



最“壕”世界杯，卡塔尔花费超过2200亿美元

2022 卡塔尔世界杯开幕在即。由于今年的世界杯是在冬季举办，所以也为最终冠军的归属，增添了很多不确定性。不过，有一点是可以肯定，那就是今年的世界杯，将是有史以来最“壕”的一届，因为东道主为此花费的金额，已经超过了2200亿美元！

根据多家外媒爆料，自从2010年赢得世界杯的主办权后，卡塔尔就一直在为此做着准备工作。他们投入巨资，对自己国内的各种基础设施进行了一番升级，以方便球员比赛以及球迷观赛。这其中就包括了新建、翻修8座世界杯球场，兴建世界杯公园、球迷场馆等基础设施，以及围绕着世界杯的一系列衣食住行方面的改善工作。

在世界杯的历史上，此前花费最高的一届，是2014年的巴西世界杯。当时巴西为了办赛，共花费了150亿美元，用来修建场馆以及其他的配套设施。而2018年的俄罗斯世界杯，总花费则降至118亿美元，这两届历史最贵的世界杯花费相加，甚至不到卡塔尔世界杯的八分之一，中东土豪到底多有钱，从这一点也能窥见一斑。

可能只看数字大家没什么概念，举个例子，如今世界足坛身价最高的球员是效力于英超豪门曼城的挪威神锋哈兰德，在《德国转会市场》上，他的身价已经飙升至惊人的1.7亿欧元。如果曼城以这个价格出售哈兰德，那举办卡塔尔世界杯的总花费，足足能买约1300个哈兰德，以首发11人计算，大约能够武装118支球队，超过五大联赛所有俱乐部的总和。

作为世界上最赚钱的体育赛事，举办世界杯往也意味着巨额营收。过往的多届世界杯东道主，最终都是赚得盆满钵满。只不过这一次，这个举办世界杯必盈利的潜规则恐怕要被打破了，毕竟再怎么赚钱，还能超过2200亿美元吗？

作为世界上最赚钱的体育赛事，举办世界杯往也意味着巨额营收。过往的多届世界杯东道主，最终都是赚得盆满钵满。只不过这一次，这个举办世界杯必盈利的潜规则恐怕要被打破了，毕竟再怎么赚钱，还能超过2200亿美元吗？

作为世界上最赚钱的体育赛事，举办世界杯往也意味着巨额营收。过往的多届世界杯东道主，最终都是赚得盆满钵满。只不过这一次，这个举办世界杯必盈利的潜规则恐怕要被打破了，毕竟再怎么赚钱，还能超过2200亿美元吗？



苏亚雷斯和卡瓦尼在庆祝进球

世界杯诸神黄昏：乌拉圭双煞命运挽歌

近代世界杯历史上，南美足坛在上世纪九十年代曾有过智利锋线双煞萨拉斯和萨莫拉诺的锋线传奇，21世纪则是苏亚雷斯、卡瓦尼撑起了乌拉圭的南美三强地位。苏亚雷斯和卡瓦尼都是这个时代最出色的前锋，前者在利物浦缔造辉煌，随后与梅西、内马尔组成MSN组合，成为21世纪世界足坛最高产的现象级锋线；后者曾在那不勒斯效力获得了意甲金靴，又在巴黎圣日耳曼获得法甲冠军并拿下两次法甲金靴，不过，在世界杯上，两人却始终郁郁不得志。

南非世界杯，苏亚雷斯3球3助攻表现出色，但1/4决赛点球大战救险，虽然以红牌代价保得乌拉圭点球大战晋级，却因停赛无缘进入半决赛，极大折损乌拉圭的攻击力，导致球队2比3惜败荷兰。本届世界杯是卡瓦尼国家队首个大赛，除了首场对阵法国他没有出场，后六场他一直首发，并在三四名决赛中打入扳平比分之一球。翌年美洲杯，尽管苏亚雷斯表现惊人，但卡瓦尼因伤大多数时间都没能出场，好在乌拉圭终于夺冠。

