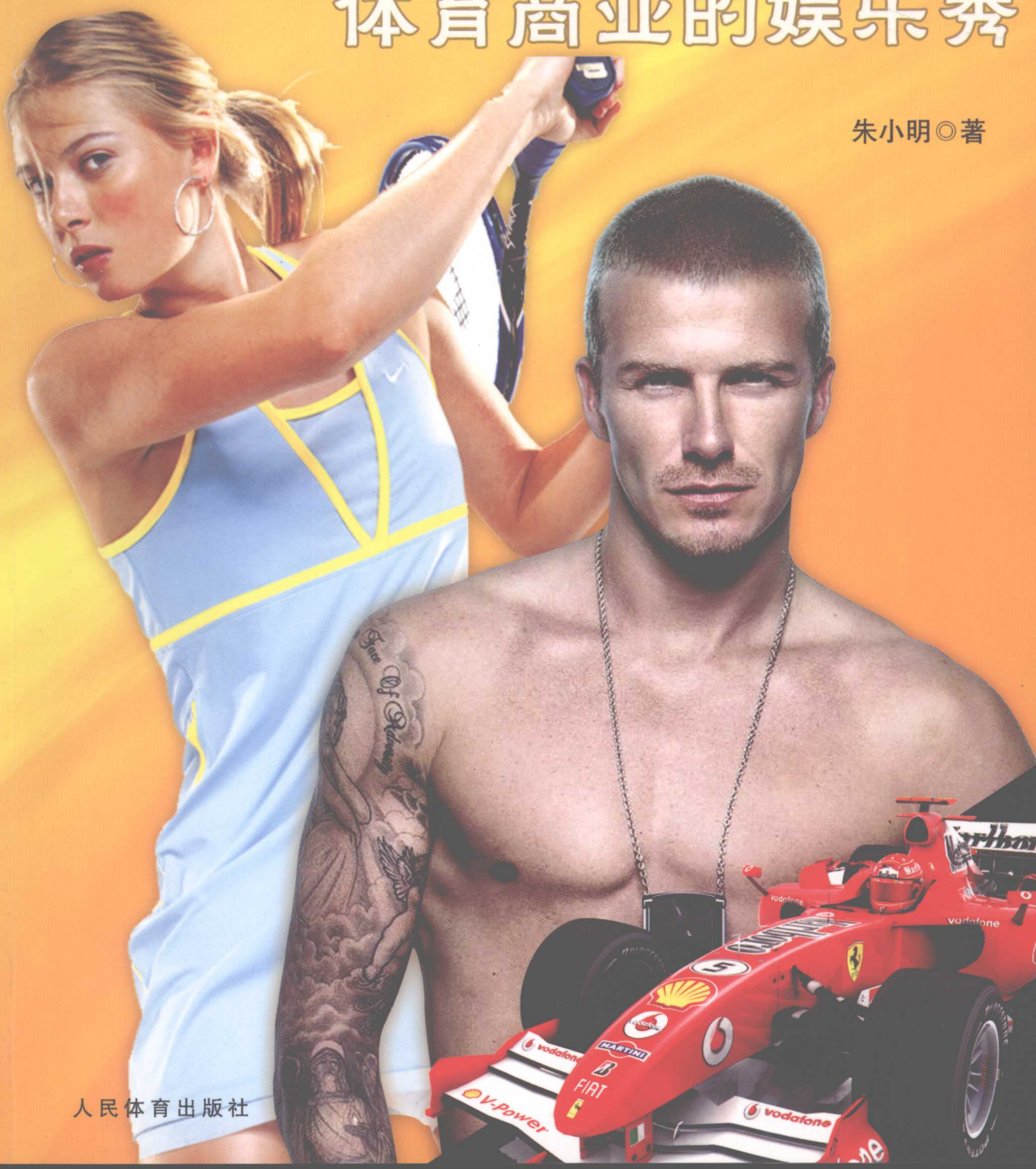


太度体育丛书

# 体育时尚制造

体育商业的娱乐秀

朱小明◎著



人民体育出版社

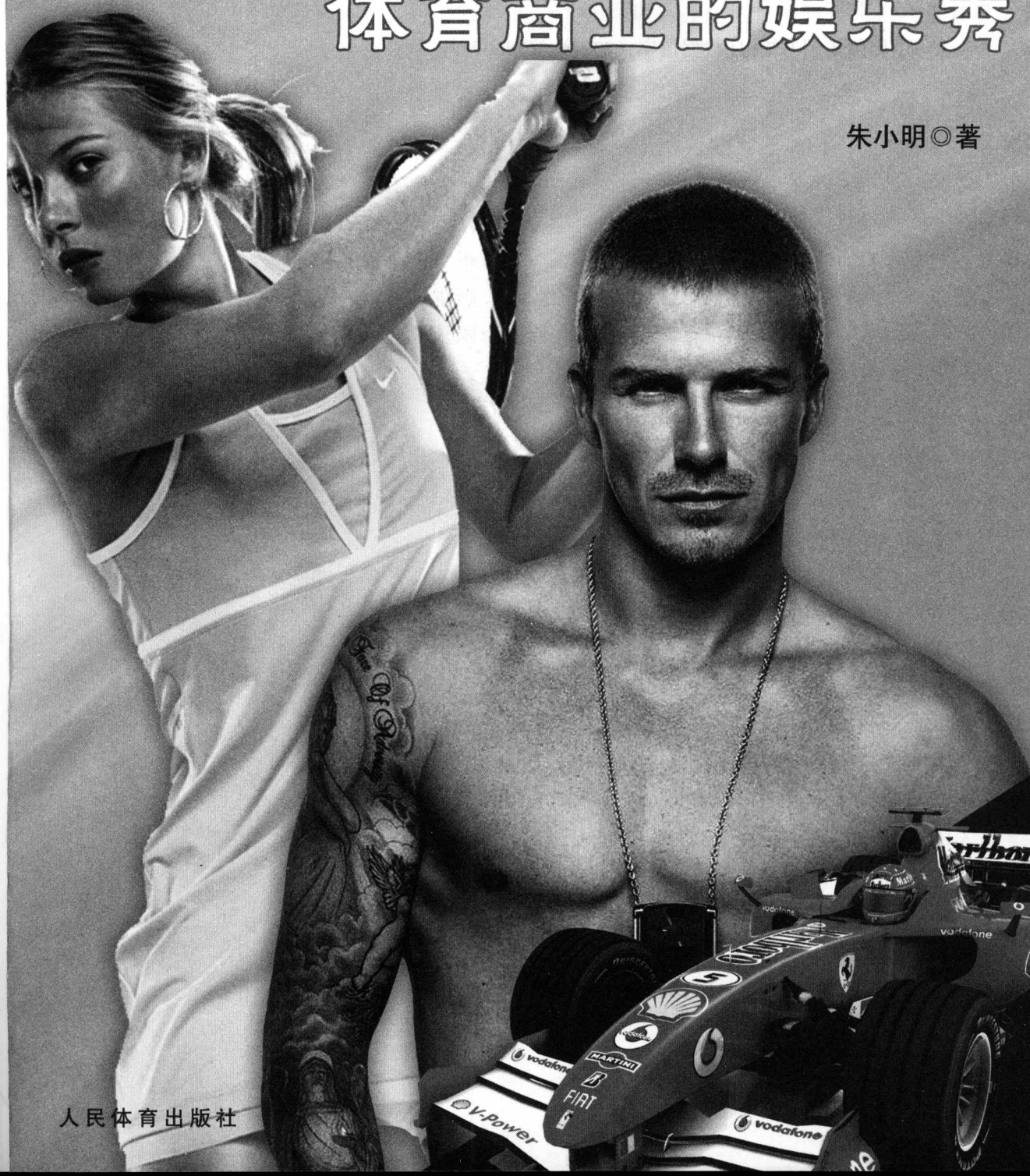


太度体育丛书

# 体育时尚制造

## 体育商业的娱乐秀

朱小明◎著



人民体育出版社

图书在版编目(CIP)数据

体育时尚制造/朱小明主编. -北京:人民体育出版社, 2007

ISBN 978 -7-5009-3327-4

I. 体… II. 朱… III. 体育经济学: 产业经济学  
IV. G80-05

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第185073号

\*

人民体育出版社出版发行  
北京画中画印刷有限公司印制  
新华书店经销

\*

787×1092 16开本 11.25 印张 95千字  
2007年12月第一版 2007年12月第1次印刷  
印数1—7,000册

\*

ISBN 978-7-5009-3327-4  
定价: 32.00元

社址: 北京市崇文区体育馆路8号(天坛公园东门)  
电话: 67151482(发行部) 邮编: 100061  
