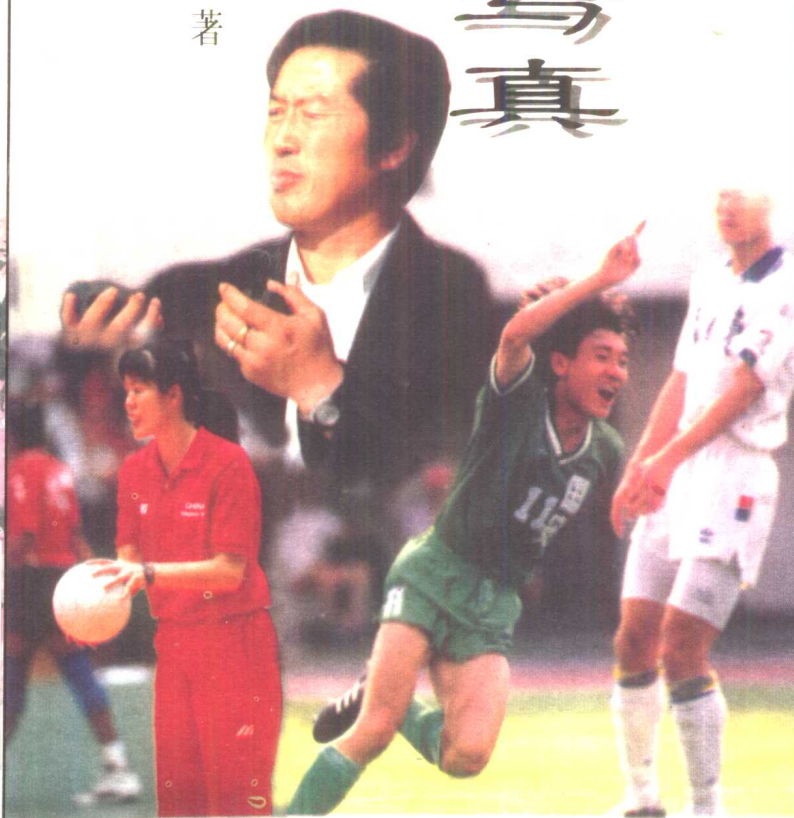


中国体坛热点写真

● 王崇理 著

众生丛书

● 新闻眼系列



(京)新登字 172 号

图书在版编目(CIP)数据

中国体坛热点写真/王崇理著. —北京:中国文联出版公司,
1996. 3

(众生丛书/曹志前主编)

ISBN7-5059-2427-3

I. 中… II. 王… III. 报告文学—中国—当代 IV. I25

中国版本图书馆 CIP 数据核字(96)第 01654 号

中国体坛热点写真

王崇理 著

*

中国文联出版公司出版、发行

(北京农展馆南里 10 号)

顺义板桥印刷厂印刷

新华书店总店北京发行所经销

*

850×1168 毫米 32 开本 8 印张 2 插页 182 千字

1996 年 3 月第 1 版 1996 年 3 月北京第 1 次印刷

印数:1—15,000 册

*

ISBN 7-5059-2427-3

I · 1781

定价:12.50 元

总 序

《众生》寄语众生

《众生丛书》与读者见面了。

“众生”作为一套丛书的名字，也许并没有多少骇世惊俗的新意，然而，它是作者们用心血奉献给读者的一套纪实丛书。

在《众生》问世的前一年，《众生》的一些作者参与了《北京十记者社会纪实丛书》的策划出版。这套丛书在社会上引起一定反响。这固然得益于公开刊登广告，最终被中国文联出版公司以支付版税接受出版的这一运作方式的新闻性，然而更重要的还在于这套书涉及的丰富的社会层面和纪实风格的多样化。有海外媒体称这套书勾勒出一幅中国变革时期的“清明上河图”，并称这套由记者联手运作的书的问世是“中国新闻史上的创举”。虽然此语不免言之过大，但确是就形式与内容二者的新颖而论的。

那么，继《北京十记者社会纪实丛书》之后的《众生丛书》，又是一套什么书呢？

严肃的纪实作品，有它的定位原则，然而，作为作者在写作时都不能回避这样一个问题——现在的读者爱看什么书？

作者除了宣泄自己的写作欲望，以主观来表达对客观生活的观照以外，同时也面对着那只“看不见的手”，面对着市场运作的严酷法则。在商业性图书泛滥的今天，这一点尤其明显。精神产品一进入市场，就成了商品，而商品如果没有消费者，那便是制造者的悲哀了。

