

乒乒乓乓,怪事一筐

乒超联赛虚假繁荣 快报揭秘三大怪象



今晚,浙商银行将与霸州海润进行第三场决战,胜者将获得乒超男团总冠军,而本赛季乒超联赛也将随之落下帷幕。和以往一样,乒超总决赛又将被央视放在黄金时段直播。电视画面中球馆内座无虚席、气氛热烈,可是很多人不知道,乒超只是看上去很美,“赛制怪、主场怪、主场怪是乒超三大怪,目前乒超离乒羽中心打造‘乒坛NBA’的目标还有不小的差距。”一位业内人士对快报记者说。快报也通过大量采访,为您揭开乒超联赛虚假繁荣背后的种种怪象。

本版撰文 快报记者 韩飞周游

■赛制怪

■现象

12连败,也不降级

在今年乒超常规赛,江苏中超电缆队曾遭遇12连败,14轮比赛仅赢得1场进入保级组。而在第二阶段的保级战中,江苏队先是不敌宁波队,在与四川队的PK中连胜两场成功保级,12连败都不降级,这在其他联赛中是不可遇见的。而且,即使江苏队输给四川成为乒超最后第八名,江苏队也并不必为保级担忧,因为根据乒超升降级办法,乒超第八名还要跟甲A的头名打附加赛,只要获胜依然可以留在乒超。

■原因

两个联赛,差距太大

乒超球队为何不害怕与甲A头名打附加赛?为何不采取直升直降的赛制?听到快报记者提出的这两个问题,主管乒超联赛乒羽中心乒超二部部长脚尚林深深叹了一口气。

“乒超球队的实力比较强,从理论上说,甲A球队战胜乒超最后一名概率也是比较低的。”正如脚尚林所说,参加甲A联赛的球队阵中大多都是年轻球员,鲜有国家队队员,其实力与拥有一名世界冠军和高水平外援的乒超球队相差悬殊,比如,去年甲A冠军江苏江阴队面对丁宁领衔的北京控股女队,很快以0:3落败,遗憾地失去了冲上乒超的机会。无疑,这样的升降级办法不仅会让乒超缺少竞争,而且会让乒超球队缺乏竞争意识,为什么乒协还要坚持?脚尚林无奈地说,“甲A联赛是赛会制,主要是靠赞助商的经费支持,投入就几十万,比起乒超各方面的运作都不成熟,很多俱乐部还不具备玩乒超的实力。此外,经营乒超球队需要先期投入,而且一年的花费至少要500万元,如果乒超球队很容易被甲A打下来,这也会伤害到乒超投资方的利益。”当然,脚尚林表示,他也希望越来越多的企业支持乒超联赛,“希望甲A快速成长,能够实现乒超的直升直降,但这还需要时间,近几年乒超还会延续现在的升降级办法。”



有马琳这样的球星,乒超联赛就不怕忽悠不到钱

■市场怪

■现象

球赛虚火,商家不少

走进很多乒超的场馆,你都能感受到球迷的热情,能容纳四五千人的场馆上座率常常能超过八成,有些场次甚至能超过九成。乒超的球市真那么火?一位业内人士说得毫不客气,“只是虚假繁荣,票大多是赠票。”

脚尚林坦言,全国各地的乒超比赛上座率都还不错,但真正

掏钱买票的很少。负责江苏中超电缆俱乐部主场运作的赛场经理王小湾也告诉快报记者,乒超常规赛,江苏队在滨海、溧阳、宜兴、等5个承办地上座率都很高,但大多数观众是拿着赠票看球的,“多数乒乓球馆本身能容纳的观众不会超过5000人,要想在门票上有赢利就得高价售票,但

票价一高肯定就影响上座率。如果票价设得太低,和赠送也没有太大区别。所以很多主场都是被某个企业包下来,然后以赠票的形式来答谢客户,买票的可能还不到10%,有的主场门票收入只有几千元。”可尽管球市虚火,却仍然有源源不绝的赞助商找到俱乐部。

