

用没用心球迷都看在眼里

伴随各支中超球队进入冬训时段,联赛的装备赞助商也开始忙碌起来。1月15日,新赛季中超联赛各参赛队的球衣样式公布,消息一出,随即在球迷群体中引发热烈讨论。大多数球迷表示相比以往,新赛季的球衣设计确实有所提升,也能让人感受到用心。今年是赞助商首次在赛季前通过官方平台公布新球衣样式,中超球队与装备赞助商,终于再次“双向奔赴”,这一切的原因,在于两个字——重视。

注重细节

装备赞助商还是同一家,为何今年对于球衣的批评声会比之前少?除去赛季前公开发布所展现的诚意,不少队伍的新款球衣,都藏着“彩蛋”。

上赛季联赛和足协杯赛双料冠军上海海港队的新款主场球衣依然以红色作为主色调,不过与以往的版本相比,今年的球衣在领子下方增加了一枚金色的盾牌。据了解,这个特别的配饰是冠军队伍的象征。金色的盾牌中间,还有一个以中超冠军奖杯——火神杯为设计灵感的徽章,下方则标有夺冠年份,算得上中超历史上第一件拥有“冠军配置”的球衣。

上赛季拿下超级杯冠军和联赛亚军的上海申花,也得到了一款“走心”的新战袍。今年恰逢球队问



鼎顶级联赛冠军30周年,因而新球衣在袖口特意设计了与1995年款球衣类似的蓝白条纹,象征球队精神的传承与革新。

除上海双雄外,成都蓉城的球衣添加了火焰元素,以表达对球迷热情支持的感谢;北京国安的新款球衣则加入了球迷围巾墙,津门虎球衣的正面藏着天津眼……对于细节的注重,展现了装备赞助商对联赛各队重视程度的提升,也成为他们再度“圈粉”的利器。

期待后续

一件吸引人的球衣能够给俱

乐部和赞助商带来的,并不只有短期的经济收益。如今打开几家二手网络交易平台,曼联、阿森纳、利物浦的新球衣备受青睐,多年前的经典款式价格更是水涨船高。

在全球拥有无数球迷的德甲“大黄蜂”多特蒙德,十分善于最大限度地开发球衣这一商品门类的价值。2023赛季,多特在和装备赞助商商议后,将新赛季球衣的设计权交给球迷,一时间,俱乐部官方邮箱被各类别出心裁的设计方案填满,社交平台的留言区里也是球迷提出的设计意见和建议。那个赛季,“大黄蜂”的球衣成为德国足坛最紧俏的商品。随后,

多特顺势推出各类与球衣相关的衍生商品,这同样为他们带来可观的收益。

与起步较早,商业模式较为成熟的德甲相比,中超的球队在经营方面还有很长的路要走。不过让人开心的是,近些年已经有越来越多的中超球队开始意识到球衣等周边商品的潜力和溢出效应。申花就曾公开征集过队徽的设计方案和吉祥物的名称,海港、国安、泰山、河南等俱乐部也通过各种方式,挖掘周边的商机,这样的努力都值得鼓励,也让人对新款球衣发布后各俱乐部的后续动作有了更多期待。

(据《新民晚报》)

张安达惜败威尔逊



北京时间1月16日,在伦敦亚历山德拉宫举行的2025年斯诺克大师赛首轮迎来了最后一场较量。张安达4:6不敌世锦赛冠军凯伦·威尔逊,无缘八强。此次是张安达第二次参加大师赛,去年他在亚历山德拉宫的首次亮相同样止步于首轮。

用“惜败”来形容张安达的这场比赛不为过。从赛后技术数据统计来看,张安达的表现明显占优。两人的总得分比为712比437,张安达高出威尔逊375分。

比赛上半场,威尔逊先下一城后,张安达便以单杆85分的成绩迅速扳回一局。然而,在第三局和第四局中,两人的失误均较为频繁。特别是在第四局,威尔逊进攻出现失误后,张安达抓住机会得到64分,但随后在解球时又出现失误,将机会拱手让给对手。最终,威尔

逊以69:64逆转,大比分3:1领先进入中场休息。休息过后,张安达的状态明显回升。他在第五局打出单杆65分,以114:0的比分赢得该局。紧接着在第六局,他又轰出单杆83分,以124:0将大比分追至3:3平。此后,威尔逊再轰单杆69分,张安达回敬了一杆141分的高分,双方各胜一局,大比分改写为4:4持平。在关键时刻,威尔逊连下两城,最终以6:4的大比分晋级八强。

虽然输了比赛,但这场比赛张安达的远台准度确实出色。赛后,威尔逊在接受采访时坦言:“在我的职业生涯中,从未见过远台如此稳定的球员。对手的远台能力让我感到十分震撼。”

此外,根据世界台联的规定,在四大赛和沙特大师赛中,如果选手能够打出两杆147分的满分杆,将额外获得14.7万英镑的奖金。张安达在本赛季的英锦赛上已经打出过一杆147分,因此他只需在本次大师赛中再次打出满分杆,便能收获这笔丰厚的奖金。遗憾的是,尽管张安达在这场比赛中3次尝试冲击147分,但都未能如愿。

随着斯佳辉和张安达在首轮比赛的失利,3位中国选手中仅剩丁俊晖一人晋级八强,他将在北京时间1月17日21时与特鲁姆普争夺一个四强席位。(据京报体育)