



中青报 中青网记者 郭剑梁 璇

我第一次听说有世界杯这个事儿，还是1966年，那年是英格兰世界杯，我当时15岁，在北京业余体校踢球，刚开始对足球感兴趣，听一个西城体校同学说他看了个电影，讲葡萄牙队有个球星黑豹尤西比奥，带葡萄牙队在世界杯战胜朝鲜队，我也没见过世界杯，也不知道世界杯什么概念，就觉得是特别神奇的一个事儿。中国足球名宿张路回忆起自己与世界杯的第一次接触，直接将时代的指针拨回到1966年，但是非常遗憾，那年正好赶上文革，我的足球梦基本破灭了。再接触世界杯就是1970年了，那年我到陕西插队，在陕西队当运动员，冬训时去昆明，当时还没有海埂基地，叫东风体育场，我们住在旁边一个招待所里。当时是马克坚指导带了一部电影到昆明给我们在小礼堂放了，那部电影是1970年世界杯的官方纪录片，一个英国导演本来要拍英格兰队卫冕的，结果是贝利带巴西队夺冠。这部电影彻底改变了我对足球的理解，后来我看了不知道多少遍，至少十几遍，每一遍都有新的感受。可以说，这部电影对我的影响，甚至对中国足球的影响，都是巨大的，我们看完这部电影才清楚知道，现代足球应该是这样踢的。

张路说的那部电影，名为《世界在他们脚下》，从上一届冠军英格兰队乘坐大巴到机场登上前往墨西哥的航班，到巴西队在阿兹台克体育场举起冠军金杯，观众中一位小朋友憧憬4年后去慕尼黑再看世界杯，时长90分钟，被球迷公认为世界杯官方纪录片的划时代作品，当然，在纯粹的足球领域，1970年世界杯也完全无愧于划时代的标签。

国内老一辈足球人大多认同张路这个观点：1970年墨西哥世界杯是真正奠定现代足球基础的一届世界杯赛，这届杯赛的经典之处在于搭建出现代足球的框架，如张路所说，以后的一届一届，速度更快，对抗更强，战术套路更丰富，或侧重防守，或侧重进攻，或侧重传控，或侧重冲击，但都在足球本身的规律之内运行和发展。所以半个世纪之后回望，上世纪60年代和70年代交接时新中国承受的苦难压迫到各行各业，国人本该与世界杯更早对接的时间被推迟了。可以作为对比的一个有趣的例子是，英国人捧出全球第一份足球比赛规则的1863年，恰逢第一次工业革命的开端，所以看上去更像是社会衍生品的足球，其实由始至终在用世界杯这种方式记录着历史车轮的滚动。

1966年和1970年，我国专业足球人开始看见世界杯，到百废待兴的1978年，中央电视台转播当年阿根廷世界杯，才算是真正推开一扇门，把世界杯放在最广阔的观众人群的眼前。

从那年我们转播世界杯以后才知道，哎哟，这就是世界杯啊，那是咱们国家第一次转播世界杯的比赛，比赛在阿根廷，后来冠军也是阿根廷，很多人就是从那时候起成为阿根廷球迷的。83岁的宋世雄对自己44年前在香港无线台借卫星信号第一次解说世界杯的场景记忆犹新：解说员就我一个，没有信息来源，解说资料都是临时从香港买报纸整理，一通宵一通宵熬过来，把世界杯带给了中国观众。

这一发就不可收，2002年，中国足球队也冲进了世界杯。



1986年6月29日，墨西哥墨西哥城，墨西哥世界杯决赛，阿根廷3比2西德。马拉多纳亲吻大力神杯。



德国世界杯，巴西VS法国开赛前，一位中国球迷在球场和巴西球迷合影。

借助上世纪90年代末中文互联网的第一次创业大潮，中国网民的数量在新世纪第五年成功破亿，拨号上网逐渐被宽带网络所取代，门户网站的竞争进入白热化，巨头们不约而同把2006年德国世界杯当作主战场，试图消解中国球迷对世界杯惊鸿一瞥后无处安放的复杂情绪，让球迷到现场去，就是最有力的营销策略。

胡庆伟就是幸运球迷之一，2006年，他通过网络抽中了2006年德国世界杯1/4决赛球票，第一次出国，当时网上订酒店、机票不方便，只能通过朋友找当地人帮忙。

计划赶不上变化，世界杯期间酒店紧俏且价格高昂，因此，见证桑巴军团被高卢雄鸡淘汰后，他在法兰克福中央车站的大理石地砖上熬了一夜，身旁满是巴西球迷和法国球迷，他们悲喜不同，均湿了球衣，说不清是啤酒还是泪水。

