

乔志健 著

# 风雨球迷路

譚空齋書

謹

“乔老爷”和他的盛泽球迷协会

喬鈞

2007. 12. 28

古吴轩出版社

是国庆

与祖国共舞

刘思威

99.5.28

上海

印序

欢度国庆节 2001  
 祝节日快乐 幸福平安  
 喜乐无穷  
 2001年11月3日  
 方红林

刘思威

印

诚

情

印

植物老书包 敬献于湖南

我们拥有共同的祖国  
 为中国的建设  
 喜极而泣！

张江  
 上海市人  
 2000.11.2  
 于星江盛序

共同的节日  
 共同的节日

刘思威  
 2000.11.2

刘思威



→“乔老爷”接受记者采访



←2000年《足球之夜》与盛泽  
球迷千禧会



→2002年中国队世界杯出  
线，瞧“乔老爷”这高兴劲

## 序 一

当我接到乔钧——“乔老爷”的来电要我为他的《风雨球迷路》写序时，我真不知道如何去把这个序引出来。但当我坐到电脑前，打开邮箱慢慢滚动手中鼠标，细细去读他给我发来的邮件时，我似乎找到了灵感，而且一发不可收拾。

我一口气读完了他用心记录的支持中国足球和上海申花足球队的《风雨球迷路》，感觉自己似乎也回到了那些“风风雨雨”的岁月。

从一个中国足球的旁观者，到现在的直接参与者，我对足球的感情也与日俱增。

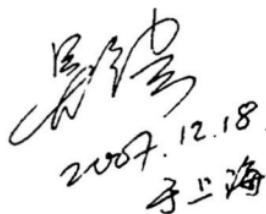
作为众多中国球迷的一员，“乔老爷”实属不易，他能读懂中国足球，能理解中国足球，能包容中国足球；他能坚持为中国足球呐喊助威，能如数家珍般地描写出中国足球的这段历史，并且把足球和文化紧密地联系在一起。这就不难理解，他至今还坚持与足球的情缘。他对足球的热爱和执著，在这个浮躁和急功近利的心态比较普遍的社会，真可以算是个例外。

由于他对中国足球的这份感情，我们之间也建立起了浓厚的友情。在我几次带领上海申花队期间，我也一直提议，俱乐部和球队去“乔老爷”的家乡——盛泽看一看。如此几番这般交往，对于“乔老爷”有了进一步的了解，他也让我知道我的工作的意义，也

让我知道中国足球从来都不是孤独地在前行。每当我在工作上遇到不如意或挫折的时候，总会想起球场边这么多可爱、可敬的球迷，于是我的心中就会升起一股浓浓的暖意和动力，让我很快又找到了工作并快乐着的感觉。

足球是一种文化，不同的国家有不同的文化，而不同的文化就有不同的足球。

是为序，实为那些支持中国足球和为中国足球付出辛劳的人们，送上我的感谢和祝福。书中将为您带来更精彩的内容。



陈竞东  
2007.12.18  
于上海

(作者系上海申花队总教练)

## 序 二

盛泽位于江苏的最南端，东连上海，西濒太湖，北倚苏州，南接浙江，是一个有着悠久历史的丝绸纺织重镇。“晴翻千尺浪，风送万机声”，“日出万匹，衣被天下”是其生动写照。

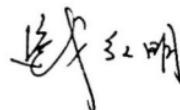
改革开放之后，古老的绸都重又焕发青春，天时、地利、人和，盛泽经济、社会持续保持又好又快的发展态势，被冠以“中国绸都”、“中国丝绸名镇”、“中国第一布市”、“最具产业影响力纺织之都”等美誉，已经成为中国最重要的纺织产业基地之一。在这背后，反映出一代代绸都人坚持发展的决心，不怕困难的勇气，改善人民生活的执著和构建和谐社会的坚定，是盛泽“昂扬向上”的丝绸文化的集中体现。今天，以盛泽普通百姓“乔老爷”和他的盛泽球迷协会为素材创作的作品《风雨球迷路——“乔老爷”和他的盛泽球迷协会》即将问世了，该作品真实地再现了“乔老爷”和他的盛泽球迷协会从成立到发展并坚持的过程。他们十几年如一日，理性地守护在绿茵场的旁边，守护着他们的足球情缘，始终充满着对足球的热爱和对中国足球腾飞的渴望。对他们来说，足球，既是一种情感的投入，也是生活的重要组成部分。从某种意义上说，盛泽球迷协会十六年历程，从侧面映衬了盛泽这一时期社会经济发展历史图景。

胡锦涛同志在党的十七大报告中提出，要“推动社会主义文

化大发展大繁荣”。在盛泽，近年来涌现出了文学、书画、戏曲、球类、棋类、器乐等十多个协会、俱乐部，他们常年活跃在我镇的文化前沿，为繁荣我镇的丝绸文化事业默默地倾注着汗水。为此，我常常被他们的辛勤劳动和无私奉献所感动，不仅感动于他们数十年如一日的坚持，更感动于他们的坚守和积极活动给社会带来的一股生动、清新的气息。

盛泽，在新的历史时期正朝着“建设成为世界级的纺织产业基地、现代化的中等城区、环境优美的社会主义新农村，实现人民群众生活水平质的提升”的目标迈进。我们需要继续弘扬积极向上、开拓进取的丝绸文化，以更大的勇气、更务实的态度、更创新的意识，建设更有生机和活力的新绸都。

独特的丝绸文化和丝绸情结，曾铸就了盛泽昨日的辉煌与荣耀，它必定也能开创盛泽更加繁荣进步、更加美好和谐、更加光辉灿烂的明天！祝愿“乔老爷”和他的盛泽球迷协会享受足球，享受快乐！也祝愿中国足球创出辉煌！



(作者系盛泽镇党委书记)

# 目 录

写在前面的话 ..... 1

## 第一章 成立篇

全国足球热 ..... 6

从万宝路杯国际足球邀请赛到盛泽球迷协会成立 ..... 12

## 第二章 发展篇

球迷们准备好了！ ..... 24

黄金时代 ..... 27

盛泽球迷的“特权” ..... 32

盛泽球迷协会的分化 ..... 35

乔钩印象 ..... 40

球迷明星——“乔老爷” ..... 53

球迷·球迷协会现象 ..... 58

## 第三章 成熟篇

与申花的情缘 ..... 68

“蓝魔” ..... 83

上海德比之争 ..... 86

上海申花与盛泽球迷协会的良性互动 .....	90
------------------------	----

## 第四章 现状篇

“冲出亚洲,走向世界” .....	104
中国球迷的分化 .....	108
第一次出国看球 .....	110
中国足球出线了! .....	115
韩日世界杯的答案 .....	119
足球现状 .....	128
展望未来 .....	132

## 附录

中央电视台 2 套经济频道《财富故事会》栏目 .....	136
上海人民广播电台 990 新闻频率专题采访 .....	145
球迷“乔老爷”谈中国足球之现状 .....	153

## 写在前面的话

在开始写这本书之前，我翻遍了上海最大的两个图书馆——上海图书馆和复旦图书馆——可以找到的关于中国足球的所有著作。遗憾的是，我没有读到一本踏踏实实地记录球迷的著作。中国的足球著作似乎延续了那种关注帝王将相的传统，而球迷，这个人数庞大的社会群体却往往被忽略了。如果我们以喜欢的体育运动来划分人群，球迷无疑是人数最多的一支。在中国，保守估计，球迷的数量也该在一亿以上。这个庞大的球迷群体是如何产生的？他们的行为方式如何？他们的组成有什么变化？他们如何形成自己的组织？这些问题似乎从来没有人认真地做过调查和研究，但是，一个人数上亿的有共同爱好的群体是不应该被忽略的。

足球是一种大众文化。任何人，不管你身在侯门，还是露宿街头；不管你是富商巨贾，还是平民乞丐，都可以喜欢足球，享受足球带来的快乐和痛苦。因此，球迷是一个有着无限开放性的群体，也涉及到社会的方方面面。足球是一个巨大的产业，而球迷显然就是这项产业得以存在和发展的根本。从体育史和社会史的角度来看，球迷显然就是足球历史最基本的承载者。球迷的历史，既是足球史中基本的组成部分之一，也可以折射出社会的发展和时代的变迁。去年，一个英国人写了部足球史，他在书开头就写了自己去白鹿巷球场看球的经历，以及这三十年来同样去看场球的种种

变化，包括到场的时间、球票的价格，甚至包括球场外小摊贩所卖的食品。这样的记录当然免不了琐碎，然而历史却往往在琐碎中最为真实。这样的主题，比起贝利和马拉多纳谁更伟大的无聊论辩，显然更有意义。

中国的足球传统显然不能和英国相提并论。虽然中国已经被国际足联认可为足球的发源地，但真正意义上的大范围球迷群体的形成，则要到改革开放之初，其实也就只有二十多年的时间。然而，在这二十多年的时间里，中国球迷从形成到膨胀，他们经历的足球的改革、社会的变化、时代的变迁，也许是同时代的英国所无法比拟的。中国球迷的历史，也就是中国社会这些年来发展、进步的一个缩影。作为很多人生活的组成部分，足球绝对是二十多年的文化生活中无法回避的热点；而球迷群体的形成、扩大以及转型，也是经济发展、社会变迁的结果和表征。所以，中国球迷的历史，绝对不是简单的足球史的一部分，而是社会发展史的重要一章。

这部小书并不是一部中国球迷史的著作。球迷史范围太大，也不是这样一部小书所能处理的题材。这里要记录的，是一些普通的中国球迷和他们自己的组织——球迷协会。他们极其普通，没有那些跌宕起伏、扣人心弦的传奇，也没有官居要职、只手遮天的能力，他们都是平凡的百姓，是普通的工人、商人、职员。正因为他们普通，他们平凡，他们才更加典型地代表了大多数中国球迷。然而，他们又不普通，他们又在平凡中书写着不凡，因为他们十几年如一日，一直守护在绿茵场的旁边，一直守护着自己的足球情缘，也守护着中国足球的未来。不管足球处在风风火火的高潮顶峰，还是波涛汹涌的风口浪尖，或是淡入边缘的凄冷清秋，他们对足球的热爱和对中国足球的热望，一直不变。他们代表着中国球迷的中坚力量！这里要记录的，又主要是现在步入中年的球迷，以及伴随他们十多个春秋的球迷协会，他们是中国与世界重新接轨以来的第一代中国球迷，他们见证了中国足球从上世纪 70 年代末重新起步一直到现在的全过程，他们也见证并参与了这二十多年来中国社会的巨大变革。所以，对他们的记录，确实关系到社会变化背景下的

足球史，和从足球角度观察到的社会史。他们可以被视为研究中国球迷的一个合格的个案。他们是谁？他们就是，球迷“乔老爷”和他的盛泽球迷协会的会员们。

这部小书也不是一部社会学意义上的个案研究，而是盛泽球迷协会十六年来风雨历程的一个记录，记录了他们从成立到发展、从鼎盛到坚持的过程，记录了他们的酸甜苦辣、喜怒哀乐。盛泽球迷协会，是上海滩上最有名的球迷组织之一，也是整个华东地区球迷协会中的常青树之一。自1991年成立以来，他们就一直在上海看球，参加各种球迷活动。而1995年开始，他们就没有缺席过上海申花的任何一场主场比赛。球迷协会，作为一种松散的缺乏约束力的民间组织，能这样长期坚持十多年的，确实，在上海足球圈中应该可以称为屈指可数了。因为身处经济发达的长江三角洲，江南人温婉的特性和对足球的激情在他们身上得到了交融，他们为足球而疯狂，但他们又充满理性，他们与中国足球风雨同舟，却从来不丧失理智，他们没有惊人的传奇，却有默默坚持。他们在球场边挥洒热情，却从不参与闹事；他们中的大多数成员都为球疯狂，却不影响生计。总之，比起红极一时的“球迷皇帝”、“球迷国王”，他们更平常，更普通，也更能承受时间的考验，也就更接近大多数中国球迷的生存状态。足球，对他们来说，既是一种情感的投入，也是生活的一个组成部分，是丰富生活内容、调节生活节奏的一种方式。盛泽球迷协会在十六年的发展过程中，也遭遇了中国足球职业化的冲击，而协会自身也经历了许多意想不到的变化，这些变化又与当地的经济社会的发展紧密相关，更从侧面映衬出了这十多年长江三角洲迅猛发展的历史图景。所以，记录下盛泽球迷协会的十六年历程，是很有意义的，也是很有意思的。

我是盛泽球迷协会风雨历程的亲历者，更准确地说，是伴随着这个球迷协会长大的人。协会成立时，我只是个10岁的孩子，这种伴随着球迷协会一同成长的经历，使我更能体会到协会在这些年中的变化历程。不过，有意思的是，在，盛泽球迷协会的核心人物——球迷“乔老爷”——正是我的父亲。所以，我比别人更知道

这个民间协会维持之不易，也更了解很多事件的原委。另一方面，作为新生一代的球迷，我与父亲一代球迷之间的距离也使我能从另一个角度去分析父亲这一代球迷独特的思想观念与行为方式。显然，这样的关系也给我的行文带来了一定的困难，虽然，这是一部儿子为父亲与其球迷协会所作的记录，但我希望能够通过比较客观的记录，来展现一个民间球迷组织的风雨历程，展示一些普通中国球迷的生存状态，也引起更多人对于球迷现象的关注和反思，为中国足球的发展做一点自己的贡献。如果说我在写书的过程中有什么野心的话，那就是，如果以后有人以学术的方式来研究中国球迷文化的时候，或者是研究这一时期的社会生活的时候，这部小书能提供一些真实的典型，能提供些第一手的资料。

是为前言。

# 第一章 成立篇

## 全国足球热

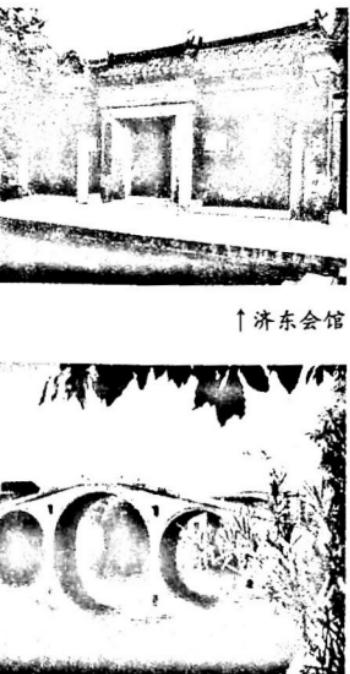
上世纪 70 年代末 80 年代初，随着电视机的普及，观看体育比赛转播成为了丰富人们单调的业余生活的一项重要内容。袁伟民带领的女排五连冠，使得中国人一度为排球而陶醉不已，但是，对中国人的生活影响最大、最持久的，无疑还是世界杯足球赛的转播。1978 年，国内电视台开始转播世界杯比赛，但仅限于决赛，那场比赛恰好在改革开放前夕进行。那时电视机还远未普及，只有极少数的家庭拥有，因此比赛转播的影响并不甚大。然而，有人回忆起那场比赛时，还是说它让观众们看得目瞪口呆。不过那个时候人们总是强调友谊第一、比赛第二，看到阿根廷人和荷兰人在场上斗得火气冲天，实在觉得难以接受。到了第十二届世界杯的时候，中国全面参与了这届比赛，此时，电视机已经进入了中国的千家万户。1979 年，国际足球联合会决定恢复中国足球协会在国际足联的合法地位，中国队开始了之后冲击世界杯的历程。从 1980 年底开始，中国队参加了第十二届世界杯的预选赛。1981 年 1 月，中国队在亚太区第四组的小组赛取胜，进入亚太区决赛阶段，这一胜利，为中国足球注入了活力。苏永舜带领的球队给中国人留下了关于中国足球最美好的回忆和最令人扼腕的功败垂成，而他们的那种因为被暗算而功亏一篑的命运，似乎也给今后二十多年的中国足球定下了一个悲壮的基调。然而，这支拥有容志行、古广明、沈祥

福、迟尚斌等球员的队伍成为了掀起中国足球热浪的第一支强心剂。在全国范围内，有无数的中国人通过电视转播观看中国队的比赛，而球迷，也一夜之间如雨后春笋一般在大江南北遍地纷纷涌出，同时也很大一部分中国人通过广播感受了足球带来的激动。足球热的第二支强心剂来自于之后的西班牙世界杯，中央电视台全程转播了这场代表了当时足球界最高水平的盛会，已经有了电视机的多数国人观看了这次世界杯，足球的魅力、世界杯的魔力给他们带来了强烈的震撼，他们从此便迷上足球，一发而不可收拾。中国人，用习惯性的爱国主义情感来盼望看到中国足球出现在世界杯舞台上，这成为了二十多年来中国球迷最基本的情感因素，或者说，是中国球迷最大的希望和目标。

正是在 1981、1982 年，中国形成了一个人数巨大的球迷群体，不过，这个时期，从中国队的冲击到西班牙世界杯的魅力，中国足球和世界先进水平的差距也清楚地展现在国人的面前。所以，中国球迷从一开始就存在着两种情感的分歧：一方面是几乎每个人都热切地期盼着中国足球能够向世界迈进；另一方面，每个人又会在第一次接触世界杯的时候为某些欧美传统豪强所折服，并在内心选择自己所钟爱的球队作为自己的主队，中国出现了大量的所谓阿根廷迷、意大利迷、巴西迷，中国人开始为自己喜爱的外国球队疯狂，为之加油、呐喊，为之心动、心碎，而对这些球队的爱憎几乎完全是来自于个人的好恶，而不是我们的国际主义情感，他们的拥趸者们并没有思考过“他们是否来自我们亲密的社会主义阵营的战友”之类的问题。这样的现象，对于当时的中国来说，恐怕也算得上是一种历史性的突破。不过，在这二十多年中，中国足球的水平并没有真正完成和世界的接轨，中国人足球情感的分歧也就一直存在着，一方面是欣赏高水平的外国赛事，一方面是爱国情感驱动下的中国足球情结，后来，这种分歧也导致了中国球迷群体的分化。

也许是足球作为第一运动的号召力，也许是民族自尊心的感召，也许是“文革”压抑已久的情感需要，在改革开放伊始中国足

球重回国际足球大舞台之后，中国人很快就显示出对足球的巨大热情。1981年10月18日晚，苏永舜带领的中国队在北京以3：0击败了当时的亚洲杯冠军科威特队，这是中国足球第一次真正让中国人高兴的一天。在北京，大量兴奋的球迷们涌上了街头，庆祝中国队的胜利。这场胜利，在全国各地都引起了震动，人们欢欣鼓舞，而各大城市都有人燃放烟花爆竹来庆祝。在上海，一向以温和著称的上海人也冲上街头，彻夜狂欢，甚至有人点燃自己的中山装和毛衣来欢庆。在遥远的江南水乡古镇盛泽，很多年轻人也从此爱上了足球，为足球而疯狂成了他们生活的重要组成部分。如果说上世纪80年代以前中国已经有不少球迷，那么，这些人主要集中在北京、上海、广州等大城市；在普通的小镇，人们则很难有机会接触到高水平的比赛，最多也只能看到业余足球。而80年代以后，随着电视机的到来，对足球的热爱，不再为大城市所垄断，足球真正拥有了广泛的群众基础；同时，踢球和看球也开始真正分离，产生了无数从来没有踢过球的“专业球迷”。中国球迷的大量涌现主要是依靠电视机的普及，与欧洲老牌的足球国家极为不同，所以，中国的球迷中相当大的一部分是电视球迷。中国球迷群体的兴起，从一开始就不仅是生活休闲的选择，而是寄托了大量民族情感和爱国热情在内的。



↑ 济东会馆

↑ 升明桥



↑俯视盛泽

盛泽，是一个水乡古镇，属于江苏省吴江市，地处江浙两省的交接处，是长江三角洲的腹地。盛泽盛产丝绸，自明代以来就与苏州、杭州、湖州并称为四大绸都，自古就有“日出万匹，衣被天下”的美誉。民国时期，盛泽就是一个商旅辐辏的丝绸贸易中心，也出现了不少由民族资本建立起来的丝织厂。建国以后，经过改组，盛泽镇拥有了数家国营的规模比较大的丝织厂和印染厂。到上世纪80年代初，镇上居民大多从事与丝绸纺织相关的工作，大部分人都分别任职于镇上几家比较大的国营企业，可以说，当地社会是以工厂为单位组织起来的。和全国各地一样，70年代末80年代初，盛泽开始有一大批人喜欢上了观看足球比赛，他们中大部分是国营厂的工人和中学生。

80年代，盛泽的大批球迷们还处在散兵游勇的状态，人们或者在自己家里看球，或者在工厂里和同好侃球，或者就是三五好友聚集在一起。那时，全中国的球迷也很少有组织起来的。中国最早的球迷协会在哪里成立，恐怕已经很难考证了。据说早在1984

年，足球城大连就有了中国第一家球迷协会，不过，更多人似乎更加认可 1986 年沈阳球迷协会最早的说法。有人把球迷组织化看作是“五一九事件”的结果。1985 年 5 月 19 日，中国队在世界杯亚洲区预选赛的小组赛中，在北京以 1 : 2 意外输给弱旅中国香港队，由此爆发了当时被舆论称为“建国以来最严重的体育场恶性事件”。第二天，警方共逮捕了 127 名闹事者。有人说，正是“五一九事件”让球迷们开始反思，尔后选择了球迷组织化的道路。

把“五一九事件”看作中国球迷组织化历史上的分水岭，不免有点牵强，但确实，到了 80 年代中期，中国人对于足球的热情已经到达了一定的程度，球迷群体也已经有了相当大的规模，球迷们再也不满足于散漫的状态，他们需要交流，需要团体，也需要社会的认同。这样，球迷协会应运而生。辽宁是中国足球基础最雄厚的地方，也是球迷最多的地方，顺理成章的，沈阳、大连最早出现了球迷协会。80 年代中后期，紧接着沈阳之后，在一些有足球基础的大城市，球迷协会也开始兴起，重庆、鞍山球迷协会相继成立。1988 年，北京、哈尔滨成立了球迷协会。1989 年，天津球迷协会也成立了。作为一项新生事物，球迷协会在国内得到了大量媒体的关注。甚至当国外媒体听说中国开始有球迷自发组织成立球迷协会的时候，也都纷纷聚焦于此，认为这是中国人经历了“文革”以后政治开明



← 乔钩与前国家队主教练方纫秋在一起

被你们治好  
连你都想不到  
228  
万  
1991.11.3

←方纫秋为盛泽球迷协会签名

化的一个重要表现，也是社会生活丰富的表现，人们可以根据自己的爱好聚集在一起。

很明显，早期的球迷协会大多成立于北方，一方面，这也许与北方人喜欢交朋友的豪爽性格有关，另一方面，北方的足球运动确实更有基础，水平更高。南方足球的主要力量是华东的上海和华南的广东。作为南派技术足球的重要代表，上海足球在 80 年代取得了一系列辉煌的战绩。1983 年，第五届全运会在上海举行，上海队在方纫秋的带领下获得了足球冠军，上海足球也赢得了华东球迷的一致认可。80 年代，上海足球也涌现出了一大批知名的球星，包括秦国荣、柳海光等等。盛泽距上海只有一百多公里，与上海的经济、人员往来较多，受上海影响很深，也就常能得风气之先。加之江苏足球在国内一直比较落后，因此盛泽球迷很早就开始倾向于拥趸上海足球。虽然到上海现场看球还是很难，但是地域上的邻近，还是让很多盛泽球迷把上海球队当成了自己的主队。

## 从万宝路杯国际足球邀请赛 到盛泽球迷协会成立

进入上世纪 90 年代，足球职业化改革尚未启动，但足球热已经逐渐升温。足球，作为一项可以开发的产业，开始吸引投资者们的目光，越来越多的球迷也要求看到高水平的比赛。显然，中国足协旗下的旧式甲级联赛已经无法满足人们的需要，很多专业球队因为缺少资金，也开始依靠打商业比赛来维持球队的生存和发展。这样，商业性的足球邀请赛引发了中国足球在职业化之前的最后一个高潮。1991 年 7 月，上海举办了第一届万宝路杯国际足球邀请赛，这次比赛的总奖金额达到三万美金，而冠军球队可以获得两万美金，这个数字在今天听起来微不足道，但对于当时月工资只有几百元的中国球员来说，不啻于是个天文数字，因此具有很大的吸引力。这次比赛邀请到了六支球队，分别是爱尔兰科克队、荷兰邓哈格队、罗马尼亚奥林匹克队、波兰国家队、中国奥林匹克队和上海队。如果放在今天，这些球队的比赛恐怕根本没有人关注，但当时这项赛事在上海滩，乃至整个中国足坛引起的轰动，绝不亚于 2005 年的皇马中国之行。万宝路杯国际足球邀请赛，也可以称作当时轰动整个华东的第一赛事。在 1994 年职业联赛开始之前的三年中，这绝对是每年上海球迷翘首以待的最大看点。

1991 年，首届万宝路杯国际足球邀请赛即将开始的消息传遍了大江南北，球迷们沸腾了。整个上海掀起了看邀请赛的热潮，这

→乔钧与德尔  
地板员工一同  
在北京观看皇  
马比赛



股热潮也席卷到了上海周边地区，盛泽就是其中之一。邀请赛吊起了盛泽球迷去上海现场看球的胃口。盛泽毕竟不是大城市，80年代初成长起来的一大批球迷和中国多数球迷一样，最初要么只是电视球迷，要么就是喜欢踢球的年轻人。到现场去看球，绝对不是一件容易的事情。能够有幸站在上海的体育场内一睹比赛真容的球迷，那真是屈指可数，这些幸运儿，也无非是借着跑业务走南闯北，要不就是探亲访友得着空隙。对普通工人球迷来说，专程去上海看球——无法想象！盛泽和上海的距离虽然只有一百多公里，但十六年前，连318国道还没有，更谈不上高速公路，坐着破旧的大货车，路上单程就要花四个小时，何况，足球比赛都是下午或者晚上，当天根本回不来，住旅馆则又是非常奢侈的事情了。有意思的是，那个时候，在上海住旅馆都要托关系，还不是谁都可以住的！况且是为了看场球而特意住一天，更加让人难以接受。那时还没有双休日，所以，要自己去上海看球，实在是困难重重。要去看球，就得有人提前买球票，有包车，有组织，才能成行。不过，自由的魅力就在于，欲望和欲望的满足总是接踵而来。

90年代初，丝绸传统深厚的盛泽经济已经跨出了第一步。随着1986年东方丝绸市场的建立，盛泽开始向中国重要的纺织业基地和纺织品交易中心前进，过去商贾辐辏的景象又开始出现在

这个古老的水乡古镇。经济发展了，盛泽镇的居民对于生活的追求也日益丰富了。看球，显然是最普通也最健康的生活方式之一。

早在 1991 年初，万宝路杯国际足球邀请赛开始前的几个月，盛泽就有一些球迷聚集在一起想要在镇上成立一个球迷协会，目的是一是想以球会友，能把镇上喜欢球的人们聚在一起；二是也能有个组织，让球迷能去现场看球。最初的发起者是一群经常聚在一起看球的伙伴，来自于镇上不同的行业：张山水和张深父子、染厂业务员乔钧、邮电局的顾忠平、开长途车的王建平等。

几个人迅速分了工，当时还没有手机，甚至连家庭电话、呼机也没有普及，在邮电局工作的顾忠平就成为了大家联系的中心，很自然，大家推选他做了“带头大哥”。年纪较小的张深，因为踢球出了名，跟吴江县委体委的关系很不错，对于当地体育圈的事情知道得比较多，就由他负责向上级报批。乔钧因为是染厂的业务员，认识人多，就由他负责去拉赞助。

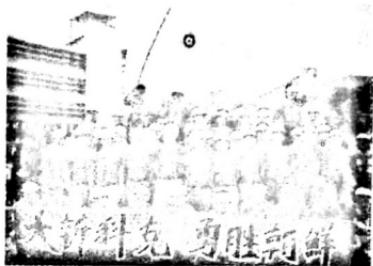
要成立球迷协会，第一步的工作就是报批。张深本以为球迷协会的事情属于体委的管辖范围，就向吴江县委体委（吴江 1992 年撤县建市）提出了申请成立球迷协会的意愿。审批球迷协会这样的组织，吴江县委体委还从来没有遇到过，经过研究，他们决定小心为好，要张深到民政局去审批，因为社会团体的建立都要经过民政局。可是，张深去了吴江县民政局之后，再次碰了钉子。原因是，吴江县民政局认为足球属于体育范围，应该找上级主管单位，也就是吴江县委体委。可吴江县委体委还是不敢接受，生怕出什么乱子，毕竟，这事属于破天荒头一遭，没有先例。张深磨破了嘴皮子，终于，吴江县委体委和民政局同意把这件事情上报省里，等待江苏省体委和江苏省民政局的决定。球迷们只能耐心等待了。还好，球迷们等来了一个好消息，1991 年 6 月，江苏省民政局批准了他们的申请，批文下来，还明确表示：盛泽球迷协会是江苏省有史以来的第一家经过民政部门批准的球迷协会。

不过，球迷协会光有批文是不够的，还得有规章、组织、会员以及活动，同时还要有一个正式的成立大会。正在此时，7 月 7 日在

上海开战的第一届万宝路杯国际足球邀请赛的消息为伙伴们提供了一个良好的契机。大家决定，在正式把球迷协会搞起来之前，先组织一次盛泽球迷到上海跨省看球，权且当作投石问路，也算练兵，测试一下盛泽球迷的热情和伙伴们组织工作的能力。

组织活动首当其冲的问题当然是资金。乔钧给染厂跑业务，跟镇上的各厂关系较密切，于是他便多方去拉赞助。第一次还好，需要的钱不太多，乔钧跑了几家国营单位，他们各给了几百块钱意思了一下，也就有了三千多块钱的赞助款。钱不多，就一定得花在刀刃上。在当时的球迷们看来，活动最重要的就是声势，制造声势，最重要的当然是锣鼓。于是，球迷们把大部分钱用来买了大鼓、铜锣以及各种喇叭。接下来，就是要给球迷们统一着装，才显得正式。万宝路杯国际足球邀请赛是在7月，夏天，衣服比较好办，根据报名的人数，史大明和乔钧去买了几十件白汗衫，两块钱一件。这汗衫容易买，可是上面要印字，就不大容易了，专门去订做显然要花不少钱。为了省下有限的一点儿经费，史大明和乔钧商量了一个最土的办法，拿染厂去染色，印上“盛泽球迷”的字样。

第一次的尝试取得了意想不到的成功，得到消息的球迷们报名非常踊跃。1991年7月7日，上海万宝路杯国际足球邀请赛的第一轮比赛，盛泽球迷们穿上了



↑1991年11月，盛泽球迷协会首次组团赴上海观球



↑1991年万宝路杯上海足球邀请赛，盛泽球迷协会于上海市虹口体育场合影留念

统一的球迷汗衫，挤满了整整一辆大巴。出发前，大家先放了爆竹、鞭炮以示庆祝，然后就敲着锣，打着鼓，在盛泽镇最中心的东方广场边上绕行三圈，雄赳赳气昂昂地出发了。也许他们自己也没有预想到，这次踏上征途，竟是一发而不可收拾，盛泽到上海的这条318国道，从那时起，他们竟然一直走了十六年，风雨无阻。而他们出发前的那一整套程序，也成了惯例。每场比赛，他们希望球队2：0，就在东方广场绕行两圈，3：0则绕三圈。那时，大巴车开到上海，一百多公里的路，差不多需要两个小时，而进入上海市区以后，要赶到虹口体育场，还要在拥挤的道路上再开两个小时。在大巴里，聚集在一起的球迷们情绪高亢，每经过一个小镇，甚至一个公路收费站时都敲锣打鼓齐声高唱，一路喧腾到了上海，沿途到哪里都有围观看热闹的人。球迷们开车经过闹市区，很多上海市民看到他们的架势，还给他们鼓掌，向他们致意。是呀，这一路上，恐怕大多数人都还是第一次看到这么全副武装的球迷队伍，甚至算得见多识广的上海人看到这样的阵势，也觉得稀罕，哪见过这么招摇的敲锣打鼓的“乡下人”球迷队伍啊！不过，对于这些第一次远征的球迷来说，越有人注意，他们就越来劲，连当时上海电视台当家的体育节目主持人杨旭峰都特意找到这群新鲜的外地球迷做了采



← 乔钩与上海电视台体育节目主持人杨旭峰合影

访。要知道,1991年的上海球迷们还是一盘散沙,根本没有自己的球迷协会呢。

这次远征上海的声势,在小镇上引起了轰动。包车外出看球,确实也算得上史无前例。去看球的人为自己终于有机会去了现场而兴高采烈,回来以后也是逢人便说。经过这次去现场看球的经历,他们大都已经等待着球迷协会的正式成立了,而大部分人也成为了后来的第一批会员;但是,镇上也有不少非球迷却把他们当成神经错乱。还好,一个意想不到的收获让组织活动的球迷骨干们喜出望外,那就是《新民晚报》对他们此行的报道。就在盛泽球迷远赴上海看球的第二天,《新民晚报》的体育版上出现了一块豆腐干大小的专门报道,大约一百来字,说盛泽球迷自费包车赶赴上海助阵,精神可嘉之类,还登了一张5厘米见方的照片。那时,报业的竞争还没有现在这样激烈,《新民晚报》是全国发行量最大的报纸之一,占据了长三角老百姓心目中最重要的位置。在盛泽也一样,很多家庭都订阅了这份报纸。《新民晚报》上出现关于盛泽球迷的报道,对他们而言,无疑是最大的肯定,这更加坚定了大家组建球迷协会的信心。

从万宝路杯国际足球邀请赛回来以后,盛泽球迷们紧锣密鼓地开始了他们筹建球迷协会的工作。骨干们把这当成一件生活中的大事来办,每隔一两周就聚在张深家讨论章程,协商筹备的进程。球迷协会的筹办,当然需要得到镇上各方面的支持,也要做好宣传工作。顾忠平等通过镇上各大国营工厂的工会,做了宣传,工会也给予了球迷协会很大的帮助。各大国营厂的工会可以算得上是球迷协会创始之初得以发展的最重要支柱,因为当时工会权力较大,并且,至关重要的他们还有给工人组织活动的职责。球迷协会的活动,对他们的工作是一种很大的促进,还可以活跃厂际工人们的交往,当然何乐而不为了。镇上的文化中心还特意留了一层楼面给球迷协会搞活动。经过宣传,到球迷协会成立前,他们接收到的第一批成员不多不少,正好108条好汉。不久,乔钧拉来了几千块钱的赞助,然后就去联系服装厂,给会员们制作会服。张



←中花助理教练费秀全与乔钩

深则负责起草球迷协会的章程。

三个月以后，一切准备就绪。1991年10月，球迷们把成立大会的时间定在了当年的11月19日。不过，大家都觉得成立大会的时候总该有点特别的行动，换句话说，就是需要有点什么来做献礼，有些个“镇山之宝”才好。皇天不负有心人，就在成立大会之前的半个月，上海球星柳海光的告别赛将于11月3日在闸北的火车



