



康康侃球

从场馆、裁判、周边商品、赞助商到“最萌卡塔尔世界杯上有支特殊

女球迷也是铿锵玫瑰

□潍坊日报社全媒体记者 康静

当英格兰以6:2大比分，砍瓜切菜一般战胜亚洲霸主伊朗，让我这个穿着英格兰球衣大胆开麦畅聊世界杯的女球迷，很是扬眉吐气。于是，兴致大发，聊聊咱这“女球迷”标签。

提起铿锵玫瑰，就会想到笑傲天涯、永不后退的中国女足，掷地有声的歌词象征着女足精神。其实，大众刻板印象里的“女球迷”画像，大多是“伪球迷”写照。现如今，你以为的女球迷，不是“温室花朵”，也是“铿锵玫瑰”。

诚然，成为英格兰球迷之初的我，倒也完全符合“不懂球+看帅哥”的基本人设。2002年韩日世界杯，因为国足史无前例地杀入决赛圈，成功走进普通人的视野。当年那支英格兰队中，贝克汉姆、欧文、杰拉德、乔科尔……一个个颜值能打、风度优雅、球技潇洒，身着设计元素别具一格的白色球衣，实在养眼，脑袋一热宣称要做英格兰球迷。然而，世界杯结束后却发现，下一次看到他们得等四年。我哪肯善罢甘休，扭头盯上了英格兰国脚“大户”曼联，尝试着看英超、看欧冠，摸索着逛论坛、查数据。

不曾想，接下来的日子里竟成了“怪物史莱克”鲁尼的“脑残粉”、“小个子”梅西的“无脑吹”。为欧冠熬夜到天亮，为欧联扒烂了地图。远，跑到香港看英超亚洲杯。近，扎进鲁能足球队追潍坊杯。渐渐地，与刻板印象下的“女球迷”标签渐行渐远。

在网络上，中性化的网名更是掩盖了性别，许多频繁互动聊球的网友一直以为我是男球迷。同时，也结识了一些“超人”一般的女球迷。她们将对足球的热爱付诸行动，自学外语、绘画，挑战摄影、视频，尝试直播解说，为球迷朋友翻译新闻、剪辑集锦、点评赛事……球迷哪里分男女？谁说女子不如男？

到2010年南非世界杯时，我已踏入报社。有幸接到了世界杯特刊编辑重任，与前线特派记者通力协作，在资深同事大力帮助下，完成了一个又一个版面，下班到家凌晨两三点钟是家常便饭。不觉累，只觉得甜。在网上也没闲着，曾经就足球评论员董路一条评球微博私信他，针对西班牙中场布斯克茨的作用提出不同意见，来往辩论十几回合。最终西班牙夺冠，看着布斯克茨脖子上的冠军奖牌，情不自禁地露出“姨母笑”——谁说女球迷不懂球。

以一句“我的眼睛就是尺”引爆全网的短道速滑名将王濛也出现在了本届世界杯的转播评论席，与宋世雄、詹俊、张璐等资深专业解说员一同点评比赛。她在采访中透露自己是英格兰球迷，因为有情怀在里面。说起世界杯前景，她更是大胆预测进决赛，并给出堪称专业的分析。王濛认为英格兰所在分组非常有利，保送晋级八强。最大的一场硬仗在于小组出线后是否会遇到法国，打完这场硬仗就有可能进决赛。这一顿分析操作真是猛如虎，冰雪女英豪聊足球就像她背着手滑冰一样轻松自如，毫不费力。

再看这支年轻的英格兰队，2002年世界杯后卫索斯盖特早已脱下球衣、换上西装，站在了教练席。贝克汉姆也西装革履地出现在观众席，亲眼见证2003年出生的贝林厄姆头球破门，成为首个打入世界杯进球的“00后”。巧的是，这个19岁的年轻人已身价1亿欧元，被称为“新小贝”。

而我，这曾经不懂球的黄毛丫头，现在也可以坐下来与读者聊聊足球那些事。真心希望无论男女老少都放下成见加入进来，经过28天64场比赛“进修”，以内行看门道的姿态顺利“毕业”，撕去“伪球迷”标签，共享世界杯狂欢。

娓娓道来

尽管赛场上缺少了中国男足的身影，但中国元素仍活跃在赛事的方方面面。从场馆、裁判、周边商品、赞助商到“最萌使者”大熊猫，正如中国驻卡塔尔大使周剑所说，“中国贡献”如满天繁星照亮了这场世界杯。