传真: 67151483 邮购: 67143708  
(购买本社图书, 如遇有损页可与发行部联系)

## 前言

当体育成为娱乐的一种时，它的价值将是爆炸式的增长，而当体育与时尚结合时，价值将可以持续永久。

随着社会的日益进步和发展，体育运动不断地被演绎和派生出多种形式，同时，各种体育形式之间相互碰撞、纠葛、矛盾的加剧，逐渐引起了人们高度的关注。其中，体育的不断时尚化则成为人们备加关注的热点。

当时尚遭遇体育，当人群将时尚和体育这两块磁石聚合在一起，时尚体育所迸发的力量相当强大。时尚融入体育，让体育更性感，更符合人们的心理需求，拓展了受众群，一些不参与体育运动的人也成为了关注体育的主体。而当体育走进时尚，时尚变得更为动感，让一种新的审美走进了人类视线。

对于时尚体育的传播，这是一场融合了多种方式的综合性传播活动，它死死抓住了时尚追随者和时尚体育受众的心理，让他们自发地接受和参与到传播中来，并在其中扮演一定的角色，进而将时尚体育直接刻印消费者的记忆深处。让人们对于体育时尚望风而动。

就在人们疯狂追捧体育时尚的时候，却没有一个人能够清楚地解释它，可是就是这个说不清的“新风尚”，却让每年全球上亿人把数不清的钱扔向了它，让全球人的目光积聚，让这些走在体育时尚风口浪尖上的人不敢有丝毫的怠慢。