从1990年至2002年，胡庆伟的世界杯记忆完成了21寸彩电到液晶电视的更迭，而在德国感受过鲜活的足球情绪后，到现场看球成为他自己和世界杯的约定。

科技的发展让约定成为可能，光纤网络逐步取代传统铜缆进入千家万户，中国的网速渐从绿皮火车阶段步入高铁时代。2010年南非世界杯，胡庆伟明显感觉到网络购票变得友好，他在官方购票渠道买了球票，通过境外旅游网站预定了全程酒店和南非境内机票，还体验了租车自驾南非的惬意。而到了2014年巴西世界杯，这套流程甚至在一部手机上就能完成，那年，中国互联网信息中心发布数据称：我国网民手机上网使用率达83.4%，首次超越传统PC（电脑）使用率。

2006年世界杯，订票、订酒店等单项服务较多，到2010年，观赛和旅游打包的一站式服务明显更受球迷青睐。更嗨国际旅行社创始人朱瑞龙记得，2002年世界杯打开中国球迷出境观赛大门，此后，每届世界杯观赛参团人数都在增加，以企业自身数据为例，2006年不到200人，2010年为531人，2014年约1200人，2018年俄罗斯世界杯达到峰值，8000多人。

越来越多中国球迷的出现让胡庆伟不再小众，他记得，德国世界杯期间，他总被外国球迷问：中国队没来，你为什么来？他回答道：我来了中国就来了！仅过4年，出现在现场的中国元素可以回答一切疑问。

场内广告牌上，中国英利4个汉字揭开了中国企业赞助世界杯的序幕。当世界杯80年历史中首次出现中国品牌的身影，人们才意识到，响彻南非世界杯的鸣唱祖拉也来自中国小镇义乌。胡庆伟发现，当更多中国元素出现在世界杯，为什么来？这样的问题自然消失不见。

2014巴西世界杯，中国制造标志更拓展至比赛用球、安检设备、吉祥物狄福来哥等领域。到2018年，无论是游客数量还是赞助品牌，中国元素在俄罗斯世界杯达到顶峰，前往俄罗斯观赛的中国游客超10万人，多达7家中国企业跻身官方赞助体系。《福布斯》专栏作家马克·特纳形容：在长达一个月的世界杯期间，游客们可能会恍惚觉得自己仿佛置身于广州恒大淘宝队的中超赛场。

1966-1978

中国人 看见 世界杯

2002

中国人 冲进 世界杯

# 中国人的世界杯!

可能是入冬的缘故，2022卡塔尔世界杯来得比以往更矜持一些：直到开赛前一周，参赛球队这些主角才陆续集结赶往卡塔尔，全不见以往多队早早在参赛地筹建大本营、安心备战的热闹景象，但无论如何，世界杯还是来了。

今后30天，足球世界杯将成为国内社交媒体上躲也躲不开的热度话题，中国足球队的惯性缺席，并不妨碍世界第一运动在神州大地上博取热爱。



2001年10月7日，辽宁沈阳，2002世界杯预选赛，中国男足1比0阿曼，成功晋级2002韩日世界杯。

几度冲击世界杯未果后，神奇教练米卢来到东方接手国足，他和最后一批在专业体制下磨砺出来的球员最终修成正果，让2002韩日世界杯对中国球迷而言不再是遥远影像，而成为真真切切摸得着的。我们的世界杯，2002韩日世界杯，国足昂首踏进决赛圈，国人迅速展现出燃烧世界杯的巨大潜力。2001年年底中国终于正式加入世界贸易组织，按照商务部门的统计，2002年中国GDP首次突破10万亿元，用万马奔腾、欣欣向荣形容20年前中国的迅猛发展并不为过，而足球在那个年代的冲锋陷阵，至今还让人津津乐道。

我们第一次打世界杯，能参加（决赛圈）就已经是非常大的荣耀了，谈不上任何经验，也谈不上有多深刻的体会，就是开了眼界，本身就是一种荣誉，不光是首发11人，就是出征的23人，都有非常强烈的使命感和荣誉感，这是中国足球历史性的一刻，去感受就好了。现任中国U16国家队主教练、2002世界杯国脚杨晨谈起往事语气里还是透着兴奋，但他也不回避在那届世界杯上留下的一点遗憾：我们出征之前就想能进一个球，后来我们打了2个立柱，肇俊哲打巴西时候1个，我打土耳其时候1个，就差一点点，终究是有遗憾的，如果进了，我们至少在世界杯上就留下1个进球。所以足球就跟人生一样，会有很多意想不到。

当时还在德国法兰克福队效力的杨晨并不是国足阵中唯一一名有海外经验的球员：范志毅、孙继海、马明宇，都已经习惯和老外同场竞技，杨晨说1998年去法兰克福时，对于德甲联赛就很熟悉，央视每周转播德甲和意甲联赛，所以不陌生，所谓的局限，还是1998年他只身前往法兰克福时的身份还是留学生而非职业球员。中国足球职业联赛1994年刚刚起步，彼时尚不清楚转会系统如何与国际接轨，包括我自己在内，也没有人一开始就肯定我能留在德国，竞争很激烈，但我最后真的在那里适应了环境、站稳了脚跟。