←原上海队主教练王后军与乔钩

江苏省吴江盛泽  
球迷协会

感谢广球迷们对  
足球运动的喜爱和支持！

上海球迷协会

王后军  
91.11.3

→王后军为盛泽球迷协会签名

头体育场举行的消息传到盛泽，球迷们高兴得不得了，特别行动有了目标。柳海光不单单是上海球星，他一度曾是全国最知名的足球运动员，曾在 1988 年入围全国十佳运动员。1988 年奥运会预选赛，正是他的一粒头球，让中国队在客场以 1 : 0 战胜了日本队，挺进决赛圈。这也是中国足球第一次冲出亚洲，也是整个 80 年代中国足球最大的成功。柳海光成为了当时国人心目中的英雄。球迷们想，如果能得到柳海光的签名和祝福，那球迷协会肯定能一炮打响。经常在外面跑业务的乔钧和许东自告奋勇，去上海找柳海光签名！于是，11 月 3 日，乔钧和许东坐上了前往上海的班车，去观看柳海光的告别赛。柳海光告别赛上，张宏根、高丰文、李富胜、贾秀全等足坛重量级人物都应邀来组队对阵表演，而上海足坛的名宿方纫秋、王后军等人都悉数到场。可是，作为普通球迷，待在看台上的乔钧、许东两人，哪里有机会接近场上的球星和名人呢？他们待在球场一直到比赛结束，还是找不到机会，不过，下定决心的他们并没有放弃。很快，他们打听到，晚上柳海光在中亚



柳海光

←1991年11月3日，乔钧在上海中亚饭店与柳海光合影，并得到了柳海光的签名

饭店要举行告别晚宴，于是，两人立即直奔中亚饭店。柳海光的名气实在太大了，当天的中亚饭店早已对球迷们有所防备，除了正式的嘉宾之外，其他人都被保安拦在门外。这个时候，常年在外跑业务的乔钧和许东毕竟见多识广，他们灵机一动，若无其事径直往饭店里走，保安一愣神，再一看乔钧两人身着正装，一人挎了一个黑色公文包，看起来并不像捣乱的人，倒有些像新闻记者，也就不阻拦了。进了宴会大厅，乔钧他们两个资深老球迷看到那么多足坛大牌触手可及，简直如同老鼠掉在米缸里，乐不可支。他们立刻开始行动，最后大有斩获：不仅得到了整整一本签名和祝福，还获得了和偶像柳海光合影的机会。这张照片，也成了乔钧十多年看球生涯中最珍贵的第一次追星留念。

第一次追星的凯旋，给即将举行的球迷协会成立大会献上了一份大礼。这个本子也成为了球迷协会的镇会之宝。协会还没成立，球迷骨干们就先取得了万宝路杯观战和柳海光告别会两次远征上海的胜利，真是出师大捷。

成立大会召开前，发起组织协会的球迷骨干们推选了他们的领导班子，结果处在球迷联络中心的顾忠平被大家推选为会长；王建平当选为副会长，负责上海方面的联系；另一位副会长则是乔钧，负责拉赞助；张深被选为秘书长，也同时负责组织协会自己的

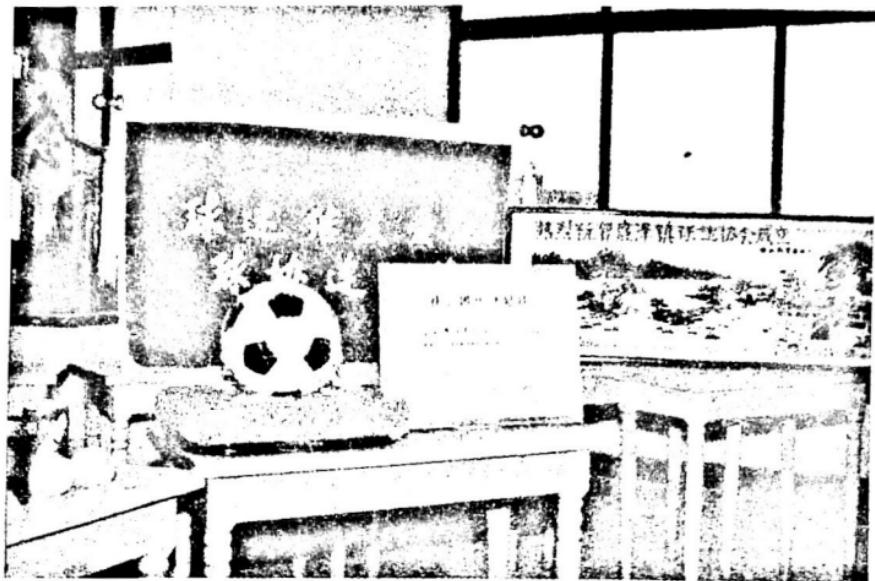
业余足球队；别的发起人和骨干们则组成了球迷协会最早的常委会委员。

1991年11月19日，筹备了半年左右的盛泽球迷协会正式成立了。成立大会在镇上的文化中心举行，当时吴江县委、盛泽镇上的很多重要人物，包括几个国营大厂的负责人都到场观礼。108名会员，身着整齐的绿色长袖会服，济济一堂，场面煞是壮观。成立大会一开始，就像足球比赛一样，会员们全部起立，唱国歌。在大会上，盛泽球迷协会展示了他们的宗旨：爱中国，爱家乡，爱足球，以球会友。这个宗旨也一直贯穿在盛泽球迷协会十六年的风雨历程中，从未改变。大会上，吴江县委主任陈立斐的讲话更是让盛泽球迷们倍感自豪，他说，盛泽球迷协会是“大江南北，独此一家”。作为江苏第一家经民政部门批准的球迷协会，盛泽人确实有资格说出这样的豪言壮语。

不过，也许当时谁也没有想到，这个自娱自乐起步的小镇球迷协会，在不久的将来，竟然成了整个华东地区最出名的球迷组



↑盛泽球迷协会成立大会



↑盛泽球迷协会展览厅

织；也没有人会预想到，从此，以丝绸出名的江南水乡古镇盛泽，会成为整个江苏省首屈一指的足球之乡。虽然这个水乡小镇并没有专业的足球队，也没有出过什么著名体育健将，盛泽却在此后迎来了中国足坛上的一位又一位风云人物。

当然，盛泽的球迷们也并不知道，就在 1991 年 11 月盛泽球迷协会成立的同时，中国足球也正悄悄酝酿着一场翻天覆地的巨大变更——足球职业化。更大的舞台即将展开，等待着盛泽的球迷们展示自己的风采。而且，1992 年春节小平同志南巡讲话之后，中国的各项改革事业都蒸蒸日上，经济改革更是大大深化，盛泽也迈向了更加辉煌的明天。

## 第二章 发展篇

## 球迷们准备好了！

盛泽球迷协会成立后的最初两年，正是中国足球改革的起步阶段。当时的全国足坛，甲级联赛完全没有市场，吸引不到球迷。球队也都还是专业队编制，依靠国家工资维持，但上世纪 90 年代初，各地方球队已经开始利用一些商业比赛的出场费和奖金来缓解经济的压力，就像前面所提到的上海万宝路杯国际足球邀请赛。然而，正规比赛的缺失，球员积极性无法调动，训练水平无法提高，足球水平也就得不到提高。在这种情况下，中国足球的改革已经是箭在弦上，不得不发了。1992 年，作为改革的第一步，中国足协在大众公司的帮助下请来了德国人施拉普纳担任中国足球队的主教练。这可以称为中国足球“洋务运动”的第一步。然而，在 1993 年，施拉普纳兵败伊尔比德，中国队连世界杯预赛的小组赛都没有出线。中国足球更大规模的改革在 1994 年才终于到来。

1991 年到 1993 年，这段时间可以视为中国足球改革的过渡期。这段时间里能够吸引球迷到现场看球的比赛实在太少了，球迷看球几乎可以说是打野战，逮到什么看什么。整个上海足坛，商业比赛性质的万宝路杯国际足球邀请赛吸引了整个长三角的关注，成为了那里每年最重要的比赛，甚至变成了上海球迷每年的期待。1993 年第三届，上海队的替补门将贾春华扑出对方三个点球，居然被市政府奖励了一套住宅。不过，万宝路杯实在是太短了，每届

比赛总共只有五六支球队，前后持续两三天，前来参加的球队水平也参差不齐，又往往都是“旅行团”性质，奖金数额虽然一年比一年提高，却仍然无法吸引有声望的球队前来。这样的球赛质量，已经越来越不能满足球迷的胃口了。职业化的联赛呼之欲出。

对于球迷协会来说，一年两三天的邀请赛显然不足以维持会员的兴趣。于是，盛泽球迷协会在成立之初就组织了其他的各种活动，搞得红红火火。90年代初，盛泽已有不少球迷，但水平不一，足球知识还需要普及。当时盛泽球迷协会就以各阵营厂为参赛单位，搞了“金秋杯”球迷知识竞赛。1993年，东亚运动会在上海举行，盛泽球迷协会也组织了大批球迷到场观看足球比赛。当然，盛泽球迷协会还担负起了发展盛泽群众足球运动的重任。

不过，盛泽球迷协会最早的集体活动倒不是足球，而是篮球。1991年12月，也就是协会成立后的第二个月，国家篮球队被吴江的另一个小镇梅堰请来参加一个非正式比赛，主办方出了两万元的高价，国家队来了全套的主力阵容，当时的头号明星单涛也在其中，教练则是当时声望很高的蒋兴权。听到这个消息，正处在初创阶段的球迷协会的骨干们非常高兴，反正球迷协会的名号并没有局限于足球一隅，国家篮球队的到访自然也是搞活动的好机会。于是，比赛当天，盛泽球迷协会组织



↑“金秋杯”球迷知识竞赛



↑1993年，乔钩与大批盛泽球迷到上海观看第一届东亚运动会足球比赛



←国家队篮球队来吴江市梅堰镇参加非正式比赛

了一支几十人的队伍，成员们一致身穿会服，步伐整齐地来到了比赛现场。梅堰是一个很小的乡镇，当时还比较闭塞，哪里见过这样的架势。比赛场地是个露天篮球场，组织者看见这支队伍，还以为是篮球队来了，马上列开阵势，夹道欢迎。就这样，盛泽球迷协会的队伍连票都没有买，就被迎进了篮球场。更有趣的是，真正的国家篮球队到达赛场后，盛泽球迷们马上拿出他们准备好的篮球、签名薄围住了球员们，也有要求合影的。这么整齐的球迷队伍，让国家男篮的队员们都大吃一惊。特别是盛泽球迷还打出了“蒋兴权开创篮坛新纪元”的横幅，让国家队的队员又是激动又是开心。这时候，主办方才明白了这里发生的一切。他们确实没有经验，连请球员签名的篮球都没有准备。负责人被盛泽球迷搞得哭笑不得，立马派人出去买篮球，买签名用的笔记本。用盛泽球迷的俏皮话来说，他们把主办方买的爆竹给放掉了。国家篮球队造访吴江，是盛泽球迷协会十六年历史中唯一一次和篮球的亲密接触，不过，这次喧宾夺主的趣闻，倒是让大多数亲历者记忆犹新。

盛泽的球迷队伍，也随着球迷协会的许多活动而日益扩大。球迷们准备好了！

## 黄金时代

经过一段时间的酝酿和筹备，1994年，万宝路中国足球甲A联赛正式登场，足球职业化成了不可阻挡的潮流。足球职业化的改革也是整个中国体育职业化改革的先锋。全国性主客场轮回的联赛代替了原来赛会制的比赛，大大激发了球员和各地球迷的热情。对球员而言，职业化的联赛意味着丰厚的收入，也意味着更多的关注，显然，这样的激励大大调动了他们训练和比赛的积极性，这使得比赛的精彩程度大大提高。对于球迷而言，一方面，跨度超过半年的联赛也带来了更多的比赛、更激烈的竞争和更紧张的悬念；另一方面，在新的联赛中，球队的每场比赛都有主客场之分，而球迷则可以在自己的家乡为家乡的球队呐喊。就这样，1994年成了中国足球的分水岭，对于球迷活动而言，更是里程碑。可以这样说，1994年的足球职业化改革和新甲A联赛的推出，使得中国的球迷数量继上世纪80年代后再度膨胀。从1994年开始，一股前所未有的足球热潮席卷了整个中国社会。

自1994年起，盛泽球迷协会就把活动的重心转到了职业联赛上。盛泽球迷是幸运的，在职业联赛伊始，他们就得到了看球的机会，而且几乎每两周就能够在现场看到一场比赛。不过，对于盛泽球迷而言，选择主队，倒也是一个甜蜜的苦恼。1994年的甲A有12支队伍，华东地区就有换了新貌的老牌劲旅上海队和保级边缘

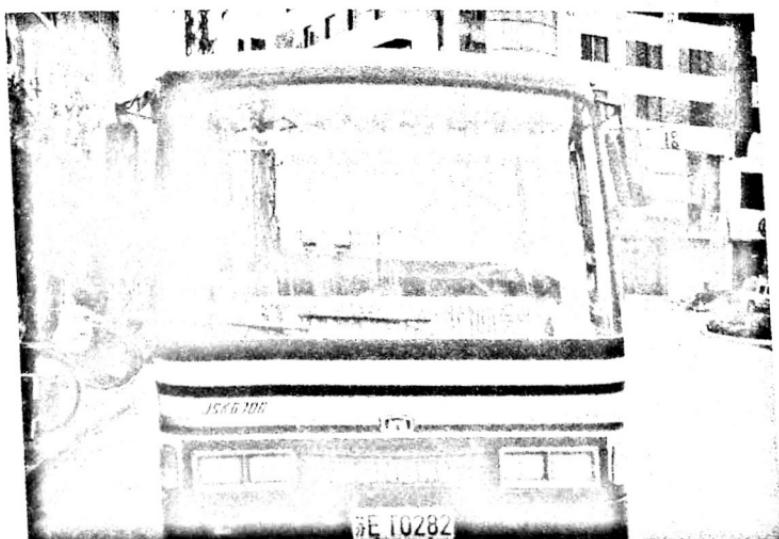
的江苏队。进入职业联赛后，上海足球也进入了申花的时代，徐根宝入主申花，很多上海队的老臣纷纷退出，申花也成了年轻人为主的新上海队。而江苏队则本来就水平不高，一直在甲A和甲B之间徘徊，这一年，他们的冠名是江苏迈特队，主场多数在省会南京，也有几场在地方城市苏州等地。两难的选择摆在盛泽球迷的面前：作为江苏人，到底应该去看子弟兵的比赛呢，还是去看那已经有了多年感情的上海足球？从行政区划上讲，盛泽属于江苏；可是从地缘上讲，上海和盛泽之间距离更近，联系更是千丝万缕，远远多过南京。不过，故乡情结毕竟占有很大的分量，作为江苏人，他们1994年看的第一场甲A联赛，还是在苏州寸草不生的球场上江苏迈特队1：5不敌辽宁远东队的比赛。缺乏足球底蕴和经济投入的江苏足球显然未能满足盛泽球迷对于精彩赛事和获得胜利的渴望。而且，仅就地理位置而言，南京与上海相比也丝毫没有优势。按照当时的交通情况，去南京看球，路上就是一整天，就算包车，当天也难赶回。显然，上海足球更符合盛泽球迷的期待。于是，在职业联赛的第一个赛季，盛泽球迷就在老虹口体育场观看了申花队大多数的主场比赛。申花队没有辜负球迷的期望，徐根宝带领着一支新风格的、年轻的申花队取得了联赛第三的好成绩，球队里也涌现出一批有实力的年轻球员。盛泽球迷终于锁定了申花，把虹口体育场当成了自己的家。

最初，球迷协会的会员有108将，大多数是国营工厂的职工，收入并不高。看球都要自己买票，若是看一场两场倒不算什么，但日久天长场场必看，这笔开销就不是小数目了。但球迷们没有畏缩，足球，像一块磁铁，紧紧地吸引着他们的心；职业联赛，更是给他们提供了一种崭新的生活方式——到现场看球去！有的球迷把赚的钱几乎全部花在了看球上，甚至还有的行动不太方便的球迷也执意去现场观看球赛。球迷们经常栉风沐雨，一场雨中赛后，总有一大群球迷伤风感冒。然而，对于这些困难，他们都无怨无悔。盛泽球迷的投入和执著，正是职业联赛伊始中国球迷炽热激情的一个缩影。

也许，连领导足球职业化改革的中国足协也没有想到，1994年的职业联赛会在全社会引起轰动。全国上下，不论男女老少，人们每天茶余饭后的谈资绝对少不了甲A联赛。同年，在广岛亚运会上，戚务生带领的中国队一路杀进决赛，最终获得亚军。职业联赛带给中国足球一个新的憧憬：随着职业足球的发展，中国足球的水平将不断提升，“冲出亚洲，走向世界”将不再是一个梦想！国足坛，一片欣欣向荣之景象，人们都站在了希望的田野上！

1995年，中国足球热到了云巅。

从1995年初起，盛泽球迷协会开始全程关注上海申花的比赛。从3月开始，每到上海申花的主场，盛泽球迷的大巴就会停在虹口体育场边。这也成了盛泽球迷十多年来从不缺席申花主场比赛的开端。盛泽球迷也没有想到，正是在这一年，上海足球进入了它的黄金时代，也进入了中国足球职业化热潮的最前列；而球迷群体，也成为了上海滩重要的一个社会现象，甚至成为了一种通行的身份认证。



↑盛泽球迷协会包车

1994 年和 1995 年联赛最初，盛泽球迷出征上海，和过去看万宝路杯国际足球邀请赛一样，一辆大巴，五十多人，敲锣打鼓。路上需要四个小时，所以他们出发时一般是上午 10 点或者中午 1 点。如果他们希望申花队两球取胜，就围着镇上的东方广场绕两圈，绕圈时，锣鼓喧天，好像过节一样。晚上回到盛泽往往已经是深夜 10 点或者 12 点以后。如果申花赢了球，他们还是会在东方广场上绕圈，赢了两个球，就是两个圈。在一个小镇上，这就是最好的广告。1995 年，一方面是中国足球的继续升温，一方面是上海申花的成绩优异，打法激情四射，再加上盛泽球迷差不多两周一次的出征仪式制造的声势，到了春夏之交，整个盛泽都已沉浸在足球氛围中。去上海现场看球，成了越来越多球迷周末的选择。也正是 1995 年 3 月 25 日，国务院发布规定，将每周职工工作时间从原来的 44 小时改为 40 小时，即实行双休日工时制，从当年 5 月 1 日起正式实行。双休日的实施，给了中国球迷的发展提供了一个更大的空间，而对于异地看球的盛泽球迷而言，则更是一个强力的“催情剂”。从此，前往一百多公里外的上海看球不会再像从前一样占据他们全部的周末。于是，盛泽球迷协会俨然成了这个只有三万多常住居民的小镇上最具影响力的民间组织。

这一年 6 月 11 日，上海申花 2 : 0 战胜广东宏远，到 10 月 15 日，又 2 : 0 战胜青岛海牛，他们创造了的十连胜战绩，一举为最终夺魁奠定了基础。在连胜的过程中，上海足球的热情被一步步推到了顶点，而盛泽球迷的热情也日益高涨。很快，一辆大巴已经满足不了球迷的要求了，买的联赛套票也成了杯水车薪。从 1995 年夏天开始，几乎申花队的每场比赛，盛泽球迷都会出动两三辆大巴，还有一些人则是开了小轿车去，这些车辆组成了一个车队，带着每次都差不多两百人的队伍，真可以称得上浩浩荡荡了。

1995 年的上海球市已经异常火爆，申花每个主场都是座无虚席，甚至是一票难求。不过，上海的球迷阵容还处于比较分散的状态，差不多是山头林立，但有影响力，能够领导起球场气氛的球迷组织并不多。当时球迷组织正如雨后春笋，球场上到处都是各种球

迷协会的横幅，不过其中大多数都是企业名下的附带商业宣传性质的球迷组织。因为中央电视台对甲 A 联赛的全国转播，对于企业来说，挂出自己企业名字的球迷横幅是最省钱，也是最有效益的广告，不带广告性质的纯粹球迷组织反倒是最少。

上海第一个球迷协会成立于 1992 年，是绰号“长脚”的球迷伏谊庆组织的沪产球迷会，作为先驱，这个球迷协会没有取得太大的成功。到了 1995 年，上海最有影响力的球迷协会，无疑是王勇飞带领的一比六球迷协会。那是在 1994 年的一个风雨之夜，上海申花队在主场以 1 : 6 输给广州太阳神，数百名激动的上海球迷围在虹口体育场门口，久久不肯离去。最后，时任上海市委副书记的龚学平当晚接见了这些球迷，鼓励他们组织在一起，以集体的力量为上海足球助威，王勇飞正是这些球迷中的一个。有了这样的机缘，他很快组织起了一比六球迷协会，而经过一段时间的准备和发展，一比六球迷协会所在的 9 号看台成了 1995 年虹口体育场最亮丽的风景线之一。身高只有 1.65 米的小个子王勇飞与 8 号看台的身高 1.83 米的“长脚”伏谊庆遥相呼应，在两个看台各领风骚。

盛泽球迷协会所在的 10 号看台则是另一道风景线。当时盛泽球迷不仅人数众多，人气集中，而且经常着装整齐，组织有序，锣鼓喧天，气势非凡。他们带动了整个 10 号看台所有的球迷，成了球场中行动最统一、气势最盛的角落之一。

很快，盛泽球迷与隔壁 9 号看台的上海球迷交上了朋友，和一比六球迷协会成了亲密的战友，王勇飞也成了盛泽球迷坚定的支持者。两个球迷协会的骨干们总是在球场上隔着看台间的矮墙商量助威的口号。每个地方的球迷都有自己特色的助威声……

## 盛泽球迷的“特权”

上海人一向给人十分排外的印象，不过，在对待外地来的球迷时，上海倒是显示出他们海纳百川的气度。职业化联赛开始后不久，盛泽球迷就用他们的真心和对申花队的支持赢得了上海球迷的认可，也赢得了很多上海人的心，于是，盛泽球迷在上海享受到了一系列的“特权”。

盛泽球迷最早的“特权”可以追溯到1991年夏天第一次看万宝路杯国际足球邀请赛的时候。当时大多数盛泽人都还没什么到上海旅游的机会，所以，在去虹口体育场之前，盛泽球迷来到外滩观光。当时外滩是不允许停车的，球迷们并不知道，就把大巴停在了那里。结果警察来了，上前查问，乔钧就告诉他，他们是从吴江盛泽专程赶来看球的“乡下球迷”，想先观光一下上海外滩。警察听了居然很客气地问候球迷辛苦了，还说：“你们随便看，车子想停多久就停多久。”估计这个警察也是球迷。不过，随着上海经济的发展，外滩的身份和知名度与当时都不可同日而语了，现在这样的有人情味儿的逸事恐怕已经不会再有了。

第二个“特权”是过路费。无论是一开始的球迷大巴，还是后来的球迷车队，从盛泽到上海，一百多公里，几个收费站，都通行无阻，一律免缴过路费。不过说来也奇怪，从来没有任何一条法规规定球迷可以免缴过路费。也许是因为盛泽球迷每到一个收费站，就

敲锣打鼓开始表演，那架势吓得收费站都网开一面；又或许是因为盛泽球迷远赴上海为上海足球队加油助威，让上海人感动得把过路费都免了吧。

第三个“特权”是特许在虹口体育场停车。虹口体育场自从1994年职业联赛开始就是上海申花的主场，1999年被改建为专业足球场。改建之前体育场停车的地方很少，一般的球迷都不能在体育场内停车，盛泽球迷的大巴却是个例外，想必是因为上海人对盛泽球迷特别照顾。不久，能在虹口体育场停车也成了盛泽球迷的一个“特权”，让很多上海球迷都羡慕不已。

这些“特权”让盛泽球迷很高兴，也很自豪，不过，最让盛泽球迷感动的，还是上海球迷对他们的款款真情。1995年夏天，上海申花队在主场3：0大胜上届冠军大连万达队。比赛结束之后，球迷们都围着体育场不愿离开，这场胜利让虹口体育场变成了欢乐的海洋，大伙儿尽情欢呼，大肆庆祝，真可谓上海足球史上难得一见的盛况。为了及时到家，盛泽球迷不得不提前离开了欢庆的队伍，在短暂庆祝之后，他们登上了体育场边的球迷大巴。出乎意料的是，他们的大巴启动后向前行驶200米，足足用了40分钟！有很多上海球迷一看到盛泽球迷的大巴动了，就拥了过来，里三层外三层地把大巴围得水泄不通。上海球迷对着大巴的窗口伸出手来，使劲地和车内的盛泽球迷握手，很多人一边握手，一边高喊：“谢谢你们，盛泽球迷！”“盛泽球迷，好样的！”而车内的盛泽球迷，则成了被簇拥、爱戴的英雄，他们那一小时中握过的手，可能比他们一辈子握过的手加起来还多。很多人回到盛泽以后，第二天手都抬不起来。足球职业化后的十多年中，这次胜利之别堪称上海足坛最经典、最感人的画面之一；在盛泽球迷协会十多年的历史上，这次胜利之别也可以算作是一个小高潮了。

从1995年开始，盛泽球迷就一直出现在10号看台。8、9、10号三个看台正对主席台，虽然十多年来“城头变幻大王旗”，但主席台对面的这几个看台，却总是虹口体育场气氛的策源地。这三个看台也培养出了整个上海滩最出名的球迷领袖：小个子王勇飞、

## 盛泽球迷的“特权”

上海人一向给人十分排外的印象，不过，在对待外地来的球迷时，上海倒是显示出他们海纳百川的气度。职业化联赛开始后不久，盛泽球迷就用他们的真心和对申花队的支持赢得了上海球迷的认可，也赢得了很多上海人的心，于是，盛泽球迷在上海享受到了一系列的“特权”。

盛泽球迷最早的“特权”可以追溯到 1991 年夏天第一次看万宝路杯国际足球邀请赛的时候。当时大多数盛泽人都还没什么到上海旅游的机会，所以，在去虹口体育场之前，盛泽球迷来到外滩观光。当时外滩是不允许停车的，球迷们并不知道，就把大巴停在了那里。结果警察来了，上前查问，乔钩就告诉他，他们是从吴江盛泽专程赶来看球的“乡下球迷”，想先观光一下上海外滩。警察听了居然很客气地问候球迷辛苦了，还说：“你们随便看，车子想停多久就停多久。”估计这个警察也是球迷。不过，随着上海经济的发展，外滩的身价和知名度与当时都不可同日而语了，现在这样的有人情味儿的逸事恐怕已经不会再有了。

第二个“特权”是过路费。无论是一开始的球迷大巴，还是后来的球迷车队，从盛泽到上海，一百多公里，几个收费站，都通行无阻，一律免缴过路费。不过说来也奇怪，从来没有任何一条法规规定球迷可以免缴过路费。也许是因为盛泽球迷每到一个收费站，就

敲锣打鼓开始表演，那架势吓得收费站都网开一面；又或许是因为盛泽球迷远赴上海为上海足球队加油助威，让上海人感动得把过路费都免了吧。

第三个“特权”是特许在虹口体育场停车。虹口体育场自从1994年职业联赛开始就是上海申花的主场，1999年被改建为专业足球场。改建之前体育场停车的地方很少，一般的球迷都不能在体育场内停车，盛泽球迷的大巴却是个例外，想必是因为上海人对盛泽球迷特别照顾。不久，能在虹口体育场停车也成了盛泽球迷的一个“特权”，让很多上海球迷都羡慕不已。

这些“特权”让盛泽球迷很高兴，也很自豪，不过，最让盛泽球迷感动的，还是上海球迷对他们的款款真情。1995年夏天，上海申花队在主场3：0大胜上届冠军大连万达队。比赛结束之后，球迷们都围着体育场不愿离开，这场胜利让虹口体育场变成了欢乐的海洋，大伙儿尽情欢呼，大肆庆祝，真可谓上海足球史上难得一见的盛况。为了及时到家，盛泽球迷不得不提前离开了欢庆的队伍，在短暂庆祝之后，他们登上了体育场边的球迷大巴。出乎意料的是，他们的大巴启动后向前行驶200米，足足用了40分钟！有很多上海球迷一看到盛泽球迷的大巴动了，就拥了过来，里三层外三层地把大巴围得水泄不通。上海球迷对着大巴的窗口伸出手来，使劲地和车内的盛泽球迷握手，很多人一边握手，一边高喊：“谢谢你们，盛泽球迷！”“盛泽球迷，好样的！”而车内的盛泽球迷，则成了被簇拥、爱戴的英雄，他们那一小时中握过的手，可能比他们一辈子握过的手加起来还多。很多人回到盛泽以后，第二天手都抬不起来。足球职业化后的十多年中，这次胜利之别堪称上海足坛最经典、最感人的画面之一；在盛泽球迷协会十多年的历史上，这次胜利之别也可以算作是一个小高潮了。

从1995年开始，盛泽球迷就一直出现在10号看台。8、9、10号三个看台正对主席台，虽然十多年来“城头变幻大王旗”，但主席台对面的这几个看台，却总是虹口体育场气氛的策源地。这三个看台也培养出了整个上海滩最出名的球迷领袖：小个子王勇飞、

“长脚”伏谊庆和盛泽球迷“乔老爷”。盛泽球迷协会的历史和这 10 号看台密不可分，也和上海球迷的历史紧密相连。

## 盛泽球迷协会的分化

盛泽球迷协会在 1995 年的下半年迎来了他们的第一个黄金时代。上海申花大胜大连万达赛后，球市日益火爆，到 9 月 10 日，上海申花主场迎战北京国安的时候，球市膨胀到了顶点。那场比赛是申花夺冠的关键一战。就当时积分榜排名来看，上海申花排名第一，大连万达第二，北京国安第三，北京差申花 2 分，大连差 1 分。如果北京赢了那场球，可以直接登上榜首。这是一场非常关键的比赛。大家对这场球都十分紧张在意。虽然当时申花已经六连胜，但是还没有人能料到它会势如破竹地获得十连胜并一举摘得桂冠。这场京沪之间的比赛，媒体炒作得非常厉害，号称“京沪大战”，把这场球赛的地位抬得很高，看成是一年中最刺激人心的比赛。不仅京沪两地，全国球迷都热切地期待着比赛的开始。在上海，连市领导都专门来到申花队中慰问球员，给球员鼓劲加油。原本火爆的上海球市更是炸开了锅，洛阳纸贵，一票难求。

在申花大胜万达之后，盛泽的足球热也不断升温，此时，盛泽人的足球热情彻底被激发了出来。在距比赛开始还有相当长的一段时间，镇上就有很多人跟球迷协会联系，想要去看比赛。为了这场比赛的门票，球迷协会的骨干想尽了一切办法，终于，买到了 300 张球票，这些球票很快被一抢而空。到了比赛当天，协会迎来了史无前例的一次兴师动众的远征。他们总共调集了六辆大巴，



← 乔 钧与谢晖  
在一起

接近二十辆轿车，组成了一个庞大的车队，在盛泽镇上形成的声势也是盛况空前。球迷协会成为了古镇的焦点和明星。最终，申花队凭借着谢晖在 80 分钟的一个远距离头球以 1 : 0 战胜国安，向冠军迈出了坚实的一步。比赛后，虹口体育场又一次出现了球迷欢庆胜利的激动场景，而盛泽球迷的车队，再一次成为了上海球迷感谢的对象。那场比赛，所有到现场的盛泽人都被赛场中那种狂热到令人窒息的氛围所感染，那场忘我快乐和激动的盛宴成为了他们永生难忘的宝贵经历。

然而，盛泽球迷协会的骨干们恐怕谁都没有想到，这次巨大的成功给协会带来的竟是四年来最严重的一场危机，后来的事实证明，这场危机差一点直接导致了盛泽球迷协会夭折。但危机的背后是商机。

其实，那年夏天，球迷协会在盛泽镇上已经声势显赫，有人敏锐地嗅到了协会身上巨大的商业价值。这种商业价值主要在两个方面，一是盛泽球迷协会的活动经过几年来的发展已经较为成熟，也有了群众基础，在盛泽极具人气；另一方面，盛泽球迷在上海也拥有了一定的知名度，而且，球迷协会挂在球场中的横幅可以通过中央台的转播传遍海内，这比任何广告都更加快捷有效。当时，一

个新的丝绸商城刚刚在盛泽建成，商城的老板发现了这个绝佳的广告机会，就提出希望将球迷协会收编，改名为盛泽商城球迷协会。如果协会同意被收编的话，无疑就是找到了“婆家”，再也不用像以前一样靠化缘和东拼西凑来维持运作，举办活动了。丝绸商城可以提供强有力的经济支持，同时，商城也会适当给协会的组织者一些回报。这是一个很诱人的条件，对于一直受困于经济瓶颈的球迷协会来说，实在是很难拒绝。面对选择，协会几个骨干意见出现了分歧，有人看准了商机跃跃欲试，而另一些人则希望坚持协会的独立性，远离商业化。球迷协会内部面临着分裂的危险。

此时，盛泽球迷协会不是唯一面临选择的球迷组织。在 90 年代中期滚滚的经济大潮中，在足球日益显现出它的经济价值时，对于中国球迷而言，尤其是对于习惯了艰苦和奉献的球迷骨干分子而言，球迷组织本身蕴藏的巨大商机让他们怦然心动。原本作为非营利性民间组织的球迷协会，面临着一个商机，却也是一个自我定义的危机。

盛泽球迷协会内部的分歧日益明显。一位副会长坚决主张收编改名，他的理由是无可厚非，对于一个依靠化缘，不赚取球迷一分钱的球迷协会而言，协会身上的广告价值是可以换取生存的最方便和最直接的资源，也是把组织办得更好的强心剂。另外，在他看来，在经济大潮和足球热潮中，球迷活动商业化的时机已经到来，而组织球迷看球也未尝不是一个可以发展的行业。坚持球迷协会的非商业性，是一种固步自封。

然而，面对天上掉下来的馅饼，盛泽球迷协会内的反对声音倒是占了主导。他们反对的理由是朴素而简单的：球迷的事业本来就是讲奉献的，绝对不该和金钱过分纠缠。如果把球迷协会商业化，拿到大额的赞助，球迷们也许会以为组织者中饱私囊，就很难把球迷团结在一起，球迷事业也无法持久。更重要的是，在职业联赛开始以后，金钱一方面刺激着球员的斗志，但另一方面，金钱的腐蚀性也逐渐显现。如果球迷组织都向钱看齐，而缺少了奉献的精神，中国足球怎么才可能提高呢？

这两种意见针锋相对，却各有各的道理。这并不是一种简单的义利之辩，更与道德无关。这是在一个时间点上，两种对球迷组织的不同理解，对于球迷组织应该怎么来办的两种方案。就在1995年，上海涌现出了数以百计企业冠名或者企业组织的球迷协会，整个球场中企业的横幅漫天飞扬。可是，即便如此，在那时大多数中国球迷的潜意识中，看球并不仅仅是一种个人爱好，而是与中国足球的命运紧密相连的一种奉献。看球，与一般的休闲活动不同，是有着崇高目标的。所以，将球迷组织商业化的想法，自然会遇到极大的阻力。在盛泽球迷协会内部，反对收编的声音占了上风，大多数的骨干还是选择了保持独立。