而现在人们开始研讨它的时候，才发现其实早在古希腊时代，体育与时尚已经开始结合，并在不断延续的时光中绽放不同的光彩。

商业时代，真正的体育其实是娱乐秀，本书将通过许多令人称奇的经典案例解密现代体育的时尚基因。

# 目 录

---

## 前 言

## 第一章 体育明星时尚秀

### 一、玩弄时尚的人//2

(一) 体育明星引领时尚风潮//2

(二) 体育明星娱乐真人秀//25

(三) 体育明星改行走娱乐//32

(四) 体育明星以奥运五环的名义相爱//39

(五) 值得期待的体育娱乐新星//44

### 二、体育时尚之添加剂//51

(一) 边缘人物的体育风尚//51

(二) 体育时尚之风云人物//53

### 三、体育明星时尚贡献//56

(一) 慈善拍卖会//56

(二) 慈善颁奖晚会//59

(三) 慈善赛事//60

## 第二章 体育赛事时尚激情碰撞

### 一、古时代绚烂的体育时尚绽放//64

(一) 古希腊奥运起源//64

(二) 伴随着时尚斑斓的古奥运史//66

(三) 古奥运场与时尚同行//68

(四) 体育背后的另类时尚//71

(五) 奥运赛场的时尚盘点//72

(六) 远古体育时尚的现今影响//73

### 二、现代体育复兴激情迸发时尚光芒//73

(一) 现代体育复兴//73

(二) 体育时尚沧海桑田//75

(三) 现代体育时尚特征解析//77

(四) 现代体育时尚全面演变//80

(五) 现代人的时尚体育运动//133

(六) 体育媒体的时尚传播//134

(七) 音乐节奏随之起舞//142

## 第三章 时尚体育纽带——企业

### 一、操纵者的内幕//148

### 二、体育时尚的联姻//149

(一) 磁与石的相互吸引//149



(二) 磁石引力巨大//152

### 三、成功操作的商家//153

(一) 百事可乐：不老的神话//153

(二) Kappa：专业体育品牌在中国的时尚化生存//155

(三) 彪马：时尚扭转风头//160

### 四、商家的体育明星对决//163

(一) 百事可乐VS可口可乐//163

(二) 耐克VS阿迪达斯//165

### 五、经典时尚代言//168

(一) 吉列的男人魅力//168

(二) 苹果的经典对比//169

(三) 别克的动感时尚//170

(四) 耐克缔造的飞人形象//171

## 第一章

# 体育明星时尚秀



## 体育明星秀时尚

以前的人们只注意到了体育运动中体格的健壮，以为体育便是强壮的代名词，而丝毫没有发掘出体育与形体美，体育与时尚美的关系。鸟瞰当今的大街——来来往往的人们都在寻找着时尚元素，而你也不难发现体育充斥在时尚的每一个角落。

而其中的体育明星也不仅仅属于体育界，他们如同娱乐明星一样，接受人们的关注，以各种时尚的造型，出现在媒体大众面前，他们也如同娱乐明星一样，摆着“pose”站在闪光灯下。

### 一、玩弄时尚的人

#### （一）体育明星引领时尚风潮

放眼世界体育界，有不少体育明星本身就是时尚弄潮儿，他们关注时尚，时常引领潮流，而其中有些更凭借着优秀的样貌身材、独特的气质和不凡的穿衣品位，成为如今时尚界力捧的新星。

就在不久前，2006年度ESPY体育大奖在美国好莱坞揭晓并举行了隆重的颁奖典礼，这个体育大奖颇具娱乐风采，众多体育明星都盛装出席，足以媲美奥斯卡奖上的娱乐明星们。

而说起时尚界的宠儿我们就不得不提到能都带领时尚的几位风云人物：

##### 1. 贝克汉姆——永立时尚浪尖

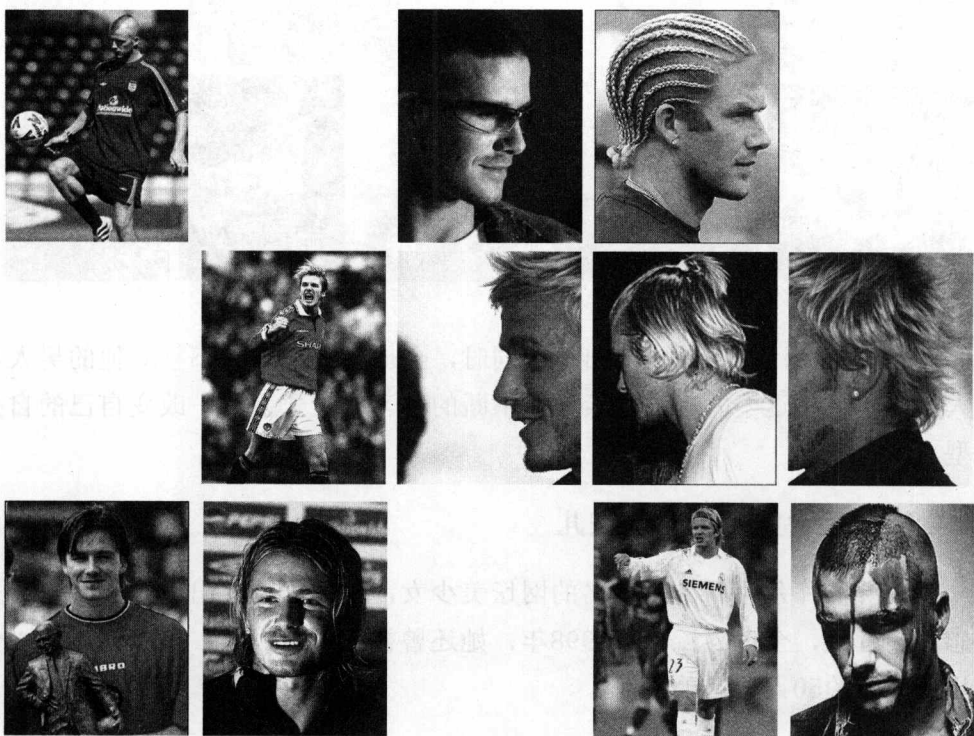
贝克汉姆每到一个地方，不仅喜欢足球的人为他疯狂，就连很多不喜欢足球的女人们也极度疯狂起来：“不是看球，是看贝克汉姆！”皇马到中国后，贝克汉姆住过的客房内的用品大多被拍卖，穿过的睡衣被一位先生高价买去，说是送给他“为贝克汉姆疯狂着迷的女儿”。

