



言笑嘻“怡”

“低调”的宁泽涛还怎么吸金

□汤怡虹

“国民老公”宁泽涛输了。

有颜值、有腹肌，还有实力，如果宁泽涛能够问鼎奥运冠军，哦不，哪怕站上领奖台，他的商业价值将迎来一次巨大的飞跃。但事实是，这一次，他只留下一连串的“低调”。

本届奥运会，宁泽涛除了赛场表现一般，场外话题性也明显不足。无论是媒体、粉丝还是赞助商恐怕都有些不适应。想想有多少媒体已经准备好了版面，赞助商已经拟好的备案海报，非赞助品牌的伏击营销策划，结果却无从下手，这是多么让人沮丧。就算“老婆们”在互联网上各种力挺，说白了不过自娱自乐罢了。

有人会说，宁泽涛颜值高啊，他就不能跳出体制开发自己的商业价值，不那么倚赖于奥运会金牌，像李娜、姚明那样吗？事实是，不能！

首先，宁泽涛是怎么红的？从亚运会冠军，打破亚洲纪录，到世锦赛冠军，他一夜之间从默默无闻变为“国民老公”。我国的体育产业至今处于起步阶段，缺乏完善的体育明星商业包装机制，这就导致运动员的商业价值基本只能通过奥运会这样的重大赛事成绩体现。如果将来宁泽涛真的打算靠脸进军娱乐圈，估计先喊low的就是他曾经的“老婆们”。颜值和卖萌那都是给拿了奖牌的，输就是输。

另一方面，从目前来看，游泳不同于网球、篮球这些商业化程度较高的大热项目，要不是赶上奥运会，宁泽涛等人无法像李娜在大满贯、姚明在NBA那样保持持久的曝光度，甚至不能比拟刘翔在田径项目上的热度。跳脱体制就基本等于放弃了这个项目的发展，没有高光，谁会买单？

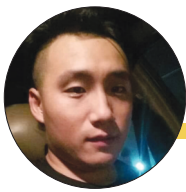
这是一个小鲜肉更新换代比手机还

快的时代，粉丝们也只能保持着几分钟热度，一旦没有成绩，又没有曝光度，粉丝转眼就会投到其他小鲜肉怀抱。

当然，如果以夺奖牌来判断宁泽涛是否成功，明显是一种苛求。在短距离自由泳项目中，夺牌的偶然性非常大。往届的奥运会和世锦赛，主持人每介绍一个运动员，都会说这是某国“名将”，每个人的名字都会引起观众席一片欢呼。很明显，大多数人都没有夺取金牌的可能，但这并不影响他们享受比赛。

宁泽涛才23岁，如果他能振作起来，能够出现在奥运会和世锦赛的决赛泳池中，他或许会如某些人所预言的那样，“未来五年宁泽涛职业生涯黄金期，平均每年的商业价值达2亿元，有望超越前辈姚明、李娜、刘翔”。

那如果没有呢？算了，当我没说！



蛛丝“马”迹

□马超

强扭电竞进奥运，这瓜不甜

奥运会的角逐进入白热化，28个大项、306个小项将悉数登场。在全世界目光聚焦南美大陆时，美国西北最大城市——西雅图，2016年dota2国际邀请赛，也就是网友熟知的TI6悄然上演。最终决赛上，中国Wings战队力克美国DC战队，获得了本届邀请赛的冠军，并获得了883万美元的奖金！

今年的TI6比赛，赛事总奖金高达1950万美元。实际上，比赛的奖金本身并没有这么高，赛事主办方利用众筹，利用游戏里的道具出售，在比赛前大造声势，吸引更多的玩家和电竞迷参与其中，奖金池里的数字也就水涨船高，这从侧面展现出了如今电竞比赛的火爆程度。

里约奥运会的赛场上，许多运动员都会在休赛期间过两把“电竞瘾”，比如韩国射击冠军秦钟午，就喜欢在比赛间隙玩玩dota2。

电子竞技会进入奥运会吗？有好事者在几年前就半开玩笑地提出了将电子竞技比赛纳入奥运会比赛。笔者认为进不进入奥运会其实并没有多大意义。如果是想为电子竞技正名，那也大可不必，许多国家已将电子竞技列入正式体育项目，早在2003年，我国就将电子竞技运动列为正式开展的第99个体育项目。