最终，盛泽球迷协会没有接受丝绸商城提出的方案，而商城并没有善罢甘休。9月10日的“京沪大战”，再一次向小镇盛泽的企业界证明了足球的巨大影响力。这时，盛泽球迷自身的影响力也达到了一个高峰。无限商机刺激着人们的商业敏感和政治智慧，盛泽球迷协会终于彻底分化了。“京沪大战”那庞大的球迷车队和火爆的赛场氛围，让盛泽球迷协会的一位新会员——也曾经是球迷协会化缘的对象——受到了巨大的震动，他决定绕开盛泽球迷协会，另起炉灶。但他自己并没有组织球迷协会的经验，也不知道怎样去上海联系票源和组织车辆，于是，他找到了球迷协会负责与上海联系的副会长，两人一拍即合，再加上原来就向他们抛出橄榄枝的丝绸商城提供了丰厚的经济支持，很快，几天之内，常住人口不过三万的盛泽镇出现了第二家球迷协会——盛泽丝绸商城球迷协会。而经历了四年风雨的盛泽球迷协会，则突然间陷入了困境，他们既失去了与上海方面的联系，又要面对一个财力雄厚的对手。在盛泽镇上，两家球迷协会开始了一场竞争，是非成败，生存还是终结，就看他们如何应对了。

当消息传到盛泽球迷协会骨干们耳中的时候，分裂已经在所难免了。当天晚上，骨干们集中到他们的大本营——顾问张山水父子的家中，商量对策。当然，最重要的就是要继续保证盛泽球迷到上海看球的活动不耽误。可是，上海方面的联系断了，摆在球迷协

会眼前的困难还真不小：一是他们每轮比赛都需要在赛前赴上海购买大量球票，在一票难求的 1995 年，那是谈何容易；第二，原来看球用的大巴，以及沿途的饮食休息等等都需要重新安排。第二天一早，会长顾忠平和副会长乔钧就坐上了前往上海的大巴，联系球票和饭店。一天之内，他们就把问题都解决了。他们和申花的票务直接取得了联系，而且找到了虹口足球场附近的小天鹅饭店落脚，这是上海有名的女球迷“阿二”开的饭店。

摆在球迷们面前的又一个困难是竞争。在盛泽镇上，他们必须面对一个有企业靠山的球迷协会的挑战。这时，距离盛泽球迷协会的成立已经接近四周年，而根据协会最初制定的章程，也应该换届选举了，并且一个副会长的位子也空了出来。可是，在危机中，会有谁来挑起这个担子，带领球迷协会走出困境呢？要渡过难关，就需要付出更为艰辛的努力。

## 乔钧印象

乔钧，盛泽人，但盛泽并非他的祖居。乔家是江苏省最北端的连云港市赣榆县的一个大家族。解放军南下的时候，他的父亲乔普民作为进步的青年学生，跟随共产党的队伍穿过了整个江苏省，来到了位于江苏省最南端的盛泽，并服从组织需要，留下来担任了镇上机关里的干部。不久后，乔钧的母亲陈世华带着大儿子乔竞也来到这里，并在当地的国营丝织厂里当起了工人。于是，全家开始定居在这水网密布、到处都是弄堂桥梁的江南古镇，居住在了南新桥边临水的一幢老房子中。他们是解放后绸都盛泽镇迎来的第一批新移民。

1954年11月，乔钧出生在盛泽，是家中的第二个儿子。从小，他在水乡的河边嬉戏，从古桥上跳水，在小河里游泳。没有东西吃的时候，就去河里捞鱼。在水边长大的乔钧，一直享受着水乡带给他的快乐以及时代带给他的不幸。他年幼时，父亲就因为历史错案而受到了不公正的对待，母亲一个人靠着厂里的工资把他们兄弟三个拉扯大。兄弟三人，既是外来的移民，又是地主的后代，不得不生活在人们的歧视中，处在社会的底层。乔钧从小就很聪明，从小学到初中，学习成绩一直名列前茅，然而，在讲究出身、讲究成分的年代里，对于一个有地主成分的孩子而言，学习成绩毫无用处，社会根本不会因此而公正对待他。1971年，刚刚初中毕业，乔钧就被



→西装革履的乔钧

剥夺了继续读书的权利。作为知识青年，他和盛泽镇上其他数百名年轻人一起被发配到了苏北盐城大丰县一个海边的农场，成为了江苏省建设兵团的一分子。在大丰的大中农场，他一待就是八年，度过了他人生最宝贵，也是最艰难的青春。即便是在远离了家乡的农场，阶级斗争的绳索也没有放松对乔钧的捆绑，到大丰以后，连里的指导员对他说的第一句话就是：“你要好好改造你的资产阶级世界观。”可惜，这个出生在建国后，生活在社会底层的小伙子，连一天的“资产阶级生活”都没有享受过。这句话让乔钧至今记忆犹新。八年的时间，乔钧在建设兵团长成了一个高高瘦瘦的小伙，种过棉花，开过拖拉机，在大冬天下河挖过泥，也上过业余大学，学习过马克思主义的政治经济学。

正是在苏北海边的大丰农场，年轻的乔钧结识了他后来的妻子，一位从常熟来的女知青——夏丽华；也正是在这淮海平原的草地上，他开始接触到了足球。五六十年代，水乡盛泽的镇区还是

河道纵横，孩子们从小和水打交道，接触足球的机会并不多。足球，也主要还是大城市里的游戏，在江南水乡并不流行。和小镇不同，农场是一个大世界。大中农场集中了一大批来自江苏各地的年轻人，操着不同的方言，也带来了不同的文化和生活习惯。在农场的乔钧，干完活，就和各地来的年轻朋友们在一起，学会了各地的方言，也了解了外面的世界。一群徐州来的知青，空余时间里经常在农场一望无际的大草地上踢球，这让乔钧对足球产生了最初的好感。

吃不饱肚子的时候度日如年，不过，八年的漫长征程还是如白驹过隙。1979年，在知识青年返乡的大潮中，乔钧离开了这个“战斗和生活过的地方”。知青们给农场留下了两条他们忍着饥寒挖出的人工河，也留给了农场他们最宝贵的青春和回忆。返回家乡盛泽以后，乔钧在国营染厂当上了一名“三班倒”的工人。第二年，他结婚了，有了自己的家庭，有了十几平方米的小公房，有了收音机，后来也有了12寸的黑白电视机。通过收音机和黑白电视机，年轻的他看到了苏永舜带领的那支国家队冲击世界杯决赛圈的悲壮历程和随后而来的1982年西班牙世界杯。足球深深吸引了他，让他颠倒时差，废寝忘食，很快他就成为了改革开放后第一批球迷中的一份子。

1982年10月，乔钧的儿子出生，不过，孩子出生时，乔钧却并没有守候在医院里，而是待在家里守在电视机前观看足球赛的转播。直到他母亲兴奋地从医院里跑回来向他报信：“生了，丽华生了，是儿子！”这时，乔钧才扔下电视机，抛开足球赛，用最快的速度冲到医院，去看自己刚刚出生的儿子。还好，在足球比赛时出生的儿子果然没有辜负父亲的期望，很小的时候就开始看球，中学的时候就是同学中有名的足球理论家，这是后话。

当“三班倒”工人的时候，乔钧已经迷上了足球，可是，球赛总是和“三班倒”的时间冲突。晚上的比赛总是在7点钟开始，可是乔钧一上中班，就得到8点才下班，比赛都打到下半场了。最初，每到球赛和工作相冲突的时候，乔钧就心猿意马，恨不得插翅飞回家。对乔钧来说，工作和看球，两者都重要，可是怎么才能两全其美呢？

终于,他想出了一个主意:那时候,染厂有一条规矩,工人工作一段时间之后,可以有半天的轮休,其实也就是四个小时,乔钧觉得这个轮休的时间可以好好利用。于是,胆大的他找到自己的车间主任,提出了自己的要求:把四小时的轮休分成四次,每次一小时,这样,7点他就可以赶回家看比赛了,比赛工作两不误。一小时一次的轮休,倒是乔钧的大发明。

1984年,染厂的领导找到了乔钧,想给他调换工作,把他分配到业务组去当业务员,他老大不乐意。当时看来,业务员工作没有固定时间,对于拖家带口的乔钧,实在不合适,也不稳定。不过领导看中了他头脑灵活、办事能干,好说歹说,终于把他劝服了。就这样,当了业务员的乔钧天天在生意场上游走,在很多乡镇的纺织工厂间周旋,从跑业务的新手变成跑业务的老手、能手,乔钧也就依靠着自己的努力成了在盛泽商海里摸爬滚打的最早成员之一,也是盛泽镇上最早依靠自己的业务能力成为万元户的人之一。在当业务员的时候,乔钧的业务量连续很多年都在厂里名列第一,也连续多年都被评为先进工作者。上世纪80年代,是改革开放后第一个淘金的时代,绸都盛泽就有不少人一夜之间暴富,不过,也有很多人暴富之后迅速堕落。从小生活在社会底层的乔钧把这些都看在眼里,而从底层出身的他谨守着自己父亲的座右铭——知足常乐,在生意上小心谨慎,在生活中也绝不铺张浪费。让他疯狂的,只有足球。

乔钧看球的历史可以追溯到农场的知青岁月,而看正规比赛始于80年代初看的电视转播。1986年,他开始出现在足球比赛的现场,变成看台球迷。乔钧的看台生涯就是从上海开始的。那时,乔钧还是染厂的业务员,常常被厂里派到上海出差。80年代往返于盛泽上海之间很不容易,去办一件事情就得过夜。乔钧总是早上一早出发,到上海把事情办得差不多以后,下午就坐公交车到江湾体育场看3点钟的比赛,然后再坐9路公交赶到虹口体育场看晚上的比赛。比赛完了,就在附近找那种很破旧的小旅馆住一夜,也就几元钱,晚饭就简单地吃个鱼香肉丝、小排汤之类的打发

掉。那时候，到上海去出差，对乔钧来说可是一个让他开心不已的美差。不过，跟乔钧一起被派到上海出差的人就不像他那么快活了。有一次，乔钧和一个同事一起到上海办事，过了中午，乔钧就失踪了，到了晚上八九点还没有回来。那位同事急得要命。那时，他们连传呼机都没有，当然，手机就更不用提了。他没法联系到乔钧，只能在旅馆里等着，急得像热锅上的蚂蚁，差一点就打 110 了。直到乔钧兴高采烈地跨进旅馆的房间，他才知道乔钧又去看球了。这位同事气得恨不得向领导告一状，再也不让乔钧来上海出差。不过好在乔钧看球并不误正事，这也是他作为球迷一贯的作风，生计、工作、责任，比起休闲娱乐来，总要重要得多。后来，乔钧甚至经常自己一个人专程跑到上海去看球，也省得别人口实。出差办事，顺便看球也成了乔钧的一种惯例。他去唐山联系业务，会抽空在北京看比赛； he 去大连考察，也会挤出半天去看大连万达的比赛。 he 去国内的一些大城市，当地的体育场是他必不可少的参观项目。

乔钧是一个理智的人， he 能分清主次，决不会为了看球不顾一切，最后弄得像鞍山球迷“罗西”、重庆球迷“小皮球”那样妻离子散。不过，理性看球是 he 对球的态度，而在看球的过程中，则是他情感投入最强烈、最疯狂的行动，在看台上， he 会忘乎所以，用尽全力为球队加油助威。1988 年，高丰文带领的中国国奥队打进了汉城奥运会的决赛圈，这是中国足球历史上第一次冲出亚洲。当柳海光在东京顶入那个具有历史意义的头球后，为了庆祝胜利，乔钧将早就准备好的鞭炮拿出来，正要点起来，却找不到挂鞭炮的支架。这时候，情绪高昂的他已经顾不了许多，直接就把鞭炮挂到了新买来的永久牌自行车上。噼噼啪啪一阵鞭炮声过后，全新的自行车已经被炸得体无完肤，面目全非。要知道，一辆崭新的永久牌自行车在当时人们心目中的地位，丝毫不亚于今天的帕萨特、索纳特呢。不过，乔钧对此却并不后悔，为了庆祝中国足球的胜利，这点牺牲算得了什么呢？

乔钧并不是盛泽球迷协会的发起人。当时，乔钧所在的炼染二厂的工会主席曾仲明比较早地知道了顾忠平等人的要创建球迷协会

的计划,他也知道乔钧是个铁杆球迷,就把消息告诉了乔钧。乔钧听到这件事后十分兴奋,主动表示愿意帮忙出力。于是,曾仲明就把乔钧介绍给了顾忠平等。就这样,乔钧成为了组建盛泽球迷协会的骨干之一。正如前面所说,由于他是国营大厂的业务员,和盛泽各大企业的经营者都有接触,就被球迷协会委以拉赞助的重任,前前后后功劳卓著。1991年7月,盛泽球迷第一次包车赴上海观看万宝路杯国际足球邀请赛之前,乔钧就拉到了接近三千元的经费,让球迷们在第一次出发前得以购买锣鼓,制造出自己的声势。而最初的球迷服,则是他买来白色T恤后自己重新拿到染厂去染色,印上“盛泽球迷”字样的。到11月球迷协会正式成立前,乔钧和他的朋友们拉到了一万多元的赞助,让球迷协会最初的活动有了经费上的保证。而11月初,为了给球迷协会的成立献礼,乔钧又自告奋勇,前往上海参加了柳海光的告别赛,搞到了整整一本子签名。于是,球迷协会成立的时候,乔钧被选为副会长,任务就是外联,拉赞助。

经费问题总是长期困扰着球迷协会这样的民间组织。拉赞助是组织民间团体过程中最不好做的工作。乔钧对此深有感触。一开始,为了筹集协会启动需要的资金,他跑遍了盛泽的各大工厂。90年代初,工厂主要还是国营企业,拉赞助相对比较容易,一般来说,如果关系过硬,厂长、经理或多或少会给一点“施舍”,多则上千,少则数百。不过,这样的赞助一般都是看面子,单位也并没有要求回报。不过,用乔钧自己的话来说:“这样的赞助完全出于公益,没有任何回报。一开始,别人看在你的面子上给你一些,可是,拉赞助不是一次两次的事情,盛泽镇上也就那么多企业,当你第二次去的时候,对方可能就会向你大倒苦水了,第一次给一千的,第二次也许就会只给三百,这样,你也就不好意思再去第三次了。”赞助的路子总是越走越窄,盛泽球迷协会和其他非营利性民间组织一样,总是为经费所掣肘。然而,深知这一苦楚的乔钧却是最反对将球迷协会和商业活动挂钩的人,他宁可费尽心力去“化缘”讨“施舍”,也不愿意通过球迷协会赚球迷的钱或者搞创收。乔

钩虽然是生意人，可是作为球迷，他是一个纯粹的奉献论者。在他看来，球迷就是奉献，为了中国足球奉献自己的力量，做球迷工作，更不应该从中牟利。所以，去拉赞助，他最担心的就是被人误会从中渔利，所以每次都特别小心，一切都对协会成员公开。按他的想法，如果协会的组织者中饱私囊，那协会就不会有威信，对于一个本来就缺乏强制约束力的民间组织来说，威信就是生命，失去威信的话，协会肯定无法生存下去。

在 1995 年盛泽球迷协会分裂前后，资金来源问题成了导致协会分裂的最重要原因。1995 年甲 A 最火爆的时候，盛泽球迷协会在上海和盛泽都取得了前所未有的成功，却依旧维持着原来“化缘”式的经济支持方式。协会变得红火了，经费上却更举步维艰了，因为要去看球的人数倍于以往，组织成本也大大上升。球迷协会背后蕴藏的商机被越来越多的人发现和加以利用。在上海的赛场上，一年之内新兴的球迷协会比比皆是，但大多数都打了企业的旗号，他们的横幅和旗帜都是最佳的免费广告。对于盛泽球迷协会这样已经有着四年经验、又有影响力的协会而言，商机显然更让人垂涎欲滴。其实，早在 80 年代中后期，辽宁和四川的几位球迷领袖就尝试过球迷活动的商业化，只不过收效并不明显。而到了 1995 年，全国有一些已经知名的球迷协会发现了球迷协会的生财之道，而一些著名球迷则利用自己的名声拿起了看球的出场费，或者成为了企业的推销员，像所谓的球迷皇帝“罗西”，早就有了自己的商业合同，他的形象都有公司来包装，当然，出场费和好处费都是少不了的。重庆球迷“小皮球”也一样，在 1995 年，看球都有出场费。当有人看中名声，有人看中金钱，有人坚持球迷活动的纯洁性，盛泽球迷协会的分化已经无法避免。

在球迷协会分化的时候，乔钩坚决主张维持球迷协会纯洁性，他的意见被大家所认同和接受。可是，乔钩坚决反对球迷协会走商业化的路子，原因究竟何在呢？为什么他会一直坚持把球迷活动作为一种奉献呢？其实，这些都与他的一次经历有关。

早在 80 年代后期，有一次，乔钩只身一人在上海看球的时候，

他在陈旧的江湾体育场门口遇到过一个来自江苏启东的球迷。那天乔钩很早来到了球场，离比赛开始还有一段时间。体育场门庭冷落，几乎没什么人。乔钩一眼就发现了那个穿着打了补丁裤子的球迷，似乎在等待着什么。时间还早，乔钩就和他攀谈起来。凭着在农场学来的南通方言和对足球的共同热情，他们聊得十分投机。这次谈话让乔钩迄今念念不忘，而这个穿着破烂的球迷，则成了乔钩看球生涯里唯一的球迷偶像。他是一个普通的国营工厂的工人，大龄未婚男青年，除了看球，没有别的爱好。他把自己生活必需之外的全部收入都用在了看球上。一旦有比赛，他就会从启东渡江来上海。他独来独往。比赛之前，他总是很早到球场，比球队还早，在球场外等待球队的到来；而比赛之后，他则总是守候在球队的出口。他不单看比赛，连球队的训练他都想尽一切办法观看。每年春节前后春训的时候，他还一个人跑到昆明的海埂基地去看国家队和各地方队训练，钱都花在了路费上，连住旅馆的钱都没有，于是就只能在基地外露宿。其实，他根本进不了训练场，就只能在外面苦苦守候。他的看球苦旅让他收获了数不清的中国足球领军人物和球员们的签名，甚至还有合影留念。这些东西是他的财富，每次外出看球都携带在身边。当他骄傲地把他的宝贝展示给乔钩的时候，乔钩惊呆了。在他看来，那些球员、教练和足协官员都是遥不可及的，而眼前这个穿着破烂的年轻人居然都直接见过面，他有国家队全体队员的签名，有合影，有对中国足球的一片痴心，有那么富足的精神生活！从这个球迷身上，乔钩看到了中国足球的希望，也看到了球迷的精神力量。在他看来，中国球迷的精神就是一种奉献的精神，他们付出努力，付出情感，只是想换回中国足球的提高和进步，只是要换回精神上的满足。这次以后，乔钩并没有再见到这位球迷，也不知道他以后如何，不过，这个球迷给乔钩提供了一种精神的动力，总是把球迷的利益放在第一位。很多年以后，在接受媒体采访的时候，乔钩谈起了这件事，他说：“在他身上，我看到了球迷的清苦和热情。而且，在我这么多年来接触的球迷圈子中，真正的铁杆球迷大多来自于工人阶层，这



↑1993年，乔钧接受记者采访

些球迷在经济上往往不宽裕，对他们来说，看球是生活中重要的组成部分，他们做的一切都是出于对足球的热爱，根本没有任何赚钱的企图。所以，球迷协会的组织者绝不能把钱放在第一位，更不能想着赚球迷的钱，否则就对不起这些清苦的球迷，一定会失去球迷的心。没有钱，可以想办法，但是，如果失去球迷的心，那就完了。”

盛泽球迷协会分裂两个月后，1995年11月，正值盛泽球迷协会成立四周年，按照协会的章程，这是协会进行改选的时候，这时，乔钧被大家选为新一任的会长。不过，这是协会最困难的时候，当会长并不是一件容易的事，既要面临财大气粗的对手的竞争，又要苦苦维持球迷协会的资金和人气。

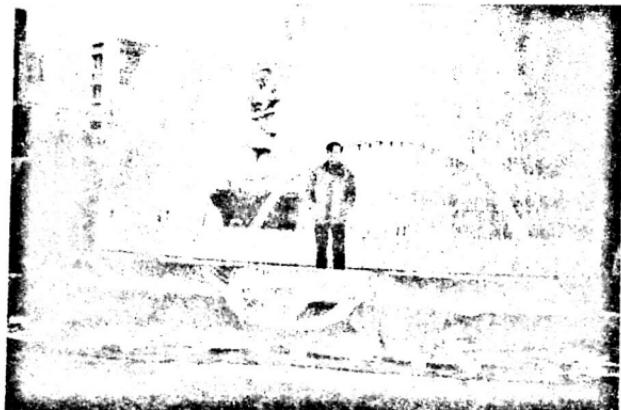
乔钧走马上任后的第一项任务，就是组织球迷到现场观看上海申花和山东泰山之间进行的足协杯决赛。在此之前，11月5日，在甲A联赛中，上海申花正是凭借3：1的比分战胜山东泰山，提前两轮摘得了联赛的桂冠。三周之后，两队就要在南京的五台山体育场再度交手，角逐杯赛王者之位。势头如日中天的申花队当然想

要成就双冠王的伟业。自然,这场比赛在上海更是引发了一股新的热潮,也受到全国球迷的瞩目。几乎所有上海球迷都认为申花队拿下足协杯不在话下,因此,数万名上海球迷从陆路、水路甚至从空中涌到了南京。一时间,整个南京的大街上到处都是“阿拉上海人”的喧嚣。不少旅行社都瞅准了商机,买走了大量球票,组织旅游团体到南京看球旅游。当时,上海到南京的沪宁高速公路还没有修建,火车也没有提速,从上海到南京坐火车要五个小时。从盛泽去南京连火车也没有,只能坐汽车,路上要七个半小时。不过,在盛泽,足协杯决赛又一次引发了人们的激情,很多人找到乔钩,要求到现场看球。由于比赛地在南京,盛泽球迷协会还没有踏上过江苏省会的球场,这次,乔钩下定决心,一定要一炮打响。于是,比赛开始前一周,乔钩就自己赶到南京,为球迷们解决球票问题。最终成行的时候,盛泽去了整整一辆大巴的球迷。比赛当天,盛泽球迷们经过七个半小时的长途跋涉,终于在傍晚赶到南京,吃饭以后,球迷们很早进了球场,挂起了江苏盛泽球迷协会的横幅。这下可好,不一会儿,好几个南京的球迷找上门来,其中带头的人直奔会长乔钩而来,一把握住他的手,动情地说:“可把你们盼来啦!”乔钩和此人素昧平生,心里正纳闷呢,对方介绍身份之后,乔钩才明白,原来对方是南京小林球迷会的会长林庆华。林庆华人称小林,是南京地区最著名的球迷,他麾下的小林球迷会则是南京最早的球迷协会之一,也是南京球迷中威信最高的中坚力量。一句“把你们盼来了”,一方面固然是因为久仰盛泽球迷的大名,同为江苏球迷,自然希望一见;不过,另一方面,这也有点代表南京球迷向盛泽球迷兴师问罪之意。原来,1994、1995年,盛泽球迷协会在上海滩声名鹊起,特别是他们的旗帜、标语、横幅经过中央电视台的现场直播,传遍全国,当然也传到了南京球迷的耳中。盛泽球迷的尴尬身份让南京球迷颇有微词。他们认为,盛泽属于江苏,盛泽球迷却一直到上海看球,给上海申花加油助威,对江苏足球却缺少关注。这几年来,盛泽球迷数十次往返于上海和盛泽之间,没有来过南京,四年米,这才是头一次,这唯一一次,还是追随申花

队来的。乔钧向小林解释了盛泽球迷面临的交通问题和地缘因素，更重要的是，这几年来在上海看球所形成的情感，都是他们选择上海申花的原因。毕竟天下球迷是一家，小林的这场“问罪”，经过乔钧一解释，也就释然了。何况小林球迷会和盛泽球迷协会相互都是慕名已久，很快，球迷们就打成了一片。这次，小林球迷会也和盛泽人站在同一阵营，为申花助威。可惜的是，盛泽球迷第一次远征南京，迎来的却是一场失败，一场意料之外的完败。上海申花最终以0：2输给了山东泰山，与双冠王失之交臂。盛泽球迷失望而归。比赛一结束，他们就登上大巴，连夜赶回盛泽，一路上又是六个多小时，等他们到家的时候，初冬的晨雾已蒙蒙。不过，虽然没有看到期待中的胜利，他们也所行不虚，一方面，小林的一句“可把你们盼来了”，让盛泽人心里好不快活；另一方面，在南京结交到了新的球迷朋友，也确是幸事。

可是，从南京回来后，乔钧又陷入了苦苦思索中，因为南京之行的所得并不能改变他面临的困境——经费短缺。

此时，盛泽两个球迷协会的横幅和旗帜同时飘扬在上海的足球场中，竞争不可避免。丝绸商城球迷协会凭借他们的经济后盾，一方面吸引盛泽球迷改换门户，另一方面又和上海的几个媒体打



→乔钧摄于盛  
泽球迷大旗前



→盛泽球迷大旗

得火热，还将足球节目主持人请到盛泽，很是风光。球迷分流了一部分，队伍没有以前那么庞大了，乔钧着了急，迫切地感到需要想办法来造声势，拉人气。可是，该怎么办呢？虽然没读过大学，可是乔钧绝对是一个能人，办法不少。对手有钱，乔钧有什么呢？他灵机一动，想到了一个好主意。上海滩此时球迷协会林立，要想出人头地首先就得扩大自己协会的影响力。光靠锣鼓是不行的，要吸引更多的眼球，就得做更大的旗帜。旗帜越大，影响力也就越大。做旗帜所需要的无非就是布料，那时乔钧已经自己开了个纺织品的贸易公司，公司虽然不大，可是拿点布出来，还是小菜一碟。有了主意，乔钧很快组织人动手做了起来。一个星期之后，一面覆盖大半个看台的巨型旗帜就出现在了虹口体育场上，成为了虹口的一景。那幅大旗用掉了乔钧 176 米布，做成之后面积达到 144 平方米。不过，盛泽球迷并没有用这面旗帜给自己做广告，上面只写了四个大字——“中国球迷”，只在右下角放了很小的落款“江苏”。

盛泽”。这面旗帜能遮盖住大半个看台，比赛时没办法打开，球迷们就在中场休息的时候把大旗展开，让一个看台的球迷都盖在了大旗之下，引起了整个球场的轰动，于是，球迷们开始把大旗传到别的看台，就这样，中场休息的 15 分钟，这面向世人宣告中国球迷力量的大旗在体育场的看台上绕了一个圈，球迷们举着大旗，就如同做了一次大人浪。还有一次，盛泽球迷带着这面大旗去看球，正好下起大雨，球迷们展开大旗，躲在下面，面面相觑，真是其乐也融融。这面完全非商业的大旗，一方面，盖住了对手的声势，更重要的是，它告诉球迷们，中国球迷是一个整体，而对球迷来说，足球就是快乐！

与此同时，盛泽球迷协会的另外一招是塑造自己的旗手。乔钧成为了球迷协会推出的一张名片——不久，他就成为了上海滩上有名的盛泽球迷“乔老爷”。经过乔钧和同伴们的努力，盛泽球迷协会不仅渡过了最艰苦的岁月，还取得了巨大的成功。

## 球迷明星——“乔老爷”

从上世纪 80 年代末开始,虽然中国足球涌现出的一流球星并不多,却出现了一批球迷明星。特别是在一些成立较早的球迷协会,球迷明星也提升了他们协会的知名度。比如辽宁的鞍山球迷协会,他们很早就推出了“球迷皇帝罗西”的品牌。尽管我们承认,作为一个个体的球迷,原名李文刚的“罗西”对足球十分痴迷,早期是在鞍山的球迷角以足球演说出名,但是,他在全国范围内的声名鹊起更大程度上是得益于他很早就接受辽宁某公司对他的包装、炒作和推广。“球迷皇帝”这一自封称号极具煽动力。他去外地看球,有人赞助;他的牛仔装束,也有人设计;特别是每次中国足球的大场面,他都到场为自己赚取出镜率。在一个球迷群体的自我意识正在形成的特殊阶段,球迷明星是一个市场真空,因此“罗西”得到了超过自身价值的关注度。虽然他的事迹并不值得夸耀和骄傲,但他却在中国足球历史上留下了浓重的一笔。虽然后来由于“罗西”仅仅出现在重大比赛的现场而为人所诟病,鞍山球迷日益反感“罗西”的所作所为,然而,毋庸置疑,“罗西”这张品牌为鞍山球迷协会的知名度提升做出了无可否认的贡献。他也成了中国足球在一个特定历史阶段的一个现象。当然,“罗西”出名的现象,也成了很多球迷明星的先例和样本。

“罗西”是一个炒作出来的典型,但中国的球迷明星更多的是



←“乔老爷”敲锣为申花助威

靠着自身在周围球迷中的号召力而逐渐获得媒体的认可，进而获取知名度的。比如说锦州球迷协会的“小地主”贾宝庆，重庆球迷协会的“小皮球”唐厚才，沈阳球迷协会的“球迷司令”黄祖刚。在上海滩，虽然涌现出了一些知名球迷，如出名较早的“长脚”伏谊庆和球迷“老羊”，但上海的球迷协会普遍兴起较晚，规模不大，也就相对缺乏打造明星球迷的意识，一直没有出现有全国号召力的明星。

一个人如果要成为明星球迷，大概几方面的条件不可或缺：首先是他身边有一个具有影响力的球迷团队，并且本人能在这个团队中具有号召力，明星球迷与协会往往能形成良性的互动；其二是他必须对足球足够狂热，在球场上能够调动起整个看台的气氛；其三是必须有一个响亮的名号，又有独特的形象。

在盛泽球迷协会的会员中，最能符合这些特质的，是乔钧。乔钧是盛泽球迷协会最早的骨干之一，也在这些年中凭借自己的努力赢得了球迷的信任，这是第一条。第二，乔钧虽然只是一个生意人，

但他在球场上的表现可以用疯狂来形容，到了赛场上，他会把一切生意场上的成敗得失都抛在脑后，要么奋力捶鼓，要么发动球迷一起呐喊，丝毫不看不出平时的斯文样。球迷们也知道他的行为方式，所以，还没有当会长的时候，在场上，他就是看台的一道风景。第三，乔鈞的姓氏算是决定性的因素。要成为著名球迷，名号的响亮、简单、容易被人记住是很重要的一点。比如“罗西”，恐怕很少人知道他的原名叫李文刚。现在，知道乔鈞本名的球迷恐怕也不多。本来，姓乔的有一定声望的男人总是很自然地被人称作“乔老爷”，盛泽球迷打出“乔老爷”这张牌，就是因为“乔老爷”这个外号简单顺口，又深入人心。

决定打出这张牌以后，球迷协会给“乔老爷”用深红色锦缎做了飘带，写上“盛泽球迷乔老爷”的字样，每次去看球，乔鈞就把飘带斜挎在身上，煞是引人注目，就像被评了什么大奖一样。一根飘带当然不足以让“乔老爷”在球场里走红，乔鈞另外还有一个走红的绝招，就是他的肋骨秀。乔鈞本来身材颀长，看起来文质彬彬，但



↑“乔老爷”赤膊上阵，瞧这一身“排骨”



← 学生向“乔老爷”索要签名

是他在看台上激情澎湃，总是指挥球迷们打锣敲鼓，或者自己上阵打鼓，遇到场面紧张激动人心的时候，他就会在看台边忘乎所以，甚至会脱掉上衣，赤裸上身，可是，那个时候他一脱衣服，身上的肋骨就根根凸出。整个看台，大家都看着这一身肋骨，觉得滑稽，也就开心地跟着呐喊，倒是成了虹口体育场的一景。乔钧一脱衣服，所在看台的声势就会大盛。有一次，乔钧刚脱掉衣服，申花就进了球，这一下，“乔老爷”算是脱出了效果，也“一脱闻名”。不过，有了成功的先例，后来，到了申花攻势如潮，群情激越之时，很多球迷就会一起高呼“乔老爷赤膊”的口号，乔钧倒是被弄得哭笑不得。不过，乔钧45岁发福以后，那身排骨就只留在了昔日的报纸上，只能回忆了。

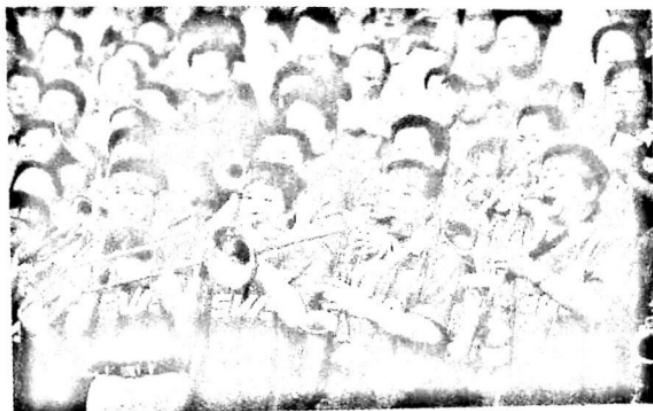
自从乔钧当会长以来，面对一个数百人的大摊子，他深知，钱真的很重要。很多球迷协会没能坚持下去，往往是倒在了钱的门槛上。乔钧下定决心，不计报酬地要把球迷协会搞好，他到处拉赞助，不够的时候，还得自己贴上，于是成了一个“三贴会长”：贴钱、贴汗、贴力。乔钧从小生活在社会的最底层，依靠自己的勤奋和拼搏才有了事业上一点小小的成绩，成了镇上比较早富起来的一拨人。但是，在生活中，他依旧是十分节俭，出去办事情也总是一切从俭，从不浪费。然而，在做球迷活动时，他却十分舍得花钱。甚至有时

协会账上经费紧张,而出去看球又要租车,他从不想把钱摊在球迷头上,就咬咬牙自己给补上。按照他的想法,在组织球迷活动中,最忌讳的就是到处都要球迷自己掏钱,人多嘴杂,很容易做砸了协会的招牌。除了看球之外,乔钧自己每年跑上海也要十多次,联系球票,参加球迷活动等等,别说没有出差补贴,就连每次的路费他都是自掏腰包,从不在协会的账里报销一分钱。也幸亏乔钧是个业务员,工作就是走南闯北,时间比较自由,即便这样,球迷协会的工作还是分散了乔钧很大的精力。上世纪 90 年代末,镇上搞开发区,提携民营经济,乔钧本来可以利用这个机会开工厂,可是,那个时候正是球迷协会最红火、最热闹,也最需要他投入的时候,他又要做生意,又要搞球迷协会,顾不过来,错过了扩大事业的最好机会。确实,后来的事实证明,利用这个时机建立的企业成为了盛泽最初的一批民营企业,并得到了最好的发展机会。可以说,为了报答球迷的信任,为了把协会搞好,也为了在基层上给心爱的中国足球做点贡献,乔钧在这方面真是不计血本。不过,“失之东隅,收之桑榆”,错过了不少发财机会的乔钧,倒是在球迷协会上找到了自己人生最大的成功。

