



鲁尼晃倒门将

热身赛7比0横扫对手

曼联大胜献范帅

正在美国进行夏季训练的曼联队与贝克汉姆曾经效力的洛杉矶银河队24日进行了一场热身赛，曼联用一场7比0的大胜为新赛季开了一个好头，也为新帅范加尔执教“红魔”的第一

场比赛献上开门红。

本场比赛，新援埃雷拉与卢克·肖悉数首发登场。第13分钟，维尔贝克在距离球门25码处的打门，为曼联队打开了本场比赛的进球账户。在接下来的

比赛中，鲁尼、里斯·詹姆斯、阿什利·扬纷纷梅开二度。最终，比分被定格为7比0。

本场比赛结束后，曼联队还将在美国与罗马、国际米兰以及皇家马德里队进行3场热身赛。

夺得世界杯后继续率德国队征战欧洲杯

勒夫留任至2016年



率领德国队捧得巴西世界杯冠军后，有传言指勒夫可能急流勇退辞去主帅一职。勒夫则明确表态：“我之前确实思考过自己的前途，我和足协在世界杯前续约直到2016年。夺得世界杯之后，我需要用几天沉淀一下这美妙的一切，要确保自己在清醒的意识下做出决定。作为德国队的主帅，我时刻感受到足协对我的信心，而现在我可以明确告诉你们，我将要带领德国队继续出征欧洲杯，因为想不出还有什么能比和国家队这个团队继续合作更加美妙。这支球队仍在进步，我现在就像第一天接手国家队时那么动力十足，我们还有很多未完之事，巴西世界杯冠军只是高光时

刻，而不是这一切荣耀的终点。”

对于队长拉姆退出国家队，勒夫说：“他的退出对我们来说是巨大的损失，不知道未来我们是否还能拥有这么一位出色的队长，他用自己的魅力影响着这支球队，他的离开让我非常遗憾。但是我仍然要祝福他，感谢他在这十年中为国家队的贡献。”

勒夫自2006年接替克林斯曼成为德国队主教练以来，率队在2008年欧洲杯闯入决赛，2012年欧洲杯打进4强，获得2010年世界杯的第三名，在今年的巴西世界杯决赛圈所向披靡，帮助德国队历史上第四次夺得世界杯。

中欧赛

中国男篮双杀德国

24日晚，中欧赛哈尔滨站第二场，中国队以69比54大胜德国队，比赛过程出乎意料的顺利，郭艾伦主动寻求传球成为全队的一个良性导火索，最终男篮全队多点开花拿下胜利。算上昆山站那一场，中国队双杀德国队。

得分方面，中国队共11人有分数进账，其中丁彦雨航17分钟拿到11分和4个篮板；刘晓宇10分2抢断2助攻；翟晓川12分17秒拿到9分和5个篮板；顾全8分；赵泰隆7分2篮板；李晓旭6分3篮板；郭艾伦5分4篮板6助攻。

此役在进攻端丁彦雨航表现抢眼，频频在外线下起三分雨，最终交出11分的成绩单。

值得称道的是，此役小丁在三分线外3次出手全部命中。这位被人们寄予厚望的投手，终于在这场比赛中迎来爆发，他的表现令人眼前一亮。

对阵德国队一役，宫鲁鸣教练更换了首发阵容，将丁彦雨航推上先发，事实证明这一招收到了奇效，小丁在场上表现出了极强的进攻欲望，并且手感极佳。



世界杯催生美国“足球热”

篮球王国迎来足球发展高潮

足球是“世界第一运动”，美国是世界上首屈一指的体育强国，有趣的是，长时间以来这项“第一运动”在“头号强国”的评价体系内远远算不得主流，其地位与橄榄球、棒球、篮球、冰球无法相比。不过，这一现象在巴西世界杯之后得到了明显改观，足球运动正以迅猛的态势在这块体育沃土上飞速成长。

●世界杯让足球收视率疯狂飙升

美国队在巴西世界杯上打进了16强，出色的表现也带动了世界杯在美国收视率的飙升。根据美国最大体育媒体ESPN的数据，巴西世界杯期间每场比赛可以吸引450多万美国人通过电视观看，这一数字是2006年德国世界杯的两倍。德国队与阿根廷队的世界杯决赛为ABC电视台带来了1730万观众，与此同时美国西语电视台“Univision”和ESPN网络直播的观众分别有920万和180万。美国队与葡萄牙队的G组小组赛成为在美国国内收视率最高的一场世界杯比赛，接近3000万观众通过各

