

中国元素闪耀2023女足世界杯

2023女足世界杯大幕将落，在澳大利亚、新西兰两个主办国、九座城市、10个体育场，到处闪耀着令人难忘的中国元素——中国球迷人浪助威成为赛场风景，中国志愿者微光成炬传递友爱力量，中国企业“品牌出海”赞助女足赛场……一抹抹中国红、一个个中国字、一张张含笑脸，成为本届世界杯的重要组成部分，也让更多人在南半球冬季感受到了中国的温暖与力量。

A

中国球迷

只要有中国队的比赛，必然有“中国红”的身影。球迷们手拿五星红旗，穿着中国队队服高声呐喊的身姿，成为赛场内外一道亮丽风景。

中国女足首场比赛在珀斯，当地华人华侨自发组织了接机。当队员们走出到达大厅通道时，掌声、欢呼声响起，兴奋的姑娘们把手机镜头对准拿着鲜花和海报的球迷。

在珀斯矩形球场，上千名中国球迷提前一个半小时就来到看台，加油声、歌声不绝于耳。观众周丹说：“这是我到澳大利亚20多年来，中国女足第一次在珀斯比赛，必须要到现场加油，让女足姑娘们感受‘主场’氛围。”

后两场转战阿德莱德，该市是中国女足的大本营，机场大厅、街头大巴、高楼墙体都挂有中国女足的巨幅海报。在机场、训练场、中国队入住的酒店，总有热心球迷守候。在欣德马什球场外，不仅有球迷扮成“熊猫”敲锣打鼓，还有华人舞龙队与他国球迷PK唱跳。球场内，当大屏出现中国队首发球员时，现场背景音乐响起《风雨彩虹铿锵玫瑰》，全场中国球迷大声跟唱，不少人流下了眼泪。

一位阿德莱德中餐馆老板告诉记者，中国队两场小组赛的门票很早就已售罄，没买到票的华人会去球迷广场看球，“那里也是中国队‘主场’”。

国内球迷陈澎因为签证原因晚到了澳大利亚，彼时，中国女足已经结束世界杯之旅。“人到现场，主队走了。”陈澎遗憾地形容自己是“最美逆行者”，他专程去国际足联官方商店购买了中国队比赛服，并去看了本可能是中国队晋级后的比赛。

在澳大利亚队与法国队的四分之一决赛中，两队通过10轮点球大战才决出胜负，陈澎作为现场不多的中国球迷，为这场热血的比赛翘起大拇指。“现场有近五万人观赛，你会觉得女足运动越来越有观赏性，越来越受到喜爱。希望中国女足也有一天带给我们这样的体验。”他说。



8月1日，中国球迷在阿莱德莱举行的D组小组赛前为中国队加油助威。

新华社发



中国志愿者。

B

中国志愿者

在澳大利亚、新西兰的10个体育场，一直穿梭着中国志愿者的身影。他们为各支球队、媒体记者、观赛球迷、世界杯参与者提供志愿服务，让人们在冬季感受到了世界杯的温暖。

张晟是阿德莱德的一名会计师，更是中国女足“铁粉”，得知中国女足在阿德莱德有比赛，她很早就向国际足联发去志愿者报名申请。“我的原动力就是见女足队员，她们有很强的人格魅力，给很多女孩树立了榜样。我看她们的Vlog，在关注度并不算高的情况下，她们依然坚持训练，在场上拼尽全力。”

张晟平时工作忙，7、8月份要准备公司财务报表，做志愿者其实与工作时间有冲突，但她还是做好了平衡，“为了见女足队员，做出一点牺牲也值得”。

世界杯上，张晟的主要任务是为赛事参与者办理证件。“每天很充实，特别是帮助到那些遗失了证件后非常焦急的人们。”

除了跟大家并肩工作，张晟还会给其他志愿者讲中国女足的故事，“希望更多人支持中国女足，也希望更多女孩去踢球”。

郭广泽是墨尔本一名软件工程师，平时爱好足球，因此申请成为赛事志愿者。国际足联考察了他的志愿服务经历和专长，再经过面试，把他分到媒体运营部。他主要负责在墨尔本矩形球场媒体中心、媒体席、新闻发布会和混采区，为文字记者和摄影记者提供票务、指引、问讯等服务。

他认为最有趣的经历是拉着绳子和摄影记者一起走到球场中央拍照，“记者们真的很辛苦！”

郭广泽说，中国志愿者有一个68人的微信群，大家在澳大利亚、新西兰的不同球场工作，平时会交流看球体验或互相帮忙。“虽然墨尔本没有中国队比赛，但作为中国志愿者，我希望能帮到更多的人，把奉献、友爱、互助的精神传递出去。”

C

中国赞助商

每场比赛进行时，场边的广告牌都非常吸睛，“万达”“蒙牛”等中国企业名一直滚动出现。

中国女足的三场小组赛，不少观众晒出了观赛照片，特别是“蒙牛”在绿茵场边打出的暖心标语：“我来了，因为永远相信！”“女足，不止于此”“不止于此终将抵达”。

世界杯开赛前一周，蒙牛集团与国际足联共同宣布，蒙牛正式成为2023女足世界杯全球官方赞助商。国际足联主席因凡蒂诺表示：“非常高兴与蒙牛再度牵手，在过去两届世界杯的合作中，我们深感彼此价值观契合。期待在本届世界杯上，我们能呈现一场精彩的足球盛宴，一起为全球女足事业贡献力量。”

此前，两轮电动车生产商雅迪也成为2023女足世界杯赞助商。他们曾赞助过2018年和2022年男足世界杯，本次是他们第一次与女足世界杯牵手。

国际足联首席商务官罗米·盖表示：“很高兴雅迪回到我们的商业计划中。雅迪是个完美的合作伙伴，可以为这项女子体育巅峰赛事带来新的年轻观众。”

分析人士认为，此次赞助女足世界杯，雅迪意在提高海外市场知名度。2018年至2022年间，其年营收同比增速都超过15%，但利润多源自国内市场。雅迪控股2022年年报也显示：随着全球电动车市场快速扩张，集团将致力于提高产品在全球的渗透率，扩大全球足迹……

而今，“体育搭台，经济唱戏”已被业界广泛认可。相比过去鲜有中国企业问津女足世界杯，从某种意义上讲，越来越多中国企业赞助该赛事，折射出女足运动的全球影响力在扩大，体育营销的边界在扩展，中国企业“品牌出海”的雄心在壮大。

（新华社悉尼8月17日电）