

推行“U23政策”已进入第3个赛季,但实施效果难如人意 中超“U23政策”负重前行

本报记者 李元浩

比赛进行到第84分钟,首发出场的U23球员尹聪耀被另一名U23球员迪力穆拉提换下,结果上场还不到1分钟的迪力穆拉提就抓住机会取得进球,帮助球队扩大领先优势——这是发生在上周末进行的中超联赛重庆斯威主场2比0击败北京人和比赛中的一幕。上赛季勉强保级的斯威,本赛季前9轮过后已取得4胜3平两负战绩,稳居联赛排名上半区,与队中杨帅、尹聪耀等U23球员的出色表现密不可分。

不过,U23球员在重庆斯威阵中的“好日子”,并不是大多数中超球队U23球员的常态。事实上,目前中超赛场的大多数U23球员,依然扮演着球队为完成足协U23政策而出场的配角。

联赛“U23球员使用规则”(简称“U23政策”),是中国足协从2017赛季开始,旨在加强联赛年轻球员培养而推出的一项政策。“看上去很美”的U23政策从实施伊始便饱受争议,甚至被吐槽为“鸡肋”。实施近3个赛季以来,U23政策经过多次调整,但具体效果一直难以达到预期。U23政策未来该何去何从?

现状——“糊弄”与重视并存

在连续几个赛季频出天价疯狂引援的金元风暴中,中超联赛U23政策于2017赛季正式出炉。当时足协规定每个俱乐部18人出场名单中必须有两名U23球员,其中一名必须首发。2018赛季,U23政策迎来升级版,规定U23球员人数与外援上场人数必须一致,且仍然必须首发1名U23球员。本赛季,这一政策又有调整,足协决定不再将U23球员使用人数与外援使用人数挂钩,而是每场比赛至少出场3人,其中必须首发1人。

U23政策出台之初,就受到各方质疑,很多俱乐部为保证成绩,不约而同地

采取敷衍策略,根本无法达到锻炼U23球员的初衷。例如近几个赛季中超球队比较典型的U23球员使用模式便有“开场几分钟即换下首发U23球员”“用U23球员换下U23球员”“垃圾时间再换上U23球员”等做法。

颇为讽刺的是,在中超联赛实施U23政策的元年即2017赛季,整个联赛U23球员出场人数和出场时间不升反降,甚至还不如推行新政前的赛季。2018赛季施行升级版U23政策后,中超U23球员出场时



2019中超第9轮比赛中,天津U23球员马镇被换上后秒被换下。视觉中国供图

间和人数有所回升,但与外界预期依然有较大差距。

本赛季开赛至今,随着U23政策的再度调整,中超球队对于U23球员的使用也悄然发生分化:有球队依然坚持“上有政策,下有对策”的“糊弄”态度,也有球队开始在U23球员的使用中尝到甜头,给予他们更多重视和信任。

大连一方、深圳佳兆业等中超球队,或是受制于U23球员实力不足,或是主教练的排兵布阵,在U23球员使用上基本沿袭了前两个赛季的做法。例如大连一方

和天津泰达,都比较重视U23球员的使用。重庆斯威的杨帅在所有U23球员中高居出场时间第一,泰达的U23球员杨帆也有不俗表现。北京国安虽然阵中U23球员的出场时间仅位列中超第7,但张玉宁、郭全博以及王子铭等U23球员的表现还是可圈可点。

据统计,前9轮比赛过后,中超球队中使用U23球员最多(包括出场人次和时间)的是上海申花,随后是广州恒大和山东鲁能。恒大能在本赛季只使用两名外援(中超联赛)的情况下稳居联赛前三,与队中张修维和杨立瑜等U23球员的表现分不开。本赛季表现超出预期的重庆斯

威和天津泰达,都比较重视U23球员的使用。重庆斯威的杨帅在所有U23球员中高居出场时间第一,泰达的U23球员杨帆也有不俗表现。北京国安虽然阵中U23球员的出场时间仅位列中超第7,但张玉宁、郭全博以及王子铭等U23球员的表现还是可圈可点。

前国脚范志毅在接受采访时认为,硬性规定对于年轻球员的成长不是长久之计,“青训是一个讲求科学和规律的系统工程。关于年轻球员的使用,要从更立体的角度来看,其效果也需要从更长的时间来审视。”

虽然U23政策的实施充满争议,但据记者了解,这一政策在短时间内并不会取消。对于U23政策实施过程中遇到的问题,中国足协和中超公司以及各俱乐部也在进行沟通协商,力争不断细化和完善这一政策,达到真正推动俱乐部年轻球员培养和成长的作用。例如足协在中超联赛对于U23球员出场数量做出要求的同时,对预备队U23球员使用也有了明确规定(出场5人)。

中国足协副主席李毓毅在谈到U23政策时表示:“政策实施最重要的是稳定性。各方应统一思想,更好的为政策保驾护航,把它做好,以利于整个足球运动的健康发展。”

李毓毅强调U23政策出炉的目的是想让联赛有一个可持续的发展,“外援可以换来一时的精彩,但长远的精彩一定需要中国自己的队员,尤其是年轻队员的水平提高。”