国足在韩日世界杯打了3场小组赛，杨晨在首战哥斯达黎加和第三战土耳其时都是首发，第二场对阵巴西时则坐在替补席上，聊起这段故事，杨晨说这是米卢为了让球队所有人都能踏上世界杯赛场而作的选择。

不是因为巴西队强，需要减少1个前锋去打反击，米卢就是想让更多人享受在世界杯赛场踢球的那种感觉，所以调整相对多一些，可以说我们那时候不会考虑个人的事儿。杨晨说，2002年世界杯对我本人也好，对中国足球也好，都具有历史性的意义，我们享受到了。

2002世界杯带来的精彩故事，远不止3场小组赛所能涵盖，而这届特殊世界杯对中国足球的影响，甚至发酵到了20年后的今天。在这20年间，中国足球乃至整个中国，都在继续着翻天覆地的变化。



卡塔尔首都多哈郊区，卢萨尔体育场的全景，该体育场可容纳8万人，将举办2022年世界杯决赛。

这届世界杯，球票价格比上一届便宜，但机票、酒店等出行成本贵了近两倍。朱瑞龙表示，对疫情的担忧加上成本高昂，让准备到现场观赛的中国球迷数量有所减少，但在多哈街头依然有不少中国球迷，他们中的很多人举着自拍杆对着镜头滔滔不绝，和往年专注于自己看球、旅游的客户相比，今年新增的客户很多都有生产新媒体内容的诉求。

除了五星红旗、球衣、球鞋等必备物资，前往多哈前，胡庆伟专门准备了T恤和自拍杆，这是第一次在北半球冬天举办的世界杯，当地气温近30摄氏度，相当于我今年要过两次夏天。他说，在自己现场体验的第五次世界杯上，他愿意站到镜头前，以一个普通球迷的视角记录这届世界杯，这次很多球迷不能来多哈，我希望找到他们关心的话题，用他们熟悉的语言，展现现场气氛。

胡庆伟首次去世界杯的2006年，中国互联网信息中心发布的报告中，首次公布我国手机上网人数为300万，仅过了4届世界杯，这个数字已经增加了近350倍：截至2022年6月，我国网民规模为10.51亿，使用手机上网的比例达99.6%，其中，短视频的用户规模达9.62亿。

目前，抖音、快手、小红书、B站等内容平台不仅成为人们获取信息的重要载体，且尝试向涵盖社交、文化传播、商业化等多功能和多身份转换。

从销售情况来讲，To B端的订单在赛前基本已经结束，To C端我们会和主流短视频平台合作，用自己的账号或请达人助阵进行带货直播。第三次和FIFA（国际足联）合作，杭州孚德品牌管理有限公司（以下简称“孚德”）再度成为世界杯官方特许授权商，相比上一届的全球官方特许授权商身份，疫情之下，孚德2022年签下的世界杯IP授权更聚焦于大中华区，该公司CEO郭志浩表示，相较往届，短视频、直播的入局将会给这届世界杯衍生产品营销带来巨大变化，现在面临的机遇和挑战正是从中国制造转向中国营造，除销售之外，我们还要进一步推广世界杯IP。

世界杯的影响力在丹麦已经燃起星星之火。当蒋啸走出大山，成为山东建筑大学的一名大学生，同样来自丹麦的金黎黎也将迎来自己踏上世界杯赛场的机会：12岁的他已通过小旗手选拔，或将在2022年卡塔尔世界杯决赛赛场亮相。得知这一消息后，蒋啸表示，很想告诉黎黎，希望他把握机会，因为这将是他一生最难忘的一次经历。

世界杯来了，和在任何地方一样，也在中国生了根发了芽，这好像不是足球，但这的确是足球。

2006-2018

中国人 拥抱 世界杯

2022

中国人 传播 世界杯

蒋啸和5名同学的出现更加强了这种印象。

2018年6月14日，东道主俄罗斯队与沙特阿拉伯队的世界杯揭幕战，6位来自中国西南大山深处的孩子护送着国际足联会旗率先入场，中国在韩日世界杯之后，再次站到了世界杯球场中央。

感觉很真实。从小踢球的蒋啸从未感受过数万人山呼海啸的欢呼声，随着声浪响起的是他心里的感叹：足球真是世界第一运动。他把在世界杯的经历和球场边捡到的一棵草一起带回家乡，位于贵州黔东南苗族侗族自治州的丹寨县，6位小旗手的经历影响了更多同乡开始关注、参与足球，县里几乎每个学校都建了球场，我们学校的球场还加了护栏。

蒋啸并不清楚，得益于国际足联青年计划和赞助商的支持，全球像他一样幸运的孩子约有超过3800名，但他和同学代表的中国护旗手，是世界杯近90年历史里首次出现，也许我们可以让世界足球不要忘记，还有中国。