

明天凌晨打响新年首战

## 只求国足过年不添堵



■ 国足赛前热身玩起“橄榄球”游戏  
图 Osports

又到了“考验”中国足球的时刻。北京时间明天凌晨1时15分,卡马乔率领的中国男足将在客场打响2015年亚洲杯预选赛第一枪,对手是昔日西亚劲旅沙特队。由于距离除夕只有短短一天时间,在这样一个“敏感”时刻,国足能否让广大球迷过一个舒心年?

几天前的热身赛上0比1负于阿曼二队,国足承受着不小的压力。抵达沙特达曼之后,卡马乔特意让酒店餐厅为队员准备了中国传统美食饺子,让球员在西亚也能感受到过年的氛围。

能稍让卡马乔宽心的是,虽然国足此役面对的是多年苦主沙特队,但它却是今非昔比,实力滑坡严重,前任主帅里杰卡尔德不久前更是因为战绩不佳黯然下课。在最新一期世界排名中,中国队排名第

86位,沙特更差,居然是第118位。

从历史纪录上看,国足和沙特曾有15次交手,两队各胜6场,还有3场打成平手。但国足上一次战胜沙特却要追溯到遥远的1997年十强赛,而最近一次是2009年热身赛,当时国足1比4惨败。虽然目前伤兵满营,但卡马乔依然表示对球队赢得比赛充满信心。谈及压力时,他颇为淡定:“这场比赛是在他们的地盘上打,压力应该在主队那边,而不是我们。”他说,“我已经告诉我的球员们,上场比赛就是为了能够赢球。”

有意思的是,中沙之战既是两支国家队的对抗,也是中沙两支俱乐部豪门广州恒大和伊蒂哈德之间的较量。郑智、郜林等球员都在去年的亚冠联赛上同伊蒂哈德队

交过手,明天凌晨他们要继续与对方的铁腰哈里里、锋线杀手哈扎济展开正面较量。1989年出生的哈扎济在去年亚冠中一共打进8球,收获银靴奖,表现异常神勇。在2009年国足1比4负于沙特的比赛中,他也打入一记精彩绝伦的入球。而去年,也正是哈扎济率领伊蒂哈德淘汰了阵容豪华的广州恒大。此番再度对决,郑智和队友们能否在国家队成功复仇?

值得一提的是,卡马乔的前任高洪波在2009年春节期间,曾经率队在韩国举行的东亚四强赛上夺冠,尤其是3比0大胜宿敌韩国队,令国内足坛一片欢腾。不过,对于如今这支状态不佳的国足,球迷期望值并不高,不少人的态度是:“不奢求他们漂亮赢球,只求过年不添堵就行。”本报记者 关尹

中国足球·他山之石 2

## 商业英超 无孔不入

——世界第一足球联赛有独门秘笈

西甲,风起云涌,但到最后成色总是家庭作坊的二人转。

意甲,名声在外,但欣欣然间恶名总是不经意间来敲门。

英超,从未标榜足球的细腻与华美,也未强调底蕴与历史,它只是以原始的碰撞,简洁的精彩吸引眼球,同时又有商业化增值这一独门秘笈,坐稳第一足球联赛的宝座。

## 球迷群五湖四海

岛国的危机意识,让英国人总是习惯性地将自己的思路发散至全世界。巴萨或许正在赢得整个世界,但英超的快速与激烈,甚至让没有耐心坐下来看足球、总嫌足球比赛进球少而不过瘾的假性球迷坐到电视机前。根据英超的统计,世界上有近8000万名曼联球迷,而其中60%在亚洲。来自华威商学院的报告提到,14%的中国球迷投票表示他们拥有至少一件曼联的球衣。

选择可行的切入点,穷尽化地利用其吸引力,锁定一个特定的群体,这是英超近年来亲民的主打招数。当年曼联利用贝克汉姆这张王牌,横行亚洲招揽球迷。在贝克汉姆离队后,他们保持着每年的亚洲之行,试图让新生的魅力为更多人所知,并稳定维系着自己海外球迷群。比起14%这个数字,又有多少中国球迷拥有一件自己地方队的球衣,或者一件我们国家队的球衣呢?