种途径观赛，这也创下了足球运动在美国的收视率历史新高。

哈佛大学一名专攻体育社会学的学者西恩·布朗表示，世界杯对于美国的重要性在增加，他说：“以前美国人对世界杯的态度是‘这是一项没人关心的赛事’，后来演变成了‘我们会稍微关心一下的赛事’，现在则变成了‘这是一项让足球在美国扬眉吐气的赛事’。”

世界杯期间，大到城市广场的大屏幕，小到酒吧饭馆里的小电视，直播足球的画面几乎随处可见，至少在一个月当中，足球成为了美国人谈论的焦点之一。

●“千禧一代”成美国足球生力军

“年轻化”是美国“足球热”的一大显著特点，著名媒体服务公司“Horizon”的调查结果也支持这一点。调查问卷中的一个重点问题就是“你认为足球什么时候会变成一项美国主流运动？”，结果超过一半的被调查对象认为“足球已经是美国主流运动”或者“在5年内将成为美国主流运动”。Horizon公司高管奥尔森表示：“巴西世界杯在美国引起的关注度让人吃惊，不过我之所以认为足球在美国拥有美好未来，是因为已经成长起来的‘千禧一代’，他们比任何一代美国人都要懂足球、热爱足球。”

作为在2000年前后出生的一

代人的统称，美国“千禧一代”的人数目前已经达到7700万。根据统计调查，18-34岁年龄段的收视人数在超过三分之二的世界杯比赛中压倒了35-64岁年龄段的收视人数，而且与以往美国观众处于“爱国情结”看世界杯不同，“千禧一代”的美国观众明显对足球运动本身有更加深入的了解，调查结果显示43%的年轻人表示看世界杯是因为“喜欢足球”。

由于在中小学当中的普及开展，美国的足球人口基数十分庞大，而这一人口基数对于足球的忠诚度随着一届一届的世界杯赛而逐渐增加。

●职业联赛任重道远

世界杯为足球运动带来了极高的关注度，不过世界杯毕竟4年一届，如何让足球在世界杯与世界杯的间隙依然保持热度，是美国足球更进一步的关键。作为国家级顶级职业足球联赛，美国职业足球大联盟(MLS)正在稳步发展着。MLS于1993年12月成立，1996年开始进行正式比赛，在十余年的发展历程中，MLS从最初的10支球队扩展到目前的19支球队，今年早些时候联盟宣布将在2020年扩军至24支球队，成为全世界球队数量最多的顶级足球职业联赛，目前联盟中云集了亨利、比利亚、罗比·基恩、卡希尔等曾经在国际足坛叱咤风云的球星，影响力也越来越大。

不过，对于多数美国人来说，“世界杯”和“足球”依然是两码事，因此我们一方面可以看到美国成

为除巴西之外购买世界杯门票最多的国家、世界杯决赛的收视率超过NBA总决赛和职棒总决赛，另一方面会发现MLS的场均收视率还赶不上WNBA。

职业联盟的“含金量”或许更能说明问题，北美四大职业体育联盟中最弱小的职业冰球联盟的总价值为40亿美元，而MLS的价值一直没有突破10亿美元。

美国足球专家罗斯纳说：“MLS还是一个婴儿，只有不到20年的历史。所以我们即便再急切地希望婴儿快点长大，但也绝不能违背规律。现在MLS的影响力依然赶不上冰球。不过足球联盟在成长，轨道是正确的。”

世界杯后，美国足球迎来了新一轮发展高潮，只是不知这次的发展高潮会不会成为美国足球正式进军“四大职业联盟”的契机。

美国影院将直播部分英超比赛

2014-2015赛季的部分英超比赛直播将走进美国的电影院，届时美国球迷将有机会在电影院中享受全新的视觉盛宴。

影院版“英超直播季”于23日得到确定，并将在8月16日正式启动。据悉，拥有在美国境内英超转播权的美国全国广播公司体育频道(NBC Sports)与一家娱乐公司Fathom Events开展合作，届时每个周六的早间时段将在美国指定的电影院中直播部分英超比赛。

为确保球迷在影院中欣赏到

最高水平的英超对决，每周的赛事安排将在周二进行预告。

Fathom Events公司称，届时买票进入影院观看直播的球迷还能欣赏到特别制作的中场休息集锦，包括一系列访谈、分析以及“影评专供”版的深度观察。

尼尔森公司的收视率统计显示，共有创纪录的3200万观众通过美国全国广播公司体育频道观看2013-2014赛季的英超联赛转播，远远超过之前一个赛季的1330万。

(本报综合)