

高洪波 身后的一地鸡毛

□本报记者 段西元

国足负于乌兹别克斯坦，世界杯预选赛出线几成空谈。赛后，中国队主教练高洪波宣布辞职，这是他应该承担的责任。但是，高洪波辞职并不能解决中国队的问题，高指导身后留下的是“一地鸡毛”。

一帮“龙套”唱不好“龙凤呈祥”

中乌之战给人最深的印象是“踢不过”，中国队在乌兹别克斯坦队面前几乎处处处于下风。高洪波面对这场生死战，排兵布阵还是很勇敢的，他抛弃了5后卫阵型，而是采取了球员们比较熟悉的4231，阵型和打法都更偏向于攻击。但当孙可受伤下场后，中国队方寸大乱，被乌兹别克斯坦迅速夺得了主动权，以孙可下场为起点，中国队一直被动到了比赛结束。中国队的阵型一度被压得很扁，不是中国队不想反弹，而是力有不逮，无论在技术层面还是身体层面都不是乌兹别克斯坦人的对手。在中超联赛中表现一般的克里梅茨和谢尔盖耶夫，当他们进入乌兹别克斯坦的体系下时却变得非常强大，而乌兹别克斯坦队长艾哈迈多夫在中国队面前更是像“神一般”的存在。乌兹别克斯坦踢的是体系足球，可当与他们交锋时却发现，他们的个人能力也远在我们之上。

中国队的球员在中超联赛中身价极高，很多国脚的转会费都是几百万欧元甚至接近千万欧元，有些明星国脚的收入达到了百万以上欧元。但令人哭笑不得的是如今的中超联赛并不是中国球员在唱主角，很多国脚在俱乐部其实只是在“跑龙套”，而像杨旭这样的中锋，在鲁能连“跑龙套”的资格都没有。一帮配角儿，你让他们唱一台“龙凤呈祥”的大戏实在有点难为人。2001年中国队出线那次打乌兹别克斯坦没那么费劲，可那时的中国队球员几乎个个儿都是俱乐部的核心，郝海东、李玮峰、祁宏哪个不是甲A豪门球队的顶梁柱？高洪波承担了他该承担的责任，而中国队说到底就是实力不行，作为最后一个挤进十二强赛的球队，取得现在这样的结果太正常不过。中国足球看上去非常有钱，但实际上穷的只剩钱了。



接下来怎么办？

中国队世预赛出线的希望只剩理论可能，接下来最大的难题是谁来继续带领中国队前进。理论上讲，中国队和高洪波还有合同，还可以谈一谈，但看高洪波的态度是彻底对这支球队绝望了。高洪波可以说是“最后的稻草”，当时他临危受命带队杀进12强赛，已经算是完成了足协交给他的任务。

如果高洪波离开，穷尽想象力，也难以找到合适的接班人。从国内教练层面看，高洪波可以说是最出色的。看看现在的中超，本土教练的生存比本土球员还要难得多，本土球员因为外援限制还可以获得相当的出场名额，而本土教练实在是寥若晨星。贾秀全、马林这样的教练，本身年龄偏大，其战术思想和指挥能力也只能是局限在国内中游球队。谢峰、李金羽这样的中青年教练，自己本身还有很多需要学习的东西。归了包堆，中超就这几个一线本土教练了。国字号的助教和国青的教练，开玩笑

说难道有人还会想着让傅博去“背锅”吗？

外教也很难，现在的中国队就像一座“烂尾楼”，谁来接这个“工程”都像是主动“找骂”。好一点儿的外教，珍惜自己名声的外教，恐怕都不会在这个时候来接中国队，中国队就像烫手的山芋，教练们都避之不及。也许唯一能够吸引外教的还是钱，如果中国足协在赞助商的帮助下开出一个虽不合理但不可抗拒的年薪，有些外教还是会心动的。就像里皮、斯科拉里、佩莱格里尼、保利尼奥、奥古斯托、佩莱、浩克、拉米雷斯、热尔维尼奥这些我们本该在电视里欣赏的身影，因为钱的魅力来到我们面前一样。但球终究是要由运动员来踢的，好的教练只能提升球队5%-10%的战斗力，中国队即便提升10%的战斗力，也就是多赢一两场球，不可能赢得出线权。长期的急功近利好大喜功，让中国足球从来都没有耐心去培养年轻球员，周而复始，一代又一代的恶性循环。也许4年后，我们还会说同样的话，写出同样的评论。



与NBA相比，CBA完全不会做生意

本报讯 昨晚，2016NBA中国赛休斯敦火箭与新奥尔良鹈鹕在北京进行了第二场比赛。从2004年到2016年，NBA一共举办了10届中国赛，在此期间，没有其他国家和地区能享受这样的待遇，要知道来打中国赛的不乏热火、勇士、火箭这样的人气球队。NBA为什么如此热衷于办中国赛？说到底，就是因为钱。