据英国媒体的调查，在过去的一年里，贝克汉姆创造了一个别人难以达到的纪录：在全英国各大纸质媒体中，有关贝克汉姆的报道占据了20万平方厘米

的版面，超过了威廉王子的18.9万平方厘米；名列第三的是辣妹维多利亚，有11万平方厘米版面。

仅仅是球技造就了贝克汉姆？不是，绝对不是。历史上足坛巨星从没哪位能像贝克汉姆这样男女皆知、老幼皆爱。他不仅因为任意球踢得好，还因为其引领“贝克汉姆式时尚”。

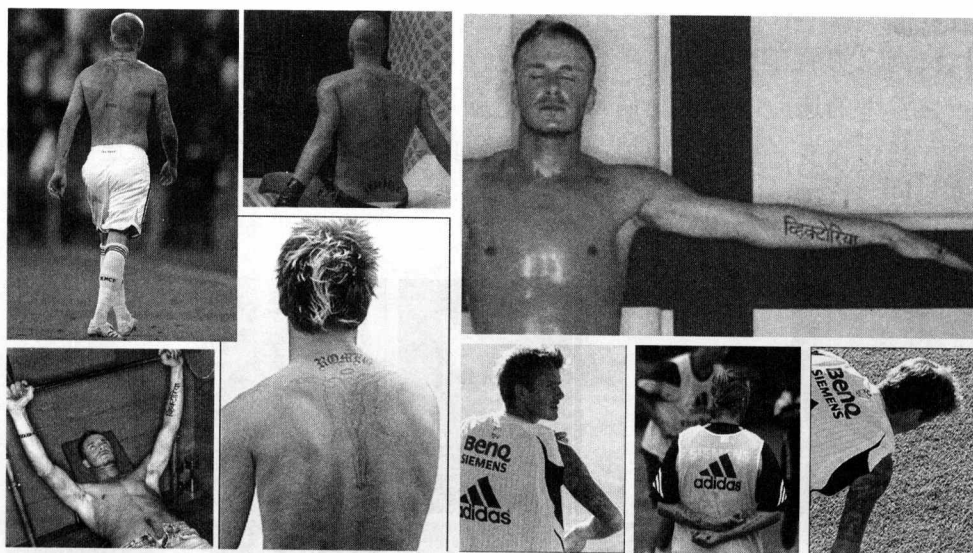
贝克汉姆的任意球一直精准，贝克汉姆的发型也一直在变。有人说贝克汉姆更换发型的速度，比木马病毒感染电脑还要快，发型在变，发色在变，曲直在变，长短在变，有时是简单的光头，有时留着莫希干式的头发，还有长长的束辫金发。



而发型的变化，还不是小贝单一时尚，自从小贝出名以来，他身上一个接一个纹身也一早成了最著名的标志。但随着年龄的增长，小贝似乎对于频繁地更换发型也失去了兴趣，在这次的世界杯之前，很多媒体都在猜测小贝会以何种新潮的发型出现在赛场上，但结果令大家失望之极，因为小贝根本就没有换发型，所以一切矛头就指向那些纹身去了，说不定一股纹身热潮就此兴起。传说维多利亚还曾经希望小贝在比赛时抹上指甲油，如果真是这样，那可是男足

里绝无仅有的了。

世界杯后不久，贝克汉姆又在整条右臂上刺了一片浮云，看来，这位老兄是要把纹身进行到底了。浮云纹身由两个“象征性的”图案构成，很明显这显示着迁居洛杉矶他内心的挣扎和彷徨。



而就在贝克汉姆不断推陈出新的同时，全球各地喜欢和不喜欢他的男人和女人们为了追逐这个时尚的元素，在不断的学习着贝式手法，改变自己的自身造型。

## 2. 库尔尼科娃——时尚宠儿

54公斤的库尔尼科娃是著名的网坛美少女，她的照片曾出现在一些生活类杂志的封面上，全世界流行。1998年，她还曾被列入《人物》杂志评选的“全世界最美丽的50人”名单。

