

2000所学校,每年200万名中小學生,走上特色体育之路

14岁的浙江省阳光体育,长势喜人



本报记者 高华生

2000多所中小学、4万多个班级、每年200多万名中小學生,这就是浙江省阳光体育14岁的模样。

由浙江省教育厅、浙江省体育局主办,杭州学军中学承办的ZSFL“特步”浙江省第十二届中小學生校园足球联赛高中女子组总决赛6月12日~17日在浙江省杭州学军中学(紫金港校区)进行,包括学军中学(紫金港校区)、义乌二中在内的省内15所中学角逐最终的总冠军。

6月12日开幕式当天,进入梅雨季节的杭州气温达到了31度,将雨未雨的桑拿天站在场边汗出如浆。揭幕战在东道主学军中学(紫金港校区)和上届亚军温州苍南中学两队之间进行,90分钟艰苦鏖战后双方1:1握手言和,之后两队都抢到足够分数携手小组出线。

“队里5名高三毕业生,去的高校都已经定了。”

苍南中学女足教练王颖告诉本报记者,2019年学校就有两名队员考上了浙江大学。2014年开始苍南中学女足一直位居浙江省前三名,有6位队员被北京体育大学录取,20多位队员被浙江大学等一流高校录取。去年苍南中学女足获得了浙江省第十一届中小學生足球联赛高中女子组总决赛亚军,今年她们铆足了劲想更进一步。

“特色体育这条路,苍南中学走对了,走顺了。”

浙江省学校体协常务副秘书长华云飞说,2007年“全国亿万青少年学生阳光体育运动”全面启动。浙江省学生阳光体育运动舞台上像苍南中学这样的学校越来越多,温州二十一中就是一个另辟蹊径的好例子。和大名鼎鼎的温州中学相比,文化课不是温州二十一中的强项。2009年浙江省校园足球发展之初,温州二十一中果断大力开展校园足球,10年间他们已经成长为浙江省高中男足第一集团。

“每年都有五六个队员输送到优质高校。温州二十一中校长有句话我印象特别深——学校近年来考进211、985高校的,几乎都来自校足球队。”

通过发展特色体育另辟蹊径的例子还有很多,比如浙江省内大名鼎鼎的回浦高中篮球。华云飞说,浙江省阳光体育运动开展14年来,最大的成就就是搭建了这个平台,虽然并不是每所学校都能获得最终的锦标,但各个层次的学校都找到了自己的舞台。

本报记者注意到,去年的ZSFL“特步”校园足球联赛总决赛小学女子甲组前三名是余姚市肖东第二小学、温州市仰义第二小学、温岭市泽国镇第二小学,这些地市学校通过阳光体育运动走上了省级舞台,也让学生的综合素质得到了提高。

“我们发展校园体育,最终目的还是育人。”

作为省内最顶尖的高中之一,学军中学并不缺足球这块招牌。但是包括足球在内,这些年学军中学对校园体育非常支持。学军中学负责人告诉本报记者,就拿2016年创办的学军中学紫金港校区来说,广泛开展田径、足球、篮球等体育项目,目前已经培养出国家健将2名,国家一级运动员19名,有些项目甚至获得了全国冠军。

“像学军这样的名校重视校园足球,我们肯定高兴。”

在华云飞看来,学军中学这样的名校参与鼓励了省内的中小学发展校园足球,让喜爱足球的孩子们多了一条通道,其他项目同理。十四年的努力,浙江省学生阳光体育运动“四项联赛(ZSBL浙江省中小學生校园足球联赛、乒乓球联赛、游泳联赛和ZSBL浙江省中学生篮球联赛)”已经成为四项“金牌”校园赛事。

欧洲杯场边滚动的中文广告 到底是不是特供中国观众

有很多球迷欧洲杯观赛之余发现,赛场边的中文广告特别多,而且都是大家非常熟悉的中国品牌。有些品牌的广告有中文版和英文版轮流变换,而有些品牌的广告则是直接打中文。

这让中国的球迷感到十分亲切,“有种看中超的感觉。”“注意力忍不住被中文字所吸引。”6月15日FT中文网专栏作家撰文说,中国观众看到的场边广告牌内容很多都是“虚拟的”,是针对中国市场专门定制的,和现场观众看到的广告牌并不完全一致。

真的是这样么?

很多身在欧洲的球迷,比如在英国的球迷说,即便是BBC转播信号也都能够看到这样的中文字广告。

记者联系到一位在荷兰的女球迷,她详细列举了一下:“中国品牌不少,但是有些中国品牌显示的不是中文字广告,而支付宝和蚂蚁财富等就会显示中文。有时候是全场滚动的,就是整圈场地的场边广告都是一个牌子,有时候是所有场边广告的品牌都出现,那时候就不会滚动,而是静止的。”

从欧洲杯现场拍摄比赛图片的同行那里了解到,这些品牌的广告的确是显示在现场的LED屏上的,所以不仅仅在电视的直播画面里看得到。

其实从欧洲杯的官网上就可以看出,12个官方赞助商中,有支付宝、Tik Tok、vivo、海信四家中国品牌商,占据12个顶级赞助商的三分之一,让中国成为本届欧洲杯顶级赞助商的最大输出国。他们和大家比较熟悉的可口可乐、联邦快递、大众、喜力啤酒、卡塔尔航空、俄

罗斯天然气工业股份公司(Gazprom)、Booking、Takeaway等其他赞助商级别都是一样的。

早在6月10日,欧足联(UEFA)就在官方网站宣布,蚂蚁集团旗下蚂蚁链成为2020欧洲杯全球合作伙伴,欧足联与蚂蚁链签署了一项为期五年的合作协议。这一次的合作是全球模式,而不仅仅限定在中国区域。

针对不同的观赛人员,在电视转播画面上进行虚拟广告投放。这样的技术现在的确实可以实现,而且在实际比赛中也有了应用。

例如德甲2018~19赛季多特蒙德队就成为世界上第一支在所有主场比赛中都使用虚拟广告的足球队,通过在数字广告版上为不同区域市场电视观众展示不同的广告内容。

另外经常看NBA直播的球迷可以发现,在NBA的电视直播中,油漆区两边的场地上会有一些中文内容,或者是广告,在去年疫情期间还打上过“武汉加油”的字样。另外现在在NBA的电视转播画面中可以看到在罚球圈中有24秒的倒计时。这些其实在现场都是没有的。

官方在信号中转时会进行地板处理,某一个摄像机机位是设定好的,专门会有比较稳定的视角对准这些内容,所以国内看到的NBA转播信号就是带着地板祝福标语或者中文广告。

此次欧洲杯,来自中国的金主的确不少,中国元素激增,博得了不少关注,但不需要怀疑什么“特供”,借用比赛场边中文广告上写的,“相信中国的力量。”

本报记者 曹林波

