

没有重金投入和大牌外援

一家老牌足球俱乐部生存之道的启示

新华社记者魏董华、吴帅师



俱乐部经济实力是职业足球发展在基础,经济实力强大的俱乐部在竞争中占据较大优势。图为1月4日山东泰山队球员在颁奖仪式上庆祝。当日,在广州举行的2021赛季中国足球超级联赛第22轮(第二阶段)争冠组比赛中,山东泰山队以1比1战平长春亚泰队。最终,以大型企业为资金依托的山东泰山队以总积分51分夺得本赛季中超联赛冠军。(资料图)

虽然此前中国女足在亚洲杯上夺冠,但中国男足提前无缘卡塔尔世界杯,萦绕在中国足球上空的乌云并未消散。联赛俱乐部财务状况不佳,球员讨薪的消息不时传出。中国足球启动职业化改革已近30年,在“金元足球”大潮退去之后,中国足球职业化的道路该何去何从?记者近期来到中超成功的浙江职业足球俱乐部,与俱乐部“当家人”面对面,从一线俱乐部视角来审视中国足球职业联赛以及中国足球的未来前景。

“金元足球”大潮退去,行业能否触底反弹?

作为一家在职业联赛里起起落落20多年的老牌俱乐部,没有重金投入,没有大牌外援,浙江队有何生存之道?

“我们是一家成立24年的老牌俱乐部,在中国足球职业联赛中沉浮多年,降级后为了维持俱乐部运营也卖出过不少球员,但球队拥有足够的抗打击能力。”俱乐部总经理焦凤波直言。

近年来,俱乐部名称非企业化变更、俱乐部“限薪令”等一系列改革政策出台,对中国足球职业联赛产生巨大影响,也给俱乐部运营提出了挑战。

随之而来的“股权多元化改革”,从某种程度上来说大大降低了俱乐部的生存压力,用现代企业制度完成俱乐部治理结构转型,也成了中国足坛为数不多的亮点。

“俱乐部2020年9月完成股改,浙江省能源集团承接绿城足球俱乐部部分股权。由于股改进行得早,完成顺利,及时度过了危机。”焦凤波说,不过,股改只是阶段性的,要活下去,但要活得更好,还要靠每家俱乐部自身努力。

另一方面,“金元足球”降温之后,青训的力量开始凸显。俱乐部通过4年时间,依据日本教练冈田武史的训练方法,并结合自身多年青训的积累,完成了青训大纲,作为指导球员和教练的教材。

“虽然‘金元足球’带来了世界名帅和国际巨星,但更重要的是他们离开后留下了什么,通过梳理和总结形成我们自己的竞争力。”焦凤波说。

不能总靠股东输血,也需自身造血

众所周知,无论是引进大牌球星、为中超联赛吸引巨额版权费,还是俱乐部自身建设以及青训投入,“地产足球”曾一度让中国足球的“资金池”很充足。但以一个成熟职业联赛的标准看,俱乐部自身造血能力得到多少提升,还是要打上一个问号。

“股东的钱也不是风刮来的,欧美日韩的职业联赛能走到(今天)这一步是因为有广泛支持者。中国足球市场看似热闹,真正为足球消费的人群和日韩相比都还有差距。背后的商业价值开发,还没有转化出来。”焦凤波说。

焦凤波举了日本的案例,日本一家第三级别的俱乐部就有200多家赞助商。这些企业很多是中小企业,甚至还有拉面馆,它们已经形成了“共建”理念——俱乐部代表一个城市的荣耀。

另一家日本知名的足球俱乐部,青训投入靠的就是职业队比赛日的场馆运营收入。反观国内,由于足球文化、体制机制等方面原因,俱乐部的“造

血”能力还很欠缺。

焦凤波说,他们现在开始慢慢往这个方向去做,不在于钱多少,去拓展一家俱乐部的影响力,从无到有,同时也是对足球文化的普及。“不能总依靠股东输血,俱乐部自身也需要一点一点地累积生存能力。”

焦凤波说,中国足球的问题不能单靠热情去解决,百年俱乐部不能靠一两个投资人的情结。俱乐部积累的品牌价值如何转化为商业价值,是未来要探索的。

联赛要重视质量而不是规模

随着国民经济发展水平提高,球迷的购买力增强了,但中国足球有没有拿出符合市场需求的联赛产品呢?

焦凤波认为,球迷愿不愿意去为一家俱乐部消费体现了俱乐部的核心价值,关乎俱乐部未来能不能健康持续发展。

“这既需要俱乐部去主动经营,也需要联赛质量提高。”焦凤波说,首先从中超开始提升整体联赛质量,一级一级完

善,联赛要重视质量,不能只看规模。

竞技、人才、产业、运营是一家俱乐部的核心业务。焦凤波说,从竞技训练、球探网络到品牌拓展、市场营销,中国足球职业化走到今天,俱乐部不再是一个教练带一支球队的1.0版本;俱乐部要持续发展,足球文化需要更广泛地普及,俱乐部自身也要有相匹配的架构体系。

近期,国家体育总局与浙江省政府签署《关于支持浙江省体育领域高质量发展建设共同富裕示范区的合作协议》,双方将在6个方面、33项内容上加强合作。

全运会U20男足夺冠创历史、本土俱乐部冲超、将足球发展纳入政府考核内容、杭州亚运会开幕在即……对浙江足球的小环境来说,陆续释放的利好似乎带来了一丝暖意。

焦凤波坦言,中国足球的进一步职业化发展,离不开每一家俱乐部、每一个足球人的共同努力。“哪怕只是做一些小的改变,只有踏实去做,才有未来。”

新华社杭州3月29日电

广告

唯一好心

嘉豪轩 2021 北部湾城市群 洗夫人文化宣传大使选拔赛

总冠名单位 嘉豪轩 JIAHAOXUAN

电白赛区 冠名单位 比恒隆新城

化州赛区 冠名单位 L.gem 绿景 | 绿景国际花城 300万㎡山湖城邦

关注报米花 关注赛事