FM 98/27

研究读者的阅读口味,不是如某些理论家所说媚俗或媚雅,而是要找到广大图书消费者的阅读关注点。这些关注点往往是社会转型期新事物的生长点和旧事物的消亡点,因此具有不可违悖的时代精神。

这关注点的寻求轨迹,也就是作者的劳动过程。贴近读者和生活,注重在题材和风格总体把握上的“百姓化”,就成为《众生丛书》的宗旨。

《众生》写百姓已经在关心的事;写百姓希望知道的事;写能够引起百姓兴趣的事。这里的“百姓”,是一个与“众生”贴近的宽泛的概念,它涵盖了最广大的阅读人群。

“百姓化”这一宗旨,使《众生》抛弃居高临下的说教,只对运动变化着的社会生活做理性剖析,《众生》里没有哗众取宠故作耸人听闻的噱头,只有客观生动真实的世态展示。

《众生》来源于生活。粗糙的生活素材经过作者的创作而升华为纪实作品,因此在审美范畴中又与生活有一定距离,正如哲人所说:最完美的欣赏是在距离中完成的。

这一距离体现了作者对生活的平视。因此,从某种意义上说,这套丛书是作者与读者共同完成的。

《众生》的生命力就在于引起众生的共鸣,这是我们的希望。

《众生》的作者们其职业是记者,其社会职能是作家,记者的冷静观察客观再现与作家的热情洋溢主观表现的职业风格融汇在一起,便形成了新闻与文学的最佳表达因素。这种表达因素在不同作者的笔下又呈现出不同的特点。用不同的特点表现多种多样的社会题材,描摹丰富多采的社会图景,勾勒千姿百态的社会众生相,剖析错综复杂的社会症结,鞭挞丑恶愚昧的社会现象,《众生》紧扣着“百姓化”这一宗旨,便有了较强的可读性。

《众生》首辑推出了九本书。

王崇理的《中国体坛热点写真》，围绕当前体坛的热点问题写了马家军的大起大落和再度崛起；甲A联赛和中国足球职业化；中国女排这道难题谁来解决？复仇的女人小山智丽；体育产业的前景和李宁的八个公司……那些体育界鲜为人知的曲折和故事，同比赛场上的辉煌记录一样，会使热爱关注体育的人们为之激动不已。

郝在今的《生存大战》，以犀利而不失诙谐的笔锋展示了当今社会人人都身不由己被卷入的形形色色的激烈竞争。

艳齐的《白手打天下》，以那些不甘于命运摆布、不愿苟活、不安于现状者为摹写对象，不仅揭示了他们奋争的痛苦，人生起落的无常，而且披露了他们的起家路数和成势门道。对于决意成就一番事业者，本书会给你启示和力量。

毛磊的《家有祸福》，以严肃的态度剖析试婚热、婚外恋、独身主义、异国婚姻、家庭暴力、性骚扰，以及同性恋者的隐秘世界……传统的家庭伦理观念受到空前猛烈的冲击。这一切对我们昔日的那个家究竟是祸还是福？

沈英甲的《采访死亡手记》是对阴阳交界之处的采访报告。尸体解剖室、太平间、火葬场……，这些颇有神秘色彩的场所虽然为人们所忌讳，然而却也是大家无可避免都要面对的地方。相信读者会为里面披露的事实所震动。

曹志前的《汽车狂飙》，抓住汽车进入家庭这一百姓乐道的热点话题反映了汽车文明和汽车文化给社会与人带来的狂飙般的冲击和震荡。

程迺欣的《采访女人》，自然采访的都是女人，她们或有坎坷的经历，或有尴尬的婚姻，象大多数妇女一样她们一生平凡，然而却并不平庸……你会从她们的故事中看到某种可贵的东

西，或许那会使你对人生有新的理解。

连继民的《黑魂》，呼唤廉洁，铲除邪恶，这是老百姓最关注的话题，古今中外概莫能外。有邪恶，必有铲除邪恶的勇士，书中所记录的便是当前针对腐败邪恶展开的一场场惊心动魄的斗争。

刘一达的《都市新闻眼》，以记者敏锐的双眼，捕捉着动态的社会现象、人物、事件，于是那扑朔迷离的宝石市场，困境中的老药铺，都市拾荒部落，寻找出路的下岗工人，外来妹的婚恋，以及社区问题……便被披露在世人面前。

