

新赛季羽超联赛让人耳目一新——

# 场上三对三 比赛更精彩

关注度一直不高的中国羽毛球超级联赛,终于有了新的亮点。在昨天进行的新赛季首轮比赛中,突破传统的“三对三”比赛让人耳目一新,比赛双方各有两男一女隔网厮杀,这是羽毛球迷们从未看过的比赛场景。

“三对三非常刺激,节奏很快,好多球都打了将近二十个回合。”在湖南客场作战的上海队教练金晨昨天在电话中谈了对新项目的感受。“虽然上场的上海队选手都是刚从国家队回来,赛前只练了十分钟,但我们三名队员在场上打得不错,决胜局一度4比0领先,最终很可惜地1比2输掉了。”上海队昨天因总分2比3不敌湖南队,仅胜了两场单打。“三对三场面很好看,观众看得也很过瘾。”金晨认为上海队双打整体薄弱,但三对三项目可以一拼。“大家对新的项目都不太熟悉,比赛战术还有许多值得研究的地方。”

羽超联赛为什么会推出这一国际比赛中从未有过的新的比赛形式呢?官方说法是为了增加比赛的趣味性。也有消息说是央视希望有这样的安排。本届羽超联赛中央电视台体育频道与中国羽协有密切合作,首次选取重要场次直播。央视以前曾播过一次国家队的队内比赛,其中有三对三的趣味比赛,央视觉得这种全新比赛方式或许能吸引更多球迷关注羽超直播。

让羽毛球比赛更适应电视转播,这是本届羽超联赛一系列变化的主要目的。

比如将每局21分制改成了11分制,使原先长达四五小时的团体赛,现在只要两个多小时就能结束,这方便了电视直播的时间安排。

由于单打选手也可参加三对三比赛,这就使得球迷在比赛前会有更多的期待。昨天赛前一度传出林丹有可能代表八一队参加三对三比赛,但林丹最终还是只打了男单。代表厦门队的世界排名第二的男单选手谌龙,也曾透露很想参加三对三比赛。“我觉得这是很有意思的比赛,三对三比赛对体力上的要求会低一些,对手上感觉要求会更高一点。”男双名将蔡赅在评价三对三的特点时说:“三个人在场上空档特别小,对于战术要求很高,比赛肯定更激烈,更具观赏性。”

从羽毛球专业队的队内训练手段演变为羽超混合团体赛的比赛项目,三对三这一新颖比赛形式最终能否延续和推广,还是个未知数。但这一比赛形式的出现,意味着羽超联赛的运作,正向着更市场化娱乐化的方向努力。

本报记者 王志灵

### 相关链接

### 三对三比赛规则

- 三人中先确定两个人作为固定发球和接发球的球员,他俩轮流发球和接发球。接发球时的站位也和双打一样。
- 另一人为自由人,不能发球和接发球,以后的每一个球都可参与。



三对三比赛更具观赏性

图5

### 场外音

## 接地气的比赛最有吸引力

是中央电视台也好,是李永波也好,反正,把三对三比赛引入羽超联赛的那个人,将被载入史册——载入培养苦于技术不精、体力不济的羽毛球爱好者兴趣的史册。

昨天揭幕的羽超联赛中,首创的三对三比赛绝对夺人眼球。国手谌龙对三对三的感觉是,“体力的要求低一些,更讲究手上的感觉”。

那些“有意识、有一些技术、但体力绝对不行”的羽毛球爱好者,便有了更多打球的动力。此外,这对缓解“因场地少

而造成打羽毛球难”也有一定帮助。

接地气的比赛最有吸引力。也许三对三的比赛我们在国际大赛中还不一定看得到,但我们的业余羽毛球比赛完全——甚至可以说应该马上引入三对三的比赛,因为这将提高羽毛球运动的普及率,起到积极的作用。

