

## 体坛观察

两天前, 一场

名为“传奇永续”的国际友谊赛在虹口足球场上演, 尤文传奇球星与上海老克勒明星队联手为众多球迷献上了一场进球大战。而就在同一周, 切尔西后防大将特里造访申城, 为赞助商卖力站台; 曼城俱乐部在沪召开新闻发布会, 宣布与索福德体育达成区域合作关系, 促进中国青少年足球训练水平的发展提升。

如此短的时间内, 连续多起足球交流活动的举办, 以及今年夏天计划中的多场欧洲俱乐部重量级热身赛在华举行, 都足以表明: 中国市场被欧洲豪门“盯”上了。



尤文传奇明星队与上海老克勒明星队联手为沪上球迷奉献进球大战 本版图片 记者 周国强 摄

# 中国市场被欧洲豪门“盯”上了

## 格外重视

说起来, 尤文图斯传奇队只是一支由退役球星组成的中老年队, 但这一次, 他们的到来似乎与之前造访的一些元老队有很大不同。

尤文图斯传奇队有着浓厚的官方色彩, 率队出访的特雷泽盖是尤文传奇俱乐部的主席。而此番受邀前来中国, 他们也显得非常重视。不仅尽可能召集了拉瓦内利、佩鲁齐、比林德利、阿皮亚等昔日球队名将, 还卖力出席了多项活动, 与中国球迷积极互动。

尤文传奇队的所有公开活动, 都邀请了中国的尤文球迷参加。赛前的新闻发布会上, 球迷组织还获得了提问的机会。周三上午, 尤文图斯俱乐部的代表与赛事主办方乐粉网签署了战略合作协议, 宣布乐粉体育APP正式上线。未来, “乐粉体育”将对尤文图斯在微信、微博、贴吧等社区进行开发、建设与运营, 为众多尤文球迷提供优质服务, 这也是尤文图斯俱乐部开拓中国市场的第一步。

而在周五晚的那场友谊赛上, 三名中国的尤文球迷在下半场也相继登场, 与自己心目中的偶像一道同场竞技, 他们成为最幸运、最幸福的尤文球迷。这种看上去有些不可思议的罕见举动, 也足以表明尤文俱乐部对中国球迷的重视和亲近态度。“是的, 我们希望抓住这个机会, 把尤文图斯的形象发挥到最大。我很清楚地知道在中国拥有上千万尤文图斯的球迷, 这对于尤文图斯现在和将来都是最重要的一个市场。”特雷泽盖在接受记者采访时表示, “借助去年在中国举办的意大利超级杯, 我们也开通了亚洲网络商城, 像这样的商业模式, 在将来也会越来越多, 也是为了让中国球迷能够有更多机会近距离接触尤文图斯。包括我们正在打造的尤文图斯传奇俱乐部, 也是一个非常有价值的项目, 能让我们这些曾经的战友能够再一次聚在一起, 并把他们的价值散发到各大洲。”

几乎与此同时, 英超豪门俱乐部的代表

也来到上海, 宣布与索福德体育达成区域合作关系。作为合作的一部分, 曼城俱乐部的教练每年将访问中国两次, 为索福德的教练提供为期一周的集中训练, 帮助他们提高青少年足球运动的培训水准。索福德少儿俱乐部也将选拔出优秀学员前往曼城俱乐部进行集训、比赛、参观等互动活动。

据记者了解, 曼城的背后财团城市足球集团正计划收购一支上海球队, 从而实现登陆中超的目标。城市足球集团目前拥有的球队包括美国大联盟的纽约城、澳超联赛的墨尔本城等, 并且还收购了日本J联赛球队横滨水手的股份, 上海有可能成为他们下一步扩张的目的地, 该集团计划将这支球队命名为“上海城”队。值得一提的是, 曼城俱乐部的新股东, 正是来自中国的华人文化。有了中方资本的推动, 这个计划想必不难实现。在美国、澳大利亚和日本之后选择上海, 也足以说明曼城俱乐部对中国市场的重视。

## 潜力巨大

他们为何青睐中国? 不得不说, 最近一两年中国足球市场的红火, 以及众多资本空前

疯狂的追逐, 让国外豪门看到了更多商机。中国市场巨大的潜力, 无异于一块相当诱人的蛋糕。

集万千宠爱于一身的中国足球, 正在以一种不可思议的速度向前发展。以中超联赛转播权竞标为例, 2012年以730万元出售, 2014年涨到了8000万元, 2016年就达到了16亿元(体奥动力以5年80亿元的天价抢得), 也就是说从2012年到2016年的这4年之内, 中超单赛季的转播费用大约涨了218倍!

去年, 中超的土豪也许还只有广州恒大一家。但如今, 包括升班马华夏幸福、新东家入主的江苏苏宁, 甚至中甲的天津权健在内, 一个赛季的预算都超过10亿元。去年, 身价千万欧元的外援算是稀有, 但仅仅几个月时间, 至少有六七家中超中甲俱乐部都拥有了千万欧元级外援。刚刚过去的冬季转会市场, 中超烧钱力度甚至排名全球榜首!