再者，奥运会的项目绝大多数是由古代奥林匹克运动会演化而来，跑步、投掷、游泳等都具有深远的历史性，而电子竞技比赛比的是电脑游戏，从早年的星际争霸、红色警戒到后来的魔兽争霸，再到如今的dota2和英雄联盟，每款游戏都会面临过气的危险，如果进入奥运会，就要求这款游戏长久保持下去，这就迫使游戏的制作方和运营平台一直对这个游戏负责，哪怕这款游戏已经没了市场。

游戏的不断更新也让电竞进入奥运变得难上加难。众所周知，游戏制作的初衷是商业目的，保持游戏的可玩性与娱乐性是游戏的生命，这就要求游戏经常更新，有所变化，而奥运会需要的是一套完善的规则和机制，只有奥组委才有权利修改比赛。

从“玩物丧志”的电脑游戏发展成为如今的电子竞技，电子竞技已经走出了自己的迷茫期，世界各地的大小赛事如雨后春笋，络绎不绝，WCG(世界电子竞技大赛)、MLG(职业游戏大联赛)等大赛让电子竞技的影响力波及全球。但对于奥林匹克，电子竞技大可不必强行争取，就像棋类比赛和赛车比赛，奥林匹克追求的“更快、更高、更强”的主体是人，是人的体能与精神力的结合，从这一点看，电子竞技试图通过电脑游戏间的角逐追求奥林匹克精神，显得过于牵强。



自“原”其说

幸福版“瓷娃娃”锻造完成

□薛原

虽然惜败于朝鲜削球选手金宋依，与铜牌失之交臂，但第四名的成绩已经创造了日本女乒选手福原爱在奥运会女单中的最好成绩，值得恭喜。

昵称为“团宠”的爱酱，早已不是当年那个爱哭鼻子的小不点。如今的她从易碎的“瓷娃娃”蜕变成“坚不可摧”的萌斗士，无论输赢，都泰然自若，笑容可掬。这种乐观的心态，屡败屡战、永不放弃的运动家灵魂，正是奥林匹克精神长年累月浸沐之下，赋予福原爱的成长“维他命”。

纵观福原爱整个比赛历程，最让人刮目相看的当然是那场小宇宙爆发的精彩战役——4:0横扫实力强劲的新加坡名将冯天薇。这位连中国队都略为忌惮，被列为主要竞争对手的“天威上将”，在福原爱几近疯狂的高强度施压之下，终于放弃了挣扎，全线崩溃。此外，对阵罗马尼亚选手，福原爱以10:0领先时送给对方一分，也算是过了一回“小魔王”的瘾。依稀记得2008年“大魔王”张怡宁为了不让小爱

太难过，在9:0领先之际，故意放水一球，拙劣的演技，假到中国队教练都忍不住埋怨她“戏太差”。时过境迁，风水终于转到小爱这边，要知道这种善意“放水”的机会也不是俯拾即是的。

回溯到福原爱在里约的“处境战”，妥妥收获开门红，在一拨电光火石的“快攻”之下，终于修理了对手——马桶！除了COSPLAY临时修理工，小爱经常客串主持人，采访包括冷漠脸石川佳纯在内的队友，奇葩的提问经常受到群嘲，喜剧担当的角色定位与最近一位中国泳坛“网红段子手”遥相呼应。大家可以脑补一下，当拥有逗逼表情包的“洪荒少女”傅园慧，遭遇自拍狂魔“东北二人转业余演员”福原爱，会有怎样火星撞地球的轰动效应。

这些欢乐的场面，在奥运会屡见不鲜，不知不觉中，包括中国观众在内的世界体育迷们逐渐摒弃了过度纠结金银牌的“唯成绩论”，换一个思维角度来品味体

育的乐趣，感受运动员的魅力，少一些苦大仇深、阴谋诡计的暗色调，多一些像福原爱、傅园慧这样喜感足、笑点低、正能量满满的暖色调，让本就不易的体育健儿们能够放松心态、享受比赛。