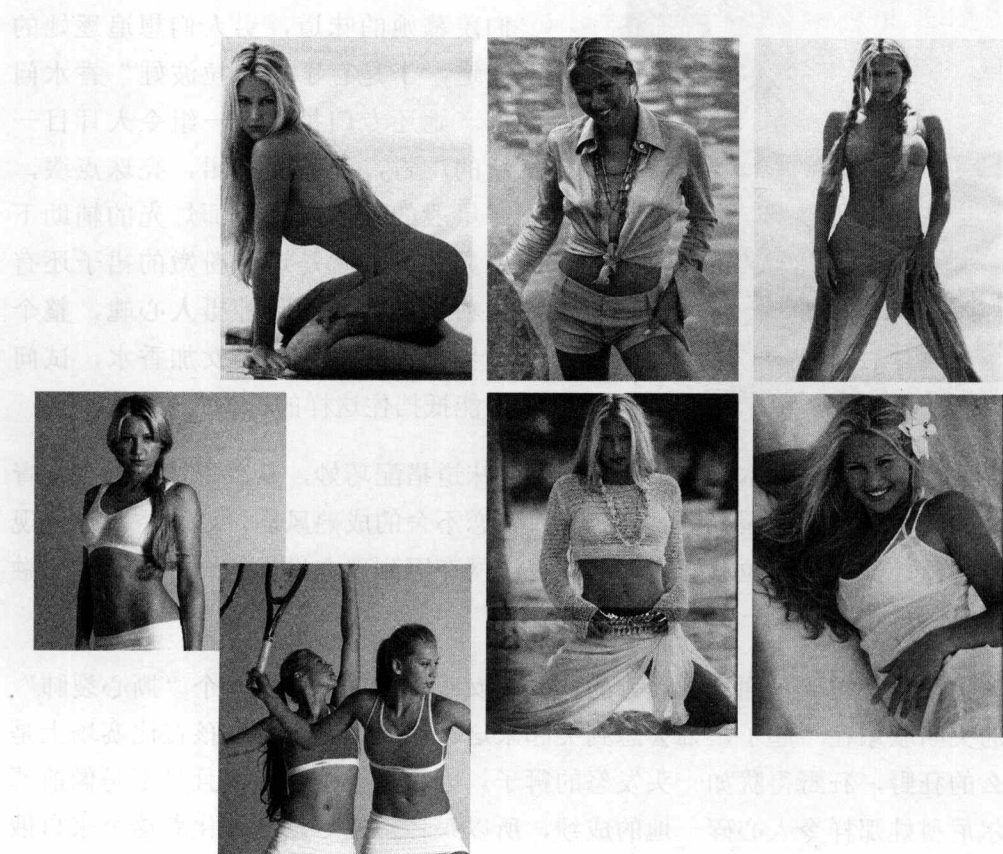
在那个时代，安娜就是时尚，她那一头波浪式的金发，她不经意的一个眼神，她在网坛上的精心装扮，都让追逐时尚的女孩们慨叹不已。同时，安娜很喜欢走秀，也很有能在观众面前展示自己身材或长相的优势，让席上的尖叫声一潮盖过一潮，一波高过一波。尤其是与媒体打交道时，她更是天生就懂得如何“表演”，以最动人妩媚的招式跟大家打招呼。她能够极佳运用传媒为自己打造声势，世界也因此到处充斥了她的身影，既有街边身着体育内衣的广告牌，也有模仿梦露经典动作的运动鞋电视广告。

一时风光无限，天之骄女，无人匹敌。

一个女孩一旦成为了镜头的宠儿，那么她会在各方面的作用下进入时尚圈。这是每个漂亮女孩、平庸女孩都梦想着的圈子——人都是有虚荣心的，出名了就想名气更大，名气够大了又怕被冷落，所以只要踏出了那一步后就难以收手了。安娜也没能免俗，走出网球场，她就是时尚界的新焦点。

时光飞逝，库娃声名越来越衰退。这不仅仅因为她的运动生涯渐渐消逝（自从2003年腿伤之后，她就没有再打过职业比赛，虽然每隔一段时间就跳出来放个复出消息），也是因为人人眼馋她独创的“网坛美女赚钱法”，于是有样学样，握着网球拍的美少女层出不穷。

但是她依然有办法让自己经常成为媒体的焦点，或者和男朋友在沙滩上做出种种过分亲密的动作让人“偷拍”，或者在各个杂志上展示自己的身材。前不久她又在《FHM》上刊登了自己的最新写真集。库娃就这样用自己的方式秀时尚。

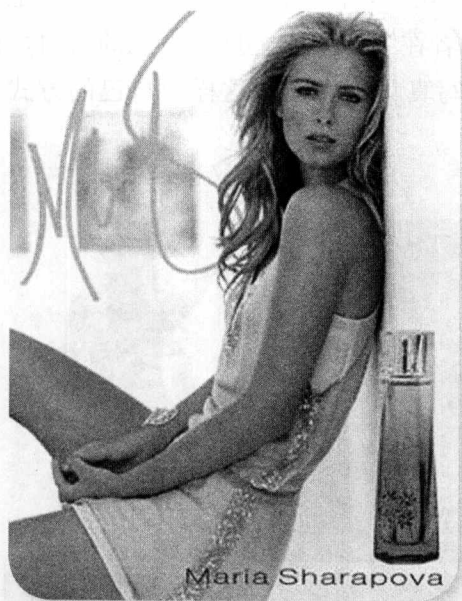




就在贝克汉姆、库尔尼科娃站立在时尚风口浪尖上展示时尚的同时，近些年刚刚出道的新星也不甘寂寞，他们用自己的方式诠释独特的时尚内涵。谁将脱颖而出，成为时尚界的新体育宠儿？让我们拭目以待！