九本书虽题材与风格各异，但也有共同的方面，概括起来有三点。

首先是亲历性。作者发挥记者以采访见长的优势，获取大量独家的第一手材料。为了这套《众生丛书》，作者的足迹走遍大江南北。

其次是资料性。任何作者都没有三头六臂，不能穷尽某一领域的采访课题。因此采用翔实的权威性的背景资料，来补充对新闻事实的描绘，成为《众生丛书》的一个特点。

第三是在写作手法上以通俗笔触来表现严肃的社会内容，这样不仅使作品有了新鲜的现实感，更使文字有淋漓酣畅的阅读快感和较浓郁的文学色彩，使之更贴近“众生”。

在当今的图书市场上，纪实类书籍在被读者看好的同时，也是良莠混杂的。《众生》也许尚未完全做到尽如人意，但它毕竟融汇了作者真诚的劳动。

我们期待着众生对《众生》的教正。

曹志前

1995年12月1日

目 录

- 1 / 第一章：入市有价
有人投诉：东单体育场关门了
博彩为哪般
情无价人有价
李宁可值多少钱
赛车赛马也有新天地
- 49 / 第二章：甲 A 之梦
也给我一个支点
十二分钟跑出文章
转会风潮震撼人心
罢练风波
甲 A 有了职业味
世界把目光转向中国
- 106 / 第三章：复仇女人的悲哀
哟西哟西哟西
让球风波
奥运之怨
孰是孰非
津门不开
- 146 / 第四章：马家军沉浮录
刘东为何出走
王军霞率众反水
马俊仁在车祸中倒下
马俊仁是魔鬼吗

204 / 第五章：

没有马俊仁的马家军

何日再辉煌

金陵风云

中国女排归来兮

圣保罗的眼泪

栗晓峰挥泪辞别

竞选风再起

郎平归来

郎平面对中国女排

中国女排出路何在

第一章 入市有价

有人投诉：东单体育场关门了

有人联名给市政府写信质问：为什么把好好的东单体育场给拆了，市民们今后到哪去锻炼身体！

在早先，东单体育场这块地方，曾经是一个小飞机场。北平解放后，政府把它辟为一个体育场，供人们闲暇时跑跑步、打球，运动娱乐。

这里地处长安街，又毗邻王府井，平日里人来人往，也算是闹中取静了。

沿长安街栽种的加拿大杨和雪松下，竖起一溜铁栅栏，里面是一块块排列整齐的篮球场、排球场，中央是一个标准足球场，不过还是土场子。

虽然，有铁栅栏把体育场与外界隔开了，但朝东开的大铁门倒是24小时开着。

一清早，住的四周的市民便三三两两结伴而来。舞剑、打太极、作操和遛早。到了中午，是放了学的学生，把书包往地上一扔，踢足球、打篮球，跳皮筋、捉迷藏。到了下午，工人们又把球场占满了。

那时，这里经常举行各种各样的比赛。不用买票，从开着的大门进去，往场边上一站就看了。逛王府井的，走累了，扒着铁栏杆也能欣赏一场精彩的球赛。

不知从什么时候，市民们突然发觉，东单体育场的大门关上了。四周的铁栏杆也被红的白的尼龙布包了起来。大伙早就习惯了的去处，这会儿说不让进就不让进了，市民们心中纳闷不已。