中国建造

多座世界杯球场都有中企参与

卡塔尔世界杯的主场馆出现在了卡塔尔的10里亚尔纸币上，以及本次世界杯的特别版纪念钞上。这是“中国建造”首次出现在卡塔尔货币上。

卡塔尔世界杯的主场馆卢塞尔体育场，由中国铁建国际集团与卡塔尔HBK组成联合体总包承建。这也是中企以设计施工总承包身份承建的首个世界杯体育场项目，打破了欧美国家在行业内的垄断地位。

该场馆整体外观造型呈碗状，屋面呈马鞍形，外幕墙为金色双曲面铝板幕墙。据悉，这个建筑面积19.5万平方米的“金色之碗”，可容纳8万人同时观赛，将承担2022年卡塔尔世界杯闭幕式、决赛等重要活动和赛事。

此外，卡塔尔另外几座世界杯球场的建设也都有中国企业参与其中，如教育城球场的钢结构主体工程由中企负责施工，“974球场”所使用的集装箱也是中国制造。之所以叫“974球场”，是因为该球场70%由集装箱构成，数量共974个。

除此之外，利用集装箱式房屋解决球迷住宿问题的“自由区球迷村”，其建设也有中企的身影。据卡塔尔方面介绍，中国企业共为本届卡塔尔世界杯提供了超过1万套集装箱式房屋，主要来自广东和浙江等地。对于中国生产的集装箱式房屋的质量，卡塔尔方面表示非常满意。

中国制造

70%世界杯周边商品来自义乌

“超过一半的周边产品来自义乌”“义乌制造踢进世界杯”等话题早已在网上引起热议。据义乌体育用品协会估算，从世界杯32强的旗帜到喇叭、哨子，从足球到球衣、围巾、大力神杯的摆件和抱枕，“义乌制造”几乎占到整个世界杯周边商品市场份额的70%。

据央视报道，在卡塔尔的世界杯官方专卖店中，也有60%的商品由中国生产。由于销量远超预期，专卖店还向官方授权的中国供货商追加了订单。

此前，经营了十多年赛事周边产品的义乌商户王坚栋曾表示，店铺从去年就开始陆续接到世界杯周边产品的订单，世界杯为他的公司带来的增量在1000万元至2000万元，占比达到总体销售额的20%左右。今年的生意预计会比去年增加30%。

在世界杯尚未开赛之际，义乌商户吴晓明工厂出口的足球就已达到100万个，价值大约2000万元。根据他的经验，世界杯举办年为义乌商户带来的订单收益，“基本一年能顶两年”。

中国裁判

马宁、曹奕、施翔“组团”进军

今年5月，国际足联公布了卡塔尔世界杯裁判员名单，马宁、曹奕、施翔赫然在列。这是中国裁判员时隔20年后再度以裁判员身份跻身世界杯执法阵容，也是中国籍裁判员组首次以集体方式进军世界杯，创下了中国足球的新纪录。

其中，马宁执法风格以严格、出牌多著称，在国内赛事因频繁出牌时常引发争议。但是他的能力得到亚足联的认可，是目前亚足联重用的精英裁判员，也是执法洲际赛事和亚冠、亚足联杯的常客。施翔、曹奕两位助理裁判员亦是目前亚足联最炙手可热的国际级助理裁判员。

作为当年本土“年轻一代”裁判员，他们几人都非常注重对业务的积累、各类文化知识的学习，其英语水平也始终处于较高水平线上。

马宁在世界杯B组首轮美国队与威尔士队比赛中担任第四官员。



11月21日，第四官员马宁（左一）在比赛中执裁。

中国“金主”

四家中企赞助了13.95亿美元

本届卡塔尔世界杯，共有四家中国企业入选官方赞助商名单，分别为万达集团、海信集团、蒙牛乳业、vivo，中国位居赞助商名单之首。

据半岛电视台报道，总部位于伦敦的数据分析和咨询公司“环球数据”（Global Data）提供的数据显示，中国赞助商为在今年11月20日至12月18日期间举行的卡塔尔世界杯投入了13.95亿美元，超过了美国企业投入的11亿美元。

其中，万达集团以国际足联合作伙伴的身份成为卡塔尔世界杯的顶级赞助商之一，与可口可乐、阿迪达斯、现代、起亚、卡塔尔航空、卡塔尔能源以及VISA并列，同为最高级别赞助商，属第一层级。海信集团、蒙牛乳业、vivo则为国际足联世界杯赞助商，属第二层级。

数据还显示，按年度计算，中国的赞助价值为每年2.07亿美元，而卡塔尔和美国的赞助价值分别为1.34亿美元和1.29亿美元。



卢塞尔体育场