2014年世界杯，苏亚雷斯受伤，首场未能上阵，乌拉圭1比3不敌弱旅哥斯达黎加，第二场勉强出场，最终2比1击败英格兰，最后一场虽然乌拉圭1比0小胜意大利，但苏亚雷斯受伤，1/8比赛前国际足联禁赛，卡瓦尼独木难支，乌拉圭0比2不敌哥伦比亚被淘汰。

4年前苏亚雷斯和卡瓦尼带队第3次出征世界杯，一路4连胜淘汰葡萄牙被视为夺冠热门，卡瓦尼更是在1/8比赛中梅开二度帮助球队击败葡萄牙，但第74分钟因伤下场，最终没能参加与法国的1/4比赛，乌拉圭也0比2不敌巅峰期的法国，止步8强。

路易斯·苏亚雷斯和埃丁森·卡瓦尼，都是1987年出生的，两人的生日仅仅相差一个月。为了世界杯，苏亚雷斯回到乌拉圭休养生息，并帮助乌拉圭民族夺得乌甲总冠军，卡瓦尼则转会瓦伦西亚，为世界杯蓄力。

两位乌拉圭神锋天赋毋庸置疑，苏亚雷斯恍若球场鬼魅，在阿贾克斯、利物浦、巴萨和马竞都获得过巨大成功；卡瓦尼同样天赋异禀，球风异常潇洒，每每有神来之笔，世界波更是信手拈来。只可惜，两人也都将年满36岁，本届世界杯能将乌拉圭带到何种高度尚未可知，但可以肯定的是，这将是两人最后一届世界杯了，他们在国家队的搭档们，也就是乌拉圭的黄金一代，包括门将穆斯莱拉、后卫戈丁、卡塞雷斯都将彻底退出历史舞台；在他们淡出后，这个南美小国的未来将属于努涅斯、巴尔韦德、本坦库尔、托雷拉和阿劳霍们，只是对于全世界球迷来说，看到苏亚雷斯和卡瓦尼离去的背影，未免让人唏嘘，毕竟这两位神锋，曾经给球迷带来过那么多的巅峰时刻。

赵叶舟

参加5届世界杯有多难？88年历史仅8人做到

能够参加1届世界杯比赛，已经让绝大多数足球运动员梦寐以求，能够多次参加世界杯的球员少之又少，如果能够做到5次参加世界杯呢？那几乎是凤毛麟角。

从1930年首届世界杯举办开始，到2018年俄罗斯世界杯为止，在88年的世界杯举办史上，总共只有4位球员曾经有过5次参加世界杯的经历。

首位参加5届世界杯的球员是墨西哥门将安东尼奥·卡瓦哈尔，从1950年到1966年期间，他在5届世界杯上出场11次。

德国足坛名宿马特乌斯，是第2位五战世界杯的球员，从1982年到1998年期间，他连续5届参赛25场，目前仍保持着世界杯参赛场次纪录。

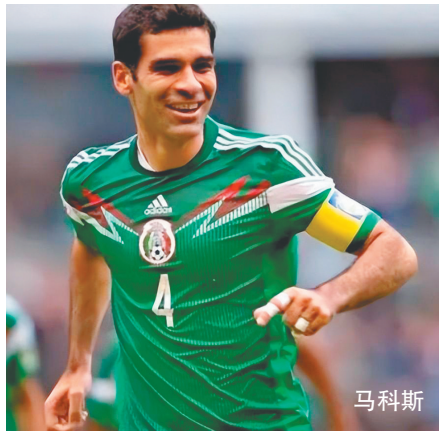
从1998年到2014年，意大利门将布冯也曾5次征战世界杯。原本他有机会创造6次征战世界杯的纪录，但是2017年意大利在附加赛出局，布冯无缘创造历史。

墨西哥球员拉法埃尔·马科斯，从2002年韩日世界杯开始征战，持续到2018年俄罗斯世界杯，他在5届世界杯赛场出场19次。

卡塔尔世界杯赛场上，将有四位球

员迎来他们的第5届世界杯之旅，分别是37岁的C罗和35岁的梅西以及墨西哥的门将、37岁的奥乔亚和36岁的后卫瓜尔达多。本来拉莫斯也有望成为西班牙历史上第一位5次征战世界杯的球员，但最终主教练恩里克放弃了他。值得一提的是，C罗有望创造一项新的纪录——成为第一个连续5届世界杯都有进球的球员。