### 3. 莎拉波娃——网坛的一代新宠

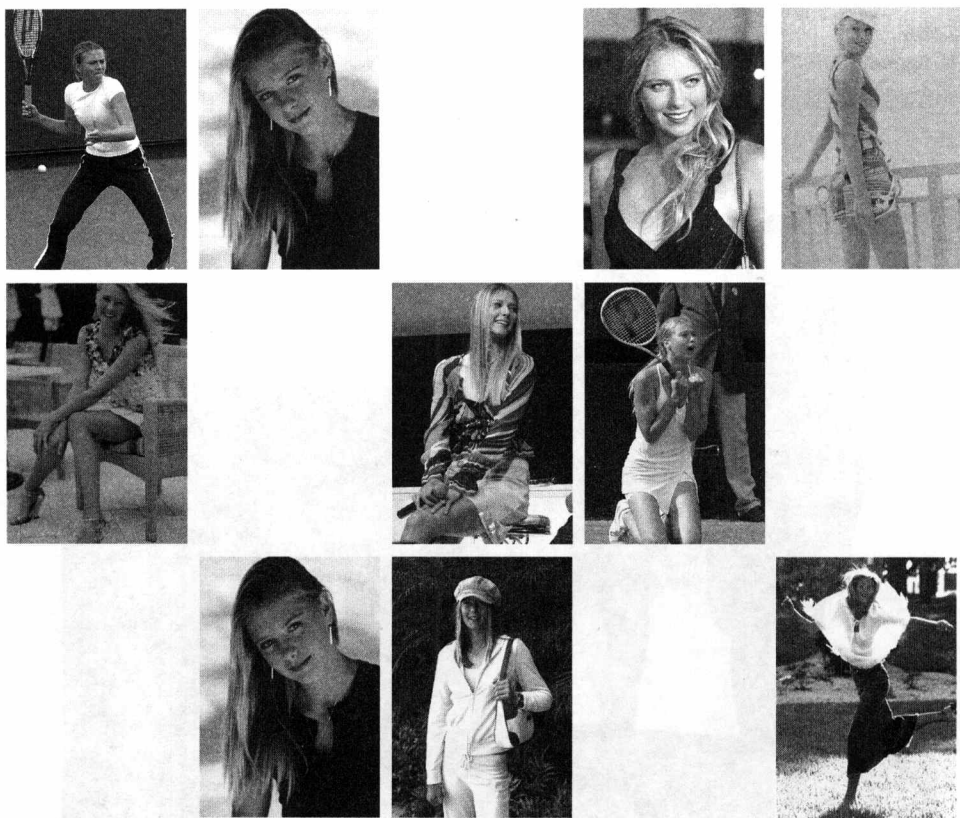
乔丹的代言象征着王者气息，泰格·伍兹的代言象征着高贵，小罗的代言象征着时尚，贝克汉姆的代言多半表露的又是男人的性感……那么又该用什么词语来形容这个年纪轻轻就已经占领女子网坛第一位的莎拉波娃才好呢？看了莎拉波娃的很多照片和比赛场景的图片，终于在这张以她名字为品牌的代言照片上找到了感觉——粉红色的莎拉波娃美得比酒更醉人！



俗话说闻香即可以识女人，那么说来每个女人都会具有属于自己的独特的香味了？外表美丽身材性感的莎拉波娃又是什么味道呢？我想，女人们羡慕她的味道，男人们想追逐她的味道，于是有了“莎拉波娃”香水问世。她还专门拍摄了一组令人耳目一新的广告，纯粉连衣裙，亮珠点缀，寒星般的眸子在摄影师灯光的辅助下更显迷离。就是这套粉嫩的裙子还有她粉嫩的醉人的眼神摄人心魄，整个世界都为之动容。美女加香水，试问谁能抵挡住这样的诱惑？

这款以莎拉波娃本人名字命名的香水味道搭配巧妙，从欲说还羞的少女青春，到热情奔放的满园春色，再到令人依恋不舍的成熟风韵，这款香水在体现自身特色外，也将莎拉波娃本人从17岁温网夺冠到现在世界第一的成长经历融合得淋漓尽致。

你很难把镜头里面这么迷人的一位美女跟她在球场上那些个“撕心裂肺”般的尖叫联系在一起了，谁会想到笑起来这么甜美的一个小女孩在比赛场上是那么的狂野，狂野得犹如一头发怒的狮子。因为她很美丽，而且又不是像前辈库尔尼科娃那样令人心碎一地的成绩，所以媒体都在尽量地美化着这个来自俄罗斯的小姑娘，将她那无法令人接受的尖叫定义为“莎拉波娃式”尖叫。



