

■业余高手

玩“健腹轮”的健身达人

——记126路驾驶员许建立师傅

□通讯员 陈雪 刘蕊

由于公交驾驶员要长期在驾驶室工作，很多驾驶员都会有发福发胖的现象，对身体健康造成严重的影响。126路的许建立师傅就是其中一位，他每次走完车回来后只要站立起来，从脚趾到大腿根全是麻的，非常难受，只能弯着腰走下车休息一会。于是许师傅下定决心，要锻炼身体。

话说得简单，如何去实现呢？许师傅180斤的体重就是摆在面前一个最大的难题。在一次去公园跑步的时候，许师傅看见有人在玩推轮，得知这项运动能起到减肥的效果，于是自己便买来一些零散配件，并在朋友的帮助下组装上了第一个健腹轮。

这项运动看似简单，却很难完成，要通过臂、腰、腹、背部的力量相结合才能完成一组简单推轮的动作。许师傅几次尝试都没有成功，这更加激励他做好这项运动的决心。通过仰卧起坐、俯卧撑等一系列的运动，许师傅首先增加自身的力量，通过半年的训练，他从一个动作都起不来，到可以连续做90个仰卧起坐、40个俯卧撑……在自己的身体素质稳步提升后，许师傅便开始尝试做健腹轮运动。

首次尝试健腹轮，就让许师傅吃了不少苦头，由于掌握不好平衡点总是摔摔。在熟悉了跪式



的基本动作后，许师傅又开始为自己增加难度——从跪式改为了站立。一个简单的改变，却再次打破了他的平衡点，在朋友的帮助和指导下，许师傅慢慢掌握要领，从前行60、70、80、90厘米的练习中，每前进一厘米都是艰难的突破，直至半年后达到了平推的效果。在4年的坚持下，许师傅从原来的180斤减到了现在的150斤，最让他意想不到的身体状况越来越好，不仅腿脚不再麻木，而且也没有高血压、高血脂的困扰。良好的身体状况让他在工作中也像变了一个人似的，在行车中精力更加的旺盛，下班后还会主动帮助车队做好各

项基础工作。

许师傅还成为了健腹轮运动的推广者，他让朋友把他运动的过程录成视频转发到车队群中，带动了身边更多同事加入其中。在许师傅的带动和鼓舞下，现在已经有几位同事找到了他，请他帮忙制作这个健腹轮装备，只要有朋友找到他，他都会帮助制作推轮设备，传授动作要领。

从180斤到150斤，从腿脚麻木到健身达人，他用亲身实例证明了只要有毅力和恒心，就不会有做不成的事。无论是在减肥的道路上还是在工作中，他用自己的行动传递着无限的正能量！



■职工体育

花乡工会举办职工“健步走”

本报讯（记者 余翠平）“这不是王静她们吗？”丰台花乡郭公庄的张君和伙伴们在快要到达北宫公园顶峰狼坡顶的时候，遇见了从另一条山路上来的花乡纪家庙村工会的队伍。

“你们也够快的呀！”开朗的王静赞叹道。

4月中旬，来自丰台花乡15个村、花乡总公司的300名职工沐浴着春日的阳光，呼吸着清新的空气，迈着轻快的步伐相继从北宫森林公园南门进入，拉开了花乡职工春季“健步走”的序幕。

在这支队伍中，全乡的健步爱好者们带着手机，使用“健步121”手机软件健步而行，大家愉快地感受到：工会提供的“健步121”手机软件不仅帮他们获得健步知识，还让他们收获了健康。上午10点半左右，各村人员相继登上了公园的最高峰，在

花园式的观景台中，大家兴奋地四下展望：丘陵地貌的走势、春日林木的片片绿色、粉红的美人梅花朵等尽收眼底。

花乡总公司工会主席徐建文迈着轻快的步伐，不时地为来自下属四家专业公司的60名职工“加油”。酷爱登山运动的他兴奋地对记者说：“平时大家各忙各的，这下借着‘健步走’的机会，都在这里见面了。你看他们聊得这亲热劲儿！”是呀，参加“健步走”活动不仅让职工身体得到舒展，还增进了各单位职工之间的友谊。

花乡工会主席张春生表示：希望全乡工会以本次活动为契机，更加重视职工文体活动，更加重视身体锻炼，树立“我运动、我健康、我快乐”的理念，养成“今天锻炼、明天锻炼、长期锻炼”的良好习惯，做到工会活动常有，职工快乐常在。

■新闻分析

NBA球衣为什么开始打广告？

不少球迷似乎被NBA最近的一个决定伤害了感情，那就是下赛季NBA比赛球衣开始放置广告。在最近火热的美国网友关于“你是否接受NBA球衣广告”的投票中，截至记者发稿，总共14095人参与，只有15%表示接受，85%的人投了反对票。大家认为，NBA的球衣“主权”惨遭充满铜臭的广告商践踏，这最后的神圣领土也宣告攻破。

吐槽归吐槽，仔细想想，一个球队死忠不会因为巴掌大的球衣广告而取消对喜欢球队的关注，而即便是普通球迷，生活在这个被广告充分浸润每个角落的世界里，你真的相信为此就会导致联盟的收视率或上座率下降？恐怕也不太可能。

