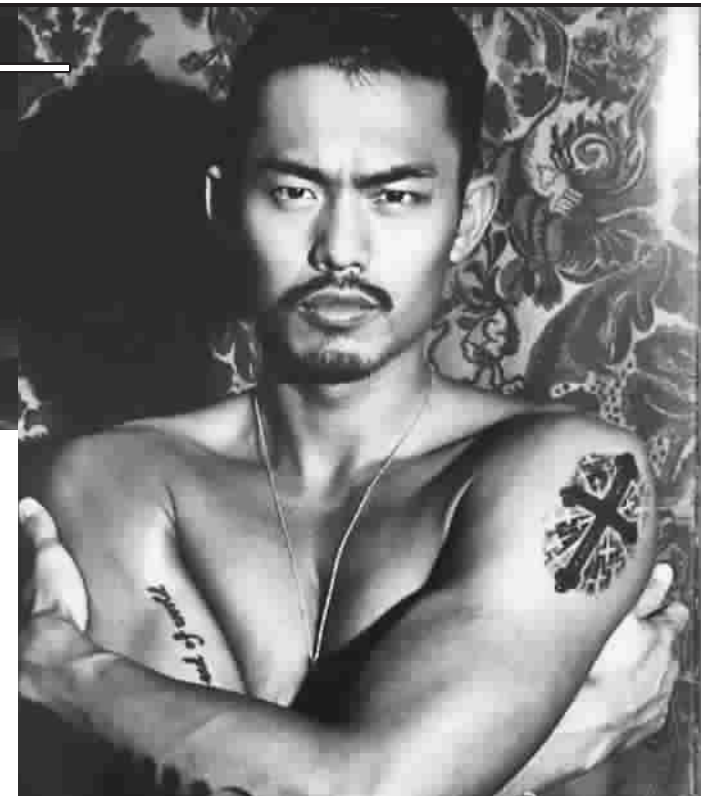


# 为意大利某时尚品牌拍写真引发争议—— 超级丹“转型” 有人欢喜有人忧



## 体坛观察

近日,林丹为意大利某时尚品牌拍摄的一组大尺度写真,惹来了争议。批评者称林丹是“成全了自己恶心了别人”,赞扬者以米开朗基罗的大卫雕像来说事,称看到的只是“帅酷和阳刚”。还有人撰文为林丹守护:“请别用龌龊思想玷污林丹!”

### 冲击道德底线

在目前思想多元化的时代,林丹这一突破传统尺度的写真,会引来争议,也是很正常的。林丹自成名以来,各种话题一直不断。不过,以前的话题都与羽毛球有关,像训练场上与带队教练吉新鹏冲突、比赛场上摔拍子,以及频繁的退赛和休假。但今年以来,林丹身上的话题似乎与羽毛球越来越远,像抛弃国家队赞助商选择日本赞助商,引来了爱不爱国和见利忘义之类的争议,而这次大尺度写真,又直接冲击着大家的道德底线。

“超级丹”似乎正不顾世人的看法,顽强地走在追求个人价值最大化、体现自己个性追求的狂野路子

上。与此形成鲜明对比的,是林丹在赛场上已失去了所向披靡的锋芒,前天结束的印度超级赛,林丹输给了印尼的苏吉亚托,止步于八强。而不久前的全英公开赛,林丹也没有进入决赛,输给了谌龙。国外有预测机构分析,明年奥运会,林丹只能夺一枚铜牌。

从伦敦奥运会后林丹的数次休假和复出的情况看,林丹已把一半的精力,用在个人的转型和发展上。作为羽毛球运动员,他已取得了无人可及的巨大成功。他希望离开球场之后,仍能取得新的成功,这就是他目前正一步步地在做的事。

### 盯住国际大牌

从林丹目前接的广告代言可以

看出,他已渐渐抛弃了国内品牌,走在只接国际大牌的路线上。林丹正以自己独特的方式提升羽毛球项目的影响力。他希望把自己打造成有国际影响力的时尚巨星,像贝克汉姆一样,离开了球场,仍是万众瞩目的焦点。

理解了这一点,我们就可以理解林丹为什么会抛弃李宁去接日本品牌。亿元大单,不仅仅是一个钱的问题,而是体现一个羽毛球运动员真正价值和羽毛球项目的全新影响力。林丹以前最愤愤不平的是,同样是世界冠军,为什么羽毛球冠军的影响力就这么低。他希望以自己的实践,去提升羽毛球运动在世界的影响力,正如他自己常说的:“我会以自己的方式,去推广羽毛球。”

