



技水准并未出现明显滑坡。最终闯入本届四强的阿根廷、法国、西班牙、英格兰，恰好是国际足联排名前四的球队，这是世界杯历史上首次出现排名前四的球队齐聚四强的局面。

事实证明：顶级球队的稳定性依然存在，扩军并没有彻底打乱世界杯的竞技格局；相反，39天的赛程、夺冠需要比之前多踢一场比赛，这对球员的体能，球队的阵容厚度、稳定性与大赛经验提出了更高要求，最终能筛选出更具实力的球队。

如果说竞技层面的评价尚有争议，那么本届世界杯在商业层面的成功则是板上钉钉的事实。美加墨世界杯被称为“史上最贵世界杯”，同时也将无悬念地成为“史上最赚钱的世界杯”。根据国际足联官方公布的2023—2026四年周期预算，本届世界杯周期总营收预计达到130亿美元，较卡塔尔世界杯周期增长约72%，其中2026年世界杯举办直接贡献约89亿美元收入。这一数字远超巴黎奥运会的营收规模，再次印证了世界杯作为“世界第一体育IP”的商业价值。

赛事转播权依旧是世界杯最大的收入来源，预计达到39.25亿美元，占总收入的44%。为什么104场比赛的开赛时间显得那么不统一，为什么强行加入“不睡时间”，其实每场比赛的每分每秒都已经被精打细算以实现商业价值的最大化。比赛场次大幅增加，北美时区对欧美主流市场的友好性，都推高了转播权的价值。门票及款待服务收入紧随其后，预计达到30亿美元，是卡塔尔世界杯的三倍多。动态定价机制的全面引入、官方转售平台的双向抽成，以及更多场次带来的票数增量，共同推动了门票收入的爆发式增长。商业赞助收入约17.86亿美元，16个全球顶级赞助商席位提前售罄，其中不乏多家中国企业的身影。

根据国际足联与世界贸易组织联合发布的报告，本届世界杯预计创造801亿美元的全球经济总产出，拉动全球GDP增长约409亿美元，创造约82.4万个全职就业岗位。与卡塔尔世界杯的巨额基建投入不同，美加墨三国主要利用现有场馆办赛，采用“存量改造”模式，投

入成本相对可控，更多收益来自于旅游、消费等间接经济拉动。当然，三国联办也带来了收益分配、协调成本等问题，不同城市、不同国家之间的受益不均，成为赛事留下的后续议题。

更关键的是，商业高歌猛进，步子迈得太大，是否让世界杯从全民盛宴沦为“富人的游戏”？毕竟，利益的“饼”可以随意画，但市场的承受能力并不是无限的。

百岁将至，走向何方

美加墨世界杯即将落幕，4年以后的2030年，世界杯将迎来自己的百年诞辰。届时，“百年世界杯”将以怎样的姿态为自己庆生？这首巨轮又将驶向何方？

首先确定的是举办格局的再拓展。2023年10月，国际足联正式宣布，2030年世界杯将由西班牙、葡萄牙、摩洛哥三国联合承办；而为了纪念首届世界杯在乌拉圭举办100周年，本届赛事的前三场比赛将分别在乌拉圭、阿根廷、巴拉圭三个南美国家举行，揭幕战将在乌拉圭首都蒙得维的亚打响。这意味着2030年世界杯将史无前例地横跨三大洲、由六个国家共同参与举办，世界杯的全球化程度再次提升。

多国联办的模式，正在成为举办世界杯的“新常态”。从2002年的韩日两国联办，到2026年的美加墨三国合办，再到2030年的六国参与，世界杯的举办门槛正在逐步降低。显而易见的是，对于很多国家而言，独自承办一届48队甚至更大规模的世界杯已越来越困难，无论是基建投入、安保压力还是接待能力，都面临巨大挑战。多国联办既能分摊成本与压力，也能让更多国家体验到世界杯的魅力，带动更多地区的足球发展。“百年世界杯”以这样的方式落地，是对足球全球化理念的再次呼应。

参赛队伍数量是否会继续增长，是“百年世界杯”最受关注的话题之一。美加墨世界杯期间，国际足联主席因凡蒂诺在接受采访时明确表示：关于将世界杯进一步扩军至64支球队的讨论，将在本届赛事结束后正式启