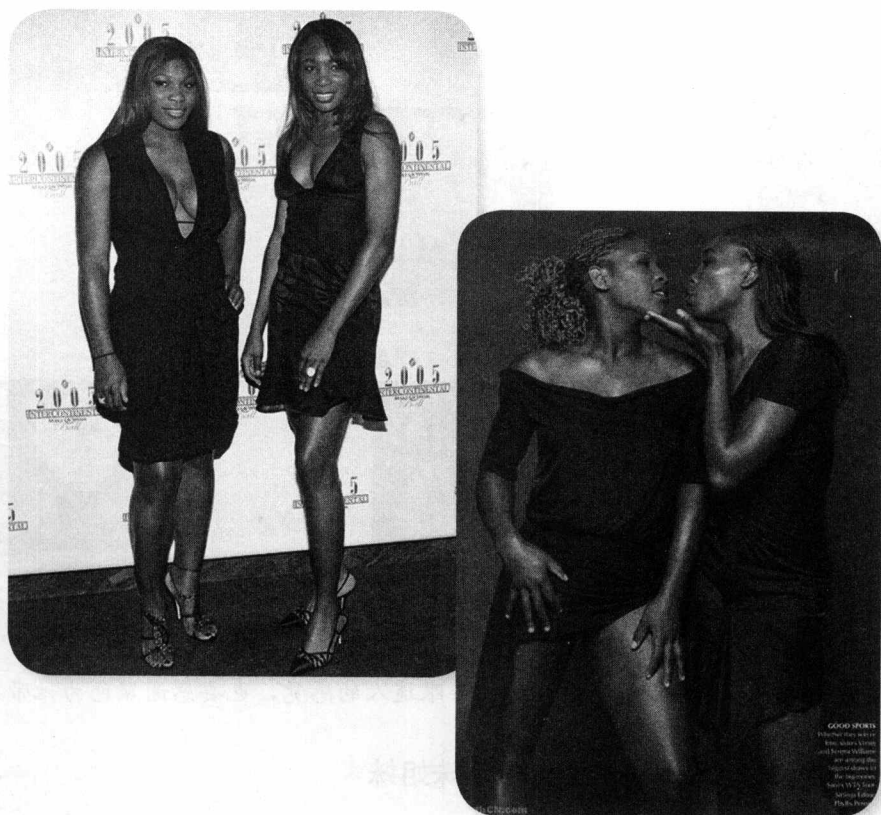
莎拉波娃应该好好感谢粉红色为她增添的醉眼迷人的感觉，也要感谢黑色为她带来的女人味气质

#### 4. 大小威廉姆斯——另类黑珍珠姐妹

世界体坛不乏美女，而网坛据说又是美女的原产地，那么长相又如大小威廉姆斯姐妹的人在网坛乃至整个世界体坛又要怎么混呢？肤色给与她们姐妹俩的待遇似乎很是残忍，但是也就因为这个特殊的颜色，才能令她们活得那么显眼、耀眼、自信……首先她们能把网球打得很好，其次这两姐妹也生得特别聪明，很会耍花招来取悦观众，很会搞些时尚派对来自我宣扬，当然在镜头面前的做秀更是不低于任何一个体育明星……有时候她们两张嘴巴联合起来对付外面的世界，也是不得不让人对她们刮目相看的。人们对于她们在网球上惊人的好成绩开始慢慢接受，即使还有很多的无端谩骂，但是大家开始愿意关注她们了，并且给她们俩取了个酷名字“黑色双煞”！于是她们就真正煞给大家了，不仅仅在网球比赛场上春风得意，就是时尚娱乐界也被她们两个玩儿得团团转……很多人都开始觉得自己似乎正在昧着良心骂她们了，眼尖的媒体正是看到了这个势头赶快转过身来极力地捧写这对姐妹，于是在多方面的点火扇风、

推波助澜情况下，大家终于可以很自豪地说：“我啊，特别喜欢大小威廉姆斯姐妹呢！”于是另一个魅力的称号出现了——网坛黑珍珠！

这对在时尚界已经影响颇大的黑珍珠姐妹讲究她们自己的风尚性格，立场



这两张照片里的裙子应该都是她们姐妹两个的设计成果吧，要不然怎么表现得那么得意呢

与自信，和另类的风格！毕竟是两个人，所以在平时的时尚选择上姐妹俩个还是会有很多的分歧意见，并且还常常因为彼此的思维不相通而引起不太愉快的争论。姐姐在诸如外表上的各方面较之妹妹稍微逊色，一直以来大威廉姆斯努力从另外的方面比如时尚服饰和打球上下狠劲使自己有一席之地，所以大威廉姆斯的设计往往市场销路和引起的反应都还不错。然而对于小威廉姆斯，不知道要以另类古怪来评价之，还是该以实在太前卫而大家都无法太超前接受之来评价的好，总之小威廉姆斯的设计所引起的效应不是那么乐观，好在是她自己忙得不亦乐乎、津津有味，直夸自己有品味……哎呀，管她呐，活在这个世界

上不容易，而能无后顾之忧地去做自己喜欢的事情就更难了，所以大家对她多半怀着羡慕的态度去欣赏她的“杰出作品”。并且溺爱妹妹的大威廉姆斯还立下誓言，只要是妹妹小威廉姆斯所设计的衣服，她都一定大力支持，做她的终生模特，不管她的设计作品是如何如何的不能让外人接受，大威廉姆斯都将力挺！所以即使姐妹内部争论比较多一点，但是一致对外的心情始终坚固着，无论外界多大的打击，就从来没有打倒过这对姐妹花。

很多人没有能搞懂，就她们俩那点姿色、那点身材还有什么值得追逐值得看的……其实那是因为你没有深入了解这对姐妹，没有慢慢地品味她们。

2001年，大威廉姆斯由于身体受伤趁休息时间在佛罗里达的一所大学进修时装设计时，也经常参加锐步举行的新款球衣发表会。在美国公开赛开赛初，她的球衣只露出个肩膀，全场先是目瞪口呆，接着一片哗然。