卢军



马科斯



马特乌斯

付费观赛，给国内体育文化基础带来多大影响？

当年互联网资本决定把欧美的付费观赛体系引入国内，肯定没想到如今的局面：大批球迷放弃了爱好，免费小平台泛滥，高价拿到手的独家赛事版权，根本没赚到钱。那么体育会员这道门槛，到底对国内体育文化基础有多大伤害？即将到来的世界杯就能见分晓。

其实目前已经能看出一些端倪，与往届世界杯相比，今年是氛围最冷的，身边讨论和期待的人不多，老球迷的心态就是自己默默地看，年轻一代的关注点，好像集中在电子竞技和短视频平台直播，对于足球这种2个小时时长的娱乐，缺乏耐心。

这样的现象是近年来国内体育的一个缩影，绝大多数亲身参与过体育运动的人，都是始于兴趣，而兴趣点基本上高于高水平的体育赛事。现在看球赛的主力军80后和90后，当

年都是看CCTV5成长起来的，后来有了一些门户网站的网页直播，但这些可都是免费的，所以影响力大，辐射范围广。如今却不同了，NBA、英超、意甲、德甲、西甲、F1、NFL、UFC，但凡是有影响力的赛事，全部被打上了VIP专属的烙印，甚至连看回放，都需要用户付费才行。

最关键的是，会员的价格超出了国内球迷的承受能力，如果是资深体育爱好者，把以上的赛事会员都买下来，意味着一年的开销超过1000元，这比绝大多数人的话费和一个月家庭的宽带费用还贵，实在是离谱。这就造成通过正规版权渠道看球的人越来越少，开会员的用户更是连年下跌，因此互联网平台只能拼命在比赛中植入广告，但这又导致球迷进一步流失。

与此同时，央视体育频道也陷入低谷，一

是缺乏优质赛事版权，二是直播力度不足，有时候明明版权在手，但是却无法播出，白白浪费了资源。现在体育频道有5.5+、16三个台，真想要把手头的比赛资源物尽其用，是有这个能力和基础的，但显然这些年的规划太过随意，大量的实况录像不仅观众无奈，连台里的工作人员也坚持不住了。没有出镜的比赛直播，就没有补贴，所以这些央视体育解说和嘉宾流失严重，资深球类比赛主持人只剩下贺炜和于嘉，其余的杨健、黄健翔、张路、杨毅、苏群等，都已经常年驻扎互联网平台。

因此，在央视直播少，互联网体育会员贵的双重夹击下，国内大众对体育的热情就淡了，以前的世界杯，各种赛前预热早就来了，但是今年即便有平台宣传，大众也少有呼应，所以说以往像过节一样的世界杯月，今年未必能再出现了。

温博谷

今年世界杯的冠军，义乌人可能已经知道了

卡塔尔世界杯进入倒计时，北京时间11月21日0时，世界杯揭幕战将打响，东道主卡塔尔对阵厄瓜多尔。

当全世界的球迷讨论这场或许会代表“诸神黄昏”的战役时，“90后”跨境电商卖家庄晓婷在这场即将到来的盛典中看到了商机——PANINI(帕尼尼)球星卡。一套486张，包含



世界杯全部32支决赛球队，既可以收藏也可以游戏，形式是现在流行的盲盒。

帕尼尼是主流球星卡制造公司。在足球领域，帕尼尼从1970年便与国际足联建立合作伙伴关系。2018年世界杯期间，帕尼尼日均卡包产量达800万—1000万包。目前，其拥有英超联赛、2022年世界杯、2020年欧洲杯等IP所有权。

实际上，对于大多数玩家而言，球星卡的价值不在于庄晓婷所说的游戏，更多在于“收藏”。2022年4月10日，一张2014年世界杯梅西的限量球星卡被拍出了52.2万美元的天价，这是帕尼尼公司为2014年巴西世界杯出品的Prizm系列球星卡。

更有价高者能被“炒”到上百万元，例如NBA球星勒布朗·詹姆斯的球星卡被拍出了240万美元天价。“球星卡主要玩的是运气和眼光。眼光就是像股票一样，对一个没出名的球员投资，等到这个球员成为巨星后，价格会随球员身价上涨，就像买股票投资一样。”一位球星卡玩家认为拆球星卡就像“赌石”一样刺激。