## 球迷·球迷协会现象

1996年，经过了变革的盛泽球迷协会在上海的声望与日俱增，同时，他们的对手，盛泽丝绸商城球迷协会却遭受了毁灭性的打击。面对日益严重的利用球迷协会做商业广告的现象，中国足协出台了一个规定，体育场内不准悬挂标有企业名称的球迷协会横幅。这样一来，商城球迷协会赖以建立和发展的基础——广告价值几乎丧失了，很快，赞助人开始撤下了对协会的经济支持，不久，这个在盛泽镇上轰动一时的新贵组织就败下阵来，所以，这场竞争持续了还不到一年。经过这次风波和竞争，盛泽球迷协会迎来了更光明的前景。很快，球迷协会的正式会员也发展到五百多人，这也许是对他们坚持足球纯洁性的最好回报。商城球迷协会的命运似乎也印证了乔钧的一个观点，做球迷工作，没有奉献精神是不能长久的。

虽然1996年徐根宝带领的上海申花经历了七连平的尴尬，最终没有能够把冠军奖杯留在上海，但是，上海的足球热依然在继续，并且愈演愈烈。盛泽球迷协会的声望也随之达到了一个顶点。当了会长的乔钧在看台上“英勇非凡”，盛泽球迷制作的大旗惊艳亮相，对手垮台后，球迷回归，球迷队伍也日益庞大。1996年，盛泽球迷协会和一比六球迷协会继续保持合作，建立了“攻守同盟”。与他们一起调动球场气氛的，还有来自上海钢琴公司的球迷乐队。他



→球迷乐队

们所在的 10 号看台总是整个虹口体育场最热闹、也最有秩序的看台。有一次,吴江的一位市领导也随球迷协会来上海看球,乔钧将他安排在主席台上,不过,不到半场,他就待不住了,自己溜回了 10 号看台,和球迷们一起呐喊,一起疯狂。他说,在 10 号看台,才有现场看球的气氛。

盛泽球迷协会在看台上与一比六球迷协会通力合作,在场外也情同手足。1996 年 4 月 8 日,盛泽球迷热情邀请了一比六球迷协会来到盛泽做客,联络感情。在联谊会上,乔钧与王勇飞分别代表两地球迷致辞,接下来,大家很自然地热烈探讨起中国足球的未来和出路。联谊会结束后,两地球迷还各出一队,在盛泽丝绸中专的球场上“真刀真枪”地比赛了一场。此役双方各出 7 员战将,比赛时间为 60 分钟。盛泽队由秘书长张深任队长,被戏称为“盛泽马拉多纳”的他带领自己的球队,凭借着天时、地利、人和之便,频频向客队发起一浪高过一浪的进攻,而防守上则是贯彻了“抢逼围”的战术。一比六球迷协会带来的队伍技术高超,其中还有原来的专业运动员,不过,习惯了标准足球场的他们显然对脚下的小球场不太适应,他们的短传渗透往往在盛泽队的逼抢下无功而返,后防线却漏洞百出。比赛还剩 10 分钟的时候,主队已经 5 : 1



↑盛泽球迷队队员合影

领先。这下可把双方观战的协会领导们给急坏了，再进一个球，一比六球迷协会就真的要以 1 : 6 的惨剧收场。乔钧当然明白，这样的比赛肯定是友谊第一，总得给对方留点面子，他很快跟球队打了招呼，要大家悠着点。最后，一比六球迷们带着 1 : 5 的比分离开了盛泽。这也是盛泽球迷最得意的往事之一。

随着足球热持续升温，球迷成为了当时最重要的社会现象之一，也开始被各大媒体关注。《新民体育报》的球迷版面曾经牵头发起了一项在上海轰动一时的“天天渔港球迷论坛”系列活动，很多球迷都来参与，也邀请了上海市的诸多名人，每个星期在天天渔港进行辩论和讨论。那时，一提起天天渔港，上海的出租车司机都知道，那是球迷开会的地方。1996 年初，球迷论坛把盛泽球迷也请了去，旁听上海市公安局团委辩论队和华东理工大学基一队关于中国足球队主教练问题的辩论，整个会场座无缺席。而乔钧还应邀担任了评委，一同出任评委的还有作家俞天白、话剧演员魏启明、《新民晚报》记者强荧和葛爱萍。这是乔钧第一次以“上海滩著名球迷



↑《新民体育报》记者与盛泽球迷新春研讨会

“乔老爷”的身份出席活动，第一次享受到了名人的待遇。

就在 1996 年的 6 月 30 日，《新民晚报》用了整整一个版面，刊登了记者朱全弟的一篇通讯，名为《超级大球迷》，在这篇文章中，“乔老爷”和“长脚”、“老羊”、巾帼球迷“阿二”四人并列为上海滩的超级大球迷。这篇文章里还记录了“乔老爷”的一段轶事：

那是 1995 年夏天，上海申花主场 3 : 0 横扫大连万达，“乔老爷”(不过那时候“乔老爷”的名号还没有正式推出)过于兴奋，扯开喉咙大喊，不小心把一颗假门牙崩掉了。没了门牙挡风，叫也叫不响。于是他着急地低下头到处寻找，嘴上喊道：“我牙齿没了。”不过，他少了牙齿，说话漏风，而吴方言里，“牙齿”的发音和“戒指”差不多，上海球迷误听为“戒指没了”，结果整个看台上的球迷都低下头去帮“乔老爷”找金戒指。用记者朱全弟的话来说，好像那时虹口体育场的看台上长满了黄金一般。球市热闹非凡，球迷的心连着心，真是上海足球的黄金时代。“乔老爷”寻“戒指”，寻到的是上海球迷与盛泽球迷互助一心的真情。

1996 年的 7 月，“乔老爷”接到了来自上海人民广播电台 990 频率《球迷俱乐部》节目主持人海波的邀请，请他去电台里做直播嘉宾。《球迷俱乐部》是一档长达 1 小时的直播节目，每周日晚 9 点播出。乔钧参加直播那天正好是足协杯赛上海申花主场对大连万达的第二回合比赛。在双方第一回合的比赛中，申花在大连以 1 : 4 的大比分败北。回到主场，申花晋级的希望已经很小。但是，盛泽球迷还是一如既往地组织起了一支上百人的助威团，来到虹口为申花加油呐喊。时值三伏酷暑，中午的气温高达 39℃。比赛在下午 4 点半开球，盛泽球迷中午 12 点整就从盛泽镇中心的东方广场出发了。因为经济困难，球迷乘坐的大巴没有空调，在烈日中行进，活像一个大蒸笼。车里几乎所有的球迷都热得脱掉了上衣，赤膊上阵。热虽热，大家却兴高采烈，一路上都跟随着“排骨乔老爷”的指挥，不时齐声高唱一曲，或者敲锣打鼓，整个行程中，还不时有球迷起来高声发表自己对球赛的看法，引起附和或者反对之声阵阵。经过了三个多小时的热浪煎熬，4 点前，球迷们来到了虹口体育场。刚坐下不久，老天爷就变了脸，一阵暴雨不期而至，一个劲地下了个把小时，气温一下子直降了十来度。大家都只好躲到了协会制作的 144 平方米的“中国球迷”旗下。不过比赛一开始，球迷们就全都顾不得雨水，观看比赛要紧了。暴雨浇灭了热浪，也把球迷们都浇成了落汤鸡，一个个在飕飕的凉风中瑟瑟发抖，不过冷得发抖的盛泽球迷还是制造了如虹的气势。这场足协杯比赛，由于申花翻盘无望，赛前半小时又突降暴雨，球场上座率很低，盛泽球迷成了场边声势的发源地。而湿漉漉的“中国球迷”的大旗，也在这场比赛中将球迷的痴心与精神展现得淋漓尽致。不负球迷的痴心，申花队在滂沱大雨中打出了那一年里少有的气势，最终以 2 : 0 战胜了对手，虽然不能改变被淘汰的命运，却赢得了球迷的心。比赛之后，球迷们简单地吃了点东西，登上大巴赶回盛泽。会长乔钧和秘书长张深则一同去了上海人民广播电台位于外滩的《球迷俱乐部》直播现场。

对于乔钧和张深两人来说，这第一次“触电”的经历并不那么

美妙。他们刚刚在蒸笼一般的大巴里赶路赶了近四个小时，又遭遇了瓢泼大雨，整个人像从水里捞出来的一般。到了电台，新鲜劲儿还没过，两人就叫苦不迭。因为是直播间，空调的温度一直维持在20℃。两人刚进去，就冷得发抖，嘴唇牙齿都上下打颤。所以，这期节目里，两个嘉宾说话都抖抖瑟瑟，倒不是因为紧张，而是因为寒冷，尤其是年纪相对较大的乔钧，这现象更是严重。回到盛泽之后，一向身体很好的乔钧也发了烧。他们做节目时最大的愿望，大概就是早点离开这个“寒冷”的直播室。不过，直播节目中上海球迷打来的电话让两位盛泽球迷心中充满了温暖。第一个打进电话的就是一位上海老球迷，他也在现场看了比赛，打电话来就是为了慰问远道而来的盛泽球迷，他说：“那么大的风，那么大的雨，盛泽球迷那么老远赶过来，坚持看球，真是好样的，他们的精神让人感动！”那天晚上的直播节目，几乎成为了上海球迷对“球迷外援”的表彰会，所有打进电话的球迷都不忘给盛泽朋友加油鼓劲，也都表达了他们对盛泽人的感谢。这场比赛，这次节目，让盛泽和上海两地球迷的心贴得更近，也更坚定了乔钧对做好球迷工作的信心和决心。

1996年和1997年，盛泽球迷协会和球迷“乔老爷”的声望都与日俱增，他们开始成为上海媒体的宠儿，出现在上海各大媒体的报道中，有专访，有通讯，有球评，也有各种与媒体的联谊活动。1996年春天，乔钧应《新民体育报》主编徐世平之约，到《新民晚报》社做客，与新闻记者们座谈。乔钧自己从上世纪80年代初就订阅《新民晚报》，作为《新民晚报》的忠实读者，这次做客让乔钧也非常激动。徐世平就是上海体育新闻界赫赫有名的球评家“万古球”，他的文章也是乔钧的最爱。在晚报社，他还遇到了另一位球评家“秦天”。当时“秦天”每周都在《新民晚报》的体育版写球评，文笔老辣，分析精到，在球迷圈中很有影响。这一见面，乔钧才发现“秦天”原来也是吴江人。从《新民体育报》开始，《解放日报》、《文汇报》、东方电视台、上海电台、《体坛纵横》、《体育时报》、《中国体育报》、中央电视台相继来访，盛泽球迷和“乔老爷”结识了很

多新闻界的朋友，也通过新闻界的桥梁，和全国很多球迷结下了友谊。1996年12月，乔钧应邀参加了当年上海的球迷文化研讨会，成立不久的半官方组织上海市球迷协会还邀请他到会发言，向上海球迷传授球迷协会组织和管理的经验。

同时，乔钧坚持球迷协会纯洁性的主张也得到了最好的回报，没有被企业收编，不为企业做广告的盛泽球迷协会，已成为盛泽这个经济迅速腾飞的丝绸之都的一张名片。“无心插柳柳成荫”，他们的活动大大提高了江苏盛泽的知名度，这也实现了他们成立之初提出的“爱家乡”的宗旨。

当盛泽人的旗帜在球场飘扬的时候，盛泽球迷的身影出现在各大媒体的时候，也许看到的人都要问一问：“盛泽在哪里？”申花队的第一任董事长曾经跟盛泽球迷说，他去香港访问时曾经拜见过香港奥委会主席霍震霆先生。当时霍先生就问他：“盛泽在哪里？盛泽球迷协会好像是你们申花队最忠实的球迷，每次都看到他们的旗号。”盛泽镇的领导们也都不乏这样的经历，据说，有一次，盛泽的一位镇长到台湾访问，对方也问起盛泽球迷协会的事情，因为他们都在电视里看到盛泽球迷协会的横幅。甚至可以这样说，对于很多外地人来说，盛泽球迷协会往往是他们接触盛泽的第一印象。还有一次，在盛泽邮局工作的顾忠平接待了一位来寄包裹的台湾老人，偶然间谈起了盛泽球迷协会。老人鬓发苍苍，却一口盛泽的乡音未改。原来，老人赴台以后，对家乡一直念念不忘，经常向周围的人介绍盛泽，说盛泽是鱼米之乡、丝绸之都，地灵人杰，但听者总是没有感觉。盛泽毕竟太小，知名度并不高。有一回，老人与朋友们观看香港卫视体育转播的甲A联赛，在电视机屏幕上突然看到了“江苏盛泽球迷协会”那条醒目的横幅，老人激动地喊：“这就是我的家乡！这些是我家乡的球迷！”就这样，老人的思乡之情被唤醒了！离开了家乡已经半个世纪，从未回去探访过，于是，老人终于下定决心，回故乡一次。叶落归根的老人对球迷协会感激不尽，他说，如果不是看到电视里闪过的盛泽两字，也许他这辈子也不会回来了。

盛泽球迷协会的知名度还给会员们带来了意想不到的荣誉。

在那时,整个盛泽,球迷协会可以算是一个明星组织,他们既组织球迷外出看球,又组织球队参加吴江的联赛,每周还有训练,不时还踢友谊赛。很多踢球的中学生、小学生,都希望能够加入他们的行列。不少会员的儿子年纪都很小,就会跟爸爸说:“长大以后,我要加入你们球迷协会。”而球迷“乔老爷”的名声居然还帮他的朋友做成过一笔生意。有一次,一位名叫沈德明的客户从乔钧手头进了一批白色布料,染整以后到上海卖给了另一客户。沈德明与对方谈价钱的时候,对方知道他的布是从盛泽来的,就问他知不知道盛泽有个球迷协会和“乔老爷”。沈德明喜出望外地问:“这就是‘乔老爷’的布。”原来,对方也是球迷,早就耳闻“乔老爷”的大名,就这样,生意当然顺利地做成了。

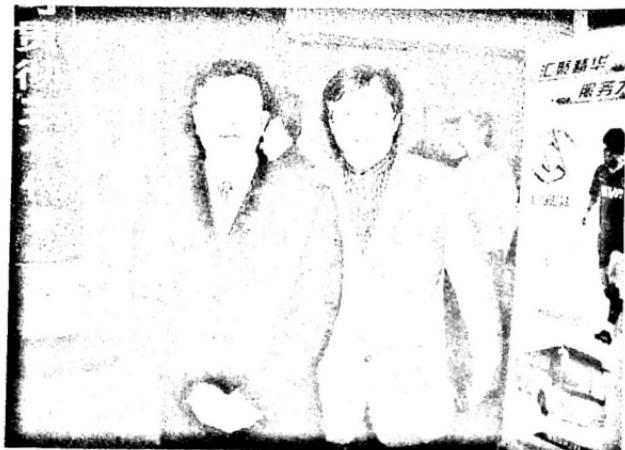
盛泽球迷到现场看球的队伍也开始吸引了吴江市其他镇上的球迷们,经常有球迷到盛泽来打听,外地的球迷能否加入的问题。虽然活动组织上很不方便,但附近的小镇已经有了盛泽球迷协会的“外援”。其实不仅仅是吴江的球迷,甚至连附近浙江的球迷也经常有人加入进来。球迷协会为家乡提升了知名度,也引起了盛泽镇和吴江市上上下下各界的关注,特别是一些热爱足球的领导。其中,时任市委办公室主任的姚海兴、政协副主席的屠金林最是热心,他们也多次跟着盛泽球迷远征上海,和大家一起在看台上挥汗。1998年,乔钧被推选为吴江市体育界的政协委员,此时,吴江市的领导看到了盛泽球迷协会的成绩,也认为吴江的球迷队伍需要一个共同的组织,于是提出了成立吴江市球迷协会的建议。这一回,有了政府的帮助,盛泽球迷的经验,乔钧的牵头,成立吴江市球迷协会的想法很快付诸了行动。当然,这是在盛泽球迷协会的基础上建立的,吸纳全吴江市的球迷加入。1998年11月19日,也就是盛泽球迷协会成立七周年之际,吴江市球迷协会正式在盛泽成立,盛泽球迷协会在组织上变为吴江市球迷协会的分会,乔钧则同时兼任了两个会长的职务。吴江市球迷协会成立大会上,申花队派了虞伟亮等三名球员作为代表前来祝贺,上海媒体的体育记者更是济济一堂,上海人民广播电台的体育节目主持

人海波主持了大会。来宾中还包括了上海足坛的一些老前辈，其中就有上世纪 50 年代的国脚刘庆泉等人。七年前，为了给盛泽球迷协会成立献礼，乔钩和许东远赴上海追星，混入柳海光告别宴求取签名；七年后，在盛泽球迷协会七周年庆典上，盛泽球迷在自己的家乡就能与众多足坛豪杰举杯共饮。让盛泽球迷最自豪的是，这一切他们只花了七年时间。吴江的球迷就更幸福了，不必经历那么多的风雨和挫折，因为有了盛泽球迷摸着石头过河的七年，所以才有了今天的高朋满座。

### 第三章 成熟篇

## 与申花的情缘

申花是上海足球的名片，从1994年职业联赛开始算起，十三年，中国足球历经沧桑，风云变幻，虽然俱乐部董事长数度更迭，背靠的集团也两度更换，申花的旗号却是一直不倒。在中国足坛，这一点上，申花队是独一无二的。在上海的球迷圈中，十几年来，球迷的阵容也风云变幻，球迷协会更是“城头变幻大王旗”，也颇有些球迷协会后来居上，声势浩大，例如“蓝魔”。但是，自始至今屹立不



←申花俱乐部  
吴冀南与乔钩



→乔钧与盛泽  
球迷在看台上  
为申花加油助  
威

倒的，只有盛泽球迷协会。

1992年，上海出现了第一个球迷协会——球迷“长脚”友谊庆组织的沪产球迷会，但很快无疾而终。从1995年开始，王勇飞带领着刚刚成立的一比六球迷协会和盛泽球迷并肩作战，再加上钢琴公司的球迷乐队，他们所在的看台成为了虹口体育场最亮丽的风景。然而，好景不长，王勇飞结婚以后就淡出了球迷组织，缺了主心骨的一比六球迷协会很快失去了声势。而钢琴公司球迷乐队的一大批老球迷，在公司改组之后，活动经费没了来源。2002年，他们一度被上海中远俱乐部请去，在“八万人体育场”表演。上海滩上另一个比较早的“外来”球迷协会是郊县青浦的徐泾农民球迷协会，这个协会成立于1997年，2002年时，他们也曾被中远三顾茅庐请去了“八万人体育场”。朱家角球迷协会的成立比他们更晚一点。大概在2000年左右，上海出现了年轻人组织起来的几个球迷团体，比如“蓝魔”和“可汗”，他们基本上依靠网络来组织，遗憾的是，应运而生的他们已经错过了上海足球的巅峰时代。

从职业联赛开始，盛泽球迷就一直是申花的忠实拥趸者，自1995年来，他们更是坚持每个主场都到现场为申花队加油，从未变更。十一年中，他们仅仅缺席了2005年中超元年的最后一轮。不



←“乔老爷”在赛场上为申花敲锣助威

过这一场的缺席，也是出于球迷的愤怒，因为中超联赛不尊重球迷，多次出现了球队罢赛事件，假球、黑哨横行，终于，这一次，盛泽球迷用自己的方式——“罢看”，表达了对联赛的不满。但是，2006年中超开战后，盛泽球迷协会的大旗又一次出现在了虹口，并且此后从不缺席。所以说盛泽人是上海申花最长期也最忠实的球迷，一点也不为过。

可是，盛泽球迷协会为什么选择申花，而且一直不变呢？其实，就像我们在前面说到过的，最初盛泽球迷选择申花的原因，主要是出于地缘的考虑。虽然隶属江苏，地处江苏最南端的盛泽与上海的关系比之南京要密切得多。早在职业联赛开始之前，由于上海的足球比赛较多，盛泽球迷已经在上海活动。1994年，由于江苏迈特队将主场选定在南京，交通不方便，盛泽球迷于是将手中的绣球抛给了申花，并从此与之相濡以沫，共同进退。更重要的是，上海足球界乃至上海市民对盛泽球迷的认同、欢迎和热情让盛泽人在情感上

找到了共鸣。在前文中我们已经说过，盛泽球迷对足球的痴情打动了上海人，也赢得了一向排外的上海人的心。他们在上海球迷界取得的成功使他们没有理由再离开这片“战斗”过的土地。不过，随着上海足坛的多元化，申花一度面临着同城球队的挑战，在这时，盛泽人坚定地站在了申花一边，他们对申花的一腔真情，其实是球迷和俱乐部良性互动的结果。

在上海足坛分化之前，对于上海人而言，申花就是上海的代言人，足球的成绩，在某种程度上，是地区之间、城市之间角力的一个重要指标。这其实是中国球迷一个基本的思维方式，很多球迷对于足球具有很强的本位主义的情绪。中国足球是球迷民族主义的一个宣泄口，他们把足球发达和国家强盛联系到了一起，把中国足球的血泪史、改革史和当代中国的变革史画上了等号。同时，支持自己地区的球队，则是一种对家乡的支持。在职业联赛的早期，支持申花，就是代表支持上海。盛泽球迷也许是职业联赛之初，最早脱离行政区划界限的球迷群体之一。他们受到上海人的欢迎，一定程度上是因为盛泽人是外人，却来到上海，支持上海；而他们受到南京球迷的质疑，根源也在于此。

虽然从 1994 年开始到 1996 年，徐根宝带领的申花队战绩赫赫，打法硬朗强悍，充满激情，但上海球迷对于徐根宝并没有完全接受。一方面，是因为徐根宝改变了老上海队那种灵活细腻的打法，放弃了一大批上海足坛的老队员；更重要的原因是，徐根宝对球迷的态度并不友善。盛泽球迷也遇到过徐根宝的冷遇，在一些申花的联谊会上，球迷提出的签名、合影的要求他总是有些不耐烦。甚至于 1995 年联赛主场战胜山东，提前两轮夺冠的时候，球队也没有按照国际惯例，绕场一周感谢球迷，导致三万名观众滞留球场，久久不肯离开，要求球队出来谢场，甚至还有球迷从看台上跳入场内。如果此时上海有另外一支实力不俗的甲 A 球队的话，申花队的球迷很可能流失一半。幸好，当时申花俱乐部并没有被胜利冲昏头脑，俱乐部的管理层，显然对现代足球产业的运作规律更清楚，也更了解一个稳定的球迷群体对于足球俱乐部的重

要性。很快，俱乐部意识到了问题的严重性，他们主动出击，去抓住球迷的心。1995年底，申花俱乐部在黄浦体育馆举行了夺冠的庆祝大会，当时俱乐部已经出面邀请了上海的各家球迷协会的负责人参与，当然，盛泽球迷也在受邀之列。这一举措让盛泽球迷坚定了自己的选择。

1996年，申花队未能卫冕冠军，更是遭遇了七连平的尴尬。其中第四场平局使上海足球遭遇了历史上最严重的一次球迷骚乱。那是6月23日晚，申花队在主场遇到了近况不佳的老冤家北京国安队，很早就取得进球，1：0领先保持了很久，在形势一片大好的情况下，比赛最后三分钟，申花队的后防线出现漏人，国安队曹限东罚任意球，后插上的魏克兴顶进一球，把比分扳平。这样，申花队到手的三分变成了一分。就在这个时候，居然有一个上海球迷从看台上跳了下去，奔到场内推倒了一个国安的队员。比赛在尴尬中结束，上海球迷无法接受这样的结局，有人开始借机闹事，在球场内用打火机点燃看台上的塑料座位。一时间，球场里乱成一片。盛泽球迷所在的看台，乔钩和其他协会负责人一起大声喊叫：“盛泽球迷不准闹事。”纪律性极强的盛泽球迷不但没有人参与闹事，还帮助球场工作人员一起维持看台秩序，最后他们井然有序地退场。那场骚乱造成了整个虹口体育场有三千多个座位被烧毁。但盛泽球迷所在的看台毫发无损，在骚乱结束后被评为最佳看台。这样，盛泽球迷依靠自己的理智和文明行为赢得了各方的尊重。

也许是这场骚乱给了上海足球界一个深刻的教训，上海市和申花俱乐部也更加重视球迷的工作。1996年底，徐根宝离开申花队。1996年12月17日，保加利亚外教斯托伊科夫作为申花历史上第一位外教执掌教鞭。遗憾的是，斯托伊科夫没有将申花提升到一个新的高度，也在连续的平局怪圈中黯然下课。不过，很明显，从1997年开始，申花队和球迷之间的裂痕得到了修复。1997年夏天，斯托伊科夫下课后，波兰老教头安杰伊走马上任，第一场比赛就在客场以耻辱性的历史最大比分1：9输给了老对手北京国安。不过，此后申花队倒是知耻而后勇，在那年余下的比赛中展现出了斗

→盛泽东方广  
场上挂着“为'98  
法兰西世界杯  
开战”的横幅



志,也打入了足协杯决赛,只是因为裁判问题而再次与冠军失之交臂。这一年,吃过大亏的申花俱乐部组织了很多与球迷的联谊活动,进一步密切了和球迷的关系。上海球迷和盛泽球迷的关系也日益密切。1997赛季申花的最后一个主场在虹口体育场,这也是老虹口体育场的最后一场比赛,在这之后,虹口体育场就要关闭,进行为期一年的改造。比赛结束后,盛泽球迷登上大巴,又一次,他们被上海球迷“围困”住,无数的球迷冲着大巴高喊:“谢谢你们,盛泽球迷,虹口改建好以后,还要再来噢!”盛泽球迷几乎都眼噙着泪花,高声回答:“以后我们一定会再来!明年八万人见!”

1997年,不单单是申花经历了1:9的惨败,中国足球也经历了职业化改革以后的第一次痛楚,在法国世界杯的亚洲区预选赛十强战中未能出线,失去了又一次“冲出亚洲,走向世界”的机会。这时,职业联赛也受到了人们的质疑,差不多四年的职业联赛,并没有从根本上改变中国足球的水平,却在绿茵场上培养了一大批拜金的高收入球员。联赛面临着第一次危机。就在这个时候,1998年赛季之初,经历了1997年的那种悲痛,盛泽球迷并没有对上海球迷食言,他们来到了这一年申花的临时主场——八万人体育场,继续为申花助威。为了振奋士气,他们对申花和中国足球提出

# 入场券

每券一人  
凭票入场

10

场内禁用包装饮料  
禁带易燃易爆物品



↑1997年万宝路全国足球甲级联球票，上海申花——北京国安

了“胜也爱你，败也爱你，爱你就是爱自己”的口号。这个口号听起来有些盲目，然而，对于盛泽球迷来说，对于中国足球而言，这样的口号来得正是时候。从1991年开始，盛泽人到现场看球这已经是第七年。如果说大多数球迷最初是图个新鲜，那么，第七年，到上海看球已经成为了他们的一种习惯。如果说在1995—1997年，足球热最高潮、球市异常火爆的情况下，很多人去现场是凑热闹的话，1998年，随着之前中国足球的又一次失败，足球热开始退潮，在这种时候，看球，对于真正的球迷而言，已经内化成了一种生活方式。他们已经不是为了满足对胜利的渴望而看球，也不是为了地域化的情感去看球，而是自己生活的一种调节方式，也是情感的一种健康诉求。足球，现场足球，已经成为了很多人的生活中的一个有机组成部分。可以说，这正体现出了足球的职业联赛对于足球运动、球迷和市民社会的最根本意义。在职业联赛之前，原来专业队的联赛的不规范，让喜欢足球的球迷缺乏常规的比赛可以欣赏。职业联赛的真正成果是，一方面，它给了真正喜欢足球的人可以经常性看比赛的机会，另一方面，职业联赛的成功运作也培养了更多的球迷，形成了一个更健康的足球产业和足球文化，也给人们提供了一种生活方式的选择。只有这样，中国足球才能逐渐沉淀出自己的历史和足球文化。足球运动的发展和一些个人项目并不相同，足球对于历史和传统的要求是最强烈的，一时的热潮并不能提高一个国家的足球水平。

我曾经遇到过一个 19 岁的伦敦男孩，他是天生的阿森纳球迷，因为从他曾祖父开始，他的家庭就是阿森纳的支持者，他们每周都到海布利为阿森纳助威，在同样的看台，坐着同样的座位。即使他身在中国，也要每周在电视里看阿森纳的比赛。他们家四代人经历的岁月中，阿森纳有过辉煌，也有过没落，有过风格粗糙的时代，也有过细腻流畅的阶段，这些都不影响他们对阿森纳的支持和热爱。足球在他们那里，已经脱离了对风格的好恶，已经脱离了地域的宽狭，而内化为一种历史、一种传统、一种力量。在盛泽球迷协会的新口号中，隐隐约约，让人看到未来起点处的一些端倪。对于盛泽球迷而言，申花是否夺冠，已经并不那么重要，重要的是，申花的球员能够奋进，能够拼搏，不让人失望，给球迷提供一个情感投入的对象，提供一个生活的平台。

1998 年，申花请来了巴西教练墨里西，他把巴西足球所特有的细腻技术引入申花，这虽未能把申花领上联赛冠军的宝座，却帮助申花捧得了从未到手的足协杯，使上海申花队成为了中国足球职业化以来的第一支获得两项冠军的球队。足协杯冠军让申花的队员们再一次成为了上海的英雄。1998 年 11 月，在盛泽球迷协会迎来七周年之际，吴江市球迷协会成立了。成立大会的邀请函寄到申花俱乐部，那时正值联赛末的关键时候，申花队上下都忙着备战。不过为了表示对盛泽球迷的谢意和支持，申花俱乐部还是派出了三名替补球员赶到盛泽，为吴江市球迷协会的成立送上了来自申花俱乐部的祝福，并且向吴江球迷承诺，为了表达他们对吴江球迷的真情，申花将另外安排时间来吴江答谢球迷。很快，申花的厚礼就到了，吴江市球迷协会成立不久，11 月 14 日下午，被国内众多媒体追逐的申花老板悄然抵达吴江，虽然他自称是为了“享受宁静”，不过，他的日程还是塞得很满。他先是接受了《吴江日报》记者胡伟彪的采访，在采访中，他告诉了记者，盛泽球迷这么多年来对申花的支持让他很感动，尤其是他们良好的组织和强大的影响力，更是上海球迷组织学习的榜样。他知道吴江市球迷协会成立的消息后很振奋，准备将其树立为典型，更打算进一步



←江苏省体育局、苏州市体育局、吴江市体育局、申花队领导和乔钩一起看球

增进与协会球迷的感情。采访结束以后，吴江市球迷协会的会长，球迷“乔老爷”也来到吴江，与其见面。乔钩对他说：“吴江市球迷协会成立以后，将和盛泽球迷协会一样，一如既往地支持申花队。”这时，他表示，作为对吴江球迷的真诚回报，本年度的12月中旬，申花队全体将士将来吴江与球迷朋友见面，并举行联欢活动。这是申花俱乐部送给吴江球迷的圣诞礼物。其实，他自己此行已经对吴江市的接待能力做出了考察，对一切都是很满意的。就这样，吴江开始紧锣密鼓地做起了迎接申花队的准备。

这个消息一传出来，整个吴江，整个上海足球圈都炸开了锅。

建队五年来，申花队还没有在上海之外与球迷联谊的先例，幸运的吴江球迷，得到了这样一份珍贵的“礼遇”。12月19日，在俱乐部最高领导层的带领下，申花将士，连同上海十余家媒体的记者，来到吴江，信守了他们对吴江的承诺。这一次，从官员到球员，从主力到替补，申花队该到的都到了。申花的车队一入吴江境内，吴江市副市长秦星坡、球迷“乔老爷”等一行人就在界上迎接，组成了一个大车队，一路上，警车在前开道，而路上欢迎申花将士的标语随处可见。安静的小城似乎经不起强有力的阵阵警车声，市民们纷纷驻足观看，忽然隔着车窗望见了申花队的队员……

车队到了吴江市政府所在地松陵镇，吴江市的各套班子领导一起接见了申花将士。时任吴江市委书记沈荣法在欢迎词中说，申花将士的光临，是吴江球迷生活中的一件大事，这象征着吴江与上海的合作交流翻开了新的一页。申花领导则说，吴江球迷是申花俱乐部最推崇的最好的球迷之一。吴江球迷的“胜也爱你，败也爱你，爱你就是爱自己”等口号给了申花队巨大的慰藉，这次申花队全队出动来吴江，抱着的是感谢吴江球迷的真心诚意。

为了让更多的球迷能与申花将士进行面对面的交流，主办单位特地在松陵饭店江城会堂安排了一个见面联谊会。离联谊会开始还有个把小时，饭店门外已经站满了四处涌来的球迷，他们有的拿着签名簿，有的手捧着足球，有的提着照相机，在他们看来，能与心目中仰慕已久的偶像照一张相、得到一个签名是难得的幸事。60元一张的门票，阻不住球迷的热情，而也有商家闻风而动，运来了大批足球，在饭店门外销售，立刻成为最抢手的商品。吃午饭的时候，还有球迷千方百计混进餐厅，让球员签名留念，就像七年前乔钧想尽办法混进柳海光的告别宴一样。东南大学二年级研究生秦晓在联谊会的前一天特意去了上海，买来申花队14号队服，穿着球衣让队员们逐一在上面签上了大名，他还见缝插针地和几个球员聊了起来，脸兴奋得通红。更让他脸红的是，因为他穿着申花的球衣，又和申花队员打成一片，一小会儿时间，已经有很多球迷围着他跟他要签名。原来，他被误认为申花的替补球员了。还有一位女球迷特地烫了一个“卡通头”，拿着一个写满“吴承瑛”、“申花加油”等字样的足球，等着机会送给心仪已久的吴承瑛。

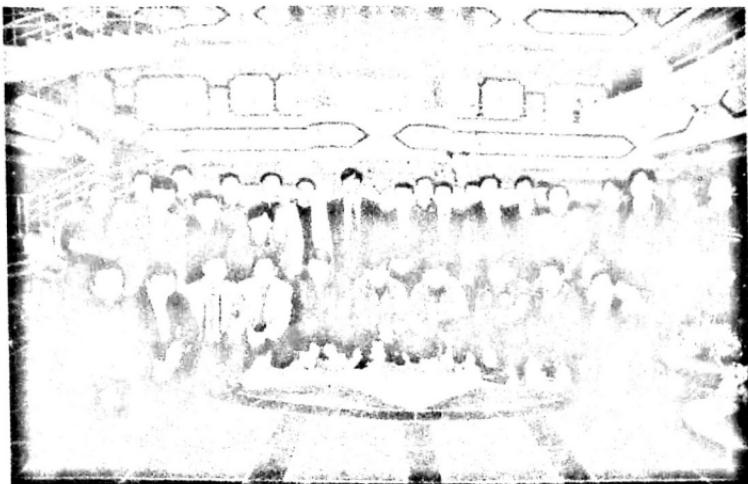
联谊会开始后，这简直成了一场申花队的新年新闻发布会。球迷们提出了一个又一个有挑战性的问题，比如“申花明年的目标是什么？”“听说区楚良要申请转会，真有其事么？”“申花管理层会怎样处理对于王健林所谓‘黑哨’问题？”等等。一个又一个问题抛来，申花方面都给以了非常圆满的答复。当天的焦点问题是“申花明年谁掌帅印”，从未对外透露过消息的申花俱乐部把最详细