解析——“政策性培养”难解人才困局

部分中超球队对U23球员的重视和



马德里公开赛:贝尔滕斯夺冠

5月11日,在马德里网球公开赛女单决赛中,荷兰选手贝尔滕斯以2比0战胜罗马尼亚选手哈勒普,获得冠军。

图为荷兰选手贝尔滕斯(右)举起冠军奖杯。

新华社/路透

声音

男女搭配 体育更美

刘颖余

很难想象花游姑娘们标志性的笑容出现在一个男运动员的脸上,更难以想象一双毛茸茸的小腿送出水面……

这是两年前,媒体描述混合花游出现在喀山游泳世锦赛时使用的语言,画面太美,不敢看。

但现在,随着混合花游出现在越来越多的赛事中,人们对这样男女共舞于泳池的画面,已然司空见惯。上周,在国际泳联花样游泳世界系列赛(中国站)上,中国男子花游选手也在公众面前亮相,他们落落大方的样子,和女选手的默契,都让人感觉到一种花游运动过去少见的美。

传统意义上,花游是女孩子的运动。贾宝玉口中“泥做的骨肉”,为何要在泳池里和这“水做的骨肉”掺和到一起?中国花游队教练王芳说得好:“花游游泳和过去不一样了,现在再去十几年前的录像会觉得特别柔美,但现今的花游游泳其实非常阳刚,需要力量和速度。男选手加入以后更能体现力量和爆发力,花游的风格也会继续改变。”她还认为,“花游是全身协调性运动,能够让人身材匀称,肌肉发达,对男孩子来说其实是很好的,还能接触到舞蹈,在水里跳舞比在陆地上跳舞要更有挑战性。”

有趣的是,花游是极少数需要男性去争取平等权的项目。在人类漫长的体育运动史中,女性一直被忽视,体育在西方向来被认为是“男孩俱乐部(Boys Club)”。现代奥林匹克之父、法国人顾拜旦曾经形容女性运动对于人眼来说是“不美观的形象”,并认为女性参与体育将会让竞争变得“不现实、无趣味”和“不得体”。1921年,英国足球协会(Football Association in England)将体育视为“非常不适合女性参与”,禁止旗下的俱乐部将场地提供给女性使用。1966年,美国人罗伯特·路易斯·吉布,为了能参加历史悠久的波士顿马拉松,甚至只能乔装成男性,躲在起点附近的灌木丛里,等到大半选手跑过起点,才溜进人群中开跑。次年,另一位跑马选手凯瑟琳·斯威策为了成功报名改写了她的名字,她成为历史上第一个

“鸟巢”。第二组是以“鸟巢”为主图案的倒计时徽章系列。第三组叫“点燃冬奥”系列,呈现的是中国传统的鞭炮。

倒计时1000天是筹办的重要节点,这次专门设计了一个以倒计时装置所在地,北京奥林匹克园区玲珑塔为主图案的倒计时1000天的徽章。

朴学东介绍,经过市场调研,北京冬奥会限量特许商品从倒计时1000天开始,不再局限在限量2022枚(二十四节气徽章每枚限量2022枚不变)。将会根据收藏爱好者的需求来进行调整。比如随着北京冬奥会举办日子的临近和热度,之后再推出的倒计时纪念徽章每一枚的数量将根据市场需求逐渐调整,增加消费者选择的机会,尽可能满足需要。

限量特许商品只是特许经营的方式之一,同时市场开发部也高度重视不限量的各种特许商品,让冬奥特许商品走进千家万户。

朴学东说,今年下半年,北京冬奥组委将正式发布2022年冬奥会和冬残奥会吉祥物,这是万众期待的。特许经营也会全力以赴配合好吉祥物的发布。有两件事值得大家关注:第一件就是配合吉祥物发布,将推出一系列吉祥物特许商品,比如吉祥物玩具等,还将和中国邮政合作推出吉祥物纪念邮票;第二件事就是要做北京冬奥会吉祥物特许商品创意设计大赛,每位消费者都可以提供自己的设计稿参与到众筹当中,众筹一旦达到最低生产量,北京冬奥组委就把它变成正式的特许商品推向市场,参与者将获得相应奖励,使其成为一个人人可创意,人人可设计,人人可参与和人人可享有的特许商品的创意设计大赛。

(据新华社北京电)

中央和国家机关职工羽毛球比赛圆满结束

本报讯(记者袁浩)5月7日至11日,“健身你我他 奋进新时代”中央和国家机关职工运动会羽毛球比赛在国家奥林匹克体育中心体育馆进行。来自中央和国家机关110个部门的2800余名干部职工参加比赛。中央和国家机关工委副书记吴汉圣出席开、闭幕式,为比赛开球并为获奖团体颁奖。

作为本次运动会的首个单项赛事,中央和国家机关各部门高度重视,积极参与,许多领导干部带头参赛,很多部门提前组织预选赛。广大运动员在赛场挥洒汗水、奋力拼搏,赛出了风格,赛出了友谊,观众们摇旗呐喊、加油助威,展现出了中央和国家机关干部职工的良好精神风貌。