过去两年来，总裁萧华一直把欧洲足球的成功案例作为范本。从上世纪50年代，就有乌拉圭的足球俱乐部想出了广告登陆球衣的点子，当时几乎每一个欧洲的联赛、球迷、官员、球队都对此不屑一顾，誓死捍卫一方净土。直到上世纪70年代，人们渐渐发现广告上身并没那么可怕，在给球队带来额外效益的同时，也并没有对球队自身的品牌价值以及球迷认同带来多大摧毁。如今，广告商标已风靡欧洲足球联赛各队球衣，甚至“喧宾夺主”，摆在球衣正中间最显著的位置，而球队的标志则被“挤”到了球衣左上方的一小区域。数据显示，欧洲顶级足球联赛去年一年在球衣广告上的总收入达到9.3亿美元，其中英超最多，达3.7

亿美元，剩下的5.6亿来自德甲、西甲、法甲、意甲和荷甲。

对于如此巨大的商业价值蓝海，NBA不可能不眼红，这一小块广告预计将为NBA带来每年1.5亿美元的收入增长，占据其总收入的3%左右，其中一半属于球队，一半会流入联盟设立的“资金池”中贮存。

当然，NBA不敢冒进，联盟低调行事，依然把球队队名放在正中间，而选择一块6.35厘米×6.35厘米见方球衣左上方的位置放置广告，与耐克商标（取代阿迪达斯的新NBA球衣赞助商）对称。

广告上身并非突发奇想，这样的想法联盟已预谋很久，萧华过去两年里不断地表示这一趋势“无法避免”。WNBA在2009年就已开始在球衣上放置广告，而今年在大多数的2016全明星赛中，NBA也已将起亚的标志放在了球衣上面。此外联盟表示，这一做法先试运行3年，这是一招不错的缓兵之计，给了球迷们特别是超级保守派们台阶下，意思就是别急，咱们只是先试验，以后好商量。可当经历过3年里无数电视网络新媒体润物细无声的曝光之后，球迷的观看习惯、消费习惯将再次被定型，那时提出一个小方块广告赶出球衣的人甚至可能会被无理取闹，更何况当3年里数以亿计的美元流入联盟、球队以及球员们的口袋，这时把口袋再捂上只怕已经不太现实了。

（新华）

■段言堂

土炮当自强

□本报记者 段西元

本轮亚冠，中国国脚们延续了近期的强势状态，特别是郜林和武磊的表现令人欣慰。在超强外援如潮水般涌入中超的背景下，“土炮”的出色发挥，让中国球迷感到振奋，更让国家队主帅高洪波“安心”。

广州恒大的主教练斯科拉里最让人诟病的就是他不爱轮换，在上周的恒大队会上，老板也委婉地提出斯科拉里应该多用新人。斯科拉里倒是非常听话，这场亚冠派上了一些年轻球员，这在以往“斯式恒大”的比赛极少出现，恒大似乎又回到了里皮带队“人人为我，我为人人”的时代。在恒大的本土国脚群中，郜林无疑是近期最亮眼的，这场亚冠他奉献了一个进球和一个助攻，最近2轮联赛恒大接连击败国安、河南两支劲旅，郜林也是首功之臣。

在赛季初期，斯科拉里压着郜林不用，当时就引起了非常大的争议，也凸显了郜林在球队中尴尬的位置。作为国家队的当家中锋，在俱乐部却没有稳定的位



置和出场机会。郜林当年在上海申花踢出来时，其定位很明确就是中锋。但在转会到恒大之后，郜林的位置却被超级外援不断挤压，这几年恒大的中锋位置如流水般换人，但站在对方禁区腹地的肯定是外国人。于是，郜林屡屡被挤到边路，国家队中锋成为了边锋。郜林的这种尴尬，在其他国脚身上也有显现，郜林的前队友董学升就因为恒大根本得不到机会，今年转投了河北华夏幸福。这场恒大的亚冠比赛，担任解说嘉宾的是国足守门员教练区楚良指导，区楚良在看到韩国球队年轻本土球员如云的时候，连连赞叹，并指出中国球队给本土年轻球员的机会太少。

郜林这一代80后球员，在职业化的大潮中几起几落，始终是

在外援的夹缝中生存。80后本土球员的尴尬，现在有90后本土球员身上复制且变本加厉的趋势。本土球员好，中国足球才算真正好，因为世预赛和亚洲杯不是靠拉米雷斯、埃尔克森们去打。一方面本土球员要自强不息，打铁还需自身硬，郜林能在最近的比赛中脱颖而出靠的还是他的实力，他的表现“逼迫”斯科拉里不得不对他另眼相看。另一方面，俱乐部也要有培养年轻球员和本土球员的意识，日韩足球的强大并不是建立在亚冠成绩的基础上的，而是他们的俱乐部是培养人才的机器，J联赛和K联赛俨然已经成为五大联赛输送日韩足球人才的“球星加工厂”，而这样的“球星加工厂”最终受益的是日韩国家队。