



美加墨

美加墨世界杯小组赛收官,32强全部落定,各大洲的成绩也已经放榜,亚足联旗下9支球队参赛,27场小组赛取得3胜9平15负的成绩。

从晋级率来说,非洲10支球队参赛9支出线,南美洲6支参赛5支出线,欧洲16支球队参赛13支出线,北中美及加勒比地区6支参赛3支出线,刨除大洋洲独苗新西兰队未能出线之外,亚洲区9支球队参赛,仅有2支球队晋级淘汰赛。

亚洲区球队在经历了卡塔尔世界杯3支球队进16强的高光时刻后,本届世界杯整体表现有所回落,在得意与失意、稳定与动荡、失望与希望之间,看到了与世界先进水平的差距。这届世界杯再次证明,决定一支球队竞争力的,是稳定的足球体系、持续的人才培养和长期的发展规划。

第一集团：稳定与野望

日本队是亚足联球队中发挥最稳定的球队,1998年开始,他们已经连续8次晋级世界杯正赛,其中5次进入淘汰赛,在亚洲是“独一档”的存在。

美加墨世界杯,日本队被分在了“死亡之组”,在三笈薰、远藤航等大将因伤缺阵的情况下,他们战平欧洲劲旅荷兰和瑞典队,大胜突尼斯队,球队的稳定性和成熟度都给人留下深刻印象。

“纵观3场小组赛,我们的战术体系打磨得清晰成熟,无论场上局势、对手特点、自身状态还是比分变化,全队都清楚该做什么。3场小组赛踢下来,场上从未出现战术脱节、配合混乱的情况。”小组赛为日本队打入两球的上田绮世在接受日本媒体采访时说。

日本足球的整体发展,一直沿着川渊三郎1996年提出的“百年构想”前进,国家队层面,森保一自2018年执教以来,不断完善日本队的战术体系,这种延续性最终体现在世界杯赛场上的稳定发挥。

32强赛挑战“五星巴西”,日本队并不畏惧,甚至全队上下已摩拳擦掌、跃跃欲试。球员前田大然表示:“与巴西队的比赛必然是一场硬仗,但只要我们打出平日训练的内容,就有获胜机会。”

相比日本队从“死亡之组”突围,澳大利亚队所在的小组整体实力略逊一筹,其3场小组赛场面也较为平淡,但澳大利亚队延续了其身体优势和防守纪律性强的特点,以小组第二出线。

2022年卡塔尔世界杯,“袋鼠军团”从小组出线后在八分之一决赛中遭遇阿根廷队,小负给后来的冠军。本届世界杯十六分之一决赛对阵埃及队,“袋鼠军团”有机会更进一步。

事实上,这两支球队能在世界杯实现连续小组出线,重要的原因就是稳定。足球体系的稳定和技战术打法的稳定,转化为比赛场上发挥的稳定,这值得不少亚足联球队学习借鉴。

老牌劲旅：遗憾与失意

伊朗队小组赛先后战平新西兰、比利时和埃及,却无缘淘汰赛,成为本届世界杯唯一一支小组赛不败但未能晋级32强的球队。

相比结果,更让球队无奈的是场外因素带来的持续影响,伊朗队整个小组赛期间不得不往返墨西哥

亚洲足球的



6月25日,日本队球员前田大然(右)和队友堂安律庆祝进球。

新华社记者 吴晓凌 摄

得意与失意



▲6月27日,阿根廷队3比1战胜约旦队,约旦队球员马赫穆德·阿尔马利迪(右)在赛后向观众致意。

新华社记者 吴晓凌 摄

与美国之间。主教练加莱诺埃直言:“我们是这届世界杯上最受压迫的球队,没有之一。”在他看来,伊朗队不是输给了实力不济,而是在种种困难中错失了创造历史的机会。

而韩国队恐怕是本届世界杯最让人失望的亚洲球队。卡塔尔世界杯,他们绝杀葡萄牙晋级16强。本届世界杯首战告捷后,出线形势大好的“太极虎”却连输两场,把晋级主动权拱手交出,最终在小组第三前八争夺战中遭遇打击,最终无缘晋级。

与4年前相比,韩国队最大的退步并非个人能力,而是整体压迫质量明显下降。曾令欧洲球队都感到棘手的高位逼抢和快速转换,本届世界杯鲜有体现。当球队失去了鲜明的特点,竞争力自然随之下降。

如今,韩国队主帅洪明甫已宣布辞职。他说:“作为主教练,面对成绩,任何解释都无济于事,这完全是我的责任。”

虽然主教练承担了韩国队失败的责任,但“太极虎”的问题绝不仅仅在一个人身上。“韩国队简直惨不忍睹,球员看起来毫无斗志,连跑都跑不动,场上完全看不到任何战术。韩国足协应该立即换血。”韩国名宿安贞焕的批评非常尖锐,却代表了韩国国内大部分人的看法。

西亚球队沙特、卡塔尔和伊拉克没有带来惊喜。相比日本等队大量旅欧球员组成的阵容,他们仍更多依赖本土联赛球员,比赛节奏、攻防转换速度以及关键位置的个人能力,与世界强队仍存在明显差距。