### 保持良好心态

此次林丹之所以不惜“卖肉”,与意大利时装大牌做一次亲密接触,也正是看中了这一品牌在世界上的影响力。林丹目前还不是这一品牌的代言人,出这么一本写真,赚的钱与他千万起步的单品年代言费相比,可能不值一提。但对于一直梦想进入时尚界的林丹来说,是一个难得机会,何况又是这一品牌的两大创始人兼设计师亲自为他设计和拍摄写真。另外,林丹一直希望将来能创立自己的服装品牌,林丹也希望在这个圈子里接触

更多的人脉。林丹这次拍写真,网上骂声不绝。林丹方面虽没有正式回应,但以前林丹说过的话可以让人想见林丹依然会保持好的心态。“我不可能让所有的人都满意,有多少人骂我,就会有多少人喜欢我。”去年下半年以来,林丹在国际赛场上夺冠难求的现状,让更多球迷对林丹目前备战奥运会和个人转型并重的做法多了点理解。“超级丹”不可能永远在赛场上拼杀,如果林丹退役后能像小贝一样依然拥有足够的影响力,那也是羽毛球项目的幸事。

本报记者 王志灵

# 油菜花海中穿越 白墙黑瓦间骑行

## 中国黄山(黟县)国际山地车赛饱览山川美景



■ 选手们骑行在“中国最美赛道”上  
本版图片 TP

春风拂面,油菜花开,诗意般的美景中,第十届中国黄山(黟县)国际山地车公开赛上周末在水墨宏村鸣枪。为期两天的比赛共吸引了来自超过13个国家和地区的专业选手和近千人次山地车爱好者参加。作为斯柯达HEROS中国自行车系列赛的重头戏之一,车手在油菜花海中骑行的画面成为了黄山赛的经典。

### 中国最美赛道

黟县北枕黄山,南望白岳,是“徽商”和“徽文化”的发祥地,陶渊明游历于此,曾写下诗意盎然的《桃花源记》。山地车本就是一项刺激的运动,而在黟县这样的“中国最美赛道”上,更是挑战力十足。

赛道上布满大小不匀的石子,还有泥泞的土路。运动员在下坡时必须弓起背、手臂弯曲,紧握把手,不时按着刹车,用点刹的方式减缓下坡冲刺与石头碰撞带来的冲击力,整个人就像骑着狂躁的公牛一般,稍有不注意,便可能被甩出去。

山地车的魅力在于爬坡、冲刺。你不知道会遇到何种艰难的路程与障碍,但越是艰险,

越有挑战的动力。骑着数万乃至数十万的爱车穿越障碍一身泥浆完赛时,累和畅快是车手最直接的体会。

黄山赛已成为国内公认的第一业余山地车赛事,本届比赛正逢10年盛事。皖南黟县正值桃花、油菜花盛开时,车手途经世界文化遗产宏村以及协里、塔川等景区,在充分体验竞技体育所带来的快乐之时,也领略到了沿途的风土人情。

在油菜花海和白墙黑瓦间骑行的画面,成为了黄山赛的永恒经典。

### 业余联赛升级

在中国自行车界,黄山赛是运动员来了还想再来的比赛。本次比赛除中国车手外,更有来自英、法、德、意等13个国家和地区的车手。选手中不乏有已经连续5年以上的参赛经验,更有一些是连续10年参赛的“铁杆粉丝”,一路陪伴,共同见证黄山赛的10年辉煌。

公开赛共设男女18公里组、男女36公里组、4公里家庭组、10公里体验组和男女72公里组比赛,包括崔克中国车队、斯柯达前行车

队、闪电中国车队等在内的代表中国最高水平的数十支业余自行车队和众多山地车爱好者。

作为承办方,奥林匹克在赛事期间还举办了儿童自行车体验赛、趣味骑行赛等10余项周边活动,使得赛事更加贴近普通大众。

值得一提的是,这是连续第二年,黄山国际山地车公开赛被纳入中国业余自行车系列赛赛事。由嘉定奥林匹克体育承办的业余自行车系列赛,今年全面升级,以“HEROS”为名的自行车运动文化品牌对外发布。

虽然中国是自行车大国,但并非不是自行车强国,主办方希望以HEROS为平台,打造一个自行车文化品牌,推动自行车运动在中国的发展,并让自行车运动成为全民的健康习惯,成为低碳生活方式的首选。

有数据显示,过去10年间,自行车运动在中国发展迅猛。业余自行车赛事从2003年的3场增至近年来的300余场。从健身到竞技,自行车业余赛事的红火,也满足了人们的运动需求。

今年的斯柯达HEROS中国自行车系列赛将从3月持续至12月。除7站环上海公路自行车赛外,黄山和武夷山2站是国内独一无二的赛事形式。在原有专业赛事的基础上,今年将打造以赛、游、展、秀四位一体的综合模式,让更多普通爱好者参与到自行车运动中。据奥林匹克介绍,4月份,环上海公路自行车赛将移师南汇继续进行。本报记者 陶邢莹



扫一扫添加新民体育公众账号