实行了三十多年的“只生一个好”的生育政策,此时倒也为中国典型的“三口之家”注入了全家一起运动的最好动力。生产羽毛球拍的企业,也可以

动起来,两大一小完全可以成为标准配置……

三对三的规则我们今天专门写出来了,以供大家研读,我们还将今天的新民微信中将一些三对三的视频找出来,以飨读者。

高兴



扫一扫新民体育微信,看羽超联赛三对三精彩视频。

# 红星美凯龙十一大促将启 百大品牌期待销售创新高

“保证全面放价”、“促销力度创历年国庆最高”……红星美凯龙“十一全放价”活动已进入紧张的筹备冲刺期。据了解,红星美凯龙集团计划拿出2亿来补贴消费者,而全国各大主流家居品牌高层也纷纷立下“军令状”,表示将通过投资源、让利润、降价格等方式全力支持放价活动。

### 商场蓄势待发 即掀十一促销风暴

即将到来的十一黄金周,红星美凯龙又将掀起促销热潮,全品牌、全品类、就等着“十一全放价”啦!此次,红星美凯龙董事长车建新亲自部署,全集团发动员令,表示至少拿出2亿元补贴消费者!

上海4家商场在十一期间将各推出101款劲爆价商品引爆全城,满额还送4天3夜缤纷港澳游。真北、汶水、浦东沪南商场联合百大家具建材品牌成交

价后再降16%!真北商场超过400单最高5000元免单大奖随心抽;汶水商场购家居满三千就送百元提货卡,足足2万张!浦东沪南商场还有259份免单大奖在向小伙伴们招手,吴中家居至尊商场,汇集了国内外众多一线家居品牌,这些品牌平时都很少有折扣让利,但在十一期间,消费者在吴中商场将多买多划算,买第一个品牌商品商场送5%,购买第二个品牌商品商场送6%,购买第三个及以上品牌商品商场送7%,更有机

会获得IPAD MINI、智能扫地机、德龙咖啡机等高端礼品。

### 百大品牌表态: 保证全面放价

据介绍,本次放价是红星美凯龙年内发起的最大规模促销让利活动,其最大亮点就在于可以做到“不限品类、不限品牌”。而之所以敢于做出这样的承诺,这与全国115家商场13000多个品牌商户的支持与协作密不可分。在十一即将到来之际,来自红星美凯龙的100多

个主流家居品牌高层向媒体表达了自己的十一促销宣言。

“红星美凯龙全国各地各大商场一开业,必有科勒卫浴的身影。苏南区域科勒卫浴将积极参加此次十一大型促销活动,保证全面放价,全场卫浴产品(除特价产品)将最高直降16%,同时还推出多款直降到底的特价产品等优惠活动”,科勒卫浴苏南区域总监崔伟荣说。

知名地板品牌大自然江苏省运营管理中心总经理易名表达了类似的态度,他说:“红星美凯龙每次大型促销活动,宣传力度之大,客流之多,都让我们十分惊喜,这次活动我们大自然地板也将大力支持,并保证全面放价”。

整体厨房第一品牌欧派上海分公司总经理丁国平表示,为了配合红星美凯龙的联合促销活动,总部决定在国庆期间强力启动欧派“‘中国好婚姻’乐享惠活动”。

### 预期: 借势红星美凯龙, 拉升销售

红星美凯龙利用平台优势聚集行业资源进行全国整体营销,对很多家居品牌的销售提

升作用非常明显。此前包括2天大促、27周年庆在内的多次成功促销让众多家居品牌尝到了合作促销甜头,因此本次十一黄金周他们对于红星美凯龙显然有更大的期待。

欧路莎总经理林华清表示:欧路莎与红星美凯龙风风雨雨走过了十几年,一同经历了汶水、浦东以及金桥、吴中的开业,对于这次“全放价”活动肯定是大力支持,给消费者最大的优惠,他希望这次十一大促期间能够创造出千万以上的销售业绩。

红星美凯龙台州商场慕思寝具店长熊虹虹表示,这次活动争取做到在历年国庆活动中力度最大,不仅价格上保证全年更低,在售后服务上也会紧跟商场的脚步。希望通过这次与红星美凯龙的合作,能让销售出现新高点,带动下半年金九银十的销售。

据了解,为了让消费者能够更方便地买到绿色环保的高质量家居产品,11月红星美凯龙将在“中国国际绿色创新技术产品展”期间,联合中国质量认证中心,共同发布首批“绿色环保领跑品牌”名单。