■原因

央视直播,充满商机

为何乒乓球球市会虚火?国际排联主席魏纪中曾一针见血地指出,乒乓球的市场不在球馆,电视转播才是乒乓球的生命线,“乒乓球观赏性很强,但也有一个问题:球太小了,因此乒乓球的市场,不在球馆,球馆的人只要一坐远了,根本连球都看不到。看乒乓球的,是电视观众居多。”

前天接受快报记者电话采访时,央视体育频道总监江和平也表达了这样的观点,他透露,乒超联赛的收视率一直很高,“今年女团鲁能和大连的总决赛

收视率达到0.38%,有几百万人在看,相当于CBA联赛的收视率。”

同时,江和平表示,乒超比赛5场3胜时间太长,一打就是几个小时,为了便于电视直播,或许可以考虑改变赛制。事实上,乒超在央视的极高收视率正是俱乐部不愁赞助商最重要的原因,作为乒超主办单位之一,央视所以每轮联赛都会选择一场比赛进行直播,8支乒超球队至少可以轮到一场央视直播,整个赛季下来央视可能要播近20场的乒超比赛。“有央视直播,不仅

对企业的形象宣传有利,而且有很多赞助商找到我们,有花几十万元在场内放个广告牌,也有赞助几十万的,最多的是球队总冠名商花200万做了胸前广告,要知道在央视做个广告可是价格不菲,据说体育频道一些节目5秒广告就要几万元,而是投入乒超相当于在央视做广告,宣传性价比还是比较高的。”江苏中超电缆俱乐部的一位负责人告诉快报记者,除了央视,江苏队还和江苏体育频道签约,录播一些场次的比赛,达到更好的宣传效果。

■主场怪

■现象

球队主场,流放省外

在乒超联赛中,俱乐部卖主场早已不是新闻。翻看乒超联赛的秩序册,乒超男团比赛一共有8家俱乐部参赛,涉及的主场体育馆多达36座,这在其他项目的联赛中,是完全不可能见到的。乒超联赛的“豪门”当属山东鲁能,他们不但成绩上佳,也是少有的几支将大部分主场安排在同一体育馆的俱乐部。相比之下,四川队的主场远赴乌鲁木齐,宁波海天队的主场外嫁海南屯昌,锦州银行、上海队的主场也远嫁内蒙古赤峰……球队主场被放在省外已是乒超赛场的另类风景。

■原因

卖个主场,盆满钵满

为什么不少乒超球队会将比赛的承办权出卖?业内人士透露,一方面是因为经营乒超球队开支不小,球员工资就要近200万,来回比赛的差旅费、训练器材费加起来至少要500万元,有的俱乐部投入甚至达到千万元,而卖主场可以为俱乐部提供可观的收入。据了解,乒超一场普通联赛的主场承办权售价最低为15万元,如果是焦点赛事,加上央视直播,甚至能卖到30万元。这样算来,如果7个主场都卖掉,一个赛季也有100多万元的收入,这对很多俱乐部来说都是“雪中送炭”。

谈到乒超俱乐部卖主场成风,主管乒超联赛多年的脚尚林无奈地说,“主场没有固定下来,就不会有固定的球迷为自己的球队加油,球迷对于乒超的时间和地点不会形成条件反射,这样对于培育乒超联赛的市场,对于协会想要在各个主场搞一些球员和球迷的互动活动,都带来了问题和麻烦。”脚部长坦言,乒羽中心也出台了相关政策,“按规定常规赛主场有两个可以放在省外,在省外的比赛不能超过5场,对于比赛主场全都放在同一地点的俱乐部,我们也有一定的物质奖励。”当然,脚尚林也坦言,乒超在二线、三线城市很火,但这些城市并不愿一下子接多场乒超,“现在要解决卖主场成风的问题,还有不少现实的困难。”



赛场气氛热烈



招纳强援助阵