

五年风雨路 将爱说出来

上海网球大师赛的 未来令人期待

将爱大声说出来。今天傍晚,上海劳力士网球大师赛在旗忠森林网球体育城落幕。

上海举办网球大师赛的五年,经历了顶尖球星的退赛、黄牛的干扰、上座率的不足,甚至还有今年台风的影响。如今,当门票连续三天全部提前售罄,当网坛巨星对上海行如此重视之际,上海网球大师赛终于克服了“成长的烦恼”。在落幕之际,它的未来,更令人充满期待。

赞助商 大投入

从举办比赛,到比赛成为城市名片,从最初商业价值的欠缺到如今成为赞助商追逐的焦点,上海网球大师赛在商业角度率先完成了蜕变,它的含金量正在向四大满贯看齐。

注意到比赛期间的 KISS CAM(亲吻)环节吗? 摄像机镜头每天捕捉情侣亲吻画面,最后一对被定格的恋人获赠一部手机。“手机品牌的进入,让我们今年的赞助商阵容更齐全丰富。”赛事营销总监杨亦斌介绍说。

在世界九站大师赛中,上海大师赛获得的赞助商投入,连续两年最高,今年的赞助商达到了 29 家,涉猎奢侈品、手机、汽车等等不同的商家,其中包括世界 500 强公司以及新兴的民族品牌。

值得一提的是,赞助商除了大手笔投入外,还多了一份推动上海网球文化、赛事文化的责任。今年,大满贯赛澳网的第二大赞助商澳新银行加入,在其赞助下,此前举办的青少年网球训练营,历时 5 个月,总计 1000 个孩子参与进来。

幸运地 有商机

比赛场外的球星,忙得不亦乐乎。在上海拥有自贸试验区的当下,他们的经纪团队以及赞助商,早已捕捉到了更广阔的商机。

15 年前的网球赛事,需要花钱去请大牌球员,才能提升赛事关注度。2001 年阿加西首度亮相上海时,出场费为 80 万美元,且只打了一轮就糟淘汰。而今,这项 ATP1000 的赛事,不仅要求球员强制参赛,还成为德约科维奇口中的幸运地。“当美网结束时,我并不认为自己的赛季结束了。上海大师赛在我的日历表上,画上了星号。”小德说:“在我看来,这是全世界最好的城市,拥有无限大的市场。”

费德勒成为上海大师赛最佳代言人,足以体现赛事的号召力。“我一年只来一次,当然要提前抵达上海,争取参加所有活动。”费德勒直言。世界网坛排名前十位中,最年轻大师拉奥尼奇对上海恋恋不舍,无缘八强的次日,他依旧出现在旗忠村,只为同球迷零距离接触,学中文、打乒乓,当然最重要的,是推广其代言的品牌新百伦,秀出一双有中文绣字的新百伦网球鞋。这位 90 后球星从费德勒的身上,看到了上海大师赛的未来。

“赞助商正是看到球员们纷纷来参赛,愿意赞助我们的赛事。比如费德勒的经纪人,年初就和我们谈赛事推



■ 德约科维奇在上海大师赛上状态良好,一路闯进决赛
路闯进决赛 实习生 高宇辰 记者 周国强 摄影

广合作。”杨亦斌说。别忘了,上海大师赛已经连续四年被球员投票评选为“年度最佳 ATP1000 赛事”了。

重细节 更贴心

今年的包租区焕然一新,不再是通过多日套票的形式固定销售给一批人,而是改造成每日都能销售的乐享观赛区,球迷能以相对低廉的价格,体验观赛感受。

今年上海大师赛首度遭遇台风。合理调整赛场和场次,向球迷做出友情提示,安排工作人员加班加点维护场地……上海大师赛经受住了考验,也获得了球迷和球员的理解,并没有因此降低观赛人气。

赛事总监吕华勇介绍说,上海大师赛拥有自己的数据咨询部门,搜集各项数据、分析球迷样本,从而做出最迅速、最便民的调整与服务。所以球迷会发现,如今的赛场,出现了手机充电器、ATM 机以及天气变化的各项应对预案。这些细节的注重和服务意识,也让赛事主办方在工作手册在过去四年里增加了一倍。

新目标 更远大

购买外场票的球迷逐年增多,越来越多的球迷不为追星而来,现场球迷的素质也屡受褒奖;赛事收入模式也更加趋于合理;上海的网球人口(拥有球拍、每周打球一次)也达到了 92 万人(去年的统计数据)……上海举办网球赛事的魅力,正逐年凸显。

久事赛事总经理姜澜透露一个打算,“我们正在研究,希望把上海大师赛打造成人造的风景旅游区、人造的节日节庆。”在他看来,大师赛应该成为打造城市旅游目的地的抓手,为城市带来更大的效应。“要达成这个目标,离不开政府的支持与全社会意识的提高,利用赛事创造的效益推动城市的发展,两者相结合才能对经济社会发展起到作用。”