不久，大塔吊也竖了起来。不久，一栋大楼冒了出来。

市民们突然明白了，感情市里是拆了体育场盖大楼！居民们感到愤怒，便联名给市里写信。

当然不止是东单一个地方，月坛、地坛都在原有的体育场上大兴土木。

市民们纷纷向晚报投书、给市长热线打电话。

市政府应该给市民们一个说法。

北京市体委组织了一个大型记者招待会，除了本市新闻单位，中央在京各大新闻单位的记者也都到会。市政府通过新闻媒介，向市民交底。

北京市在东单、月坛、地坛体育场大兴土木，进行的是大规模的体育设施重建。请市民们放心，这些设施不会挪做它用，它们还姓体。

就象是拆掉东单、月坛、地坛用了几十年的老旧场地，重新建设大规模的现代化的体育设施一样。体育，进入九十年代以后，正在悄悄发生着一场巨大的变革。

就在不知不觉之中，体育，渐渐从人们早就习惯了的单纯竞技表演、消遣娱乐之中，悄悄分离出来。

一份全新的产业，体育产业，正迈开其雄健步伐，纳入国民经济运行的轨道；一个全新的思维，体育社会化，以其亮丽的音符，汇入现代中国变革交响曲。

几十年的习惯了，体育是政府的事，国家拨款，体委花钱，这是天经地义。改革开放后，体委创收，大不过是破墙开店、出

租房屋办三产，赚些小钱，聊补行政开支不足之用。

而现在，做为一种产业，一个全新的行业，体育也要伸开手脚大做一番事业，这就不能不让人感到振奋。

或许，正是由于体育的加盟，中国经济也会有了一个新的增长点。

体育原本是有价值的。体育产业，在世界发达国家的发展已经十分火爆。

发达国家的体育市场，发育成熟早，规模和效益惊人。

美国是世界上最大的体育用品市场，在八十年代末，美国体育的总产值就达到了 631 亿美元，其规模超过了美国大石油化工、汽车、航空和运输部门。

在英国，体育产业为其提供了 37.6 万个就业机会，这个数字相当于英国化工和人造纤维工业的就业人数，并超过了煤炭、农业、汽车零件制造业的就业人数。其每年创造的产值达 102 亿美元，这相当于政府体育开支的 5 倍。

1990 年，日本的体育产业产值达到了 4.2 万亿日元。

随着体育商业化的发展，世界上一批人因经营体育而成为巨富。美国《幸福》杂志公布的 1992 年 101 位世界巨富之中，有 6 位亿万富翁就是体育界人士。其中，美国职业篮球波特兰开拓者队老板保罗·阿伦和赛马场老板马克托姆家族，财产分别高达 33 亿美元和 50 亿美元。

兴旺发达的体育市场，也为运动员带来滚滚财源，尤其是篮球、拳击、赛车、高尔夫、网球、橄榄球等。其中佼佼者的年收入通常都超过了千万美元。比如，美国篮球明星乔丹，其在 1992 年以 3590 万美元收入，排当年体坛富人榜首。巴西著名赛车手赛纳，在 1993 年的收入也达到了 3000 万美元。拳王泰森在 1989 年仅用了 85 秒击倒对手，收入 1300 万美元，他在

另一场比赛中，用了 91 秒击倒对手，便将 2000 万美元装进腰包。有人计算，泰森平均每秒挣 22 万美元，创体育界收入速度之最。

当今举办奥运会，也成了世界最大的投资产业。而且各国政府在举办奥运会上的一次性投入，其规模也是惊人的。1980 年的莫斯科奥运会，当时的苏联政府就投入 90 亿美元，创造了奥运史上的投资纪录。

当然，举办奥运会开支巨大，但其回报率也是惊人的。美国的洛杉矶奥运会开奥运会赢利之先，从其赢利 1.5 亿美元起始，以后届届赢利。到了汉城奥运会，其盈余约有 4 亿美元之巨。

除此之外，体育本身更是一笔巨大的无形资产。

最早的体育广告出现在欧洲，1896 年，第一届现代奥运会，美国的柯达公司突发奇思，将其生产的感光材料和照相器材广告，首次印到了奥运会成绩公报上。从此，体育广告就一发不可收，风靡全世界。

1964 年东京奥运会，日本人首次使用卫星向全球转播比赛盛况。精明的企业家们发现，体育比赛是使他们的产品走向世界最快捷的途径。也正是那次奥运盛会，全世界认识了日本。

1984 年美国洛杉矶奥运会，聪明的尤布罗斯把更多的商人、厂家拉下了水，并把美国人玩得烂熟的市场机制和价值规律引进了奥运会。美国广播公司的广告费卖到了每 30 秒 22.5 万美元，创造了让人瞠目的纪录。

到了 1988 年的汉城和 1992 年的巴塞罗那奥运会，可口可乐、松下、精工、IBM 等大公司，便纷纷毫不犹豫地大解其囊。

体育，所具备的巨大的市场效益，使世界各大公司竞相将巨额广告费投向体育。生产万宝路香烟的莫里斯公司，每年花

在体育上的钱多达2亿美元。可口可乐、吉列等公司花在1994年足球世界杯赛上的广告开支，各自都超过了2000万美元。各大公司，在体育比赛场上竞相攀比，花钱如流水，前所未有的。