的情况在吴江做了介绍：当时教练已经有三位候选人。一位是拉扎罗尼，这位1990年世界杯巴西队主教练，享有“巴西足球改革之父”的美誉。其二是申花队上赛季的主教练巴西人墨里西。另一位是一个神秘人物，申花方面当场没有透露姓名，倒是卖了个关子，只是说其独领世界足坛新潮，设计了一个足球电脑软件。在随后的接触中，球迷和在场的记者对几位申花队员进行了旁敲侧击，终于揭开了这位“神秘人物”的面纱，原来这人名叫纳西尼奥，49岁，当时任巴西圣保罗队主教练，曾率队夺得过’98赛季圣保罗州的冠军。这可以称得上是第一手的消息。尔后事情的发展也证明，果然，大名鼎鼎的拉扎罗尼成为了申花新一年的主教练。联谊会上，申思、祁宏、成耀东等球员也回答了球迷的问题。

当天晚上，申花队下榻在水乡古镇同里的同里湖度假村，在那里，球员又和当地球迷举行了联欢活动。成耀东不单单长得像成龙，唱歌也很有水准，他的一曲《朋友》表达了球员和球迷的鱼水之情。而刘军、申思则和球迷合作了“COPY不走样”的游戏，赢得了满堂笑声。之后，毛毅军和忻峰装成了大头娃娃出场，还是没能逃过球迷的慧眼。节目进行期间，吴承瑛、朱琪等人也是一刻不得闲，一批又一批的球迷前来索取签名，让他们应接不暇。刘军给妻子



←成耀东与乔  
钧



↑1998年申花全体将士在盛泽虹胜宾馆

发短消息，还说：“这里的球迷太热情了，我们比训练还累。”虽然累，不过申花球员们在晚上还是得到了平时在上海少有的自由活动，他们有的在一起打球，有的唱歌，也有人玩起了保龄球，没有了关灯睡觉的时间限制。

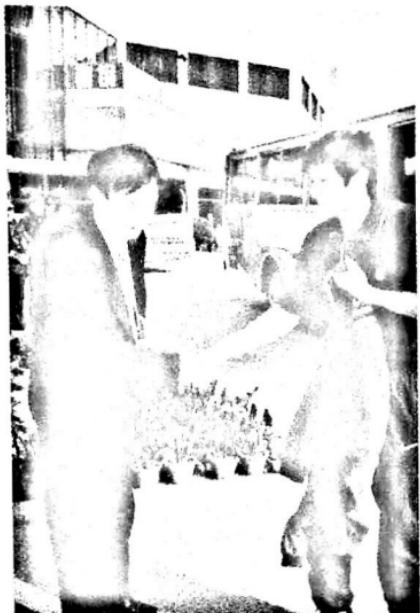
第二天早上，申花将士又来到了盛泽，在虹胜宾馆与当地的球迷见面，再一次引起了轰动。显然，比起吴江和同里，盛泽球迷的数量更多，资格也更老。申花队刚到宾馆门口，女球迷的尖叫声和鞭炮的烟雾就混杂在一起，给了申花队一个见面礼。那时，虹胜宾馆的大堂中已经挤满了人，联谊活动开始后，吴承瑛和祁宏成了最幸福的人。性格腼腆的吴承瑛继续接受着球迷的追捧，现场第一个收到女球迷礼物的就是他。平时吴承瑛给人的印象是喜欢对着镜头做鬼脸，而不喜欢讲话，不过，这次面对热情的女球迷，他倒是表现出了平时少有的灵活和健谈。有球迷问他为什么爱做鬼脸，他说：“因为，我一看到镜头就紧张，很不自然……就只有做鬼脸了。”还有球迷问他，前锋与后卫之间，更喜欢踢什么位置？他风趣

地回答说：“我喜欢踢后卫，因为我现在踢的是后卫，所以我必须得喜欢它。”更幸福的是祁宏，在会场上，他收到了最珍贵的礼物。一个美丽的江南少女，手持话筒，用怯生生的声音问他：“祁宏，我能不能把亲手做的这瓶礼物送给你？”风度翩翩的祁宏高兴地接受了。原来，这是一个不小的透明玻璃瓶，里面装满了女孩亲手叠的一颗颗彩色的“心”，少说也有上千颗！祁宏、吴承瑛等都因为帅气的外表而变成了“少女杀手”，成耀东、刘军、毛毅军则因为平易近人成为了最受普通球迷喜爱的队员。当时还在读高中的我，就对刘军情有独钟。由于刘军的特别照顾，我获得不少“独家消息”，后来由此撰写成的关于刘军和这次活动的文章，发表在了《新民体育报》上。成耀东则在饭间跟“乔老爷”表示，如果今年申花队在足协杯上卫冕成功，他就要将代表冠军的金色夹克送给他。这时，申花队已经进入了足协杯的决赛。不幸的是，最后申花队输掉了比赛，“乔老爷”也最终没得到那件金色夹克。

面对着狂热而痴情的盛泽球迷，申花人这样动情地告诉时任盛泽镇党委书记鲍玉荣：“到了盛泽，我就像回到了老家一样激动，申花队争取要每年都来一趟！”更动情的是乔钩，显然，这次申花全体出动给足了球迷“乔老爷”面子，按他的话说，正是借了申花队的



←祁宏与乔钩



→吴承瑛与乔钩

光,他才享受到一次警车开道的待遇。乔钩兴奋地对申花队承诺,在球迷队伍扩大了之后,明年将组织更多的球迷去上海为申花队加油助威,答谢申花队对吴江球迷的厚爱。

1999年春天,球迷“乔老爷”带着新成立的吴江市球迷协会回到了改建完毕的虹口足球场,继续他们对申花的支持。经过改建,有着四十多年历史的虹口体育场成了亚洲的第一个专业足球场,在这新的环境中,盛泽球迷依然挥洒自如,而且更加兴奋。因为改为专业足球场之后,看台和球场之间没有了塑胶跑道的间隔,球迷和球场的距离更接近,看得也就更真切。这一年,申花请来了巴西国家队主教练拉扎罗尼,但申花最终只名列第五,这也是自1994年甲A联赛开赛以来,上海申花首次跌出三甲。1999年初,前巴西国家队主教练拉扎罗尼的到来在上海滩也掀起过一阵风潮,人们对他充满了期待。但随着联赛的深入,这名被誉为“巴西

足球改革之父”的教练却并没有取得人们预想中的成功。这一年的夏天，在上海，申花还掀起过一个“红色风暴”：当时正处在巅峰状态、刚刚夺得“三冠王”的曼联来到了上海，和申花队踢了一场商业比赛。作为一场商业赛事，这场比赛获得了空前的成功，申花队无疑将中国足球的产业能量发挥到了极点，这样的商业成功与他们苦心经营与球迷的关系是密不可分的。

## “蓝魔”

不管申花低迷还是猛进，盛泽球迷从未改变过他们的口号，他们的誓言，一直伴随着申花的脚步。2000年，红星大帅彼得罗维奇入主申花，申花队也重新回到夺冠的竞争中，虽然最后功亏一篑，但这一年的申花队还是表现出了良好的精神风貌，最后屈居亚军。对于盛泽球迷而言，也就在这新千年的第一年，他们上海滩第一球迷协会的地位被动摇了，因为，“蓝魔”出现了。“蓝魔”在看台上展现出和以前的球迷协会截然不同的面貌，人数众多的他们统一身着申花队的球衣，将整个看台都染成了蓝色的海洋。由于大多是年轻人，他们基本上集中在球门后票价较低的区域，但是声势浩大。他们有统一的指挥，不再用传统的中式锣鼓；他们有全新的节奏，扔彩带，放焰火，制造一种魔幻的效果。这是过去的球迷协会所没有的。这样的助威形式对中国的赛场而言无疑是新鲜的，很明显，近邻韩国的“红魔”球迷正是他们效仿的榜样。韩国的“红魔”球迷在赛场制造出来的那种气势，中国球迷都不会陌生：1999年，中国和韩国在悉尼奥运会的亚洲区预选赛分到同一小组，首场比赛就是霍顿率领的中国队客场在汉城挑战韩国队。很多中国球迷也去了韩国为国奥队助威。那时，韩国“红魔”球迷将整个奥林匹克球场染成了红色的世界，他们整齐而统一的呐喊，有节奏的助威口号，山崩地裂般的气势，让散乱且各自为战的中



←1997年，申花主场，“乔老爷”观球

国球迷的声势相形见绌、大为逊色。中国球迷开始意识到中韩足球的差距并不仅仅是球场上的，也是球场边的。很快，中国的一批年轻球迷开始学习起“红魔”的经验，规模最大最早的，就是开风气之先的“蓝魔”。

千年之交对于上海球迷界而言是个改朝换代的时候，虹口足球场变成了年轻人的舞台。盛泽球迷对于“蓝魔”并不陌生，因为“蓝魔”的发起者小傅和徐峰在看球上可以说是乔钩等人的晚辈，早在1995年，他们就跟着盛泽球迷在同一个看台上看球。看到“蓝魔”的成长，乔钩和盛泽球迷十分高兴。1999年，正是中国足球最混乱的一年，假球、黑哨各种问题层出不穷，球迷对于足球的热情有所减退，加上1999年上海申花糟糕的战绩，上海的球市开始有萧条的迹象。对于盛泽球迷而言，他们的好伙伴一比六球迷协会逐

渐淡出虹口足球场,让他们显得形单影只。确实,这个时候,上海的球迷界需要一些新鲜的力量。“蓝魔”起来以后,很快成为了上海最大的球迷组织。“蓝魔”的组织基本上是年轻人为主体,主要是通过网络平台聚集起人气。随着“蓝魔”的步伐,上海滩上出现了新一批球迷协会,以年轻人为主,以网络为平台。相比之下,盛泽球迷、吴江球迷则还是基于传统的组织形式,依靠朋友间的口耳相传、电话联系,却没有利用网络。究其原因,盛泽球迷协会在1991年兴起,参与者大多都是30岁上下的年轻人,到了2000年左右,协会的骨干大多步入中年,他们对于上世纪90年代后期才兴起的电脑和网络并不熟悉,即便他们意识到网络的力量,也很难加以利用。确实,一个民间组织能够达到的规模受制于他们的联系与传播方式,而当网络大规模介入现代人的生活的时候,传统的民间组织并没有充分的准备。一旦有网络作为媒介,一个组织的成员会更容易找到相互联系的平台,而传统的协会则往往更依赖于一个核心人物的领导力和协调作用。“蓝魔”有发起人,像小傅和徐峰,但他们在协会中的作用并不像乔钧那样至关重要。如果没有他们的组织,协会仍然能够依赖网络正常运转;但如果乔钧退出,吴江市球迷协会很可能会后继无人。一比六球迷协会在王勇飞引退后迅速没落就是最好的例证。历史的步伐快得让人追不上,9岁的盛泽球迷协会却已经落后了。

## 上海德比之争

依靠着传统组织形式的吴江球迷继续用他们自己的方式在虹口足球场表达着他们对足球和对申花的热爱。2001年,申花队经历了成立以来最大的变革,申花集团退出,俱乐部东家变成了上海文广集团。好在申花两个字并没有从球队的名字中摘除,因为上海人已经习惯将申花作为上海主队的名称。不过,球队的冠名权还是被出售,这一年,球队叫作“上海申花托普队”。这一个变化并没有让上海球迷感受到痛苦,更加财大气粗的新东家在接手后的第一年还是维持了球队冲击冠军的希望。最终,易主的申花名列第二。年底,申花队也搬进了新建成的康桥基地。这一年,几乎所有中国球迷的目光都从职业联赛转移到了国足又一次冲击世界杯决赛圈的历程中,这一次,神奇教练米卢带领的中国队成功了。这是中国足球历史上第一次真正的冲出亚洲。但是,为了这次成功,中国足球付出的代价太大了。为了给国家队的备战让路,联赛被肢解,搞得支离破碎,升降级也被取消。于是,联赛也被球迷忽视了。只有极少数的球迷还关心着冠军的走向,所有人都把目光投向了国家队。就在中国足球冲出亚洲的时候,中国联赛跌进了深渊。

2001年底,上海足坛迎来了一场革命性的变化。上海出现了第二支甲A球队——上海中远队。财力雄厚的中远队很快就把申花队的几位明星球员招入阵中,包括申思、祁宏、吴承瑛等。申思、

祁宏、吴承瑛等人气球星的转会，已经将半支申花队的骨架移植到了中远，也带走了很多球迷的视线。中远正式开始了在上海足球圈抢班夺权的计划，他们远的目标当然是要取代申花成为上海的老大，于是，他们也展开了对球迷的攻势，并且来势十分迅猛。

2002年初，乔钩也接到了中远俱乐部的邀请，邀请吴江市球迷协会转投八万体育场，为中远助威。最终，吴江球迷还是选择了留在虹口，继续做申花的拥趸者。中远的攻势虽然没能撼动吴江球迷，但仍是取得了巨大的成功。2002年联赛中，有大批人员成了中远的忠实球迷。吴江球迷的老朋友，钢琴公司的球迷乐队转投中远，“蓝魔”也分裂成了两半……

韩日世界杯带来的冲击，特别是中国队在世界杯上的糟糕表现，使得甲A联赛一蹶不振。人们对于足球的热情在世界杯之后突然降温，球市陷入一片惨淡。整个上海足坛的最大热点也许就是申花与中远之间的上海德比，那一年，只有上海德比给萧条的球市带来了一缕春风。

德比是一个新词，也是中国足坛的新鲜事。德比的意义，并不仅仅在于球市，更带来了一种足球观念的变迁。在上文中我们谈到过，职业联赛最初，球迷们选择自己的主队时基本都是以地域作为第一要素，大多都为自己所在地区的球队加油。当同一城市中出现两支实力相当球队的时候，这种地域因素就失效了，球迷的选择中无疑会注入更多的个人因素，而球队之间也就会自发产生出竞争意识，争夺球迷。从地域情结中脱离出来的球迷具有了更大的主动权。历史因素、风格打法、球星作用等等，都会在球迷选择自己主队的时候起到很大的作用。在申花和中远的球迷争夺战中，很明显，申花拥有历史优势，而中远则采用了明星战术。在这个抉择中，球迷的选择本来没有高下之分，不管是忠于申花，还是转投中远，都是可以理解的。上海两支实力接近的球队让人憧憬起AC米兰和国际米兰两雄对抗的未来。可惜的是，改名国际的上海中远后来远嫁西安，而新兴的联城在球星号召力和对球迷的重视程度上都远不及当年的中远，才让上海德比失去了应有的热

度。不过，德比，已经显示出了在资本规律下运作的职业足球环境，球迷拥有更多的自由和权力。

2002年，是申花历史上成绩最糟糕的一年，实力大幅受损的他们最终排在了第12位，离降级只有一步之遥，而且，在两次火暴的同城对决中，申花分别以0：2和0：3完败。在德比中占得上风的中远也并不成功，他们最终也只排在了第9位。

上海足坛的剧变带来的病痛在2003年得以痊愈。这一年，是十年甲A联赛的最后一年，从2004年开始，甲A将变身为中超联赛。末代甲A上海足球的成功让上海球迷兴奋不已。这一年，申花和中远双双高歌猛进，都成为冠军的有力争夺者。两队的两场同城德比，也改变了上一年一边倒的局面，双方各胜一场。联赛最后一轮冠军将在两个上海球队中间产生。十年甲A的最后一场比赛，上海国际则在主场迎战天津康师傅，积分领先的申花客场挑战深圳健力宝，只要不输球，申花就可以获得冠军。为了现场目睹申花时隔九年再次夺冠，不少球迷还特意赶到了深圳，其中就有吴江球迷。不料，来到深圳看球的申花球迷吓出一身冷汗，志在夺冠的申花队居然被深圳打得落花流水，最后竟以1：4的大比分失利，惨败收场。在球队落后时，乔钩听到一些不理智的年轻球迷叫嚣起来，他们说，要是国际赢球，夺走冠军，他们回到上海就要去八万人体育场砸场子闹事。年轻球迷的表现让乔钩大吃一惊，也伤心至极。幸亏，最后国际队在主场也输给了天津，幸运的申花队还是在客场捧起了末代甲A冠军的奖杯，也让上海球迷的内讧没有升级。在深圳，“乔老爷”深深地感受到了上海球迷分裂带来的苦楚，德比给足球带来的，有时候是一种更为残酷的竞争。

德比带来的上海球迷分裂延续着。作为一个老球迷，习惯了地域情结的“乔老爷”并不能接受分裂的痛苦。2005年，在八万人体育场举办的上海国际足球锦标赛，也就是以前万宝路杯国际足球邀请赛的延续，让“乔老爷”再一次心寒。那次，他只看了第一场比赛，就没再去看第二场，一方面是因为观众少，另一方面则是上海球迷的表现让他太失望了。场上比赛的是代表着上海足球光荣和

团结的上海联队，看台上则是来自不同上海球队球迷们的相互谩骂指责。这也许就是德比的痛处。乔钩这些球迷，是德比前的一代，伴随着德比的到来，伴随着“蓝魔”的兴起，在看台上挥汗的上海球迷，已经不再是 1995 年的那一代了。球场上，新人接班；看台上，旧人也开始散去。盛泽球迷，他们是最早突破地域界限的球迷，在德比面前，很难接受变得有些不文明的上海内讧。

## 上海申花与盛泽球迷协会的良性互动

如果要吴江球迷评选十年来最让人喜爱的申花主教练，他们的选择无疑会是2003年的主教练吴金贵。他做主教练时，从来都没有怠慢过球迷，每次比赛结束后，无论输赢，都会带领队员绕场一周和球迷们打招呼、致谢。用乔钩的话来说：“球迷要的并不多，他们期待的就是像吴金贵一样能把球迷装在心里的足球人。”其实，不单单是主教练吴金贵，在上海有了竞争者之后，申花俱乐部更加重视球迷的工作，俱乐部和球迷之间也走得越来越近。申花建



←吴金贵与乔钩



→樓世芳(右)  
与喬鈞

立了会员制，套票所有者都自动成为申花会员，这样一来，吴江市球迷协会就有了不少的申花会员。每个月，他们都能收到申花的队刊《蓝豹》；而每个赛季初，申花的誓师大会，也都会邀请吴江球迷参加。

2003年10月11日，正是申花队在甲A联赛中风头最劲的时候，申花俱乐部的总经理楼世芳、副总经理眭建花率领着申花SVA文广俱乐部组织的三支业余球队，来到绸都盛泽，与当地球迷联谊，进行友谊比赛。为了接待好申花方面的贵宾，盛泽球迷协会的数名骨干球迷乔鈞、史大明、张山水、张深等人足足忙了三四天，他们通知球迷、制作横幅锦旗、构思标语、布置会场等等，忙得不亦乐乎。楼世芳到达盛泽后，被现场浓浓的申花情结所感动，他深情地对盛泽球迷说：“我们今天来这里参加与盛泽球迷的联谊活动，特地是从虹口足球场出发的。我就是想看一看，从盛泽到虹口到底有多远。”不过，楼世芳感受到的，是两个小时的车程，是上海市内的高架路内环线畅通的情况。因为那已经是2003年底，沪苏浙高速公路大半已经通车，投入运行。他也许并不能想象，这十年中，盛泽球迷走这条道路曾经需要四个小时，来回八个小时。可能他也无法想象，这十年中，只是为了看申花的主场比赛，乔鈞在

楼世芳

体育彩票  
球迷朋友

2003年2月22日

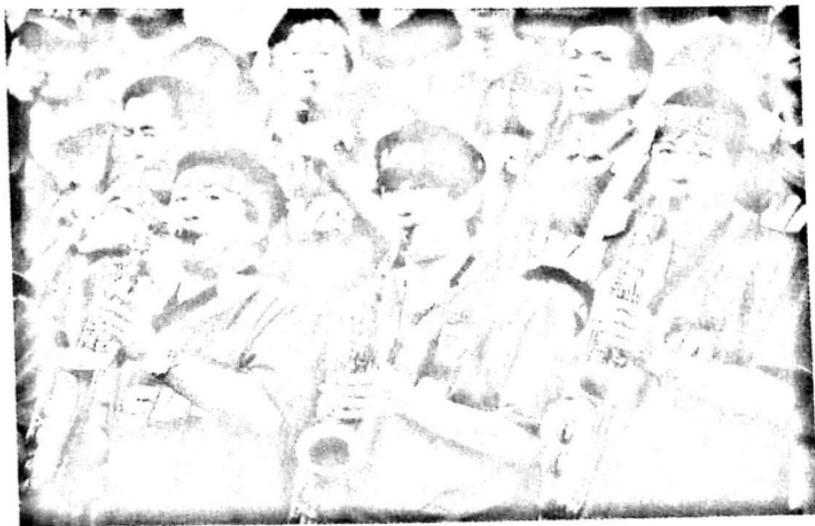
←楼世芳为盛泽球迷协会签名  
留念

这条路上来回了数百次,经过的路程可以绕地球两圈(地球绕赤道一圈为40076.604公里)。有人给乔钧算过这样一笔路程账,从1991年开始,从盛泽的球迷队伍来上海看球开始,他每年平均的看球场次差不多是二十场,包括联赛和其他商业比赛。从盛泽到上海的一个来回是250公里,平均一年要跑5000公里。这还不包括乔钧为了给球迷准备球票、参加申花的球迷活动等事来上海的次数。为了表达对盛泽球迷的感谢之情,为人处事一向很低调的楼世芳在现场球迷面前也禁不住作了一番内心的表白:“去年,我们申花经历了低谷、反复,但是我们吸取了教训,才有了今年的成绩回升,这就好比是登上顶峰后看攀登过程中的峰回路转。申花是不会让大家失望的,我们要重塑昔日的辉煌,而且要做得更好。我们感谢所有的申花球迷十年如一日对申花的倾情关注。”说完之后,楼世芳还代表申花俱乐部向盛泽赠送了申花队的队旗。

在气氛热烈的联谊会后,申花俱乐部的蓝豹队、申花记者联队、蓝魔球迷队等三支业余球队和盛泽球迷队在盛泽中学的体育场举行了“盛泽球迷杯”对抗赛,四支球队打了四场比赛,盛泽球迷

队又一次战胜了上海来的球队，在最后的点球决战中险胜蓝豹队，勇夺第一名。

2004年，为了自己喜爱的申花队，也为了报答俱乐部对盛泽球迷的深情，乔钧又出重招。这一次，乔钧自掏腰包，把原来上海钢琴公司的球迷乐队请回了虹口。钢琴公司的球迷乐队是盛泽球迷的老朋友，从1995年开始，他们就在同一个看台上一同看球，整个乐队也常常跟着球迷“乔老爷”的号令演奏。最初，这批球迷都是上海钢琴公司的员工，是单位组织他们集体来看球的。这支球迷队伍虽然不大，声势却是不小。他们毕竟是比较专业的管弦乐队，各种乐器一应俱全，吹拉弹唱，总是看台上气势的发源地。看球时，乐队一直是乔钧最起劲的支持者，而看球之外，乔钧则给乐队当起了“经纪人”，盛泽镇上很多喜庆活动，婚礼或者开业，乔钧总是帮人把乐队请来盛泽演奏助兴。就在1998年底申花队的吴江行中，球迷乐队也受到乔钧的邀请前来捧场，还得到了和申花队亲密接触的机会，即使是在上海，当时这样的机会也是十分难得。



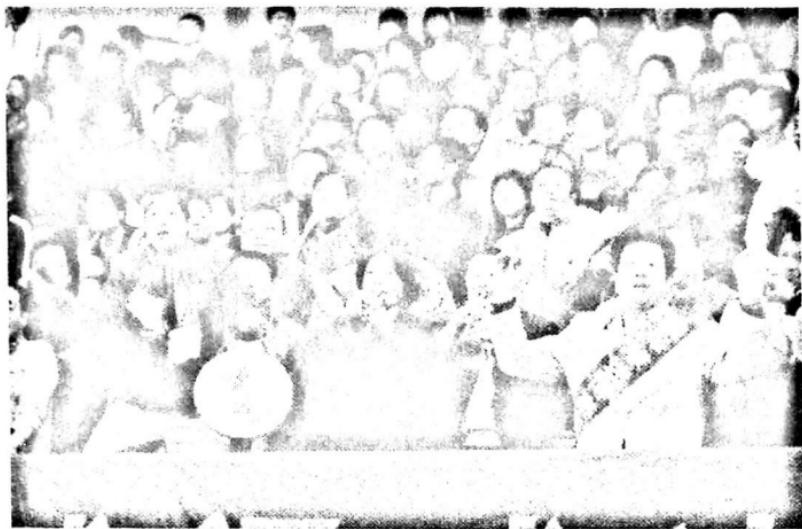
↑ 球迷乐队

的。后来,由于钢琴厂的倒闭,这个乐队就没能再一起来虹口看球。2002年,中远崛起,他们得知球迷乐队在球场上的作用,就给他们做工作,开出了丰厚的条件,邀请他们到八万人体育场为中远队助威。对于一支以下岗工人为主组成的球迷乐队而言,能免费看球,还有出场费,当然是求之不得的好事情。于是,2002年到2003年两年中,球迷乐队在虹口足球场消失了。失去了一比六球迷协会这样的好伙伴,也失去了球迷乐队的声势,盛泽球迷在日渐冷清的虹口足球场里显得颇为落寞,虽然他们依旧热情,依然执著,可是,他们心里并不好受。尤其是在申花和中远的德比战中,球迷乐队成了申花球迷的对手,也成了盛泽球迷的对手。看到这样的情况,乔钧心里很不是滋味。这两年中,他依然帮乐队介绍生意,不过,每次他们见面,乔钧总忍不住劝他们回到申花的阵营。球迷乐队并非不想回到申花的阵营,毕竟,看申花看了那么多年,感情已深。但是,面对中远开出了优厚的条件,对于经济状况并不好的球迷乐队而言,实在是难以抗拒的诱惑。何况,中远也招来了不少申花的老臣,而以年轻人为主的申花倒是面目全非了……

2003年底,申花夺得末代甲A的冠军。2004年,中超粉墨登场。为了给申花的中超之旅开个好头,乔钧想了一个主意:他决定不惜代价,力邀球迷乐队回到虹口。为了让他们回来,乔钧动足了



←乔钧在上海  
申花2003赛季  
壮行会上发  
言



↑“乔老爷”带领的盛泽球迷协会会员与球迷乐队为申花助威

脑筋。他先征求了乐队的意见，队长林光耀表示，如果申花方面也提供近似的条件，他们愿意选择申花，回来和盛泽朋友并肩战斗。很快，乔钧找到了申花俱乐部，希望申花俱乐部能够提供 30 份套票，送给球迷乐队，他自己则负责给球迷乐队提供一点茶水费。申花俱乐部显然很感激“乔老爷”的好意，很爽快地答应了他的要求，而乔钧则每场比赛都要提供给这支 30 人的乐队 1000 元的茶水费。这笔钱从哪里来呢？球迷协会的账上根本拿不出来这一年数万的经费，乔钧只好自掏腰包了。毕竟，这是他自己揽来的事情，就算是他个人的一腔热情吧。至少，在乔钧看来，花这点钱值得，既为申花的新赛季出了力，也让球迷乐队的老伙计们回到了虹口，同时还扩大了盛泽球迷的声势，可谓一举三得。

盛泽球迷协会，以及后来的吴江市球迷协会，十多年来一直是申花的铁杆拥护者，他们和申花俱乐部之间建立起了一种球迷和俱乐部之间堪称典范的良性互动。

在中国足球的大环境中，不少俱乐部出于浮躁的心态往往习

惯于目光短浅的短期行为。在早期的职业联赛中,由于球市火爆,球队和俱乐部大都成为了一个地区的明星和关注焦点,他们对于普通的球迷往往并不重视,因为他们是当地球迷的唯一选择、球迷的宠儿。这时的俱乐部、球队和球星就如同宠坏的孩子,脱不了娇骄二气。对于俱乐部而言,球票的发售也不存在竞争,更不需考虑营销上的策略。早期,在足球投资人看来,他们的最大利益是投资所获取的广告价值,而非俱乐部本身的盈利,所以,俱乐部的建设,尤其是球迷方面的工作,更是无足轻重。在中国足球的最高领导层那里,中国的国字号代表队的成绩是第一位的,从职业联赛开始一直到现在,他们都以牺牲职业联赛的稳定性、连续性为代价,来换取国家队的准备时间和大赛成绩。可惜的是,虽然在十多年的职业联赛过程中,中国队打入了韩日世界杯的决赛圈,但事实上,中国足球的整体水平并不曾提高,而且,这次出线更让人们发现,中国足球水平的提高,比起冲出亚洲来,更为重要。否则,冲出亚洲又能如何?然而,中国足协依然一次又一次牺牲联赛来打外战,球迷们对联赛的热情遭到了很大打击,联赛被肢解、遗忘了。更为致命的是,对于联赛中出现的各种负面因素,比如假球、黑哨、赌球等问题,足球管理层缺乏予以彻底解决的决心和有效行动,这也严重挫伤了球迷对联赛的信心。随着中国各项体育文化事业的发展,也随着中国足球联赛各种负面报道的不断涌现,足球已经不再是城市居民周末生活的唯一选择。上世纪 90 年代末,篮球职业联赛带走了很多人的视线,接踵而来的是各种新兴的贵族运动,网球、高尔夫、F1 等运动纷纷在中国兴起,甚至连乒乓球都建立了职业联赛。面对种种竞争,负面新闻缠身的足球联赛开始被边缘化,足球热逐渐退潮。退潮以后的职业联赛中,面对着日益萧条的球市,俱乐部更是感受到了前所未有的压力,短视行为就更为突出。在这种大环境下,球迷的利益常常得不到保护,先不说假球、黑哨等问题,很多俱乐部在球票收入甚微的情况下,并没有采取更多的措施来吸引球迷;一些投资者在足球无利可图的情况下,更是轻易地将球队转卖到其他地方,让原来的球迷伤心绝望。在这样的环境中,不要说

足球氛围的培养和球迷的扩大,就是原来的铁杆球迷都渐渐对足球联赛失去希望,离开联赛的赛场。

同时,在职业联赛兴起之后,中国球迷圈也扩大到一个前所未有的境况,然而球迷质量却不尽如人意。以前有人说,中国足球不是一流的,中国球迷却是一流的。对这句话,我并不认同。中国球迷里,凑热闹的多,懂球的少;呼天抢地出风头的多,坚持在基层踏实做事的少。更重要的是,中国球迷不管是面对国家级的比赛,还是联赛中自己的主队时,大多也都摆脱不了浮躁的心态。足协短视,俱乐部短视,球迷更加短视。很多情况下,球队的短期行为往往是迫于球迷的压力。一个球队,还没打几场比赛,要是成绩不理想,球迷就开始群起大呼下课,甚至通过其他方式向主队施压。在联赛中,主队成绩好的时候,往往球市火爆,一票难求,而成绩欠佳的时候,则门庭冷落。这样的情况,也更迫使球队为了眼前的成绩上升而采取一些短期行为。中国联赛的球市基本上是属于凑热闹型的,球市的弹性极大,这明显地反映出中国联赛缺乏相当数量的铁杆球迷,更说明了中国的球迷对自己支持的俱乐部缺乏一种发自内心认可的忠诚度。这既是联赛本身的问题,俱乐部的问题,也是球迷的问题。这一点上,我们可以发现,盛泽球迷协会,包括后来的吴江市球迷协会作为一个集体,却是一个很好的模范,他们并不因为申花成绩的起伏而放弃到现场助威,他们和申花之间形成了一种良性的相互认同。他们提出的“胜也爱你,败也爱你,爱你就是爱自己”的口号,更是一种新的看球态度。以往中国球迷看球,往往是为了别人而看的,或是为了爱国,或是为了爱家乡。早期,很多中国球迷对足球抱着一种爱国主义的激情,把国运和球运等同起来,把足球成绩当作自己省市的面子。然而,时间流逝,时代变迁,逐渐地,当人们开始认识到这种联系的虚假性的时候,尤其是足球热退潮以后,很多人离开了联赛。而真正的球迷,那些始终如一地留在赛场中,把看球当作自己生活的重要组成部分,把足球当成人生不可或缺的一种乐趣,当成休闲,当成情感需要的人,他们才能摆脱浮躁,摆脱过于功利的追求,才能成为

中国足球得以依靠的根基。只有这样的球迷不断增加，这种球迷圈达到一定规模的时候，中国的足球才能达到一定的高度。

中国球迷的浮躁心态往往使他们缺乏理智，过于激动，特别是面对难以接受的比分，面对客队的球迷时，各种暴力事件时有发生，甚至于严重到一定的程度，危及到社会秩序。球迷的过激行为给中国足球带来了很大的危害。就在联赛蓬勃发展的時候，足球热不断升温，球迷暴力也愈演愈烈，到 2000 年后发展到了一个高峰。从 1994 年开始到 2000 年，中国足协处罚的违反赛区安全秩序的事件就有 43 起，仅仅是 2000 年上半年就有 8 起，其中包括有主客队球迷冲突，拳脚相向；也有球迷乱掷杂物，乃至点燃看台；也有球迷袭击裁判和客队球员；甚至还有球迷和警方发生冲突，焚毁警车，造成数小时的交通中断。这类事件造成了极其恶劣的影响。这时，中国足协也不得不承认，中国确实有一部分足球流氓存在。当一连串暴力事件发生之后，中国政府加强了对赛场秩序的管理。2000 年 6 月，国务院召集中宣部、公安部、新闻出版署等部门听取了中国足协的汇报，同年 7 月 12 日，国务院办公厅还专门下发通知，要求整顿赛场秩序，并专门批准成立了国家体育竞赛监察委员会。在每次中国足球工作会议上，甲级球队所在的城市主管体育方面的市长都要参加会议讨论安全保卫的问题；北京等地的警方还举行了防止球场暴力的演习。许多地方政府还组织对本地球迷构成情况进行调查，对少数有过参与暴力事件的球迷进行重点监控……在中国，稳定是压倒一切的根本性问题，这时，中国足球职业联赛的首要目标变成了防止球迷骚乱，在各方面的努力下，球迷骚乱虽然略有减少，但代价却是联赛热度下降和球市降温，也进一步促使中国足球的不景气，阻碍了联赛和足球水平的提高。这种情况的发生，可以说，球迷，特别是很多情绪过激的不理智球迷，起了极其恶劣的影响，他们阻碍了中国足球的发展。更为严重的前车之鉴就是英格兰足球。上世纪 80 年代的“海瑟尔惨案”曾经让英格兰足球远离国际足坛多年，严重影响了其足球的发展，而当时横扫欧洲的红军利物浦也随之一蹶不振。