福原爱就是这样一位姑娘，能让你忘却竞技的残酷性、忽略比赛的紧张气氛，淡化国籍与种族。一嘴东北话，画风就萌化，这样一个“幸福版”瓷娃娃，不求从“坚不可摧”进阶到“无坚不摧”，毕竟有中国队这样的乒坛如来佛祖的存在，金牌逃不出丁宁、李晓霞的五指山。但每天一点进步，不断超越自己，就是一种升华。

从一边抽泣一边打球的小丫头片子，成长为日本队的中流砥柱、精神领袖，从需要被别人安慰的“无羞脸软妹子”，到为队友加油鼓劲、出谋划策的赛场核心，她对体育的理解，逐渐接近其本源真谛——那就是她自己的名字——“爱”，爱运动，爱世界，更爱一个幸福的自己。



能言快“雨”

八卦有理 围观无罪

□吴雨辰

“那石川佳纯想和我配合我就跟她配。”一夜之间，新科奥运冠军马龙几年前的采访截图和他憨厚的笑容火遍了网络，日本乒乓一姐石川佳纯对他多年的崇拜也世人皆知，甚至连假想“情敌”韩国选手徐孝元都被各大“键盘名侦探”扒了出来……

在互联网时代，聚光灯下的运动员成为了网友狂欢的对象，一张张采访截图和爱慕往事被汇聚到一起，网友早已准备就绪，就等着“帝国破坏龙”亲自上阵表白了。

有人说这是对运动员的过度消费，过度八卦的低俗。但其实，对运动员私生活的兴趣恰恰反映了体育和商业更加紧密结合，也是运动员成为明星后的必然结果。这样的八卦，网友无罪。

说到底，网友的狂欢衬映出的是这个时代观众在竞技之外对场外花边和明星个体的更强追求。你可以说这是对运动员的过度消费，但站在商业运营的角度，运动员在赛场之外展现出的那些更有趣

的内容，对运动员自身的商业价值提升有着不可忽视的作用。

这届奥运，我们看到的是金牌至上理念的淡化，还有一个个极富特色的IP跟随互联网红遍大江南北：代言“洪荒之力”的傅园慧火了、出场自带舞蹈的张国伟出名了、爱自拍的陈若琳霸屏了……在传播工具的变革下，奥运这样原本只属于体育的盛会中生成了空前强大的娱乐元素。

不过，作为看热闹的观众，和网友们一起“撮合”马龙和石川还只是一个玩笑，毕竟感情是两个人的事情，何况两人在镜头之外有没有真正的意中人都属于个人隐私，与他人无关。但若两人真的有进一步发展的趋势，哪怕只是配对参加混双比赛，对两人商业价值的推波、对乒乓这项运动的推广也有不可忽视的作用。或许有些观众不希望自己的偶像和商业搭上太多的关系，专注运动是根本，但很抱歉，在这个职业体育向自给自足方向迈进的

时代，完全避开运动员的商业价值显得有些不合时宜了。

体育的本质是竞赛，但有了观众就是一种竞赛表演，这也是体育和娱乐联系愈发紧密的原因。因此在运动员成为明星后，恋爱、结婚这样的终身大事自然能成为粉丝狂欢的理由。在体育的历史上，姚明和叶莉这对运动员之间的天作之合向来被传为美谈，而如小贝夫妇这样的体育和娱乐的结合却更加吸引眼球，无外乎娱乐圈更加擅长炒作和营销，加上小贝和维多利亚在各自领域的成功也很长时间维持在顶尖水平，配上合理的策划，才保持了小贝多年体育圈收入第一人的地位。

无论马龙和石川之后还有没有新故事，很长时间都会成为圈内的谈资。作为看客，不希望见到恶俗的炒作，但只要有心，商业化也能让人很舒服，在感情上，若是真有事，给两人送上祝福，就足够了。