波和卫星的电视转播传送工作。

1986年墨西哥世界杯，那是中国改革开放后第一次实况转播世界杯全部52场比赛。在此之前的1982年西班牙世界杯，只是靠飞机送录像带完成21场录像播出。仅在最后争冠决赛才实况转播一场“意大利VS联邦德国”决赛，中国球迷从此记住罗西。

## ■ 自说自画 |

## 孰是孰非



阿仁

●美加墨世界杯就在眼前了。北京时间6月12日开幕，也就是下个星期五，有史以来规模最大的一届足球世界杯赛就要开张了。北美的三个国家的16个城市联合主办，美国11个市，加拿大两个，墨西哥三个。参赛球队是扩军了，从原来的32支扩大到48队。世界足坛目前共有211个协会会员，也就是说平均四个多一点的会员国或会员地区中就有一个兴冲冲地来踢2026年世界杯了。参赛球队根据FIFA排差分档后分成了12组，每组四队。比赛从小组赛开始，此后1/16决赛、1/8决赛、1/4决赛、半决赛、争第三名决赛和决

## ■ 耿耿抒怀 |

国家队的壳  
全球化的芯

刘狄

本届世界杯的完整名单公布：1248名球员，来自71个国家的449家俱乐部。这串数字平平无奇，却是一张比任何战术板都更值得细读的地图——当代足球人才在全球范围内如何被生产、流动和争夺。

这张地图上有两极：东道国之外，卡塔尔和沙特的26人名单里各有25人效力于本国联

世界杯得打军……



奥运会要瘦身：



赛。全部比赛达到104场。美加墨世界杯可以讲是最闹猛的一届了，但是决不会成为最精彩的一届世界杯。我以为。

●首届世界杯1930年创办时只有13支球队参加。1934年增加到16队。1982年扩大到24队。1998年增加到32队。当下2026年扩军到了48队。到下一届的百年世界杯是否继续扩军到64队，还只有外界的猜测，国际足联还没有这样拍板决定。此处补充一个冷笑话：以后的历届世界杯还会继续扩军的，直到把中国足球队扩招进去后才会停步的。没有中国队来踢，世界杯就是缺了一只角的万宝全书。

●48支球队会战世界杯，是

赛，几乎是一支纯粹的本土队；而另一端，佛得角、刚果(金)、科特迪瓦、库拉索、塞内加尔、乌拉圭这六支球队，全部成员都来自海外联赛，本土联赛一人未取。这是两套截然不同的组队逻辑：一种把球员圈养在国境之内，一种把整支队伍外包给了世界。

真正代表未来的，大概率是后者。今天一支有竞争力的国家队，外壳是一致的队服，内核却是三样东西的叠加：全球俱乐部体系、移民网络，以及把人才送进这套体系的青训出口能力。

塞内加尔是教科书般的样本。这个两千万人口的国家，人才产量在非洲无出其右，远超尼日利亚、埃及这些体量数倍于它的邻居。秘诀有二：一是Generation Foot、Diambars这些本土学院，20多年间从简陋球场升级到方法论可比肩欧洲顶级青训，每年向欧洲五大联赛输送球员；二是精明的侨民招募。两只脚都踩在全球循环的链条上。

一直坚定认为：1986年墨西哥世界杯中央电视台全部转播52场比赛实况，那是得益于中国的改革开放，更得益于改革开放的总设计师太喜欢足球。关于这一段历史，邓蓉同志在《我的父亲邓小平》一书中有过披露。

作为转播工作亲历者，1986年墨西哥世界杯的转播计划还是“保密”的。但不承想这一保密转播计划被《中国青年报》记者毕熙东“抢发”新闻，全部登在《中国青年报》上。那年月媒体记者讲究抢新闻，写的又不是假新闻，你拿老毕还没办法。更有趣的是为了第一时间对世界杯赛事进行报道，《人民日报》记者汪大昭、吴群每天陪我们一起值夜班，写稿

子。自那以后，足坛媒体就有了“中国足球一肩挑，左有毕熙东，右有汪大昭”这一具有跨时代影响力的足球文化符号。

记得在刘建宏新书《上半场》发布会那天，足球评论界“红黄白”（刘建宏、黄健翔、白岩松）都来了。他们在台上分享“1986年我们仨都18岁，因为看了墨西哥世界杯52场比赛，从此世界杯对我们未来的生活产生极大影响……”1986年，远在青岛的乒乓球教练张传铭看了世界杯，因为太喜欢巴西队的“白贝利”济科，就给后来出生的儿子起名叫“张继科”以纪念济科……

呵呵，这都是40年前一起踢球的人们。

## ■ 老骥伏枥 |

关于世界杯  
的大数据

姬宇阳

本届世界杯全部球队的参赛球员名单确定之后，国际足联的社交媒体在第一时间就公布了一组关于本届世界杯的大数据。

来自71个国家的共计449家不同俱乐部贡献了本届世界杯的参赛球员。200人，英超是为本届世界杯输送球员最多的职业联赛。

最年轻参赛球员：希尔韦托·莫拉(墨西哥)，2026年6月11日开赛时年满17岁240天。最年长参赛球员：克雷格·戈登(苏格兰门将)，开赛时43岁162天。

卡塔尔、沙特阿拉伯各有25名国脚来自本国本土联赛，为所有参赛队里本国联赛球员最多的。

科特迪瓦全队平均年龄25.8岁，是2026世界杯平均年龄最小的参赛队。巴拿马全队平均年龄30.4岁，是2026世界杯平均年龄最大的参赛队。

共计891名球员第一次代表自己国家登上世界杯正赛的舞台。(字面意思应该是第一次世界杯正赛报名的。)925名球员将有望迎来个人球员生涯首届世界杯正赛的亮相。(应该是包括首次正赛报名以及之前报过名但没上过场的。)357名球员拥有至少一届过往世界杯正赛参赛经历。

说到俱乐部，拥有美加墨世界杯国脚最多的俱乐部，曼城以19人独占榜首！拜仁以18人居次席，大巴黎、阿森纳以16人并列第三。巴萨15人，曼联、水晶宫、马竞、利雅得新月都是12人。沙特利雅得新月也是拥有世界杯国脚超过10人的俱乐部里，唯一非欧洲俱乐部。

还有一个悬念会在今年夏天揭晓，如果本届世界杯巴西或者英格兰以及葡萄牙夺冠。他们将成为世界杯历史上第一支由非本国主教练带队拿到世界杯冠军的球队。