本来,球迷组织应该有助于防止球场暴力事件的发生。职业联赛开始后,很多球迷组织也应运而生。最初的球迷组织都是工作单位或者地方自发组织起来的。但是,民间组织自身往往存在很大的不稳定性。而协会的发起和组织,也常常带有各种不同的目的,甚至有很多带着功利性的目的,也有不少是出于争强好胜的心理驱动。更重要的是,作为民间组织,球迷协会一般都缺乏有力的自我约束,比较松散,而会员构成又比较复杂,往往来自于各行各业,收入层次也各不相同,不同的背景让管理更加困难。很多时候,球迷组织的负责人和普通球迷一样,也很浮躁,当发生裁判失误或者黑哨等问题时,他们的反应甚至比普通球迷还要激烈。甚至于在一些球迷组织中,个别人的越轨行为和疯狂举止变成他们取得球迷信任的砝码。中国文化讲究中庸和平和,但在足球领域,个别球迷的过激举动乃至极端行为却能为他们赢得知名度。早在职业联赛之前,对中国足球的异乎寻常的疯狂行径,使得“罗西”、“小地主”等球迷暴得大名。1993年的世界杯外围赛中国队失利,有一位名叫张克葵的成都球迷扬言要跳下看台自杀;1997年冲击世界杯失败后,上百名辽宁球迷在寒冷的天气里赤裸上身,头系着“为足球而死”等口号的红白色布带长跪不起。这种足球氛围中,“越激动,就越铁杆”的价值评判标准刺激着看球的球迷,特别是盲目的年轻球迷,才导致了大量暴力事件的发生。然而,中国足球的水平并不是靠着球迷自杀可以提高的,足坛的净化也不是球迷骚乱可以达成的。

上海人本来给人小心精明,甚至胆小怕事的印象,但甲 A 联赛开始之后,最早的球迷骚乱却发生在上海。早在 1994 年 7 月 10 日,上海申花主场迎战来访的四川全兴时,就发生了一场规模不小的骚乱。当时,有 200 名四川球迷包机到上海,在上海工作的上千名四川人也加入到了为全兴队呐喊助威的队伍中来。比赛进行到 20 分钟时,四川球迷开始拉起了雄起的横幅,上海球迷也不甘示弱,拉起自己的横幅,并把四川球迷的横幅遮挡了三分之一,四川球迷极为不满,双方发生了争执和口角,随即扔出了矿泉水瓶

和汽水瓶。在警方的劝说下，双方才冷静下来。不过，在中场休息时，个别球迷有意挑起事端，双方都有球迷把塑料座椅拔起，向对方飞掷过去。座椅在看台上飞来飞去，还夹杂着很多塑料瓶子和打火机。几十名警察出动才制止了这场斗殴。当四川全兴队的队员走出休息室来到球场时，上海球迷把大量的矿泉水瓶、打火机等杂物扔向他们，还不停地咒骂，有些装满水的矿泉水瓶，落地开花，冷水四溅，好几个四川队队员都挨了砸。在整个骚乱中，1名四川球迷被砸伤，4名警察受伤，其中1人鼻梁骨折，2人下颚部被打裂；体育场内130个塑料座椅被砸坏，一排栏杆被折断。

上海足坛最严重的骚乱出现在1996年申花与北京国安的比赛中，当时虹口体育场有3000多张塑料椅子被焚毁，这起恶性事件在上文中已经提及。

在1996年的事件之后，上海各界加强了对赛场的管理。此后的几年中，上海足坛的恶性事件并不多见，显得风平浪静。直到上海德比的出现，球迷的心态又发生了变化。2004年2月22日甲A冠军联赛的揭幕战，上海申花对上海国际的比赛进行到75分钟时，从球门后“蓝魔”聚集的看台上飞来的鼓槌击中了国际队的祁宏，后者应声倒地，比赛也中断了3分钟。

盛泽球迷协会，包括后来的吴江市球迷协会，是上海足坛十多年的亲历者，每一次球迷情绪高涨时他们都在现场，他们却从来不曾参加球迷的过激行动，甚至还能帮助维持现场的秩序，他们用自己训练有素的组织和理性行动向球迷证明一个负责任的球迷组织在球场中起到的作用。球迷协会是最基层的球迷组织，将球迷纳入组织中，本来就是防止球迷闹事的基本手段之一。盛泽球迷协会在维持赛场秩序方面起到的作用得益于他们自身的建设。首先，协会组织健全，分工明确，有一名会长，三名副会长和五名常委，每个人分管的事情，责任都非常明确，哪一环节出了问题就找哪一环节的负责人。其二，盛泽球迷从一开始就和北方那些情绪高涨的球迷不同，他们更重视理性和秩序。乔钧最后成为球迷协会的主心骨，并不是因为他对足球的那种狂热，而是因为他多年来一直能够脚踏

实地地为球迷做事情。中国足球,需要的不是慷慨激昂的球迷演说家,也不需要拿着出场费只看重要比赛的表演大师,更不需要动辄长跪、时而自杀的殉球者。这样的球迷或妻离子散,或家破人亡,对社会的稳定毫无好处,对足球事业也没有丝毫帮助。如果宣传这样的球迷,以之为榜样,则只能感召出越来越多的球痴、愈演愈烈的暴力事件。足球毕竟是一项运动,一种游戏,无关国格,爱之有道,狂而有节,才是对待足球的正途。对俱乐部而言也一样,过于激烈的球迷只会给俱乐部添麻烦,并不利于球队的建设和发展。俱乐部和球迷之间,需要的是良性的互动,互不信任、制造麻烦只能导致两败俱伤。中国足球最需要的是像盛泽球迷一样,理性对待输赢,在球场上既能维持秩序,又能制造气氛的真正球迷。

从另一个角度来看,球迷的情绪也受到俱乐部行为的很大影响。一个对中国足球负责任的俱乐部,应该会重视球迷的作用,也应该懂得用自己的行动来赢得球迷的支持。2002年,面对中远队的力邀,盛泽球迷协会没有放弃申花,虽然申花原先的大将很多转会到了中远,球迷也转移了很多,但是,申花队对于盛泽球迷的重视以及对盛泽球迷的情感回馈让盛泽球迷感动不已。正是这样的情感投资,让申花的后来人得到了实惠,可以说是“前人种树,后人乘凉”。也正是因为申花对球迷的重



↑ 乔钧高举盛泽球迷协会  
2005赛季承诺书



↑ 乔钧



←乔钩在2006年申花出征动员会上发言

视，使得上海球迷大多还是认可申花的品牌，在申花集团退出足球以后，申花的名字还是留在了俱乐部的名称中。SVA文广入主申花后也和盛泽球迷保持着密切的关系，常有来往交流。正是因为这种情感上的互动和交融，才有了盛泽球迷十多年来每个主场必到，对俱乐部忠诚不二，更有主动自发掏钱为主场聘请乐队的事情。

中国足球界，这样的良性互动还太少，足协不重视联赛中俱乐部和球迷的利益，俱乐部太多的短期行为，球迷的浮躁和过激举动，形成了一个恶性循环，影响了中国足球的发展。当然，在联赛萧条，国内足球逐渐边缘化的今天，重新反思这样的过程，足协、俱乐部和球迷都有自己的责任，而申花与盛泽球迷之间的良性互动，无疑可以为反思中的中国足球提供一点成功经验。

## **第四章 现状篇**

## “冲出亚洲，走向世界”

如果说全中国的足球人和球迷有什么共同目标和共同利益的话,那就是中国足球水平的提高;如果说足球水平的提高很难有什么绝对清晰的标准,那么,最初中国球迷的最大梦想就是中国足球能“冲出亚洲,走向世界”,换言之,也就是能打入世界杯的决赛圈。时至今日,虽然人们已经接受了足球只是一种竞技,无关爱国与否,然而,对于中国足球的那种关注和期望,仍然是中国球迷心底挥之不去的情结。中国足球,也成了人们心底爱国主义情绪的一个自然的发泄口。在最近二十多年中,让中国足球“冲出亚洲,走向世界”,成了中国球迷的最高目标。

拥有共同目标的人们很容易走到一起。中国的球迷协会在建立之初,大多都是抱着强烈的爱国主义感情,以促进中国足球发展为目的的。从上世纪 80 年代中后期开始,中国的球迷组织逐渐在大江南北兴起,可以说,几乎每一个球迷协会都将促进中国足球发展,早日实现冲出亚洲的目标写入了自己的章程。在那个时代,他们能够聚集在一起,最重要的原因也就是大家对中国足球的期待是共同的。在观看国际比赛时,球迷们各有自己的主队,很难有统一的阵营,而面对中国足球的时候,球迷却是一致的。另外,中国足球的那种落后而苦难的形象,更让球迷有一种感同身受的挫折感。这些因素加在一起,让中国的球迷自发产生一种要团结在一起,自

下而上,担当起拯救中国足球重任的责任心。1993年,美国世界杯亚洲区预选赛的小组赛,中国队将主场设在成都,全国各地的球迷汇集在成都,演了一出新时代的大串联。不过,施拉普纳率领的中国队折戟伊尔比德,成都球迷还发起了“中国足球SOS大行动”,一时之间,全国各地反响如潮。可以说,中国球迷具有一种爱国热情激发出来的独特的使命感。

1991年底成立的盛泽球迷协会也不例外,他们的宗旨就是“爱国家,爱家乡,爱足球”,在他们看来,为中国足球加油助威,就是爱国家的表现。正是这种情感,让他们十多年来,不单单守候着申花队,也一直守望着中国足球的成功。遇到世界杯、欧锦赛等重要的国际赛事,他们当然也组织活动,也兴高采烈,也享受足球,但是,只有中国足球的大赛事,才能激发他们全部的热情,调动他们全部的情绪。他们的重心还是中国足球。中国足球的爱国情结,让他们痴狂,也让他们在别人眼里有点异样。

虽然用最理性的眼光来看的话,足球与爱国主义无关,然而,球迷的爱国主义感情是朴素的,也是真挚的。可以说,这样的感情正是中国足球得以发展的最重要的推动力。中国球迷在某种程度上来说是不幸的,他们踉踉跄跄地从足球历史的断层里爬出,睁开眼睛刚发现足球的魅力,面前就摆着中国足球和国际足球这两个割裂的世界。如果从足球本身的精彩程度,不论是观赏性还是技战术方面,显然,欧美足球的世界要精彩得多。如果不是爱国感情因素的话,谁会去看中国足球呢?不过,这两个世界间的裂痕反而给了中国球迷一种弥补断裂、寻求统一的冲动,唯一的途径就是让中国足球“冲出亚洲,走向世界”,踏上高水平的世界杯舞台。二十多年来,中国球迷的痴心和努力,无非就是出自这种冲动。

1994年职业联赛开始之前,球迷的爱国主义感情主要倾注于各级国家队的比赛之中。对中国球迷而言,最重要的赛事无疑是世界杯外围赛。1982年初苏永舜的功亏一篑,1985年曾雪麟的“五一九”,1989年高丰文的黑色三分钟,一直到1993年施拉普纳的

兵败伊尔比德。中国足球的连续失败也让球迷产生了寻求体制改革的渴望。上世纪 90 年代初，当变革的呼声响彻神州大地之时，一场中国足球史上的巨变呼之欲出。1992 年，中国足协在红山口开会，确定了职业化的大方向。1994 年，中国的第一个足球职业联赛开幕，引起了中国球迷极大的关注，也调动起了大家的热情，这种热情最根本的基础在于这个联赛是中国人自己的联赛，而职业联赛被看成是提高中国足球水平的最佳途径。如果说职业联赛之初的足球热有什么心理根基的话，那就是中国球迷内心深处的爱国情感和希望通过联赛让中国足球强大起来的期待。支持联赛，就是支持中国足球，为联赛呐喊，就是为中国足球呐喊，这种观念成了最初走进联赛赛场的中国球迷最大的心理驱动力。可以说，如果没有这种爱国情感，甲 A 联赛伊始很难取得那种程度的成功。要知道，中国的甲 A 联赛一度是继欧洲五大联赛之后上座率最高的足球联赛。正是这种情感牌，让水平较低的甲 A 打响了第一炮，从高水平欧洲联赛的电视转播中抢到了很多的观众。显然，中央电视台关于甲 A 联赛的宣传和专题节目也一直抓住了球迷的爱国心理，他们一直打着“联赛是一国足球之本”的旗号。从另一角度来看，这种宣传、广告既抓住了球迷的内心，又集中表达了他们的逻辑，最后，也反过来强化了这种逻辑。在那时候，球迷们到现场去看球有一种使命感，把这举动作为他们为中国足球所能做的最大的贡献。

在足球发达国家，联赛的上座率和国家队的表现基本上是无关的。2006 年世界杯上，英格兰队表现非常平庸，走得也不远，球迷们极度不满，可是，新赛季英超的大幕还没有拉开，很多球队的热身赛都已经是座无虚席。然而，在中国，国家队的表现往往和联赛的热度直接相关，但这却也是致命的关联。1997 年末，甲 A 联赛遭遇到的第一个沉重的打击就是中国队的第六次冲击世界杯失败。对于中国足球更为致命的打击在于 2002 年，当中国队顺利进入韩日世界杯之后，他们冲出亚洲之后的表现让球迷发觉，原来，走向世界只是一个白日梦。梦醒了，还是一无所有。这样一种圆梦以后的失落，让很多中国球迷心灰意冷。这也直接导致了 2002 年

以后甲 A 联赛和之后中超联赛低迷的情况。可以说，2002 年以后，中国足球进入了一个没有梦想、没有目标和没有追求的时代。在这之前，球迷们支持联赛，支持中国足球，为的是“冲出亚洲，走向世界”；当这个任务完成以后，他们发现，它居然没有任何意义。中国足球进入了又一次轮回，没有实质的改变。中国球迷应该追求的是什么呢？可以梦想的是什么呢？如果说当前的中国足球要走出困境，那么，首先就需要为中国足球找到一个追求的目标，找到一个可以让球迷振作起来的兴奋点。

## 中国球迷的分化

随着职业联赛的深入，也随着中国队冲出亚洲后尴尬局面的出现，虽然中国国字号的球队依然吸引着很多球迷的目光，但是，球迷们对国家级球队的热情有所减退。另外，随着社会生活的丰富，再加上网络的发展，中国的球迷也开始逐渐分化。以前主流的球迷组织基本上是以支持的俱乐部为核心建立起来的，比如上海以前的一比六球迷协会和现在的“蓝魔”，北京的“绿色狂飙”、“御林军”。但是自从一些中国球迷对国家队乃至中国足球都失去了兴趣后，欧洲职业足球和国际比赛成了他们的生活寄托，几乎每个国外大牌俱乐部的中国拥护者都拥有了自己的球迷会，甚至也有中国球迷自发组织了某些世界一流国家队的“粉丝”联盟，中国有曼联的球迷会，也有国米的球迷会，甚至还有所谓“意迷”、“阿迷”、“英迷”。纯真的 80 年代过去了，中国社会的进一步开放和多元化，让球迷们的想法也不再和过去一样，简单地把足球和爱国等同起来，90 年代初，中国球迷那种以中国足球的兴衰为己任、愿为之生为之死的情绪已经不多见了。

1994 年职业联赛开始，一股足球热在中国大地上迅速升腾。最初的几年中，不单单是联赛的球市火爆，甚至连所有的国际商业比赛也座无虚席。1995 年，金志扬带领的北京国安队在联赛中掀起了一场绿色狂飙，不过，那年夏天他们似乎更侧重于国际商业比



↑中意足球对抗赛，于上海虹口体育场，上海申花对 AC 米兰比赛球票

赛。在工人体育场，他们连续击败了来访的人员不齐的几支意甲球队，一度创造了工体不败的神话。这时，每一场中国俱乐部与外国著名俱乐部的对决，都会引起全国球迷的关注。那个时代，连这些俱乐部之间的商业比赛也被中国球迷倾注了强烈的爱国主义感情。

1994 年，上海申花队在主场与一个国外俱乐部打比赛，盛泽球迷协会赶到上海为申花助阵。为了这场比赛，他们带来了大幅标语和国旗。当他们扛着国旗准备入场时，却被公安人员拦住。因为之前在甲 A 联赛的赛场上出现过上海球迷与四川球迷之间的冲突，球场加强了对球迷的管理，特别是禁止带入有安全隐患的物品。这可把盛泽球迷急坏了。在他们看来，没有国旗，怎么能表达出球迷为中国足球摇旗呐喊的心情呢？更重要的是，国旗是代表尊严的，谁会用国旗来扰乱球场呢？！球迷们和公安民警百般交涉，就是不见效果。这一下，盛泽球迷受了委屈，他们怎么办呢？情绪激动的“乔老爷”在关键时刻想出了办法，他带人把大鼓卸在门口，“咚咚咚……”在民警面前擂起了大鼓，明确表示，不能带着国旗，就决不进入球场。这个举动声势很大，经过的球迷都站到了乔钩一边，虹口体育场方面终于答应了球迷的要求。毕竟，中国球迷决不会亵渎国旗的尊严。

## 第一次出国看球

1999年10月3日，悉尼奥运会亚洲区预选赛中韩之战打响，吴江市球迷协会组织了23名球迷赴韩国观战助威，这是他们第一次集体性出国看球。虽然这次行程留下的仍是失落和沮丧的回忆，但毕竟迈开了他们出国征战的第一步。吴江球迷的这次远征是和苏州市区的球迷结伴而行的，发起人是苏州青年旅行社的总经理管明华。苏州是长江三角洲重要的中心城市之一，经济发达，不过苏州人的脾气如同苏州话的吴侬软语，缺乏烈性的苏州人似乎在足球上并不成功。那时，苏州市的足协多年来名存实亡，苏州有一批球迷，却没有成型的球迷协会，球迷的活动处于散兵游勇的状态。吴江是苏州下辖的一个县级市，盛泽更只是吴江县下辖的一个小镇。盛泽球迷协会和后来的吴江市球迷协会出了名，活动也搞得有声有色，倒是让苏州市区的球迷有些蠢蠢欲动。苏州青旅的总经理管明华热心足球，再加上他行业上的优势，几年中，他的旅行社倒是多次组织球迷到上海看甲A联赛。在这一届奥运会预选赛开始之前，他们还反复找有关部门协商准备成立苏州市球迷协会的事情，并成立了一个筹备组，指定一名刚刚到公司的大学生负责。为了筹备球迷协会，让苏州的球迷热热身，青旅就利用自己的资源，策划了这次“到韩国看球，为中国队加油，苏州百名球迷出国大行动”。在这个行动中，吴江市球迷协会当然是该邀请的，一来能以

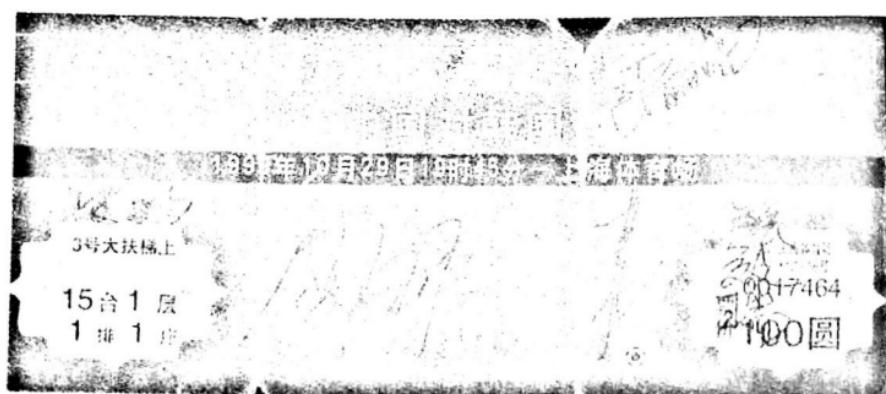
老带新，传授些协会组织的经验，二来也是活跃气氛，扩大影响。

集体出国看球对于吴江球迷而言也是一件新鲜事。1991年底，盛泽球迷协会成立的时候，组织球迷集体到上海看球，已经算是一件了不起的新鲜事，仅仅过了八年，球迷协会已经可以组织球迷出国看球了。八年前，从盛泽到虹口体育场的路，要花掉大家四个多小时，而现在，五个小时，从盛泽出发的球迷已经能够降落在韩国的首都汉城了。曾经，看到电视里的外国球迷追随球队出国看球，中国球迷只能徒然艳羡，现在，这一切对于中国球迷而言，已经不是梦想。从某种意义上来说，这样的转变也正是得益于上世纪90年代中国经济的高速发展，人们的生活水平得到了大幅的提高。可是，第一次组织球迷出国看球，吴江市球迷协会应该以怎样的面貌出现呢？这次为中国国奥队助威，用怎样的方式才最好呢？经过再三的考虑，乔钧决定，这次协会二十多人团体出国，在汉城的体育场，不打自己协会的旗号，也不打苏州、吴江的旗号，希望能和其他中国球迷一起，顾全大局，形成合力。于是，乔钧又一次祭出了他的看家法宝——出“旗”制胜。出征前，乔钧发动球迷朋友花了一个星期的时间，赶制了一面面积为70平方米的红色大旗，上面用黄色的字体写了四个大字：中国球迷。他们希望，远征汉城的中国各地球迷在大旗的感召下能够团结一致，与韩国球迷一决高下。

苏州的球迷队伍在10月3日中午才从虹桥机场出发。飞抵汉城时，已经是当地时间的下午3点钟。刚下飞机，还没去酒店卸下行李，大家就在导游的带领下驱车沿着汉江急行，奔赴体育场的附近，连汉江两岸的景色也只是匆匆掠过。虽然，对于大多数球迷而言，这是他们第一次来到汉城，甚至是第一次跨出国门，不过，对于韩国的新奇感觉并不曾影响到球迷看球的热情。导游将大家安排在一处地下餐厅，大家草草吃完晚饭，就奔赴体育场。球迷们乘坐的大客车在靠近体育场的地方停下，体育场早已被韩国警察封锁。大家下车后，青旅的领队给每人发了一面小红旗，进入体育场后，大家在门前集体合了影，共祝中国队好运。

当地时间傍晚 5 点多，球迷们进入了汉城著名的蚕室体育场。这座可容纳 80000 人的汉城奥运会的主赛场成了中韩两国球迷的天下。到汉城为中国队助威的中国球迷总数在 6000 人左右，大大超过原先预计的 3000 人，全国各地近 20 个城市的球迷协会组织了浩浩荡荡的声援大军。中国球迷在汉城大聚会，到处都可以看到手持五星红旗的中国球迷。许多人在脸上印了国旗图案和“中国必胜”字样。红旗飘起来，锣鼓敲响了，大家都在极其兴奋的心情中等待比赛的到来。

中韩两国本来就是球场上的冤家，在此前长达十三年的时间中，中国国家队和国奥队在正式比赛中延续着“逢韩必败”的历史。中国的队员甚至连球迷都有了“恐韩症”。十三年来，大家都在苦苦等待着中国队的崛起，等待着报仇雪恨的时机。这时候，机会似乎来了！英国人霍顿的到来使中国的队员重新找回了渐渐消失的信心。从头再来的中国队面对宿敌已有了胜机。霍顿执教以来，中韩五度交手，二平三负，在三次输球中，一次金球告负，另一次点球告负，场面上都不在劣势。另外，这支国奥队汇集了留学巴西五年的健力宝队精英和中国职业联赛中脱颖而出的新秀，在此前战绩不俗，无论哪方面比较，中国国奥队都有了与韩国队抗衡，并且战而胜之的实力，这也吊起了球迷的胃口。正是因为如此，这一次才会



↑1999 年 10 月 29 日，中国对韩国比赛球票

有那么多中国球迷为国奥队出国助威,到了现场的球迷也都是兴奋异常。可以说,在一个国外的赛场上,有数千名来自中国内地的球迷到现场助威,这种轰轰烈烈的举动在中国足球史上还是第一次。离比赛开始还有很长一段时间,乔钧就带领吴江球迷早早来到了体育场。乔钧和伙伴们把他们出征前准备好的 70 平方米的“中国球迷”红色大旗展开来,整个体育场内没有任何一面其他的旗帜可以与之相比。由于面积实在太大,乔钧带人跑了三层看台,仍然找不到悬挂的地方,于是,身穿印有“球迷乔老爷”字样汗衫的乔钧只能四处发动群众,汗流浃背,拉着横幅在中国球迷间传递,巨大的“中国球迷”旗帜伴随着场上中国队的进攻,在所有中国球迷的头顶反复传递。每传至一处便引来一阵欢呼,每个拉着旗帜的球迷都觉得胸中热血涌动,汇聚成了全体中国球迷对中国足球的祝福。可以说,吴江球迷带来的“中国球迷”大旗出现在了一个历史性的时刻,这是中国球迷第一次真正意义上的走出国门,也是第一次将自己的风采展现在世界的足球舞台上。

韩国时间晚上 7 点,比赛在热烈的气氛中进行,场上,客场作战的中国队拼抢积极,和韩国队展开了殊死搏斗;场下,集中在一侧看台的 6000 名中国球迷与整齐划一的韩国球迷展开了场下的对垒。由于中国球迷来自全国各地,来自各个不同的球迷协会,打着不同的旗号,穿着也不统一,阵容不一,呼喊的内容也各不相同,根本形不成合力。于是,北京、深圳、四川等地的球迷领袖在看台上临时协调,规定统一的动作,一时间,“中国队加油”、“中国队,进一个”的呼喊声响成一片。不过,临时统一的中国球迷在看台上还是输给了声势浩大、行动统一的韩国“红魔”球迷。他们大多身穿韩国队红色的战袍,把整个体育场染成了韩国国家队特有的那种“红魔”的血色。整个场内的韩国球迷,就如同一个大合唱的乐团,用着整齐的节奏,统一的口号,时而用快速的连续高呼,时而用同样韵律的歌声为主队加油,还有无数小小的韩国国旗在他们手中挥舞,漫天飞舞着白色、红色的彩带。这是一个魔幻般的世界,是一场声势巨大的演出。

这一场比赛，中国队输了，在占尽优势的情况下一球小负对手，裁判又一次成为了中国队心中的痛；而在看台上，输得更难看的，是初次远征、毫无经验的中国球迷。可以说，到场的每一个中国球迷几乎都是站在看台上，以不停的呼喊看完了整场比赛，脚站软了，嗓子喊哑了，但比赛的结果是残酷的。当韩国的“红魔”拉拉队高呼“胜利”的时候，远赴异乡的中国球迷却是欲哭无泪。中国球迷，和中国足球一起，需要学习的还有很多很多。

比赛结束后，伤心而又不服气的乔钧在体育场外正巧遇到韩国队队员乘坐的大巴，他奔跑着追在大巴后面，高喊：“中国队一定会打败你们的！”不过，让乔钧更伤心的，是中国球迷的表现。为了这第一次的集体出国看球，乔钧做了很多的准备，也放弃了盛泽球迷协会的金字招牌，只是打出了“中国球迷”的旗号，就是希望中国的球迷能够在异国他乡团结到一起，共同为中国队加油。然而，出征到韩国的中国球迷，一部分来自于企业赞助的抽奖活动的获奖者，他们变成了某些企业的宣传者，另一部分则不愿意放弃自己家乡和协会的口号，到异国来扬名。虽然中国球迷的心是一样的，都竭尽全力为中国队助威，但是大家各占山头，自发号令，6000名中国球迷根本没有凝成一体，当然也无法形成合力。不过，乔钧也认识到，这次汉城助战只是一个开始，总有一天，中国球迷也会将自己完美地展现在世界的舞台上。从汉城回来以后，不管是接受采访，还是参加电台电视台的节目，乔钧都一直极力号召球迷在中国队的比赛时放弃狭隘的地方主义立场，也不断地呼吁球迷努力创新，创造出更有影响力的球场氛围。从那时开始，怎样才能建设起有中国球迷特色的助威方式和球场氛围，也就成了乔钧心头考虑的大问题，这也促使他后来自掏腰包请回球迷乐队。

客场作战的中国国奥队 0：1 败给韩国队，也就失去了小组出线的主动权。最终，这次奥运会预选赛的九强战，中国历史上最好的一届国奥队在与韩国历史上最差的一届国奥队的世纪末对抗中又败下阵来，苦难的中国足球又遭遇了一次滑铁卢。

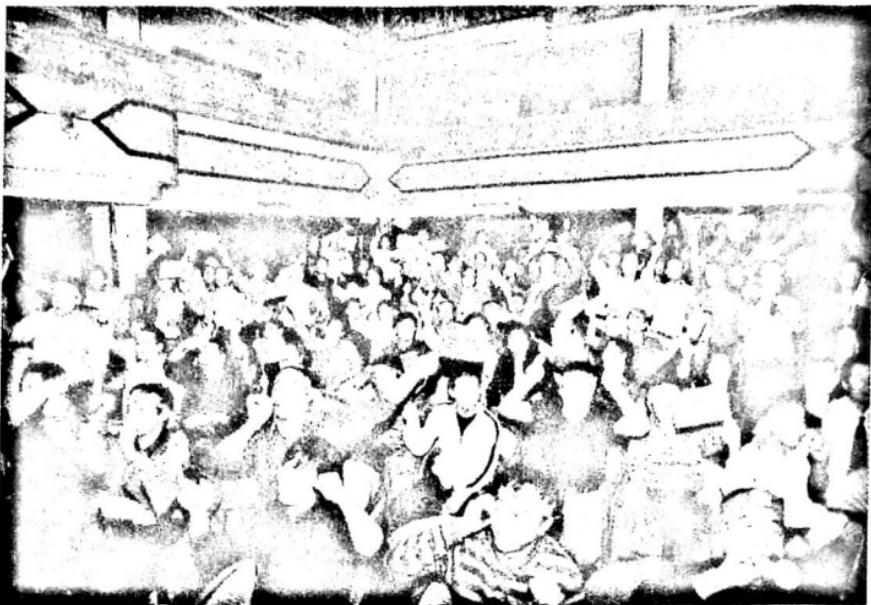
## 中国足球出线了！

终于,两年以后,中国足球的机会来了。在韩日世界杯亚洲区预选赛上,中国队抽到了一支上上签。这时候,中国队将主场放在了沈阳的五里河体育场。

2001年10月7日,成为了中国足球史上的里程碑。在这个激情迸发的夜晚,随着新加坡主裁判麦丁的一声哨响,中国队在沈阳以1:0战胜了阿曼队,终于,在经历了四十四年的风雨历程之后,中国队冲出了亚洲,首次打入了世界杯的决赛圈。

10月7日晚上6点左右,被誉为“球迷大本营”的盛泽镇虹胜宾馆内早已是一片人的海洋,旗的世界。这是吴江市球迷协会主办的“圆梦之夜——2002世界杯中国队出线庆典晚会”。数百名来自盛泽、松陵等吴江市各地以及在盛泽工作的来自黑龙江、河南、重庆等地的忠实球迷要共同见证中国队四十四年来首次“冲出亚洲,走向世界”的历史性时刻。

在晚会的现场,写有“今宵世界杯梦圆沈阳,明年相见韩日绿茵场”、“天下球迷一家,绸乡球迷同乐”等字样的十数条横幅将会场气氛烘托得分外热烈。球迷们早就准备好了用于观看比赛的大型投影幕布和电视机。从各处赶来的球迷也全副武装,他们带来了小喇叭、小国旗、大锣鼓,有些人还别出心裁地在头部绑上了写有“中国队必胜”、“圆梦——爽”等字样的红头巾。



↑中国队世界杯出线，兴奋的球迷在盛泽虹胜宾馆欢呼

19点02分，虽然距离中国与阿曼的出线之战尚有半个小时，但球迷们已经在会长乔钧手中巨型国旗指挥下唱起了战歌。从《歌唱祖国》到《球迷之歌》，他们尽情地用歌声表达着自己心中的憧憬之情。19点30分，比赛准时开始，此时会场里倒是突然一片寂静，大家都屏息凝神，为中国队紧张。20点03分，看到中国队久攻不下，乔钧又指挥全场球迷一起高喊“中国队进一个”，点燃了球迷们的情绪。整个会场如同现场，好像场上的球员能够听到他们的助威一样。真不知道此刻全中国这样的“现场”有多少个，加油助威的声浪有多高。

果然，球迷的辛苦没有白费，比赛进行到36分钟时，于根伟为中国队打进了漂亮的进球，霎时间电视中的五里河体育场沸腾了，电视外虹胜宾馆也沸腾了，全场球迷起立高呼口号，手摇国旗，为国足的进球而欢欣鼓舞，欢呼声如同潮水一般，一浪高过一浪，将所有人都推上了快乐的巅峰。会场内，喇叭声和锣鼓声交织

成一曲凯旋曲，使周围的气氛达到了一个高潮。

而在下半场，球迷们又在乔钧的组织下时而高唱“我们是冠军”，时而齐呼“中国队，2：0”，将气氛继续推向白热化。每次中国队的进攻都会引发人们的欢呼，每次对方的威胁球也会使球迷们惊呼着倒吸冷气。

时间一分一秒地过去，当新加坡裁判的终场哨声在五里河上空响起时，我们赢了！人们的热情在瞬间爆炸了！乔钧站上凳子振臂高呼：“我们出线了！”一面巨大的五星红旗不失时机地出现在虹胜宾馆顶楼，所有的球迷都向她呼喊“我爱足球，中国万岁，我们出线了”！大家将手中的矿泉水瓶扔向半空，尽情宣泄着心头的激情。这一刻，国人的内敛已然换成了毫不掩饰的狂欢。是的，在经历了令人心跳加速的90分钟后，我们出线了！我们应该狂欢，因为此刻我们是全世界最幸福的球迷！

可能很多人做梦都没想到，中国人从上世纪50年代起即苦苦追寻的世界杯梦想，居然在新世纪的第一个年头成为了现实。现在球迷们要做的只有一件事：庆祝！球迷从虹胜宾馆成群结队地冲出来，分东西两路向盛泽镇仲英广场进发。一路上他们冒着蒙蒙细雨，敲着震天的锣鼓，挥舞着早已准备好的国旗，不间断地高声呼喊着：“出线了！出线了！”同时在镇中心，三



↑ 盛泽球迷高呼：“我们出线了！”