世界杯新军：惊喜与希冀

在小组赛最后一场对阿根廷队的

比赛中,约旦队攻破了卫冕冠军的球门。约旦队主教练萨拉米说:“我们是小组赛唯一攻破阿根廷队球门的球队,我们懂得如何竞争,这是我们第一次参加世界杯,我们已经出局了,但我们为自己向世界展示的内容感到非常自豪。”

另一支完成世界杯首秀的乌兹别克斯坦队,虽然小组赛三战全负,但也打入了两粒漂亮的进球。正如主帅卡纳瓦罗的总结,“中亚狼”欠缺世界杯比赛经验,虽然能在某一个时间段打出好球,但因为体能等原因频繁“断电”。

“通过世界杯,我们检验了自己,知道了自己的弱点。既然我们拿了零分,说明这就是球队的水平,现在对我们来说最重要的是成长。”队长肖穆罗多夫说。

值得一提的是,乌兹别克斯坦队能够晋级世界杯,是其科学规划足球发展体系,青训人才源源不断涌现的自然结果。当足球发展的良性循环建立,“中亚狼”未来可期。

本届世界杯,亚洲球队的成绩起伏固然值得关注,但比结果更重要的是,越来越多球队开始坚持长期主义,扎根青训、完善联赛、培养人才。4年一次的喧嚣只持续一个多月,而真正决定亚洲足球未来的,是4年之外日复一日的默默累积。

新华社记者 王浩明 韦骅 (新华社美国亚特兰大6月28日电)

韩国国足主教练遭死亡威胁

韩国警方6月29日说,由于刚刚辞职的韩国国家足球队主教练洪明甫遭遇死亡威胁,洪明甫和队员30日回国时,警方将在仁川机场部署百余名警力。

据韩国媒体报道,韩国国家足球队在2026年美加墨世界杯小组赛阶段遭淘汰后,该国一个网络社群28日出现针对洪明甫的死亡威胁,发帖人自称为41岁美国公民,声称要到仁川机场实施犯罪。警方认为这一举动可能构成刑事威胁,正在追查发帖人身份。该帖目前已被删除。此外,大批球迷在社交媒体声称要在机场向洪明甫扔鸡蛋。

韩国足协发布的信息显示,洪明甫和8名球员定于30日返回韩国。警方表示,正在密切关注,防范发生意外。警方将于当天部署百余名警力,将球员通道和普通旅客通道分隔开,以防发生投掷物品、袭击等行为。

韩国队本次遭淘汰后,洪明甫已于28日宣布辞职。 据新华社(张旌)

世界杯球衣背后的“生意经”

世界杯激战正酣,无论是在亚特兰大,还是北京街头,穿球衣的人群已成为一道别致的风景。球迷穿上一件主队的球衣,即是自己身份的表述。哪怕只是“伪球迷”,身着一件好看的球衣,在这个属于足球的炎炎夏日,也十分自洽。

经过多年沉淀,球衣早已摆脱单纯“消耗品”的标签。出色的战绩可以载入世界杯史册,出挑的球衣设计同样可以成为世界杯的视觉符号。

本届世界杯48支参赛球队球衣由13个品牌供应,阿迪达斯、耐克、彪马三大品牌包揽其中37支队的装备赞助。

在那些拥有深厚足球基因的品牌看来,世界杯球衣已不是一个短期设计项目,而是技术积累与足球文化长期沉淀共同作用的结果。有受访者打趣道:“世界杯4年一次,但设计一件世界杯球衣,夸张一点地说,那就是一次4年。”

从全球范围来看,世界杯周期内,球衣销量具备可观的市场潜力。阿迪达斯方面表示,从业务结构来看,世界杯球衣并非规模最大的单一品类,但在赛事周期内,是带动其足球业务增长的关键产品。作为年度最重要的品牌投入之一,世界杯也是品牌今年规模最大的市场活动,预计将为年销售额增长带来大约10亿欧元(约合人民币77.5亿元)的增量。

值得一提的是,中资品牌卡尔美也首次亮相世界杯。新军约旦队以及时隔12年重返世界杯的波黑队均身穿卡尔美球衣出战。

不仅是上游品牌方,对于各大经销商,世界杯同样具备强消费拉动效应。成立于南京的吾器酷是一家主营足球运动产品的经销商。

吾器酷透露,根据过往经验,球队在世界杯上的成绩,会快速体现在终端球衣销量上。球队一旦战绩出众,对应球衣常会供不应求;若队伍爆冷在小组赛早早出局,则极易形成库存积压。

如今,球衣已成为融合体育、文化与个性表达的载体。来自广东的杜莹莹就是一位球衣爱好者。每到世界杯周期,她除了收藏自己支持的西班牙队球衣,还会入手多款设计符合心意的球队战袍。据她介绍,在球衣收藏圈内,世界杯前夕一次性花费数千元入手多款球衣,早已是常态。

一件世界杯球衣,一头连着品牌长达数年的研发投入、规模庞大的全球体育消费市场,一头承载着各地独有的足球文化与万千球迷的情感寄托。4年一次的世界杯,不只是绿茵场上的竞技舞台,更是一条贯穿设计、制造、营销、终端零售、大众消费的完整产业链。

新华社记者 韦骅 王浩明 (据新华社美国亚特兰大6月28日电)