



名宿侃球

从世界杯看青训天赋与团队缺一不可

本报特约评论员 骆美红(前女足国家队球员)

身为足球人,世界杯不可不看。不过自从因伤退役,从事足球青训工作以来,看足球的角度相较以往会有些不同。球员生涯中,我与巴西、法国等高水平女足短兵相接,当时就有很深的感触。看她们踢球没什么,真刀真枪对垒就感觉到她们与众不同的地方:除了众所周知的天赋,其团队的统一协同性更是犹如拥有一个大脑一样。

都说南美足球靠个人天赋,欧洲足球靠团队传统。其实,足球发展到现在,两者早就融为一体。你看本届世界杯上,太多国家队的球员都致力于欧洲,巴西、德国、西班牙甚至葡萄牙,其战术理念也越来越趋同。不像原本给人的印象,巴西就一定是狂放,阿根廷一定是浪漫,连原本靠力量的德国都走细腻路线了,说明大家

都清楚什么才是正确的足球道路。即使,目前力量、防守型球队依旧难对付,破密集防守仍然是世界性的难题,但大家还是更推崇技术细腻、团队配合流畅的球队。

巴西,如今还是世界足坛最大的球员输出国,以前的大罗、小罗、里瓦尔多、卡卡,现在的内马尔、保利尼奥、库蒂尼奥,“足球王国”源源不断地向欧洲出产巨星。深厚的足球基础自然是巴西足球长盛不衰的根本,但独具特色的青少年球员训练选拔机制,才是巴西天才胜过欧洲的秘密。

在球员选拔、培养方面,也有值得我们学习的地方。巴西青训有六大特色,确保发现好苗子,并将其培养成才。与中国等足球第三世界不同,巴西的足球基础已经不需要培

育,因此巴西各级球队的青训目标走的是精英路线。与国内足校庞大的招生规模(恒大万人足校)不同,巴西俱乐部的青训梯队远没有这么多人,其中U13处于被考察阶段的球员有90人作为培养基础,U14有50名球员,U15有40人,U16有35人,U17有30人,U20则只有25人,成逐级递减之势,整个青训梯队加在一起不到300人,淘汰率并不高。

在巴西,足球青训是一个长期而系统的过程,其中选材的重点放在U13,这是巴西足球“从娃娃抓起”,以U13作为所有梯队的基础。巴西俱乐部的球探以技术、头脑和身体素质这三条标准,在巴西全国范围寻找8岁以上有潜力的孩子,虽然这些小球员不在基地集中训练生活,但球探会一直追踪他们的技术水平,年龄到了就

正式进入青年队训练。

巴西的梯队建设非常完备,即便球队的球员并不多,但每支球队都配备了4名技术教练、专业体能教练、球探、营养师、医生、心理咨询师和人力资源管理人员,从身体到心理,从智力到体力,为每名球员打造有针对性的训练计划。

此外,本届世界杯日本队的表现惊艳,这也不得不提他们的青训。日本是我们一衣带水的邻邦,无论从文化上还是身体特点上,中国与日本都有很大的相似性。从这个意义上来说,学习日本足球的经验对我们最具现实性意义。中国足球已经制定了以校园足球为基础的发展方向,一定程度上也是肯定了日本的经验,不管是局面借鉴还是大胆模仿,我们已经走在了正确的道路上。

世界杯的场内场外,都别有一番风味

本报综合报道

世界杯的魅力不仅仅在于球场上局势的瞬息万变,球员的临场发挥也是其中的一出大戏。除此之外,球场外的点点滴滴也动人心弦,或震惊,或振奋,或者让人捧腹。如此种种,才是世界杯真正吸引无数球迷和非球迷的原因。

塞内加尔直播用中国版权

在日本队对阵塞内加尔队的赛前发布会上,工作人员的麦克风台标显示为STARTIMES。这是中国软实力输出,这家公司专门在非洲播出的电视台,利用卫星和发射塔,在非洲使用英语、法语、斯瓦西里语、豪萨语、约鲁巴语等多种语种播出,传播中国的声音。此外,STARTIMES有自己的5个体育平台,在这里他们向非洲播出意甲和德甲、世界俱乐部杯乃至中超的比赛。这次STARTIMES不但有世界杯的版权,而且还在撒哈拉南部非洲的25个国家分发世界杯的付费版权。