与发达国家火爆的体育市场相比，我们的体育市场就显得冷清了许多。

建国四十多年来，尽管我们的体育事业取得了举世瞩目的巨大成就，但在计划经济体制下，我们从来都是把体育当做一种纯而又纯的社会公益事业来看待。体育从来都是靠政府的财政预算开支支撑着。政府掏钱，体育部门花钱天经地义。人们也从未把体育与市场联系起来，更谈不上体育市场的建设了。

1991年一年，我国各级财政投入的体育事业经费为16亿5千万元人民币，而这一年，全国体育系统创收总收入只有1.6亿元人民币，仅占到投入量的10%弱。这与同年，英国体育产值为政府投入的20倍相比，我们这些收入就微乎其微了。

除了体制上的问题之外，就体育固定资产本身所具有的增值能力来说，其效能也是低得不能再低了。我国体育系统拥有体育场馆15763个，其中体育场465个，体育馆408个，游泳池1485个，有固定看台的灯光球场1843个。然而，在这批为数可观的场馆中，能对社会开放的只有1122个，占总数的7%。就是这些对社会开放的场馆，每个场馆年平均门票收入只有3万余元人民币，再加上其他营业性收入，一个场馆一年不过收入十几万人民币。不要说支付维护场馆正常运转的巨大开支，就连发职工工资、奖金也成了问题。至于那些根本就不开放，根本就没有收入的大批场馆就更不用说了。

无论从哪个角度讲，中国体育产业化和建立自己的体育市场，都是在所当然。

改革开放以来，随着我国经济体制改革的深入，我国体育

产业化和体育市场的建设，虽然还都处于萌芽状态，但却也有了相当规模的发展。

我国现有的 1 万 5 千多座设施完备的体育场馆，如果面向大众打开大门，充分利用其巨额资产的潜在增殖能力，相信其价值绝不会只是每年 1.6 亿的收入。

近年来，在多种所有制的参与下，我们还建设了相当一批高、中档次的体育娱乐场所和健美健身场所。1982 年，霍英东先生率先在广东兴建了中山温泉高尔夫球场以后，外商、港商和国内投资者纷纷涉足这一领域。根据不完全统计，到 1993 年，我国已经建成的高尔夫球场已达到 20 余座。如果，一个高尔夫球场接纳会员千人左右，而每个会员证的售价，均可达几万数万甚至几十万元人民币。仅此一项，其投资的回报率，与其他行业相比那是非常之高的了。比如，深圳高尔夫球场，其员工不超过 200 人，但其开业仅仅一年，即创汇 1080 万港元。如果，我们现有的高尔夫球场能达到深圳高尔夫球场经营规模的一半，那就是非常可观的了。

随着我国竞赛体制的健全和运动水平的不断提高，将竞赛推向市场的条件已经逐渐成熟。尤其是近几年来，我国足球市场的活跃，更预示着十分美好的前景。

带动足球市场活跃的因素，其一是，全国甲 A 联赛的水平有所提高。特别是中国足球实行俱乐部制和职业化以后，参赛者以俱乐部形式出现在赛场上，球队也好球员也好，即是参赛者，也是一种经济行为的责任人。所以，全部比赛与以往就大大地不同了。另外，比赛的广告、电视转播、门票分成等等，都与比赛的水平挂勾。也就是说，比赛水平的高低，直接影响着比赛者的经济利益。

1994 年的足球甲 A 联赛，中国足协的总支出就达 1000 万

元，1995年两大杯赛的预算突破了1900万元。而1995年各赛区足协的分成也由10万元提高到15万元；俱乐部分成由75万提高到85万元。如果比赛有电视转播，那么，各方还有不同比例的提成收入。

根据中国足协的统计，1994年中国足球比赛的观众上座率，已与日本职业联赛相近。有的比赛场次，甚至接近欧洲职业联赛的观众上座率。不少地方开始出现炒票现象。

其二是，外国明星球队来访比赛，极大地刺激了国内球市的发展。以1994年中国足球队和北京国安队分别战胜了到访的意大利劲旅桑普多利亚、AC米兰队为契机，到1995年中国足球市场行情陡然火爆起来。这一年从5月17日至6月16日，先后有9场国外名队与国内劲旅交手，平均每3.4天就有一场令球迷们神魂颠倒的足球比赛。