从决定做球星卡到新店完成铺货，庄晓婷只用了1个月。虽然她也不理解球星卡被炒高，但查资料后庄晓婷发现，从2021年底开始，世界杯球星卡的搜索热度就持续上升，从2019年至今，球星卡市场的年复合增长率超过23%。趁着世界杯和“双11”前，庄晓婷迅

速签下了帕尼尼的官方授权，并在阿里巴巴速卖通上线同名新店。

在义乌，不乏像庄晓婷这样掘金世界杯的商家。有的商家50天赶上10万个足球，也有人每天加工三四千座“大力神”杯、上万枚奖牌。据速卖通数据显示，近三个月，投影仪的销量在足球大国的增速明显加快，巴西近一个月同比增长了250%，此次世界杯举办地中东，近一个月也同比增长120%。

对于生产和经营世界杯周边商品的商家们来说，这场庆典已经提前到来。网友调侃，虽然中国队没有参加世界杯，但义乌代表队却早已出征。更有趣的是商家表示，只要世界杯打进4强，通过一些国旗或者纪念品订单等，基本就可以判断出世界杯的最终冠军是谁。

的确，许多义乌商家忙到都没时间关注赛事，但却对各个球队了如指掌。一名销售32支球队国旗的义乌商家在接受《体坛报》采访时预测：“从目前的销售量来看，英格兰、巴西以及阿根廷很可能是今年的大热门。”

这里有着地道的土耳其餐厅，还有开了近十年的东南亚菜，除了温州瘦肉丸汤外，在义乌很容易找到不一样的外国味道。

四处可见的大字广告牌，很难想象义乌仅仅是一个县级市。

有人在社交平台上形容义乌：世界的窗口，而繁忙与开放则是义乌外贸交易最简单的表征。义乌市金尊文体用品公司负责人陈显春早早地接到了世界杯的外贸订单：“3月份订单都已经下过来了，夏天已经发出了一批世界杯订单。”

国际商贸城三区里，陈显春的办公室里陈列着“大力神”杯、金靴奖杯等样品，对面的商家挂着球衣、旗帜。在这里，向欧洲客户展示时他会拿出淡金色的“大力神”杯，但如果遇到一位中东客户，他就要拿出“土豪金”样品。因为不同国家的客人们偏好不同。6公里外，他厂里的工人每天要加班到夜里11点赶制订单。即便产能全开，接的新订单，也要排期到两个月后才能发货。

庄晓婷也提前感受到了世界杯的热情。店铺开张的第二天，她就接到了来自巴西客户的订单。据速卖通世界杯专场的负责人马祥介绍，目前在速卖通上，球星卡的销量增长了四

倍。“10月份是一个预热期，一些当地的经销商先跟我们拿样，确定没问题之后再下大量的订单。我们前期接到比较多的客户咨询是当地的经销商和小B客户，爆发期应该是11月份。”庄晓婷为了拿下帕尼尼的官方授权，囤了价值上百万元的球星卡。她估计整个世界杯期间，她店铺球星卡的销售应该在10万美元左右。

一位智利的客户在陈显春那里下单了三个集装箱的奖杯订单，每个集装箱货柜68立方米。不过，到现在这位客户还在追加订单。但在提到世界杯相关产业的规模比例时，陈显春觉得他们的规模还不算大：“在义乌企业里，我们的规模很小了。”

的确，像陈显春这样的商家在义乌很常见。《新京报》曾报道，在义乌，有的商家每天产能已经达到3000个足球，光是世界杯前后足球出口能达到100万个，大约价值2000万元。义乌跨境电商协会会长徐严介绍，2010年1月至5月，南非世界杯期间，义乌海关出口的体育用品及设备为6554万美元；2014年巴西世界杯期间，义乌海关出口巴西的小商品达1.6亿美元；2018年俄罗斯世界杯前4个月，义乌对俄罗斯的出口额超过了10亿元。今年，义乌体育用品协会估算，在整个世界杯周边商品市场份额中，义乌制造几乎占到70%。