中国赛到底能给NBA赚多少钱？这个问题其实并不重要，事实上NBA从未将中国赛视为捞金的唯一场所，更直接一点，中国赛更像是NBA的广告，除了赚钱，还是为了更好地拓展中国市场。尽管NBA签下了天价转播合同，但对他们来说，收入的重要一块，来自海外市场，而海外市场的重中之重，已经从欧洲转移到了中国。

四年前，NBA抛出一个数据，他们在2012年从中国市场赚了1.5亿美金，但这还不是全部，当时还不是NBA主席的萧华在接受采访时骄傲地宣称，“我们在中国市场的盈利每年增长率超过10%”。按照这一计算，NBA在2016年从中国可以赚2亿美金，折合人民币，超过10亿。

令人惊讶的是，萧华的预计并不准确，NBA在中国的收入远比他想象的更高。尤其签下新的网络转播合同后，NBA每年可以多赚8000万美金。借着这股春风，NBA与其他部分合作伙伴也达成了新的合同，价码高涨，甚至还更换了一些赞助商。

换一个视角看中国赛，完全可以忽视这其中的盈利，对财大气粗的NBA而言，中国赛的门票、广告收入，并不是他们追求的目标。他们更像是将中国赛办成一个商业派对，既是与赞助商拉近关系，也是向他们亮“肌肉”——不仅仅是看人气，还从高质量的转播、大气的场面给赞助商们留下深刻印象，从而再度寻觅其他有可能达成赞助协议的对象。

与他们相比，我们的本土联赛CBA就好像完全不会做生意，所谓的季前赛往往会拉到一些四五线城市举办，只是为了省钱，他们从未在商业派队的角度来举办季前赛，而只是将之当成常规赛之前的热身，可谓邯郸学步。最可笑的是，为了节省经费，CBA联赛几乎不会在季前赛给赞助商们更多的曝光机会。

对NBA而言，到中国举办常规赛，因为时差可能会影响到他们在NBA的转播，而且球员过于疲惫会增加伤病风险，但季前赛不存在上述缺点，也是他们敲开中国市场大门最好的道具。马特·梅耶，美国体育行业的资深经纪人，给中国赛下了一个定义，“这是一个推广NBA品牌的赛事，在中国尤其有效，它最重要的目的，只是为了告诉中国球迷，NBA是这个世界上最好的职业联赛”。

只要达到这个目标，NBA就能在中国市场攫取更多的利益。(鑫鑫)

首届冬博会19日开幕

全面展示国内外冰雪产业最新发展成果

本报讯 作为全球规模最大、最权威的冰雪运动展会之一，国际冬季运动（北京）博览会将于2016年起每年在北京举办，旨在促进中国乃至全球的冬季运动产业全面发展。首届冬博会将于今年10月19日至22日在北京国家会议中心召开，博览会拥有超过两万平方米的超大规模展览区，涵盖冰雪运动、赛事与文化、户外及休闲和互动体验四大核心板块。

据悉，为期4天的展览预计将吸引超过10万名专业观众和普通观众前往参观参与。展区分为冰雪运动、赛事与文化、户外及休闲和互动体验四大核心板块。其中冰雪运动板块包含冰雪国家

主题馆、雪场及旅游目的地、冰雪运动装备、场馆设施及营造专区；赛事与文化板块包含奥运主题展示、国际运动组织、冬季旅游文化及赛事推广、国际品牌协作专区；户外及休闲板块包含运动休闲、户外运动及健身器材专区；互动体验板块包含互联网+体育及VR体验、体育人才、真冰秀场和青少年冰雪体验专区。四大板块从多角度全面展示国内外冰雪产业的最新发展成果。

据介绍，预计经过5-8年的发展，冬博会将被打造为世界规模最大、最权威的国际性冰雪运动盛会之一，影响力覆盖亚洲、辐射全球，充分推动中国冰雪产业与国际接轨。(艾文)



“轮椅马拉松”鸣枪启程

2016年北京“轮椅大步走健身三项运动会”昨天在北京工人体育馆广场举行。随着清脆的发令枪声，300多名残疾人摇动轮椅，冲过起跑线，开始了轮椅迷你马拉松的比赛。

来自全市各区的300余名残疾人驱动轮椅进行了迷你马拉松比赛，参加了轮椅技巧赛和轮椅投篮、轮椅绕桩等趣味运动项目，在轮椅上表演了柔力球、太极拳、扇子操、呼吸操等健身项目，共同跳起了改编的轮椅舞蹈《小苹果》，活动内容丰富多彩，活动现场欢声笑语。

本报记者 邱勇 摄影报道