尽管邀请一支著名球队来访，平均每场要付25万美元的出场费，但一场比赛踢下来，主办者依然有可观的利润。我们仅以阿森纳对北京国安这场比赛为例，这场比赛的门票，最低价为人民币60元，最高价为480元，平均以每张票为100元计算，北京工人体育场以最终售出5万张门票，那么，一场比赛下来主办者就可以稳稳拿到500万的票款收入。按目前汇率，可折合为59万美元，当然，这里还不包括场地内的广告收入。

而国外大牌明星足球队之所以频频来华访问比赛，主要是看好中国这个当今世界最大，也是还未完全开发的足球市场。外国足球队利用欧洲大赛的间隙，排着队来华作访，与其说他是休假、“复仇”，到不如说是来淘金。十几亿人口和以千万人计的球迷，是一个多么令人垂涎的市场。

中国足球职业化的发展，不仅仅是提高了水平，唤回了观众，其最根本、最实在的意义还在于，他唤醒了、开发了，一

座一直在沉睡的金山。一但他真的苏醒，其潜在的经济力，恐怕不会比发现一个高品质的大油田差。

除了足球之外，中国一些具有世界一流水平的运动项目，也成为商业利益追逐的目标。如，1994年，上海文化发展电视制作中心，以100万人民币买下当年“北京世界杯游泳赛”的广告权，而天津的“天狮”厂以150万元买下了这场比赛的奖杯冠名权。再如，安徽蚌埠烟草公司以100万元购得，“国际女排邀请赛”的冠杯权。以往完全由国家投资的，计划内大型赛事，现在可完全以市场行为进行策划和实施了。

1995年伊始，由中国体育记者协会出面，召开了我国体育史上的第一次体育信息发布会。主办者在会上，向在京的境内外各大广告公司和企业介绍了，本年度四十余项重大体育赛事和活动，其中在日本福冈举行的世界大学生运动会的装备计划，以及网球巡回赛、卫星赛，中国国际拳击邀请赛，港京动力伞拉力赛等等，极具有商业开发价值，引起与会者的浓厚情趣。

现在社会上开办的各类收费体育培训班、武术班、武校，以及各种形式的群众体育辅导活动也都空前活跃。为数众多的青少年和不断膨胀的退休大军，也将形成规模空前的体育消费市场，只要加以组织和引导，中国体育市场就是按目前的水平，其市场效益也是不可低估的。

随着体育训练体制的改革，目前完全实行免费的初级、中级训练也将逐步为收费训练和有偿代训所取代。在国外，一些经济发达的体育大国，其青少年所进行的初、中级体育训练，完全成为一种个人投入的经济行为。

总之，一个以商品形式向人们提供体育服务的体育市场，正在中国形成和兴起。如果说，社会主义市场经济理论的确立，为中国体育的产业化提供了理论上的依据的话，那么，市场化了

的中国体育，也必将以其空前的活力，高质量地满足人们日益增长的需求。

市场化了的中国体育，定将成为中国经济改革大潮中的一朵奇葩。

1995年应当是中国体育产业化十分关键的一年，中国体育经济正在由“以体为主，多种经营”的创收模式向“本体推进，全面发展”的产业化方向发展。

福建省利用毗邻港澳和东南亚的地理优势，利用外资，开发扩展体育产业的规模。如正在兴建的“海峡奥林匹克城”，总投资为2亿多美元，城内将建设：高尔夫俱乐部、海上运动俱乐部、马术俱乐部、射击俱乐部、钓鱼俱乐部、游艇俱乐部、棒网球俱乐部以及相配套的度假别墅、宾馆、购物、游乐、康复等设施，这里将成为世界一流的体育运动之城。目前，第一期工程，开发利用了3.5平方公里土地，投入资金1亿美元，一座体育之城已经初见规模。如此大规模的体育设施建设，除了北京亚运会之外，恐怕是从未有过的。

福建省体育馆，由于年久失修，墙体开裂达60公分，馆内供水管道、电路均已无法使用。拆旧建新，需资金1亿元，省里谁也拿不出这笔资金。后来，他们以每亩500万的地价，将旧省体育馆的27亩土地转让给了澳门聚龙集团，聚龙集团将在省体育馆旧址兴建“聚龙广场”。他们将所得到的1.35亿元人民币，用于新省体育中心的建设，既解决了建设资金，也彻底改变了福州市体育设施老旧落后的面貌。

重庆市为了满足山城1500万市民体育活动的需要，市政府决定建设袁家岗体育中心。工程总用地面积为131公顷，修建六馆一场，工程总投资计30亿元人民币。这又是一个规模空前的大工程。