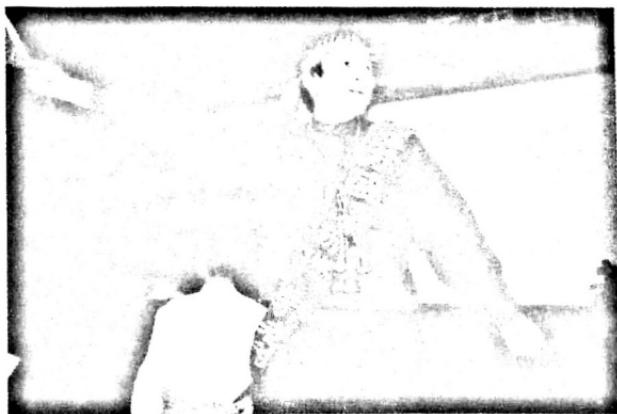
五成群的路人也自发加入了欢乐的队伍。仲英广场聚集了上千人。活动的组织者们燃放起了爆竹，他们要用震耳欲聋的鞭炮声来为足球、为中国欢呼。在广场的西侧，早已升空的巨型烟花照亮了整个夜空，夺目的光彩照在了一张张笑脸上。在响彻夜空的爆竹声中，球迷协会的锣鼓队到了，震天的锣鼓声一下吸引了人们的注意力。内心充满欢乐的球迷们绕着锣鼓队围成了圈，尽情地蹦跳欢呼。人群中，有人将球迷协会会长乔钧抛上了半空，又把这位吴江球迷界的领军人物高高托起，任他挥舞着手中的五星红旗。顿时，围观的球迷们像同时接到了命令一般，庄严的国歌声在广场上空响起，将吴江人的爱国热情推向了又一个高潮。

金秋深夜，凉意袭人，然而意犹未尽的球迷们不顾渐渐下大的雨势，仍尽情地在仲英广场上唱着，跳着。而此时，更多的球迷已涌向饭店、酒店、大排档，将整箱整箱的啤酒堆在了他们身边，芬芳的啤酒花映着他们兴奋的脸，来，干一杯！是的，今夜是属于我们——中国球迷的，我们有理由快乐甚至买醉，我们要向全世界高呼：“中国足球，出线了！”

中国足球，是中国球迷的足球；中国球迷，是中国足球的脊柱。中国足球正是因为中国球迷多少年来痴心不改的支持，才有了今天走向世界的水到渠成。作为中国球迷的一份子，可爱的吴江球迷与中国足球携手走过了数十年风雨出线路。

## 韩日世界杯的答案

中国队冲出亚洲的喜悦并没有持续多久，中国队在世界杯上的表现让走向世界成了一个破碎的梦。2002年6月，韩日世界杯开赛，中国和巴西、土耳其、哥斯达黎加分在了同一小组。此前米卢分别带领过三支不同球队在世界杯决赛圈杀入十六强，所以，这一次，中国举国上下都对中国队在世界杯上的表现寄予厚望。在世界杯开始前，很多媒体都在计算中国队小组出线的可能性，认为中国队只要战胜哥斯达黎加并逼平土耳其，就有可能进入第



→2002年韩日世界杯期间，  
乔钩与盛泽球  
迷在虹胜宾馆  
观球



←2002年韩日  
世界杯门票

二阶段。因此，很多人都认为小组赛的第三场对土耳其的比赛将是决定性的。中国队所在小组的比赛都将在韩国举行，首场与哥斯达黎加的比赛在光州，次场与巴西的比赛在济州岛的西归浦，最后对土耳其的一场被安排在了汉城。

韩国和中国是一衣带水的邻邦，对于普通中国人而言，世界杯变得很近，虽然世界杯时去韩国要比平时昂贵不少，但观看世界杯，毕竟已不再是遥不可及的梦想。和 1999 年中国球迷首次大规模在汉城亮相不同，经过三年经济高速发展，中国球迷比以前更加富裕，出国旅游也已日渐平常。2002 年 1 月 31 日，球迷购买韩日世界杯中国队小组赛门票的报名工作开始之后，各地球迷非常踊跃，报名覆盖面涵盖了除西藏之外的全部省份，不到 20 天，报名人数就已经超过了国际足联落实给中国的 10749 张门票的数量。世界杯开战前，据国际足联公布，世界杯上最热销的就是中国队和韩国队的比赛门票，韩国国内一张价值 60 美元的 C 票已经被炒到了 800 美元。而澳洲方面准备转让给中国的中国对巴西的门票，标价是 1500 美元。中国队在汉城对阵土耳其队的那场比赛，两夜三天，包括球票在内，每个中国球迷需要花费人民币 6980 元。而如果中国队 3 场小组赛全看的话，共是 11 晚 12 天，需人民币 23800 元。

高额的旅行费和门票也没有吓倒中国的球迷，光州的体育场完全成了中国队的主场，不单单涌入了数千名中国球迷，在场的韩国观众也加入中国队的拉拉队。韩日世界杯在中国掀起了一股前所未有的足球热潮，比起 1995 年的甲 A 联赛有过之而无不及。中国队与哥斯达黎加的世界杯处子秀的那天下午，整个中国，几乎每一台电视机中都是比赛的直播，上亿的中国人都提前下班，回到家中，守候在电视机边，可谓是万人空巷。可惜的是，坐拥“主场”之利、身负亿众期待的中国队却并不曾给人们带来惊喜，面对实力并不强大的哥斯达黎加队，他们还是以 0 : 2 败下阵来。这一场败局，让中国队的出线梦想彻底破灭，毕竟，在巴西身上拿分只是一场白日梦。

出线梦想破灭，中国球迷也降低了目标，他们希望中国队能在小组赛中至少取得一个进球，可惜的是，第二场与巴西队的比赛中，中国队以 0 : 4 败北，又与进球失之交臂。更让球迷伤心的是，在最后一场比赛中，中国队毫无斗志，又以 0 : 3 的比分输给了



↑ 乔钩 2002 年赴韩国观看世界杯

并不为人重视的土耳其队。

2002 年韩日世界杯，乔钧到现场观看了中国队与土耳其队的小组最后一场比赛。与中国队一样，这是他第一次亲历世界杯。不过，亲历世界杯，让他真正感受到的是中国足球的落后。这种落后，不单单是中国球员的落后，中国足球管理的落后，也是中国球迷的落后。他真心希望通过世界杯，中国人能够认真地反思，共同将中国足球提高到一个新水平。

6 月 11 日，乔钧乘坐韩亚航空的飞机前往汉城。一踏上韩国的国土，他看到的是蔚为壮观的一片红色海洋，乔钧大为震撼。在汉城的仁川机场，所有的工作人员都换去了制服，穿着“红魔”的 T 恤衫。到了汉城市内，更是一个红色世界，几乎每一个韩国人都身着红衣。在汉城的广场上，总是聚集着成千上万统一衣着的人们观看比赛。每逢有韩国队的比赛，看台上数万球迷便众口一词不停地高呼口号，然后一起击掌，阵阵声浪响彻汉城的上空。在汉城无论大街小巷，随处都能买到“红魔”T 恤，从小孩到老人，任何一个年龄段的人都能找到适合自己穿的球迷衫，价格 3000 至 10000 韩元不等，也就是人民币 25 到 70 元左右。为了感受一下这种韩国的民族精神，乔钧也为儿子买了一件韩国球迷最爱的红 T 恤。



← 乔钧与巴西  
球迷在一起

世界杯决不仅是球队角逐的竞技场，也是全世界球迷的大舞台。世界杯期间的韩国，已经成为了各国球迷济济一堂的游乐场。乔钧在韩国拍了许多照片，其中大多是与外国球迷的合影。这些外国球迷中，有来自东道主韩国的，也有来自中国队的对手巴西、土耳其的……中国作为韩国的友好邻邦，又是世界杯期间韩国重要的客源，韩国人对中国还是极有好感的，很多韩国球迷手拿中国国旗，打着“中国必胜”的横幅，祝福中国队在世界杯上取得好的成绩。他们除了成为中国球迷之外，也成为了中国队的第二支拉拉队。虽然不在国内，中国队也享受了一番主场的待遇。中国队输给哥斯达黎加和巴西之后，韩国球迷更是加倍的支持中国队。不过，当乔钧和韩国球迷讨论起中国足球的表现和问题时，韩国球迷从他们的角度指出了中国球员和球迷的弱点，那就是球员们在场上不拼命，球迷们在场下不齐声为自己的队伍加油。也许是第一次的缘故，中国球员在场上畏手畏脚，而韩国球员则充满了必胜的信念，踢起来满场飞奔，气势如虹。中国球迷也表现得不够团结，助威声也零零散散，缺乏声势，相比之下，韩国人则让整个赛场都充满了同样节奏的高呼声，对于其他国家的球员而言，这至少在气势上是一种强大的震慑。

作为中国队的同组对手，巴西和土耳其的球迷对乔钧也十分友好。虽然大家语



↑ 乔钧与土耳其球迷在一起

言不通，不过，足球本来就是一种世界语，再通过多重的翻译，加上手势和表情的沟通，乔钧还是和他们交上了朋友。他发现，巴西球迷大都是“评论家”。好几个巴西球迷告诉他，中国队表现平平，作为“第十二个队员”的中国球迷也未凝聚起来。而一位在北京工作的土耳其球迷热情地送给了乔钧一件印有土耳其国旗的上衣，并表示希望能够与他长期保持联络，相互谈论球道。确实，足球拉近了世界的距离，让不同国籍、不同文化、不同语言的人们得到情感上的共鸣。在这里，乔钧也进一步地感受到了“天下球迷是一家”的含义。

6月14日那天，乔钧在机场托运完行李准备登机回国时，正巧遇到土耳其国家队也来到机场。嗅觉灵敏的他马上跑到这些球员面前，一手指着身上穿的土耳其球衣，用手势比划着，示意让他们签字。土耳其的球员们没有一点球星的架子，身背行李的他们都是来者不拒，笑容可掬。球队里最大牌的哈坎·苏克、伊泽特、巴斯



↑乔钧与土耳其著名球星哈坎·苏克

→乔钩



图尔克、云萨尔和达瓦拉都拿出笔来在乔钩的笔记本里签上了他们的大名。相反，中国的一些球员对球迷就不那么尊重，摆出一副球星的架子。乔钩脑子里浮现出曾经遭遇过的情景，那是1999年，一位颇有名气的球员去了吴江，有球迷请他签字，他竟推搡着要求签字的那位球迷说：“你又不崇拜我，签什么字！”乔钩通过翻译问哈坎·苏克中国队在世界杯上的表现如何时，苏克耸耸肩说：“很遗憾，足球就是这样无情。”不过，他还是祝愿中国队今后能够再次来到世界杯，并有出色的发挥。热情的土耳其球星们还十分高兴地与乔钩合影留念，这让乔钩也十分满足。

在世界杯上，日本、韩国都以小组第一的身份跻身十六强，中国队却一球未进，这充分暴露了中国足球最近几年来的发展实在太慢。在十几年前，中国足球与日本、韩国水平相近，现在却明显落后了。原因何在？第一次亲历世界杯的乔钩苦苦思索，他感到中国足球的落后是全方位的，有球员方面的原因，也有球迷和中国足球管理方面的原因。中国队输球后，各大媒体都把矛头指向球员，指向主教练米卢，这显然有失偏颇。乔钩认为，中国队与世界强队对抗的机会太少，一些队员又缺乏团结精神和硬朗的作风。中国队本身的实力固然是一大原因，管理上的问题和球迷也有一定



↑ 同仇敌忾，四年不晚，咱 2006 德意志见——CHINA

的责任。相关管理层在世界杯上对球迷组织不力，没有统一的口号，没有统一的服装，使各地球迷如一盘散沙。中土之战时，乔钧在看台上奋力挥舞双臂，高声大喊“是中国人的，为中国队加油”，虽然调动起来一批球迷，但对整个看台实在是无能为力。大多数现场的中国人对场上的情势并不太专注。这也难怪，尽管看台上的中国人有 20000 多人，但真正的球迷也许不过 2000 人，大多数人是因商业活动或旅游组团的形式来到世界杯的，换句话说，大多数人是来凑热闹的，真正关注中国足球的铁杆球迷并不多。乔钧说，如果足协在世界杯开始前，能对球迷的组织有所规划、安排，也许中国球迷就能在世界杯上给世人留下深刻的印象。铁杆球迷应该记得，1998 年，日本队首次打入世界杯决赛圈，他们的球队表现差强人意，不过，狂而有节、举止文明的日本球迷却获得了很高的评价，从此在世界球迷的舞台上占据了一席之地，成为一大亮点。乔钧说，假如中国足协通过甲 A 俱乐部的渠道来组织球迷去韩国，并且有人负责指挥调度，那么看台上真正的中国球迷就有 20000 多人，加

上统一口号,统一服装,其气势何敌之有!可惜的是,这只是球迷的一厢情愿而已。

还没从世界杯的赛场回来,乔钧就已经预感到,中国足球在世界杯之后可能暂时会走下坡路,甚至可能遭遇低谷,但他没有想到的是,直到2007年的今天,中国足球还没有走出低谷,甚至每况愈下。到韩国观看世界杯之前,因为中国队已经连续输掉两场小组比赛,小组出线无望,所以,乔钧带到韩国的红色旗帜写上了“同仇敌忾,四年不晚,咱2006德意志见——CHINA”的口号,希望中国队能够在四年后的德国世界杯中重新振作。可惜的是,在德国世界杯的亚洲区预选赛中,中国队连小组赛都不曾出线……没有中国队的德国世界杯,乔钧没有去。

## 足球现状

“冲出亚洲，走向世界”之后的中国足球，却遭到了前所未有的冷遇和萧条。幻象破灭了，只剩下一地鸡毛。中国足球在尴尬中继续摸索，逐渐淡出舆论的焦点，淡出报纸的头条，让位给了姚明、刘翔、郑洁等。球场上，球迷的人数也日渐稀少，曾经一票难求的场景只留在了人们的记忆中，取而代之的，是冷清。2002年后的甲A联赛，包括2004年开始的换汤不换药的中超，能够引起社会关注的，只剩下各种不断发生的丑闻事件：黑哨、假球，再加上赌球、罢赛、俱乐部闹革命，甚至还有球员涉入的流血事件……足球已经被淡忘了。时尚的年轻人在周末的选择越来越多，高尔夫、网球、F1、派对、泡吧，不一而足；而负面新闻缠身的足球已经被时尚的大潮甩开。看球，曾经很时髦，现在却落伍了。坚守在足球场的，只剩下那些铁杆球迷，那些将看球视为生命的人。对于球迷而言，对于球迷组织而言，他们也不再像以前那样风光。在上海，虽然2003年的德比曾经掀起过一阵热潮，但是，德比也无法改变足球市场的不景气。球迷组织，不再像十年前那样引人关注；生存，也越来越艰难。

在这样的大背景下，乔钩和盛泽球迷协会，也无法躲过命运之箭，不可避免地要面对萧条的局面。曾经的那种数辆大巴首尾相贯，数百人组成的助威团再也没有了。一起消失的还有当时那种赤膊上阵、敲锣打鼓的气势。虽然球迷们依旧每场前去上海，人数却

减少了，又恢复到了最初的那几十人的规模。更大的变化是，球迷大巴没有了，盛泽球迷不再像以前那样聚集在东方广场前等待大巴，在锣鼓声中一同上路，而是分坐在各自的私家车，分头行动，到了球场再集中到一起。2000年前后，随着盛泽镇上私营经济的腾飞，私家车变得越来越普遍。原先四个小时的球迷路，现在一个半小时就能到达。方便了，快捷了，不过，原先的球迷气氛也渐淡了。对于盛泽球迷而言，私营经济的兴起改变的并不仅仅是财富，还有生活方式。1991年，盛泽球迷协会成立的时候，他们的活动得到了各大国营企业工会的支持。工会，成为了他们开展活动的渠道和支柱。随着经济体制改革的展开和私营经济的发展，镇上大多数的国营厂都转制成了私营经济，而小镇居民也逐渐脱离了以前国营工厂工人的生活状态。足球本来源自工人阶级的运动，但私营企业工人的生活显然与过去的国营企业不可同日而语，他们的工作不再清闲，在一个以纺织品市场为核心的小镇上，并没有大城市中那种清晰的“周末”概念。在2000年以后，组织球迷活动，比起上世纪90年代来，显然要困难得多。盛泽球迷协会那些雷打不动、每场必到的球迷，大多属于能够自由调配时间的有闲阶层。

中国足球日益萧条，盛泽球迷协会也在风光过后举步维艰，最难的，还是经费。经费问题从成立之初就一直困扰着球迷协会。作为非营利组织，协会从来没有在球迷身上赚过一分钱。可是，一趟趟跑上海办事要钱，球队出去踢比赛要钱，组织各种活动也要钱。怎么办呢？数年来，乔钧一直想着各种办法来应付钱的问题。一般来说，如果去上海办事，搞球票也好，参加球迷活动也好，自从2000年买了车，他总是开着自己的车去，自己贴路费。日常的维持还是小钱，可就是这些小钱，一年也要上万，乔钧就自己撑着，算是自己给协会的赞助。遇到较大的活动，乔钧就绞尽脑汁，通过各种正规途径，尽量不动或者少动协会那点可怜的经费。乔钧是镇上最早下海的人之一，在生意场上算是老前辈，人头熟。1998年，因为组织球迷协会出了名，他还当选为吴江市的政协委员，于是，他就更加卖力了。如2003年申花总经理楼世芳带队来盛泽联

谊，乔钧就请自己母校盛泽中学给他们提供了开会的会堂和踢球的球场。2006年举办世界杯开幕式看球活动，他就联系了当地新开业的休闲中心给球迷提供会场，找到联通公司提供了抽奖的奖品。在世界杯开幕式的看球活动里，出人意料的是中大奖的居然是乔钧自己，不过他还是把大奖奖品——一款新型手机让了出来，主动避嫌。协会有一半的时间就这样过着日子。

不过，这样过日子总不是个事儿。乔钧发现了一个问题，在自己的球迷协会里老板并不多。盛泽镇是亚洲最大的纺织品生产基地之一，私营纺织厂、贸易公司大大小小有7000多家，大街上奔驰宝马随处可见，盛泽一天出的布料，就可以绕地球两圈多，年销售额达300多亿元。可为什么老板们都不看球呢？人都到哪里去了呢？乔钧发现，镇上有很多老板都喜欢打牌、打麻将，而且赌得还不小，很多人打牌的输赢总是上万，甚至还有人去澳门等地豪赌，一夜输掉数百万上千万……乔钧看在眼里，疼在心里，数百万，拿出个零头，也足够球迷协会开销一年了。相比赌博，看球可以算是健康的休闲。要是这些老板有几个能从赌场转到球场，不单单容易拉到赞助，对他们自身也是好事。与此同时，在镇上也有一批企业家克勤克俭，每天埋头于工作，成了赚钱的机器，财富积累了数亿，却连机票都不知道怎么买，也从没迈出过国门。一直在生意场上摸爬滚打的乔钧觉得，对他们而言，要是能去看球，也可以帮他们舒缓压力。于是，乔钧这个盛泽球迷协会会长，也成了推广足球运动的义务宣传员。可是，怎么才能让那些老板心甘情愿跟着球迷协会去看球呢？乔钧到处宣传，一边是打口号，说是跟球迷协会去活动，没有学坏的，球迷协会让每一个家庭放心。然后，他常常去找不同的老板，跟他们打赌，要是连续跟他去上海看三场球，他们一定能成为球迷。用乔钧的逻辑，新手看球，第一场看看新鲜，第二场凑凑热闹，到了第三场，就入门了，入了门，他就有了兴趣，就喜欢看球了。球迷就是这样培养起来的。这一招还很灵，乔钧发展了不少老板球迷，一方面缓解了球迷协会的资金压力，另一方面，也有老板因为看球，就摆脱了原来赌博的圈子，甚至，还有人因为看球，从足球里

面发现了商机，以球为媒，开阔了业务。

其实，香港、广州的球迷情况也许可以作为一个参照。1996年，盛泽球迷曾经组织过到香港为申花队出征亚俱杯助威的活动，那时，乔钩就发现，星期天下午，香港的球场里看球的，大多数是白发苍苍的老人。他觉得很奇怪，问了人之后才知道，原来香港的生活节奏特别快，很少有年轻人愿意拿出周末宝贵的一个下午来球场里看球，于是，看球的主力成了有闲暇的老人。另一方面的原因，在香港，由于足球运动水平不高，又逐渐淡出了时尚的范畴，追逐时尚的年轻人显然不愿意将时间花在这上面。广州的情况也与香港类似。在职业化改革之前，广州足球就走在全国的前列，而1994年甲A联赛开始之后，以广州太阳神队、广东宏远队为代表的广东足球也处于领先的地位，足球红极一时，广东一省一度有四支甲A球队。然好景不长，广东足球很快走向衰落，而且一蹶不振。广东的民营经济的高速发展，并且民营经济、外资经济逐渐成为了经济的主导，使得人们的生活方式发生了巨大的改变。生活节奏的加快，让人很难找到闲暇去现场观看足球比赛。很多原来的铁杆球迷，因为工作性质的转变失去了闲暇。同时，在广州这样经济发展较早的地方，追逐时尚的欲望也较强烈，在广州，足球较早地退出了时尚的舞台，让位给了新兴的运动。现在，这样的情况正在长江三角洲一带出现。与之形成鲜明对照的是，现在足球相对最热的地方，往往是原来足球基础并不深厚，经济发展较为滞后的中西部地区，比如武汉和西安。而原先有良好基础的东部沿海地区，足球在陷入困境。这不能不说是一种悖论，也是一种遗憾。

## 展望未来

十六年来，中国足球历经风风雨雨，盛泽球迷协会一直风雨无阻，守候着中国足球。然而，球迷协会的开创者也好，铁杆的骨干们也好，自己的年华也正一天天老去。步入中年的他们虽然依旧保持着对足球的热情，对中国足球的热望，但是，他们已不再年轻，他们逐渐无法跟上时代前进的步伐，他们与年轻人之间也无可避免地出现代沟，这种代沟主要源自网络。上世纪 90 年代末期，随着互联网在中国的爆炸式发展，网络成为了年轻人最基本的生活方式之一，从一开始的门户网站聊天室，到个人间的聊天工具，再到新的博客、网络圈子，网络已成为了人和人沟通、联系、聚集在一起的基本方式。盛泽球迷协会、吴江市球迷协会却没能利用起网络的资源，所以，他们逐渐与年轻人拉开了距离。很多年轻人通过网络的渠道在分享各自对足球的看法，也因为网络的关系在现实中走到了一起。他们可以通过论坛来集聚人气，相互联系，组织和安排活动，上海的“蓝魔”就是一个典型的例子。有了一个固定的论坛，有相对稳定的人气，一个以网络为基础建立起来的球迷协会也许会更有活力。而走过了十六年历程的盛泽球迷协会，到了 2007 年的今天，似乎却更依赖于乔钧这个核心和一些传统的联系方式。如果乔钧不再主持这个协会，盛泽球迷协会很可能将成为一个历史名词。确实，迄今为止，盛泽球迷协会的成绩是属于一代人的，是五六

十年代出生的一代，是 70 年代末开始形成的第一代球迷。盛泽球迷协会的希望和信念、思维和情感，是属于那一代人的，也代表着那一代的球迷。然而，16 岁的盛泽球迷协会也许面临着一个传承的问题，也是生死的问题，如果能够转变他们组织的方式，能够吸引到更多的年轻人，能够培养年轻人成为新的骨干，那么，盛泽球迷也许能迎来新的辉煌。16 岁，对于一个松散的中国球迷组织而言，已经算是高龄了；不过，中国足球如果要形成自己的真正的传统，要积淀起自己的文化，那么，十六年还远远不够。中国足球需要百年的足球俱乐部，也需要百年的球迷协会，需要愚公移山式的球迷……

在中国足球的面前，他们并不彰显自我，只是在最基层的地方默默地守护着自己的执著。

## 附录

## 中央电视台 2 套经济频道《财富故事会》栏目

2006 年 6 月 28 日

**主持人:**说采访故事,品人生百味,欢迎收看《财富故事会》。我是王凯,继续进行我们的《遭遇足球》系列。今天晚上世界杯的八强就将全部产生,又有一批球队回家了。但是,世界杯一天不结束,球迷的节日就没有过完。这样的节日,对于江苏盛泽球迷协会的球迷来说,因为一个人,变得更加热闹。

(现 场:球迷放烟花)

**解 说:**这个人就是乔钧,江苏盛泽球迷协会会长,盛泽圆圆纺织品贸易公司董事长。这里是江苏省盛泽镇福海云天大酒店。

**解 说:**这个开幕式,别看规模不大,但赞助商可不少,中国联通、银行等大大小小十来家商家提供了赞助,并且活动的场地也是酒店免费提供的,让乔钧面上生辉的是,连市里的领导也都来参加了。张克明,吴江市政府副市长。

**张克明:**这次德国世界杯的“开幕式活动”,整个球迷的系统活动,都是由球迷协会自己组织的,他们主动跟我们党委、政府联系,说有这么一个活动,我们政府应该支持他们。

**解 说:**看着活动搞得这么圆满,乔钧更是高兴,现在搞一个球迷活动,能够一呼百应的,也许没有第二人了。

**乔 钧:**我对每次活动都比较有信心,因为我搞活动从来没有失败过。

**解 说**：因为“乔老爷”是在我们吴江地区，包括在上海申花足球，他是一个忠实的球迷，忠实地支持球队，所以不管在我们吴江，还是在上海，相当有知名度的，所以他也有他的魅力。

**主持人**：听到没有，老乔有魅力，所以才能一呼百应，老乔的魅力从哪里来的呢？咱听听老乔自己怎么说。

**乔 钧**：可以这么说，上海看球的球迷，肯定不知道我叫乔钧，都叫我“乔老爷”，看三年以上球的人肯定知道我。

**主持人**：瞧老乔说这话，吹牛吧？这还真不是吹，别看老乔在球场外文质彬彬的，但一到球场上，立马换成另一个人，先让你看几个镜头。

**主持人**：这几个镜头还不算什么，到了赛场上看球，老乔还有更绝的。

**乔 钧**：因为我那个时候人瘦，球迷一个是比较喜欢我，第二个他们跟我调皮捣蛋。看看我的肋骨，我以前很瘦，现在可能有点肉吧。申花队一进球了，我是一脱，他们说“乔老爷”的肋骨全出来了，报纸上一登，看我全是骨头，很瘦很瘦的。

**主持人**：有人靠唱歌走红，有人靠绯闻走红，你没想到吧，人家老乔靠着这一身排骨，那也能走红，其实事情没这么容易。

**解 说**：乔钧从知道足球的时候起，就是一个球迷。1991年他所在的盛泽镇，成立了盛泽球迷协会，这是江苏省第一家经民政部门批准注册的球迷组织。这个协会，比中国足球的职业联赛还早三年。乔钧原来是一家国营纺织厂的业务员，因为人头比较熟，所以从协会刚一成立，乔钧就担任了这个球迷协会负责拉赞助的副会长。

**乔 钧**：当时上海没有一个成型的球迷协会，都是很散的。我们看完球，大巴开出来，200米路，要开40分钟，那个盛况……我们都很感动。我们大巴出去的时候，江苏球迷协会，四面用横幅，什么“振兴中国足球”，什么“开创中国足球”，造什么声势呢，每过一个收费站就敲锣打鼓。

**解 说**：十几辆球迷乘坐的大车小车开回盛泽后，他们还要

在家乡父老面前，再卖命地表演一回。

**乔 钧**：我们这儿有个东方广场，今天我们很开心了，2：0，绕这个广场两圈，3：0，绕广场三圈。

**主持人**：瞧这个热闹。

**场外声音**：等会儿，那要是输球怎么办？

**主持人**：输球，输球就倒着绕吧。开个玩笑，输球还绕什么，回家。话说到了1994年，中国足球职业联赛开始举行，盛泽球迷更是英雄有了用武之地，简直把盛泽折腾了个底朝天。但是，这样好日子只过了一年，一场危机却悄然来临。

**解 说**：联赛到了1995年，由于盛泽球迷协会能折腾，并且还在上海滩名声显赫，有一家市场打起了主意，想把盛泽球迷协会收编了，并且这一下手，就直奔协会的要害。

**乔 钧**：他想利用这个球迷协会搞一点自己的广告，也成立了什么球迷协会，当时把我们一个副会长，很重要的一个副会长，负责到上海买球票，吃饭安排，跟媒体的联系，这工作都是他做的，他们把他拉去，我们看球主要是在上海，这种事情当时就很糟糕。

**主持人**：盛泽球迷协会是个什么组织，那是江苏省第一家球迷协会。1991年注册的时候，人家还问他们，“球迷协会是干什么的？”“看球的。”“看球就看吧，为什么要组织起来？”“人家国外都这样。”最后，好说歹说才注册下来。突然之间，要变成一个企业的球迷协会，这个弯转得可有点猛了。

**乔 钧**：会长和副会长马上召集我们晚上开会，这个球迷协会要不要搞下去，我们是走商业化道路，还是坚持我们的地方品牌，当时大家讨论下来……

**场外声音**：讨论什么？有钱还不要。

**主持人**：你说的也是，有人给你赞助，省得你再求爷爷告奶奶地到处要钱，多好的事情。很多人可能都会这么想。但是，经过一番激烈的争论后，老乔的意见占了上风。

**乔 钧**：搞球迷协会就要奉献，如果你要去搞广告，这个事情弄不成，人家以为你在赚钱，你不赚钱人家也以为你在赚钱，千万

不能跟广告搭界。

**解 说:**原来,乔钧不是反对赞助,而是反对利用球迷协会组织为自己赚钱。乔均为什么坚决反对球迷协会走商业化的路子。其实,这都与他的一次经历有关,1990年前后,乔钧在上海遇到了一个球迷。

**乔 钧:**我们江苏南通启东的一个球迷,他就是一个普通的球迷,他的裤子常常打补丁的。那个是在1990年的时候,他一个人跑到昆明的海埂基地去看球队训练,他说他挣了钱就去看球,我对他终身难忘。

**主持人:**这个裤子上打着补丁的球迷,深深地震撼了乔钧,也从此确立了他作为一个球迷的价值观。一个真正的球迷,爱足球是不需要理由的,当然,更不会利用球迷协会来挣钱。

**解 说:**危机关头,乔钧走马上任,当选为盛泽球迷协会会长。乔钧马上赶往上海,直接找申花俱乐部,把情况说明白,并且还在地方的电视台打广告,声明某某球迷协会与盛泽球迷协会没有任何关系。

**主持人:**老乔把这些都办完后,长长舒了一口气。盛泽球迷协会,这个江苏省第一家球迷协会的牌子终于保住了。但是,老乔这口长气还没出完,就倒吸了一口凉气。

**解 说:**为什么,放着挣钱的买卖不干,这对于很多人来说简直太傻了。

**乔 钧:**特别是另外一个球迷协会,他们得了一个很大的赞助,他们通过球迷协会的形式给他们做广告,通过这个来赚钱,不但拉了很大的人气,而且当时他们外面的活动做得也比较多。

**主持人:**俗话说有钱能使鬼推磨,何况搞个球迷协会呢?既能看球,又能挣钱,这样的好事到哪里找去,眼看着乔钧这个球迷协会的会长,都快成了光杆司令了。

**主持人:**话说红红火火的盛泽球迷协会,一下子被金钱冲垮了后防线,金钱考验着球迷,也考验着乔钧这个新上任的协会会长。乔钧心里憋着一口气,他就不信,他这个不能挣钱的球迷协会

就搞不起来。

**解 说:**乔钧是干什么的呢?说了半天还没有给你介绍,原来,他自己就有一个贸易公司。盛泽素有“丝绸之乡”的美誉,历史上就是“日出万匹,衣被天下”。现在,盛泽一天出的布料,就可以绕地球两周多,年销售额达三百多亿元。乔钧就是盛泽最早下海,也是盛泽最早的万元户之一。

**乔 钧:**我那个生意不太大,一年也就做一两千万销售,不怎么影响的。我那公司是一个贸易公司,讲起来还是比较轻松,因为我有一批固定的客户,有固定的厂家,薄利多销一点,一年赚一点点钱,还是绰绰有余的。

**主持 人:**老乔给自己的定位是不是搞大事业的人。为什么呢?因为和他同时发展的万元户,现在已经有几个亿甚至几十个亿的资产了。但老乔却一心埋头球迷协会的事业里,看球的时间,他是绝不做生意的。因此,和他做生意的大多是老客户,他的贸易公司也一直没有做得多大。

**乔 钧:**有的老板有了几个亿,还不知道怎么买飞机票。我们这里有上亿资产的老板,还没出过国,而且千真万确,有的老板是一个赚钱的机器。我认为我既有钱,精神上也富裕,我是双重的,所以我很满足。

**主持 人:**作为一个球迷,老乔可以满足,但是,作为盛泽球迷协会的会长,老乔却不能满足。为什么?眼看着自己的人马都跑到对方那里去了。本来十几辆浩浩荡荡的大巴车,现在只剩几辆了。赢了球,回到盛泽连圈也绕不成了。你说,还有什么比这个更让人不爽的吗?眼看着自己的后防线屡屡被别人攻破,老乔是看在眼里急在心里。

**解 说:**老乔把自己关在家里,生意也交给别人去打理了,自己一心一意地想对策。对手有钱,盛泽球迷协会有什么呢?一个奇妙的主意马上产生了。

**同 期:**你的旗帜做得越大,你的影响力就越大。

**解 说:**老乔马上动手,组织人员生产旗帜,一个星期之后,一

面巨大的旗帜,开始出现在上海虹口体育场。

**乔 钧:**大概那一个横幅我用了 176 米布,因为我做布生意的,就是人工花得多一点,那个布料我自己有。我们要重新树立我们盛泽球迷协会在上海乃至全国的地位,就是我们在上海,打出我们中国球迷,打一个横幅 144 平方米的“中国球迷”的大旗,造成更大的声势。

**解 说:**这一招可谓出“旗”制胜,马上通过电视的转播,让人们一下子又看到了盛泽球迷的存在。

**乔 钧:**我这个旗帜一拿出来,上面看的人全部遮住的,我们后来跟球迷商量,上面拉了马上就收掉一部分,这样回过来回过去,球迷很开心的。有一次,我们拿这个旗帜到体育场去看球,下大雨,我们就在旗下面躲雨。

**解 说:**这样的声势,没想到还带来了另一个意想不到的收获。

**乔 钧:**我们盛泽是丝绸重镇,中国大陆最大的轻纺基地之一,但是在台湾,前几年他们不知道。我们有的镇上的一些领导到台湾去搞经贸活动的时候,他们不知道我们是一个丝绸重镇,但是他们说在电视上看到有一个盛泽球迷协会的标语,每次只要申花和国内的一些甲 A 联赛,都能看到这个横幅标语。整个东南亚只要转播,都知道我们盛泽。

**主持人:**旗帜越大,影响力就越大。老乔这也可以叫出“旗”制胜了。他的这面大旗,不但盖住了对手的小旗,也让很多球迷意识到,足球更重要的功能是快乐。可惜的是,这场竞争没能进行下去,原来,相关部门规定,企业组织的球迷协会不能出现在赛场上,这样,和他争抢球迷的对手就被“咔嚓”了。球迷又都涌到了他老乔的这面旗下。

**解 说:**盛泽球迷协会,由原来的 100 多人,迅速增加到 500 多人。很多人都以自己是球迷协会会员为荣。

**乔志健:**影响很大,很多孩子,我那些同学都是很向往,我那时候就说我要到 16 岁就要参加你们球迷协会,就是这样。

**主持人**:老乔这叫一个高兴,人多了,现在又可以绕圈了。可是绕完圈之后,老乔发现,球迷协会账上的钱也成了一个圈。为什么?你想想,这么多人到上海,又是车,又是吃,那要花多少钱呢?

**解 说**:老乔加大了化缘的力度,但是,他发现赞助的钱越来越少。

**乔 钧**:第一次跟你要点赞助,你可能很愉快,不要紧的,没事,你不是要一千块钱,给你一千块钱。第二次,你可能就说我们现在也很困难,给个五百。第三次哪还有脸上去啊?

**主持人**:老乔要面子,可球迷活动需要钱。你说这个事怎么办?很多球迷协会往往都是过不去这道坎,最终活动搞不下去,只好解散。作为协会的会长,看着协会解散,那可能是最痛苦的事情。老乔咬咬牙,不就是钱吗,你不给,我自己出。

**解 说**:老乔这个人还很勤俭节约的,出去办事情他也很注意,从来不会浪费,但是他宁愿贴钱贴在球迷身上,包括租车费用,包括球迷协会要发服装,如果钱不够了都是他贴钱。江南的人跟你们北方人可能有点小小的差别,私心比较重一点,但“乔老爷”在足球这方面绝对没有什么私心,他对足球只有付出,没有要索取什么。

**解 说**:几年间,乔钧自己贴了几十万到球迷协会里。乔钧总结自己这个球迷会长是三贴会长:贴钱,贴汗,贴力。

**主持人**:贴到后来,老乔真的是贴得咬牙了,你想想,四五百号人马,你一个人撑着,那能撑多久。偌大的盛泽,难道就没有人能为球迷协会出点力吗?一个奇怪的现象引起了他的注意,在他的球迷队伍里,老板并不多。原来,盛泽是丝绸之乡,大大小小的企业与贸易公司有七千多家。老板们都到哪里去了呢?