类似STARTIMES这样的中资传媒大鳄,也是中国软实力输出的体现,他们传播着中国的声音,通过世界杯的播出,进一步扩大中国在非洲的影响力。

印度球迷为见梅西从伊朗骑车去俄罗斯

印度球迷克利文·弗兰西斯选择了以自行车的方式去俄罗斯。2月23日,他开始了史诗般的旅程:首先坐飞机到迪拜,然后从迪拜渡船到伊朗,伊朗距离俄罗斯的城市还有4200公里,这段距离他要通过骑单车到达。

旅程最后终点的奖励是去见他的英雄梅西。他表示梅西是世界上最好的足球球员。克利文·弗兰西斯他既爱骑自行车又疯狂喜欢足球,“我只是简单的把两种激情结合起来。”

足尖花边

韩乔生将世界杯说成了相声

日前,几场相对平淡的世界杯比赛中,重出江湖的韩乔生给人们留下了深刻的印象。作为解说了8届世界杯足球赛,央视优秀主持人之一的韩乔生,让许多不爱足球的人也参与进世界杯的观赛中。“他和苗霖将足球比赛说成了相声”是许多网友对此的第一反应,两人从两队队服颜色聊到了尼日利亚中场米克尔的老婆,又从米克尔的孩子侃到了冰球。看着球赛,听着这样的解说,有网友称睡意全无,但也有许多真球迷并不买账,觉得他们的解说破坏了看球赛的氛围。

(上接1版)

浙江制造世界杯“抢风头”

记者了解到,从去年开始,世界杯球衣的订单就络绎不绝地找上申洲,由于交货时间较短,今年年初开始工人们便加班加点赶制,终于在4月底全部完工。

在胡永海看来,世界杯选择申洲另一个原因在于品质。据了解,这批球迷服在提升面料传统品质指标之基础上,更突出了面料的科技含量,同时在功能性和环保性方面同样下足了功夫。

世界杯“浙江纺织队”的另一支重要队伍是来自杭州的孚德品牌管理公司。作为本届世界杯吉祥物“扎卡瓦比”的授权商,2016年初,总经理李宏就接到了国际足联的邀请,远赴瑞士进行吉祥物授权谈判,同年8月,孚德正式成为俄罗斯世界杯吉祥物的授权商,负责除主办国俄罗斯外吉祥物的定价、生产与销售,此外孚德还一举拿下100多种周边产品的授权资格。

“这是孚德第二次参加世界杯,经验更丰富。”李宏介绍道,孚德通过阿里巴巴组织起来的30多家核心工厂网络,借助线上数据,快速按需生产,避免了产品浪费并保证出货的及时性。

值得一提的还有,孚德是第一家获得国际足联在衍生品运营方面重要授权的中国公司,为中国企业在体育衍生品产业链上抢占更多利润空间与话语权开了一个好头。

浙江“智”造的世界杯首秀

天能电池的官网上,“天能汽车动力电池成为2018俄罗斯足球世界杯指定用车专供电池”一行字始终放在网站显眼的位置。

这家湖州企业是第一次出现在世界重大体育赛事的现场。“天能参与过很多大型会议,但像世界杯这样的大型体育比赛确实还是第一次,所以我们做了百分之两百的努力和准备。”天能新能源事业部商务经理木浩宇告诉记者,早在2016年,天能集团就接到了来自世界杯的订单,选用的汽车电池是天能自主研发的一款明星产品——8V150Ah型号电池。

此外,世界杯期间,天能集团在保证该型号电池质量的同时,还与赛场服务用车厂商进行合作,派出技术团队配合前端,为世界杯做好服务和保障工作。“目前,天能电池已经用在300辆世界杯赛场服务电动车上,为浙江‘智’造走出国门探路。”木浩宇说。

