

世界杯给中国足球带来哪些启发——

坚持走长期稳定的“中国特色”足球之路

7月25日,2026“苏超”联赛苏州队与无锡队在江苏苏州体育中心体育场上演“太湖德比”,3万余名球迷不惧高温到现场加油。开场环节,刚随队获得2026美加墨世界杯冠军的西班牙队球员佩德里登台助阵,将本届世界杯官方用球“三重浪”传递给“苏超”球员。这是佩德里首次来到中国,浓厚的足球氛围、热情的球迷,让他深受触动。

一场本土民间“德比”、一位世界杯冠军球员的到访,让中国足球热潮与国际顶级大赛的余波交汇碰撞。世界杯给中国足球带来哪些启发?记者采访了相关专家。

本文摘自《人民日报》记者陈晨曦 孔庆元 王亮

培植足球的土壤 让它成为生活的一部分

本届世界杯一大特点,是世界足球正在回归长期规律。世界排名前四的球队最终晋级世界杯四强,说明最高水平比赛已从“球星竞争”升级到“体系竞争”“生态竞争”。

同济大学国际足球学院副教授王志远说:“世界排名前四的队伍进入半决赛,不只基于传球质量、跑动效率、阵型有效性的协同组合以及球星的关键作用,这背后反映的是顶级强队的稳定性、板凳深度和大赛经验的共同作用。”

纵观本届世界杯参赛阵容,1248名参赛球员分属71个国家和地区的449家职业俱乐部,庞大且互通的职业俱乐部网络,是各支国家队竞争力的底层支撑。西班牙、法国、英格兰等传统强队战术风格迥异,但共性十分突出:拥有覆盖6岁至成年全年龄段的青训梯队、稳定运转的各级职业联赛、常态化的青少年赛事通道,足球运动深度嵌入国民日常生活。以法国为例,巴黎、里昂等城市的社区免费球场遍布居民区,大量青少年从小就在街头踢球,球探下沉基层选材,姆巴佩、登贝莱等球星的起点都是家门口的社区免费球场。

国际足联足球管理和竞赛专家、中足联理事刘劲松说:“中国足球要学习的是足球发展的底层规律:一方

面,主动融入世界足球,培养球员、教练员、裁判员、管理人员以及竞赛组织、市场开发、媒体传播、体育科学、运动医学等场内外专业人才;另一方面,建立覆盖不同年龄、不同水平、不同类型参与者和俱乐部的竞赛体系,让人人有比赛、层层有通道,优秀者能脱颖而出。”

对比欧美足球强国,我国全民足球氛围仍有提升空间。近几年,我国注册的精英青少年足球运动员数量有明显增加,超过10万人,但仍远低于多个人口不足千万的欧洲国家。根据《2025中国足球协会数字年报》,2025年国内持证足球教练员约126万人,但深耕低龄启蒙阶段的精英教练人数极少,基层普及力量严重不足。不少家庭将足球与升学和职业出路绑定,参与足球训练的目的过于功利。

“我们应从基层开始培育足球文化。中国有14亿多人口,但踢球是生活一部分的氛围还不够浓厚。我们要让孩子享受足球,而非只为出成绩。要尊重足球运动发展规律,尽早接入世界足球网络和发展轨道。”王志远说。在他看来,我们的足球青训应该在选材和训练上更系统化、科学化,坚持贯通培养,不断完善从校园联赛、群众联赛到职业联赛的通道。

立足地域发展实情 建设“合身”的发展体系

足球体系的竞争,是本届世界杯传递出的另一重要信号。如今,数字化技术、全球化人才流动,重塑了各地区的足球发展路径,一味照搬他国模式难以形成长久竞争力,中国足球要贴合本土资源搭建专属体系,持续缩小与世界强队的差距。

本届世界杯被业内称为首届AI(人工智能)世界杯,日均AI算力消耗占全球总量的3%。赛场配备每秒采集500次数据的智能足球、毫米级3D数字人扫描系统、裁判员随身AI防抖摄像设备。48支参赛球队均可免费使用AI战术分析系统,大幅

降低战术分析门槛。中央财经大学体育经济研究中心主任王裕雄说:“人工智能、传感器、3D可视化等技术在2026美加墨世界杯上大规模落地应用,科技正全面重塑体育产业链,从运动员训练、赛事运行,到观众观赛体验、赛事无形资产开发都受到深远影响。”

“扩容以后,本届世界杯增加的不只是参赛名额,更是全球足球发展的空间。更多国家和地区看到了进入世界杯的希望,政府、协会、俱乐部、企业和家庭都会持续投入,足球生态因此不断完善。”刘劲松说,“世界杯不仅是

国家队之间的竞争,更是足球体系之间的竞争,真正决定竞争力的,不是谁复制了谁,而是谁建立了符合自身特点的发展体系。”

相比10支非洲球队有9支闯入淘汰赛的亮眼成绩,亚足联9支球队只有日本和澳大利亚两从小组赛突围,亚洲足球的整体发展还存在明显短板。王志远说:“亚洲足球的落后,一定程度上源于足球基础科学的薄弱,不仅关于足球的运动训练学落后,足球哲学、社会学、管理学的发展也相对落后,我们在这些方面还有很大进步空间。”

各地“省超”打样,完善民间赛事供给

7月25日晚,2026湖南省足球联赛(以下简称“湘超”)在现场近4万名球迷的关注下拉开帷幕。“湘超”迎来全新升级,赛事规模、观赛体验将全方位提升。本赛季赛事聚焦挖掘青少年足球后备力量,为好苗子搭建成长平台。

近年来,“苏超”“湘超”“村超”等群众赛事持续走红,表明大众拥有极强的参赛、观赛需求。世界杯期间,“苏超”等多个群众赛事入驻社交媒体平台小红书,赛事覆盖华东、华中、华南、西南、西北、华北多个区域,具有一定的话题讨论量,侧面反映了民间足球已形成较高的集聚效应。

承接世界杯热度,完善本土民间

赛事供给,是培育足球产业肥沃土壤的关键抓手。正如中国女足原主教练水庆霞所说:“将世界杯激发的热情引导到民间足球,能够进一步激发更多人走上球场,提升整个社会的足球参与度。”

过去很长一段时间,国内球迷的足球消费高度依赖世界杯、五大联赛等国际顶级赛事引流;如今,本土赛事结合地方文旅形成独特吸引力,国内足球消费生态正在重构。应不断提升本土足球赛事水平,只有国内各级足球赛事体系蓬勃生长,才能支撑长期、可持续的大规模软硬件投入。

“足球人才培养、青少年青训体系、全民足球文化建设属于长期工程,

没有捷径,既需要相关政策营造良好的发展环境,更离不开持续投入,同时持续吸纳创新人才,完善商业模式。我们不能仅满足于中国制造、中国品牌亮相国际赛场,最终目标是提高中国足球水平、构建良好的国内足球消费生态。”王裕雄说。

2026美加墨世界杯让我们看到,现代足球比拼的是完整的足球生态、成熟的青训、联赛与全民参与体系。这为中国足球的未来提供参照与借鉴。未来,要进一步补齐人才培养、场地供给、赛事运营、商业开发等短板,实现中国足球人才、文化、体系的协同发展,从而走出一条长期稳定、符合国情的发展道路。