今天,又一年的大师赛落幕,网球大师们无不留下相同的告别语,“我爱上海,期待明年再见。”

本报记者 陶邢莹 实习生 葛敏



■ 上海大师赛为球迷提供了与自己偶像近距离接触的机会
实习生 高宇辰 记者 周国强 摄影



■ ATP 国际区执行副总裁艾莉森·李在上海大师赛新闻发布会上 本报记者 陶邢莹 摄

鲜红的指甲油,细高跟凉鞋,当一袭黑裙的艾莉森·李亮相旗忠网球中心球场时,仿佛刮过一阵清新之风。

在 ATP 这个属于男人的世界里,作为国际区执行副总裁的艾莉森,是唯一一位女性高管。独特的视角、雷厉风行的作风,在她身上体现得淋漓尽致。在 2013 上海劳力士大师赛期间,她接受了本报记者的专访。

同上海结缘

她有高挺的鼻梁,也有乌黑的长发,她有深邃的眼眸,也有东方女性的纤细身材。无论是她的姓氏还是脸孔,都很有中国味道。原来,艾莉森的父亲是华裔,母亲是澳大利亚人,“我曾特意学习了一段时间中文,我想,至少我应该将中国人的名字准确发音。”艾莉森说。

1998 年,艾莉森跟随奶奶,第一次踏上中国之旅,回到祖籍广东。而她来到的第二座城市,就是上海。同上海结缘,因为网球,早在 1998 年上海举办喜力网球公开赛期间,艾莉森就作为 ATP 新闻官来到上海。“当时的上海市民,对网球还不够了解,但现场的观众都很热情。再加上承办赛事的公司和上海市政府的支持,让我看到了网球在上海这片沃土上蓬勃发展的希望。”回忆起来,艾莉森意犹未尽,“我当时就有感觉,上海未来一定能举办顶级的网球赛事。”

此后,上海举办大师赛、ATP1000 赛事,艾莉森都扮演了重要的角色,她是 ATP 在亚洲地区取得巨大发展背后的骨干,也正因为她做出的巨大贡献,去年年底她被提升为 ATP 国际区执行副总裁,成为亚太区的“老大”。

在网球世界,身为一名女性高层管理人员,势必要承受更多压力。“不过,我作为女性也有独特的优势。”艾莉森话锋一转,“我会用不同的视角看待问题,给大家带来

男声合唱团里的『女高音』

——本报记者专访 ATP 国际区执行副总裁艾莉森·李

新的启发。”除此之外,艾莉森强调,“我和其他人一样,就是一名 ATP 官员。”她并不希望因为性别的不同,在工作上有所差异。

艾莉森有一对可爱的儿女,问她如何平衡好家庭和事业的关系,她反问道,“你热爱记者这份工作吗?”在得到肯定答复后,她接着说,“你看你多幸福,可以在全世界采访顶级赛事,能挖掘到你想要的故事。那么,我也一样,能在全世界开拓一个个新的网球市场。”

严谨而直接

看似柔弱的外表下,艾莉森的决策,严谨而直接。

前不久的中网,喊出了要举办世界第五大满贯的口号,艾莉森“毫不留情”地指出,只承办高级别赛事而忽略低级别赛事并不合理。她解释道:“现在巡回赛有 9 站大师赛,ATP 没有计划增加数量,也没有赛事让出举办权,北京暂时还没到申办 1000 的赛事的时机。”

关于中国网球的发展前景,艾莉森的建议听起来有点保守,但很务实。她指出,现在的 ATP 还不急于给中国网球“增肥”,这片沃土现在更需要的是培养。“以意大利为例,他们的赛事结构就非常合理,从大师赛往下,各个级别都有很多赛事,挑战赛就有 15 个,法国也如此。”她希望,未来,中国能建立更加合理的赛事体系,举办更多的挑战赛,这才是培养未来之星的平台。

“本次大师赛上,张择和费德勒的搭档,就像我和中国网球的结缘过程,水到渠成。”艾莉森期待,“在我的任期中,百强内的亚洲面孔能有十位,中国男子网坛能够出现自己的费德勒,迎来一个又一个的突破。”

最后,艾莉森欣然提笔,通过本报向中国球迷致谢:“感谢你们支持男子网球的发展。”

本报记者 陶邢莹

收视指南

上视五星体育频道今天 16 时 30 分将转播上海网球大师赛德约科维奇与德尔波特罗决赛实况。

央视五套今天 19 时将转播东亚运动会游泳决赛实况,20 时将转播男篮半决赛实况。



扫一扫添加新民体育公众账号,看艾莉森为中国球迷题词