英超的全球化商业作为,也开始影响他们的赞助商。在金融危机之前AIG斥巨资资助曼联。事实上,在保险市场几近饱和的英国市场,他们很难看到自己会获得新突破。公司的CEO萨利文曾表态:“我们从未想过直接从英国获益,我们正在购买其他洲际的消费品。”这种衍生开来的商业价值,也说明英超的全球影响力。

## 赞助商五花八门

看一支球队是否富足,或许可以从队服上窥之一二。以眼下排名英超第四的热刺为例,他们从来算不上是英超豪门,排名也总在中游水平。但热刺有3家主赞助商Autonomy、Investec

和PUMA。第一家是电脑软件公司,他们设计的电脑软件名称出现在热刺联赛队衣上。而热刺参加所有的杯赛时,其队服上的赞助商便成了投资公司Investec。而PUMA则是他们的运动装备赞助商。除此之外,他们大概还有7家不同赞助级别的赞助商。热刺,只是英超中小球会的代表。一些商业开发更佳的球队,甚至还有座驾、门票、礼服、移动通信、轮胎、化妆品、保险等五花八门的赞助商。某些场次的比赛,还会进行冠名拍卖。“与xx明星的晚餐”,这类互动节目,也会被出售就餐权赞助。

再来看看中超的球衣:国安的股东之一是中信银行,球衣主打广告便成了“中信”;申花的老板朱骏,也是九城的老板,九城的电脑游戏成了球衣广告,便顺其自然。对于球队,这些算不得额外的收入,至多只是自娱自乐。

## 转播费卖出天价

说到英超,一流的转播不得不提。英超是全世界转播费用最为昂贵的足球联赛。以英超联盟与天空电视台2008年签订的转播合同为例,从该赛季开始,英超在未来3年内可以获得每年高达9亿英镑的收入,这笔收入保证了英超俱乐部具有足够的财力去引进优秀球员。中超转播权,显然不可同日而语。更为难看的是,中超联赛曾因与央视转播费谈判未果,无缘出现在央视。而央视在2007年全面转播中超赛事,为此只付出了约600万元。

以世界第一联赛的商业标准来衡量中超,或许有所不公。但其发展的理念,以及开拓路上的种种思路方法,却不妨被中国足球“拿来”。

本报记者 华心怡

## 收视指南

央视五套明晨1时15分将转播亚洲杯预选赛沙特与中国比赛实况。

上视五星体育频道今天23时将转播非洲国家杯半决赛马里与尼日利亚比赛实况,明晨2时30分将转播布基纳法索与加纳比赛实况。

## 对手送“杯具”

沙特主场有想法

送什么不好,偏偏送几个杯子!就在中沙大战之前一天,沙特方面向做客的中国队每人赠送了一个小礼物:手工制作的铜杯。这一幕引发众网友调侃:难道西亚人也懂“杯具”的含义吗?

尽管大战之前气氛紧张,这一回国足却是颇为大方。相比严防死守的主队,昨晚在达曼法赫德王子体育场的适应场地训练,卡马乔居然难得地全程对外开放,一点也不惧沙特方面的侦查。现场除了来自中国的媒体外,还有近10名沙特记者也近距离目睹了国足的最后一练。

训练结束后,国足上下收获了一个意外——客气的沙特人赠送给中国队教练和队员每人一个小盒子,里面装着3个铜

杯。在国内,“杯具”很多时候已经演变成“悲剧”的寓意,沙特人莫非是想让国足哭着回家?

与中国足球一样,最近几年,沙特足协也制定了“全面学习西班牙”的计划,各级国字号队伍中有多达20多名西班牙籍教练,这也是沙特足协上个月炒掉荷兰主帅里杰卡尔德后很快便与前皇马主帅洛佩斯·卡洛签约的原因所在。有媒体请卡洛预测这场与中国队的比赛时,他一点不客气:“我们肯定会战胜中国队,因为我们有主场优势!”确实,对包括沙特队在内的很多西亚球队来说,主场作战往往能激发他们的斗志,同时裁判等场外因素也可能有一定的帮助。

本报记者 关尹



■ 英超赛场内外充斥商业化气息

图 IC