面对这样一个前景无比广阔、潜力巨大的足球市场, 相信谁都不会对中国视而不见。尤其是近年来欧洲经济的不景气, 让欧洲俱乐部对于远东市场, 尤其是中国市场越来越

看重, 这将成为他们新的经济增长点。

在这样的背景下, 曾经纯粹为了淘金的商业比赛现在也有了不小的改善, 欧洲球队越来越多地注重培养自己的球迷群体, 安排青少年足球训练营的活动。相比于以往的一锤子买卖, 豪门的目光放在了长远的未来, 比如说, 几乎所有的欧洲豪门都在中国建立了专门的工作室。

“我觉得中超如此大规模地投入购买海外球员, 对中国足球会带来非常大的飞跃。此外, 中国的国家主席也是非常喜欢和重视足球, 对青少年足球的发展也是日益重视。基于这三点, 我认为中国将在不久的将来登上世界的舞台。”特雷泽盖对记者表示, “这些动作还会很快地拉近中国与海外豪门足球俱乐部的关系, 也会对中国足球成长带来不少的帮助。”他坦言: “中国是一个非常潜力的市场, 中国经济的快速发展也将促进我对中国足球市场的关注。”

如今的中国足球, 早已不满足于在自己的一亩三分地里小打小闹, 与世界的联系也愈加紧密。任何一家有眼光的豪门俱乐部, 谁会错过这样的机会呢? 本报记者 关尹

## 大环境迅速好转 商业赛重新火爆

在中国看曼联、曼城的超级德比, 会是怎样的一种感受? 这并非痴人说梦。周三, 2016国际冠军杯中国赛启动仪式在北京举行, 主办方宣布三支欧洲顶级球队曼联、曼城、多特蒙德将来华出战, 其中“曼彻斯特双雄”将在北京的国家体育场交手。

创立于2013年的国际冠军杯, 是欧洲足坛顶级的季前热身赛。2015年, 该赛事首次登陆中国, 在深圳、广州、上海举办了3场比赛, 共吸引了11.6万名现场球迷及1000多万在线观众, 所到之处刮起阵阵豪门旋风。

这样的夏季淘金热, 中国球迷一点儿都不陌生。2003年皇马来华, 银河战舰所到之处均制造了万人空巷的盛况; 2005年和2011年, 皇马又两次来到中国淘金; 2010年, 巴萨驾临中国, 与北京国安踢热身赛; 2005年和2009年, 曼联两次访华; 2012年, 阿森纳、拜仁、曼城、那不勒斯、国米、尤文都先后前来“走穴”。不过, 那些年的比赛质量实在是不敢恭维, 各路豪门也给人留下“工不出力”的印象。球迷的热情总是被过度消费, 慢慢地也就形成了审美疲劳。2013年夏天, 几乎所有欧洲球队的热身赛都绕开了中国, 一群巴西过气球星来华比赛成了中国唯一一场足球商业赛。

上是绝无仅有之事。

前几年中国商业比赛举步维艰的一个重要原因, 就是欧洲球队越来越大的“胃口”, 出场费动辄就是400万欧元起, 这让中方基本上没有利润空间。而这种现象正在得到改观, 去年拜仁和巨大的热身赛, 拜仁出场费只有250万欧元。从出场费的角度来看, 显然是厚道了不少。

出现这种转变的原因, 主要就在于中国市场的吸引力, 让欧洲豪门愿意在出场费上做出让步。此外, 去年3月《中国足球改革发展总体方案》出台后, 国家对足球的重视让所有商家都看到机遇, 政策上的转变带来的行业正面刺激, 使得中国足球的大环境迅速好转。中超联赛的火爆, 国家队成绩改善, 也让越来越多的国人重新认识并喜欢上了足球。在这样的情况下, 商业足球赛事重新火爆也是自然而然的事了。

本报记者 关尹

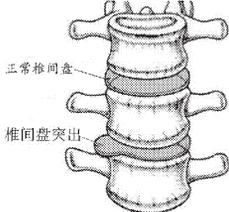


特雷泽盖为沪上球迷签名留念

## “颈、腰疼痛”有良方

颈椎、腰椎支撑着人体的头颅和躯干, 维护着头颅和躯干的直立、弯曲和转动, 颈、腰椎如果出现病变容易产生颈、腰疼痛, 使颈腰关节活动受限, 低头抬头, 弯腰拾物站立行走感到困难, 给正常生活和工作带来不便。“侯氏仙草”牌磁疗疼痛贴针对颈腰疼痛问题研制而成, 适用于颈、肩、腰、腿及关节疼痛的辅助治疗。

本品为外敷贴剂, 使用前先将皮肤清洗干净, 而后将产品外覆层揭开, 将膏面直接贴敷于患处或相关穴位, 每天更换一次。晚饭后贴上, 次日早饭前揭掉。请认准“侯氏仙草”牌商标, 谨防假冒, 在厂家专业人员指导下更有利于康复。



咨询热线: 51093071 51875619  
021-

禁忌内容或注意事项详见说明书。请仔细阅读产品说明书, 在医务人员指导下购买和使用。产品注册号: 豫食药监械(准)字2014第2260095号 生产厂家: 郑州物人草生物科技有限公司 豫医械广审(文)第2015120103号

上海专卖店: 黄浦区武胜路479号(近人民广场) 免费送货, 全程跟踪指导!  
感恩回馈新老客户: 买10送4, 买20送12, 买30送20 (同品同规格)