本次羽毛球比赛分为青年组和中年组,共设男单、女单、混合团体赛三个项目,共有2900多场对阵。经过5天的激烈角逐,最终国务院国资委、国家开发银行、中国证监会分获甲、乙、丙组青年组混合团体赛冠军,中国建设银行、中国人民银行、中央和国家机关工委分获甲、乙、丙组中年组混合团体赛冠军。国家体育总局于欣民、中国中信集团有限公司谢鑫、退役军人事务部王海分获甲、乙、丙组青年组男单冠军,中国建设银行陈海、中国人民银行沈焯、中国宋庆龄基金会王安琪分获甲、乙、丙组青年组女单冠军。住房城乡建设部吕京克、中国人民银行李俊建、台盟中央吴雅锐分获甲、乙、丙组中年组男单冠军,国家体育总局康军、中国人民银行石水文、九三学社中央毕元分获甲、乙、丙组中年组女单冠军。

运动会组委会成员以及国家体育总局机关党委、国家奥林匹克体育中心、中国羽毛球协会相关负责同志出席开赛仪式和颁奖仪式。据悉,羽毛球赛结束后,乒乓球、足球、篮球、龙舟等单项比赛将陆续举行。



开拓者晋级西部决赛

5月12日,在2018~2019赛季NBA季后赛西部半决赛第七场比赛中,波特兰开拓者队客场以100比96战胜丹佛掘金队,以总比分4比3晋级西部决赛。图为开拓者队球员利拉德(前)在比赛后庆祝。新华社/路透



英超收官 曼城卫冕

当地时间5月12日,本赛季英超最后一轮开打。先丢一球的曼城客场4比1逆转击败布莱顿,以1分优势力压同样告捷的利物浦,实现英超卫冕。在主帅瓜迪奥拉的带领下,曼城以14连胜的骄人战绩拿到队史第4个英超冠军和第6个英格兰顶级联赛冠军,成为曼联之后最近10年首支成功卫冕的英超球队。九连胜收官的利物浦积分高达97分,但整个赛季仅输掉一场的他们还是错失联赛桂冠,创造了英格兰顶级联赛历史上亚军球队最高积分。

①图为曼城队球员沃克(右)、斯通斯在颁奖仪式上自拍庆祝。新华社/路透 ②图为利物浦队球员马内进球后庆祝。新华社发

倒计时一千天掀热潮 下半年吉祥物发布是重点

——访北京冬奥组委市场开发部部长朴学东

新华社记者 汪涌 姬烨

北京2022年冬奥会10日已迎来倒计时1000天,北京冬奥组委市场开发部部长朴学东在接受新华社记者采访时介绍,北京冬奥会的市场开发正按照既定计划顺利推进,将为举办一届精彩、非凡、卓越的冬奥会做出应有的贡献。

北京冬奥市场开发全面推进

朴学东说,2017年2月27日,北京冬奥会和冬残奥会市场开发计划启动发布会在北京举办,公开发布并正式启动由赞助计划、特许经营计划和票务计划组成的北京冬奥会市场开发计划。

赞助销售方面。持续推进合作伙伴征集,北京冬奥会官方合作伙伴已达9家,分别是中国银行、中国国航、伊利、安路、中国联通、首钢、中石油、中石化和倒计时1000天当日签约的国家电网。启动了第二层官方赞助商征集,北京冬奥会官方赞助商已签约4家,分别是青岛啤酒和燕京啤酒、金龙鱼、顺鑫。

正式计划。截至目前,已开发上市780多款产品,开通运行特许商品网上零售店1家、实体店零售店54家;截至今年第一季度的统计数据,特许商品的销售额已超过2.57亿元。

每月第一个星期六是“特许上新日”,都会推出新的特许商品。“首枚会徽纪念徽章”“奥运十周年纪念徽章”“倒计时系列徽章”“安踏会徽羽绒服”等一批特许商品受到普遍欢迎。举办“冬奥有我——我的冬奥会和冬残奥会”会徽商品创意设计大赛,一批获奖作品已成功转化为特许商品上市销售。成功发行两套北京冬奥会纪念邮票。

票务计划方面。完成票务市场调研。成立北京冬奥组委票务管理小组。与国际奥委会研究明确票务系统服务提供商合作方式,界定票务系统服务提供商工作职责范围,连续召开票务系统服务提供商需求培训会。正在与国际奥委会进行全方位沟通,妥善解决票务计划启动前的各项重点难点问题。

下半年吉祥物发布是重点

朴学东兴奋地说,北京冬奥会的特许经营计划得到了社会各界的大力支持,消费者的反馈很好,“让我们的冬奥市场开发工作干劲十足”。

朴学东介绍,这次利用北京冬奥会倒计

时1000天来临的机遇,和相关企业进行了精心的策划和创意。5月11日,在天猫上的官方网店和全国的54家实体店中,正式推出了倒计时1000天的系列特许商品,包括三组纪念系列,都是经过精心设计,严格筛选,大量修改才最后定稿的精品。

第一组是中轴线系列。北京2008年奥



5月10日,北京2022冬奥会倒计时牌亮相。新华社记者 陈益宸 摄