对于大威这件由她亲自精心设计的作品，有人为她的大胆，啧啧赞叹；有人对过分窄小的胸罩摇头表示不解或者简直想追问她：大威，你这样的方式上场会觉得很爽么……

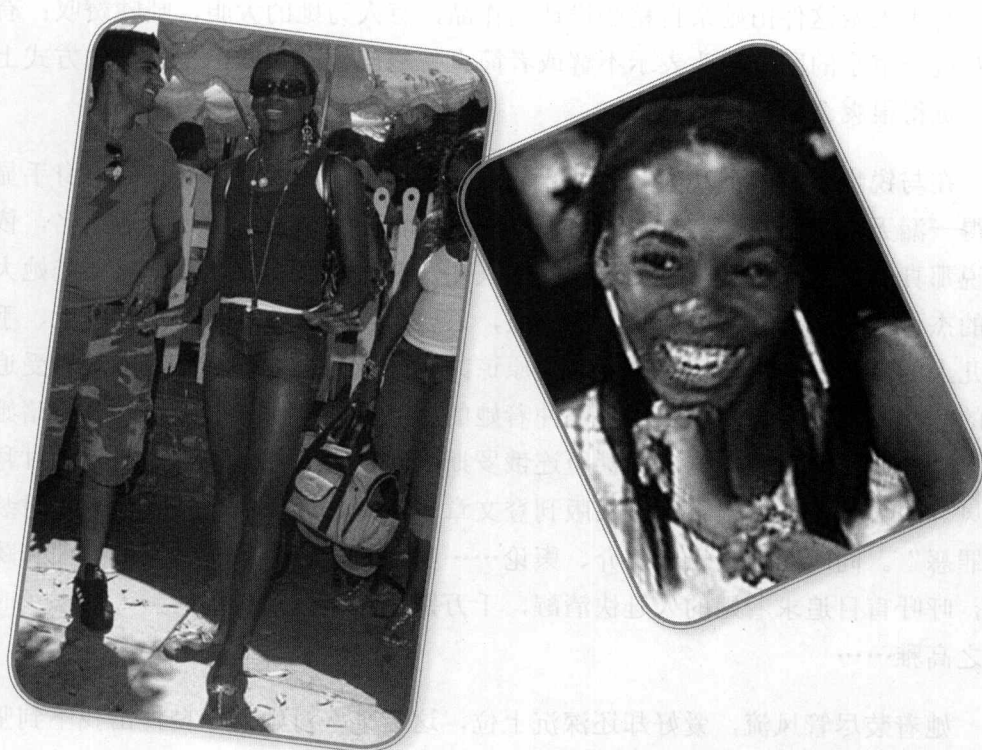
在与锐步商家签下7000万澳元合同后，春风得意的大威更是把自己身手显现得一漏无余，她穿着亮片背心与短裙在墨尔本国家中心球场为球迷签名，依我说那真的是超级难看，可是人家的名气在，丑根本就不算什么，只要是她大威的杰作，只要是穿在大威身上的衣服，只要是挂在大威耳朵上和脖子上、手腕儿上的装饰……那一切都是可以被原谅的，甚至还是被理解而且是绝对受追捧的！那些找她签名的粉丝们正是冲着她的“流行装”而来的，就是要一睹她那“奇怪”的芳容。在这方面甚至连俄罗斯第一把交椅辣妹库尔尼科娃都甘拜下风。澳大利亚当地报纸则在头版刊登文章予以抨击，认为这是代表着“时装的罪恶”。同时各地论坛、媒介、舆论……都在数落着大威对时尚的扭曲和蹂躏，呼吁盲目追求着她的人赶快清醒，千万别让这个只知道闹的黑人祸害了时尚之高雅……

她着装尽管风流，爱好却还深沉上位，这让某些对她的不良抨击找不到坚强的论据：大威喜欢去电影院，最爱看《肖申克的救赎》；有学德语、意大利语和俄语的打算，对俄国历史、中国文化这样有着远古文明的事物情有独钟，说明她还是有一定的品位的。只是要接受她的时尚风范，确实需要独具审美观的权威人士来发表一下小看法，把她引上正路，那么彼时只属于大威一个人的时尚也就横空出世了，永远都没有人能模仿到她的逻辑这不是很好么？



一开始的时候妹妹小威廉姆斯还不爱那么抢风头，她一概都比较简单。比如在1999年的美网赛上，小威廉姆斯虽是冠军，但她还是很低调的，紫色套装配以同色网球鞋。不要以为小威廉姆就只有那样了，暂时没有那么出风头，让人喋血，她只是厚积薄发而已。

小威廉姆斯不仅会打球，还是个不折不扣的才女，她衷情于读书，会讲好几国语言，而不是像姐姐那样只是安慰大家“我将打算学几门外语来充实自己的内涵”。小威还擅长理财，会玩电脑，在网上购物已成习惯。小威廉姆斯喜欢交友，选择比较宽泛，她的朋友呈几何级数上升。她承认：“我曾经要求自己少出门、少交友、少购物，但是没用，一看到好东西我就心痒痒，衣服、手提包……什么都想买。我还有喜欢给好朋友送鲜花的癖好。”



大威廉姆斯的腿才真正的让人见识了什么叫做女人味儿！你看看它们，不光是修长可以诠释得清楚的，它们很有曲线、很光滑，简单的牛仔裤加上一双性感的拖鞋，其味道就不说了。难怪号称篮球场上的大鲨鱼奥尼尔也甘愿拜倒在她的裙摆之下呢