**解 说**:乔钧开始探询老板的足迹,他发现,有很多人都是在麻将桌旁度过的。

**乔 钧**:我们这里以前赌博很猖獗的,几十万上百万的,很厉害的。

**主持人**:乔钧突然萌生了一个主意,如果能把这些老板从赌场

拉到球场，不但让这些人可以有一种健康的生活方式，而且，这赞助吗？嘿嘿，那不也容易些了。一举两得！

乔 钧：赌场回来怎么说呢，他们业余生活习惯晚上打打麻将，这些人也有个别的，弄到最后没什么钱了，我们当时球迷协会就提出一个口号，从赌场给他拉到球场，就是说，我们球迷协会使每一个家庭放心，你只要跟着“乔老爷”走的人，没有做坏事的。

主持人：你怎么让好赌的人心甘情愿地从赌桌上离开？你给出个主意。

场外声音：还真没有什么好主意。

场外声音：你不行吧，老乔有办法。什么办法呢？

解 说：老乔提出了一个让这些好赌的人很容易接受的条件。

乔 钧：跟我到上海看三场球，你能成为球迷，但是要求不高，三场，你相信不相信，你跟我去看。

主持人：什么意思？其实，老乔准确地抓住了这些人的心理，你不是好赌吗？来来，我“乔老爷”和你赌上一把，赌什么呢？我赌你三场球之后，就会成为球迷。

乔 钧：慢慢第一场看看，第二场看看，第三场他入门了，一入门他就想看。球迷就是这样培养出来的。

主持人：你还别说，老乔的这一招很管用。很多老板都和老乔打了这个赌，他们不但成了球迷，很多企业家还从足球里发现了商机，还以足球为媒，拓展了业务。

解 说：作为一个球迷，老乔也迎来了自己事业的第一个高潮。1998年，盛泽球迷协会迎来了自己心爱的球队上海申花队的集体到访。

乔 钧：申花俱乐部到现在，没有这么一次整队出去和外地的球迷协会联谊的，他们到我们这里来，他们受到我们当地最大最热情的接待。我们副市长亲自去接他们，全程警车开道，我们市委书记接见他们，我们市委的常委、我们的自治部长下午跟他们一起开研讨会。

**主持人:**老乔觉得,自己的脸上简直是无上的荣光。更重要的是,有这么多上海的媒体跟着报道,“乔老爷”的大名,更是威震上海滩。有一次他到上海坐出租车,司机知道他就是“乔老爷”之后,竟然提出不要车钱。作为一个老百姓,乔钧觉得,自己值了。

**解 说:**乔钧这种得意的感觉一直持续到2001年,中国足球队历史上第一次闯入世界杯。

**乔 钧:**2001年11月7日,中国国家足球队出线,我们在这里搞了一个焰火晚会,我们在这个镇上,原来预计有两千人,后来有两万人,人家在那里欢呼、跳舞、唱歌,把我从人群中往天空中抛,我眼泪都流下来了,我觉得这个是金钱买不到的,我“乔老爷”不可能花十万块钱,叫人家把我往空中抛去,这是没法感受的事情,所以说,这一天是我一生中最高兴的。

(现场画面:乔钧自己拍摄的世界杯画面)

**解 说:**四年的等待,乔钧没有等来与中国队在德国世界杯上的再次相遇。但是,他心里有个结,他永远忘不了2001年中国足球队世界杯出线时,他被高高抛起时的情景。

**乔 钧:**我们想再抛第二次,我还想享受这一次,中国足球还能给我等到这一天吗?我真的想等到这一天。

(现 场:乔钧在2001年中国队出线时声嘶力竭地呐喊:“中国足球有希望了——”)

**主持人:**中国足球有希望了,就是因为有这样一批热爱足球的人。乔钧说自己是一个平民老百姓,因为爱球,才一不小心,成了上海滩上的知名人物,因为爱球,才演绎了人生这一段有滋有味的故事。正是因为爱足球,所以,他才不愿意让金钱靠近足球,他怕他的球迷协会变了味。好,感谢收看《财富故事会》,再见!

## 上海人民广播电台 990 新闻频率专题采访

海 波：非常感谢大家今天收听我们的节目，还是要给大家拜个年。今天我们邀请到的嘉宾是……

李雪梅：还是请我们的嘉宾给大家拜个年。

乔 钧：大家应该都知道我，盛泽的球迷和上海的球迷都是老朋友了，借此春节期间，祝大家生机勃勃，万事如意，合家欢乐，今年看个好球。

李雪梅：一说到看个好球……

海 波：这个其实很简单啦，“乔老爷”这个话一说出来呢，球迷一定知道。

李雪梅：对。

海 波：“乔老爷”来上海看甲 A 到现在有近十年了吧。

乔 钧：有十一年了。

海 波：不过，新闻报道都叫他“乔老爷”，就没人知道他的本名叫乔钧了。

李雪梅：对。

乔 钧：说到新闻报道，最早好像是在 1992 年，那是还没甲 A 的时候，《新民晚报》上有我们豆腐干大小的一张照片，那就是我们盛泽球迷协会 50 人自费到上海看球，这是第一次新闻媒体对我们的报道，当时我们都很激动，那张《新民晚报》的照片现在还保

存着。

海 波：经常拿出来看？

乔 钧：对。我们这个球迷协会是1991年成立的，那个时候还没有甲A，上海搞个万宝路杯国际足球邀请赛，我们就包车来了。上海人对我们很热情，我们到了外滩，警察让我们停车，那个时候车是不能停的，我们到商店门口，他们都拍手说盛泽球迷来了。我觉得球迷那么多，我们这些乡下球迷能受到如此礼遇，我感到很高兴，那时候的气氛比现在还要浓厚，球迷之间确实有一种心连心的感觉。我觉得甲A和现在的万宝路比更值得回忆。

李雪梅：好像还是过去来得激动，我特别想请您回忆一下，为什么人家开始叫您“乔老爷”的？

乔 钧：“乔老爷”——主要一个是我姓乔，第二呢，我这个人在球场里比较能活动。

海 波：哪家媒体先叫？

乔 钧：可能是晚报吧，《新民晚报》。

海 波：那之前应该没有人这么叫吧？

乔 钧：那个时候晚报的记者朱全弟写了一篇《超级大球迷》，上海滩当时四大球迷，一个是“长脚”，一个是王永飞，一个是我，还有一个是阿二，那个开饭店的女球迷。

海 波：那时候球迷经常到虹口足球场附近吃饭。

乔 钧：对对对，那时他们就叫我“乔老爷”。还闹出个笑话来，我们去虹口区看球，我那时装了个假牙，牙齿掉了说话就漏风了，上海人听成“戒指掉了戒指掉了”，就都帮我找戒指，这是我在上海闹的第一个大笑话。

海 波：“乔老爷”，那说说你的历史好吗？

乔 钧：我的个人历史啊，我是初中毕业就下放到苏北的大丰农场，跟上海很有缘，因为我们隔壁就是海丰农场，海丰农场就主要是上海知青。当时我是开拖拉机的，还到海丰农场去帮他们耕过田。我跟上海可能有不解之缘吧。八年后回来就到了江苏吴江的印染厂，做工人、业务员，后来做了业务科经理，再后来我就自己开了

一家纺织品公司。

海 波：“乔老爷”说自己的历史是寥寥几句一带而过，几年前，“乔老爷”还搞了一次当年插队农场的……

乔 钧：三十周年的聚会。

海 波：那时候我正好也去看了一下，特别感人。

李雪梅：可以帮我们介绍一下吗？

乔 钧：在农场的八年，可以说是我人生当中最难忘的八年。我是18岁就到苏北黄海滩去的，面对的是满目的茅草地，每个月是15块钱的收入，那段时间使我懂得了不少，懂得了人生，懂得了艰辛。我们现在为什么要看球，我们觉得在生活之余要有点享受。看球对我来说就是享受，人生最大的享受，人不可能总是生活在忙碌之中。

海 波：乔先生如果要追溯的话，是什么时候开始爱球的？

乔 钧：从农场就开始了吧。那时候我们江苏有批徐州的，农场有块大草地，他们就在上面踢球，我特别喜欢看。看正规的足球赛是1979年，大家都在看第十二届世界杯的预选赛的时候，中国的足球迷都是那时候培养起来的，因为那之前都没有足球的电视转播。从那届世界杯开始，我就迷上了足球。1986、1987、1988年连续三年，我都一个人去上海看球，比赛都还在江湾体育场。王后军的上海足球队对我的印象很深，因为他们在五运会上夺了冠军，当时林志华、李中华、唐全顺、朱有顺那些老上海队员给我的印象都是很深的。我看球看成什么样呢？就是1987年有一次我和一个老朋友在上海，他后来找不到我了，其实上海当时有场邀请赛，在江湾体育场，那儿有个游乐场，我去买了票，上午就在游乐场玩，下午就看球，那时江湾体育场到虹口有个9路车，我看完后再去虹口看晚场，看完后回去已经是晚上12点。我那个朋友说“乔老爷”你怎么回事啊？我们找了你整整一天，我跟厂里都汇报了，以后不让你出差了，你怎么不说一声？所以说当时我就已经很迷了。

海 波：后来到了甲A就爆发了？

乔 钧：对，没有甲A之前我们就有这么个想法，把看球的人

组织起来。我们的球迷协会是经过吴江市民政部门批准的，当时全国都没几个球迷协会的，什么叫球迷协会他们都不知道，打电话到江苏省民政局去问是不是可以批，他们居然说，看看球，要组织什么协会啊。不过，几番周折之后，我们还是注册成了，我们是江苏省第一家经过民政部门批准的球迷协会，当时注册有 108 个人，号称 108 将。

**李雪梅：**现在发展到多少了？

**乔 钧：**去年形势不太好，现在基本也保持这么点，不过我们有一个圈子，有一个核心，一个常委会，有八个常委委员，四个副会长，一个会长。我对上海的球迷说，真正的球迷每场球赛必看的，不会超过三千人，我三年前这么讲，三年后也这么讲，我们上海的球迷怎么发展，靠这个三千人带出来，比如说我一个铁杆球迷，去带十个，那么就是三万个，如果一个人去发展一百个，那就是三十万个，那这个足球形势就不得了了。问题是球市万一慢慢萎缩，到最后就这三千个，也可能好一点三万个。

**海 波：**其实甲 A 的十年如果现在让“乔老爷”回忆，最开心的时候是……

**乔 钧：**那应该是 1995、1996 年，因为我们是申花的球迷，申花打得最好的还是 1995 年，还有就是吴金贵的甲 A 的最后一年，联赛中段打得还可以。那时我觉得球迷协会的气氛和球队气氛相融合的，大家茶余饭后谈的就是足球。

**李雪梅：**很辉煌的。

**乔 钧：**那时候甲 A 如果管理得好，根本用不着搞中超的，所以说如果甲 A 早点改进一下会更好。现在搞了中超，不就是换块牌子，什么都没变么？没什么意思。

**海 波：**如果说 1995、1996 年足球最高峰的时候管理层能够对联赛和球迷进行适当的引导，管理上更加规范一点，后来足坛不会出现那么多问题。当时可能足协就觉得，如此的盛况，还用得着干什么啊，只要发号施令就行了。这可能是一个错误的认识，那时候暴露出来不少毛病。

**乔 钧**:毛病很多,但没得到注意。那时候球市太好了,所有人都关心足球,申花主场打四川,很多成都的球迷都专程赶来上海。

**海 波**:有一次,上海对北京的比赛,6点钟开始比赛,直接导致6点半雷打不动的新闻都取消,当时给的理由是这个比赛本身就是新闻,比什么别的消息都重要。那个盛况啊。

**乔 钧**:而且那个时候我们家家看甲A,祁宏、谢晖、范志毅就是在那个时候出名的,真正的辉煌就是在那时。足球是舆论中心,老百姓茶余饭后,懂球的不懂球的,都在谈足球,球迷成了一个社会身份。可是现在,看球的人反而成了怪人,还有人跟我说:“‘乔老爷’,中国足球就是让你们球迷给弄坏的,那些球星,球都踢不好,都是被你们捧坏的。”我这个冤枉官司吃得可真是太多了。不过,看球是我生活的一部分,我少不了它。我认为它是一种娱乐,是我生活中必须有的东西。

**海 波**:现在“乔老爷”跟那些球迷还有没有联系,像“长脚”,像王永飞那时候是很出名的。

**乔 钧**:他们都退出了,可能因为家庭或各方面的原因。

**海 波**:当年王永飞最出名的,就是中国足球不冲出亚洲走向世界他不结婚,结果他还是结婚了,不过他结婚之后中国队就冲出亚洲走向世界了。

**乔 钧**:上海滩不少老球迷都退出了。

**海 波**:我们很多球迷也特别想知道,人家都这么骂了,是不是有病啊,还看什么球啊,“乔老爷”你自己还有生意,自己抓紧多赚点钱不行啊。

**李雪梅**:为什么还要扑在足球上呢?

**乔 钧**:那应该两不误啊。我觉得现在的足球有点政治化,好像一定要冲出亚洲走向世界,我认为足球作为一种纯粹的精神享受,给人带来娱乐,是一种陶冶情操的手段,为什么一定要提到这个高度呢?

**海 波**:那你觉得现在,甲A后几年,尤其是中超带给你娱乐了吗,还能带给你1992、1995年那种享受吗?

**乔 钧**:没有以前那种快乐,但也能满足我的某些需要,我们现在看球不凑热闹了,我们会从技术角度、评论角度去看球,我认为也是一种享受。

**海 波**:你从八几年看到现在也是老牌球迷了,你觉得从技术角度上来说中国足球有进步吗?

**乔 钧**:应该说还是有进步的,比如说比起甲A刚开始时还是有进步的,现在主要不是球员的技术问题,而是管理的问题,应该说球员的水平还是可以的,因为我们受了不少外教的熏陶,外教进来对我们绝对有帮助的,我们的教练水平也在提高。吴指导带申花队甲A最后一年夺冠,实际上也是借鉴了各流派的打法,以前上海足球是海派的技术打法,后来徐根宝用了抢逼围,现在的申花则融合了各种流派。

**海 波**:我觉得现在的足球少了很重要一点,就是没有了严肃的技战术的讨论,足球热的时候,大家真是从足球角度来提问题,在严肃讨论技术和战术的问题,现在这样的气氛还有么?

**李雪梅**:现在是不是过多地把胜负结果看得特别重?

**海 波**:现在是造星,大家很感兴趣的是绯闻。

**李雪梅**:按照你说的,也从另外一个角度说明,足球已经无法给人带来那种从技术上来看的快乐,而是要依靠赛场外的某些东西来刺激你,刺激这个市场了。

**海 波**:这有点体育娱乐化了,因为娱乐业它现在已经产业化了,它的包装,它的推广,市场运作已经产业化了,好像给我的感觉就是体育尤其是足球,它是最先市场化的一个项目。它特别渴望在市场操作、市场推广上有所成就,它怎么办,我估计他可能有意无意,或者下意识或者被整个环境所影响,它也必须往这方面靠。

**乔 钧**:中国足球如果真正市场化运作也好了,问题是我们的经营者运作的时候受到了某种政策的限制,比如说现在外援只能两个上场,那么空间就小了。

**海 波**:中国现在担心的就是你全是外援上了,那本土球员的培养怎么办?

**乔 钧**:本土球员不矛盾的,你说意大利的球队他的本土球员不好吗?

**海 波**:我觉得“乔老爷”想表达的意思是,我有一个顶级联赛,这个顶级联赛我不要考虑这个本土培养什么的,它的目的是能够有一个明星效应,它的目的就在于这个足球魅力要完全体现在顶级联赛之中,吸引球迷,创造利润。你这个顶级联赛在国内已经属于第一流,国际上都享有声誉。

**乔 钧**:球迷有眼福了,有娱乐性了,看得过瘾了,那么中国足协管理部门从中也能得到广告效应和经济收益了,何乐而不为呢?我认为足球就是足球,是一种体育竞技,是一种娱乐。

**海 波**:球迷,有自己的眼光,自己的分析。

**李雪梅**:仅作参考。

**乔 钧**:现在真正把球迷放第一位的已经不多了。

**海 波**:说到培养,可能听众还不清楚,我们“乔老爷”是人才培养的高手,“乔老爷”有个宝贝儿子,一提到他,“乔老爷”就笑了,他当年也是个小球迷,还让这个小球迷写文章投稿,很多报纸都刊登小球迷的文章,最终把小球迷一脚踢进了复旦大学。

**乔 钧**:说明我跟上海还是有缘,其实我儿子北大都可以考,但就是要他考到上海,上海发展的前景是无限的。

**海 波**:现在儿子怎么样,还喜欢球吗?

**乔 钧**:现在跟我是两派,我比较关心国内足球,他国内足球基本上不问,对世界足球比较感兴趣,我喜欢巴西,他喜欢英国,但多少年争论下来还是我比较正确,巴西足球领导世界,足球么他看看英超,我看到欧文进不了球我最高兴,他看到罗纳尔多失常了他就来臭我。

**海 波**:现在要改革,我们也看到总局又下达相关指示,看来中国足球马上要有新的变化新的气象产生了,大家现在只是希望,具体什么样还是未知数,“乔老爷”的爱球之心会不会一直持续下去呢,不管它变成什么样,很多人在预言越改越不行,越改越乱套。

**乔 钧**:改得怎么样固然重要,不过,不管怎样,我总是要看球的。关键是上海的球市怎么样,我们中国的球市怎么样,我们球迷能不能得到应有的尊重。

**海 波**:您到底需要什么样的尊重?

**乔 钧**:我们只有很小的要求,比如说一场球结束了以后,球员绕场一周,向我们表示一下,或者招招手打个招呼,如果遇到放下架子签个名,就这很小的要求,现在很多中国球员还是做不到。中国的球星球没踢好架子倒很大,不像那些外援,还有外国球星,他们没有架子,尽量满足球迷的要求。我认为,不管哪个球星,球踢好了也是球队培养的,也是球迷捧出来的。

**海 波**:说到足球呢,一上来“乔老爷”就沉浸在回忆当中。

**李雪梅**:其余就是义愤填膺了。

**海 波**:过年了,“乔老爷”能够展望一下,希望看到中国足球发展到什么样呢?

**乔 钧**:我觉得像上海的话,申花俱乐部是不是能长期坚持下去,这个俱乐部能不能成为一个百年俱乐部呢,拥有一批以我这一代为基础,几代延续下去的球迷呢,足球能够朝文化方面发展,那么我们的足球就有希望了,我最希望能在申花的展台上看到申花的大旗,申花的队服,那时多么美好,下面申花的球员在拼搏。

**海 波**:“乔老爷”给我们拜个年吧,想跟谁拜年,我们今天给您个机会。

**乔 钧**:向申花俱乐部的领导拜个年,向楼世芳总经理,向我们的新朋友吴冀南总经理,向吴金贵副总、戴春华副总,向申花的全体员工表示我春节最热烈的祝贺,祝你们春节生机勃勃、万事如意,向我们以前的球迷朋友,王永飞先生等老朋友问好,希望你们继续看球,继续为中国足球努力,向吴江市球迷协会盛泽球迷协会的朋友拜年,向多年来和我们一起看球的上海球迷朋友问好,让我们在新的一年里继续为中国足球,为申花足球呐喊,助威。

**海 波**:谢谢。

**李雪梅**:谢谢。

祁宏、吴承瑛等人气球星的转会，已经将半支申花队的骨架移植到了中远，也带走了很多球迷的视线。中远正式开始了在上海足球圈抢班夺权的计划，他们远的目标当然是要取代申花成为上海的老大，于是，他们也展开了对球迷的攻势，并且来势十分迅猛。

2002年初，乔钩也接到了中远俱乐部的邀请，邀请吴江市球迷协会转投八万体育场，为中远助威。最终，吴江球迷还是选择了留在虹口，继续做申花的拥趸者。中远的攻势虽然没能撼动吴江球迷，但仍是取得了巨大的成功。2002年联赛中，有大批人员成了中远的忠实球迷。吴江球迷的老朋友，钢琴公司的球迷乐队转投中远，“蓝魔”也分裂成了两半……

韩日世界杯带来的冲击，特别是中国队在世界杯上的糟糕表现，使得甲A联赛一蹶不振。人们对于足球的热情在世界杯之后突然降温，球市陷入一片惨淡。整个上海足坛的最大热点也许就是申花与中远之间的上海德比，那一年，只有上海德比给萧条的球市带来了一缕春风。

德比是一个新词，也是中国足坛的新鲜事。德比的意义，并不仅仅在于球市，更带来了一种足球观念的变迁。在上文中我们谈到过，职业联赛最初，球迷们选择自己的主队时基本都是以地域作为第一要素，大多都为自己所在地区的球队加油。当同一城市中出现两支实力相当球队的时候，这种地域因素就失效了，球迷的选择中无疑会注入更多的个人因素，而球队之间也就会自发产生出竞争意识，争夺球迷。从地域情结中脱离出来的球迷具有了更大的主动权。历史因素、风格打法、球星作用等等，都会在球迷选择自己主队的时候起到很大的作用。在申花和中远的球迷争夺战中，很明显，申花拥有历史优势，而中远则采用了明星战术。在这个抉择中，球迷的选择本来没有高下之分，不管是忠于申花，还是转投中远，都是可以理解的。上海两支实力接近的球队让人憧憬起AC米兰和国际米兰两雄对抗的未来。可惜的是，改名国际的上海中远后来远嫁西安，而新兴的联城在球星号召力和对球迷的重视程度上都远不及当年的中远，才让上海德比失去了应有的热度。

资深的中国球迷，您觉得中国足球的最大变化是什么？中国球迷新的梦想是什么？还有梦想么？

**乔 钧：**其实“冲出亚洲，走向世界”只是第一步，更重要的是中国足球要向足球先进国家看齐，进一步提高中国足球的水平。2002年国家队的世界杯之旅，至少告诉我们不要空喊口号，足球还是要让实力说话。如果说我现在对中国足球有什么梦想和期望的话，我希望中国足球要真正提高自己，能够真正达到亚洲一流水平。中国足球以前常常只是喊口号，为着实现口号和僵化的目标在工作。现在不应该盯着目标，因为只盯着目标往往急功近利。其实，如果中国足球能够扎实地提高实力，那我们就不需要恐韩、恐伊。

重视口号和目标，其实是以前中国足球政治性的一个表现，把足球运作当作了一种政治口号和行政工具，这其实是一种误导。这种足球的政治性其实扎根于中国球迷心里根深蒂固的一种朴素的爱国主义精神。作为一个中国球迷，我当然也有这样的一种感情，也日盼望着看到中国足球实力的提高，但是我坚决反对灌输性、强制性的指令性足球，这不是提高中国足球水平的正道。经历过梦圆、梦碎，梦醒后的中国足球是否能达成那些目标其实已经不是那么重要，重要的是能打出好的比赛。

**乔志健：**对比中国、日本和韩国足球在最近十几年的发展历程，您认为为什么同样经历了职业化发展的中国足球会日渐落后，差距越拉越大呢？从上世纪80年代看球到现在，面对着日本和韩国足球的飞速进步，您作何感想？

**乔 钧：**日本足球的崛起确实就是最近不到二十年的事，直到90年代初，中国队对日本队还是十拿九稳的，但现在日本队已经成为了亚洲的霸主。我认为，日本足球在过去这些年中，始终是朝着一个方向在走，以巴西为师，注重个人技术，注重传切配合，一直不变。而且他们一直致力于请来一流水准的教练与外援。相比之下，中国足球则一直在动荡之中，一直没有找到适合自己的足球道路。这样的情况是否与经济实力有关系呢？现在在足球领域，中

中国足球与亚洲其他国家的经济能力差距越来越小，其实，中国足球花的钱已经不少，关键是钱花在什么地方。中国足球水平得不到提高，是多方面的问题，包括球员方面、管理方面、球迷方面等。

对比日韩足球的长足进步，作为中国球迷，可以说是恨铁不成钢。现在的足球环境越来越差，基础没有切实抓紧，足球人才面临断层的危险。甲 A 联赛全盛的时候，全国到处都是足球学校。可是现在成功的学校却所剩无几。徐根宝一个足球学校撑不起整个中国足球。或许这也是中国足球落后的一大根源。

面对日韩足球的进步，我希望他们能够赶上或者接近世界先进水平；当然，我更希望中国足球能够赶上他们的步伐。

**乔志健：**2006 年世界杯，对于黄健翔的疯狂评球，您作何感想？在我看来，黄健翔的那种丧失理智是当今很多中国球迷“移情别恋”的表现。中国球迷从 80 年代初开始就生活在世界足球和中国足球的双重世界里，而中国足球的梦碎让更多的球迷把自己的情感向国际足坛倾斜，您怎样看待这种倾斜？您怎样看待中国足球和世界高水平足球的关系，作为球迷，既然可以看到高水平的英超、意甲，欧洲杯、世界杯，那么中国的低水平比赛还有什么意义呢？

**乔 钧：**确实，中国足球在 2002 年之后被边缘化。足球还是要实力说话。如果中国足球不能给球迷带来快乐，当然要被边缘化。中国足球也包括两层：国家队和联赛。大盘不好，小盘不走，国家队是大盘，联赛是小盘。国家队成绩不好，联赛就直接受到了影响。这就是 2002 年之后中国足球的困境。

当然，中国的职业联赛本身也存在着很多问题，影响了球迷的兴趣。联赛限制太多，比如说外援，限制太大，也会影响球赛的质量。增加外援，也可以增加球员的竞争。中国的球员还是缺乏竞争，缺乏职业的精神。中国足协以前常常为了国家队或者国奥队一些比赛，牺牲联赛。联赛如果能够搞得轰轰烈烈，对中国国家队的水平也有很大的促进作用。2001 年中国队冲出亚洲，也有甲 A 联赛的功劳，与那时候甲 A 联赛的火爆热闹是分不开的。联赛和

国家队是相辅相成的，联赛是基础。现在的联赛观众只有几千人，最多万把人，以前热闹的时候都是坐满的，联赛的票价也大幅下降。现在联赛已经在一个被抛弃的角落，连球迷也深受其害。以前别人看到我，第一句话就问有没有票，现在他们问我：“你怎么还去看球？”以前看球也是英雄，现在却变成了狗熊。现在看来，五到十年内，职业联赛已经不可能回到以前的那种火爆场面，拆房子容易造房子难，恢复需要一段时间，需要耐心，需要管理层、俱乐部和球迷多方耐心添砖加瓦。

是否可以说中国社会生活的多元化导致足球热的解体？也不尽然。主要还是因为足球水平的降低！在所有的体育运动中，足球的磁力毫无疑问是最强的，中国的人口又多，只要国家队的成绩好，水平高，还是会有大批的球迷。前几天我遇到一个朋友，从十几年前开始就说不看球，结果只要国家队有比赛，还是场场不落。足球可以不像以前那样火爆，但人们心里的情结还在。虽然被边缘化，但是国家队的关键比赛，关注的人还是很多的。足球是大众化的运动，第一运动。在中国，看篮球的人是看足球人的十分之一。

在外国高水平比赛的冲击下，为什么还要看中国联赛呢？主要是亲切感，是一种朴素的民族感情。我认为，其实这两种比赛都应该看，其实都能得到好处。虽然中国足球水平低，也存在很多问题，但是毕竟很难到现场去观看国外高水平的比赛。现场的感受和电视机前是完全不同的。看到了两种比赛，我们也看到了差距，认清中国足球和世界的差距，这是积极的。不可否认，中国现在确实存在着两种球迷的区别，但这种区别不是绝对的。是否一开始就有？这是慢慢形成的，原因就是看惯了高水平的比赛，但绝不是拒绝中国足球。中国足球，有的时候确实让人生气，不要说别人，我看了都生气，缺乏职业精神。而且中国足球常常忽视球迷，忽视球迷的支持和力量。

**乔志健：**刚才我们谈了中国足球被边缘化的原因，您作为一个球迷协会的组织者，足球的边缘化给您的工作带来了什么样的影响呢？其次，您怎样看待这种边缘化？有没有一种失落感？

**乔 钧**:边缘化对球迷工作确实造成了很多的影响:1.失去了大批球迷,在组织、宣传上,还有赞助上,都有很多困难;2.球迷甚至还受到冷嘲热讽。现在大多数球迷有失落感,上海“蓝魔”、“可汗”的组织者都跟我说有失落感,因为组织球迷工作没有好处,甚至现在还得不到理解,得不到俱乐部的理解,也得不到足协的理解,像英国有祖孙三代球迷,在中国是很难办到的。能坚持这么多年,盛泽球迷协会是绝无仅有的,要坚持下去也是越来越难。本来足球热的时候,球迷能得到各方面的支持,但是边缘化以后,球迷地位的失落是明显的。我现在当然希望中国足球能够复苏,但是很难说这种复苏什么时候可以到来。能坚持下来的球迷是最可贵的,他们永远有追求。也不能说,足球热的时候大多数人都在凑热闹。只能说,足球边缘化之后,他们的热情被中国足球耗尽了。如果经常受到痛苦,而不是快乐,当然人们会选择离开。很多球迷就是这样逃离中国足球的。

**乔志健**:在这么多年为中国足球呐喊助威的过程中,让您记忆最深刻的事件是什么?

**乔 钧**:印象深刻的事件不少,最近就是1999年去韩国看奥运会预选赛,中国队输了球,我追着韩国队的车子跑了200米,说我们下次一定会打败你们。

1986年在上海虹口体育场看了一场友谊比赛,是波兰和朝鲜的比赛,那天遇到一个球迷,穿得破破烂烂,裤子上都是补丁,在那里等着球员出来签名。我问他,他说他是启东的球迷,周六来上海,每个月只赚几十块钱,还没结婚,但他有一个笔记本,里面有维四等足坛巨头的签名,他说他每年冬天半个月去昆明基地看国家队的训练,就待在围墙外面,不能进入里面,每天吃碗面条,寒风中站着等待,没有任何人接待他。他感动了我一生,说起当球迷,我远远不如他。他和“罗西”不一样,他照常工作,真诚看球,不求出名,没有任何名气,没有抛妻弃子,是真正的球迷,比我强多了,“罗西”有炒作性。

还有一次就是1995年,上海申花队战胜大连万达队以后,我

们的大巴 200 米路走了 40 分钟,走不完的路,握不完的手。这种事情,也许这辈子不会再有了。

**乔志健:**2007 年,对于上海球迷与上海申花而言,是一个历史性巨变的时刻,申花俱乐部和联城的合并,可以认为是上海足坛一个新时代的开始。您怎样看待申花的这一巨变?

**乔 钧:**2007 年初的上海足坛巨变,初期上海球迷很反感,很不能接受,合并初期,发生很多事情,比如说在球场上球迷倒戈,在主场骂联城的老板、教练、球员,连续三场比赛都如此。因为突然的转变,管理很混乱。3 月 5 日开始联赛。2 月 6 日球迷开准备大会,说联城申花不要唱对台戏。2 月 7 日下午,网上就出现了铺天盖地的消息:两个俱乐部合并。而 2 月 6 日那天球迷们还根本不知道。所以,球迷一下子很难接受,原来是同城死敌,突然合并。上海的球市变得非常混乱,甚至买年票的时候球迷还不知道。我们现在很难评说申花将来的变化,关键在于老板,如果老板想搞百年俱乐部,也许会比以前更好。我到现在还没有和朱骏见面。3 月份最困难的时候我为申花俱乐部救火,在《新民晚报》上呼吁球迷给予新的申花宽容、理解和时间。第三轮比赛后,南勇来到上海,召集主要球迷协会负责人见面。我当时对中国足协提了意见:1. 要求召开中国球迷研讨会,善待球迷;2. 要求做好俱乐部球迷建设,以前的申花队做得比较好;3. 球员职业教育要加强。随着申花队成绩的复苏,球市逐渐进入正轨。应该说,上海足球的一个时代已经结束,现在是由国有转向个体所有。中国足球从国有转向个体,是否是积极的? 应该说是积极的,但是现在足球的管理水平还没有提高,所以还有很多的限制。

**乔志健:**不单讲申花,您怎样来看待中国职业联赛的未来呢?

**乔 钧:**这件事情很难预测,关键在于管理。现在,因为中国足球被边缘化,中国联赛也处在一个低潮期,这种低潮可能会有两个方向:好的方向当然是经过低潮之后逐渐解决问题,提升水平,再度集聚人气;坏的方向则是继续被边缘化,足球水平得不到提高,球迷越来越少,甚至滋生很多社会问题。不过,作为一个铁杆球迷,

对于中国足球的未来还是多一点乐观，把足球当作一种生活，那就会快乐得多。

**乔志健：**最后，作为一个球迷组织者，您认为这些年来，您自己对于球迷工作有什么反思呢？

**乔 钧：**中国球迷的水平其实与中国足球的大环境是接近的。1.球迷素质有待提高。对比韩国球迷、日本球迷，我们的球迷素质不高，乱扔垃圾，没有整体的口号与队伍，个人英雄主义、地方主义、商业气味太重，背后也缺乏有实力的财团来支持与组织。2.一些先进的球迷组织，比如“蓝魔”，他们的助威方式缺乏独创性，缺乏中国特色，模仿韩国日本的气味太重。3.球迷的普及程度，特别是足球知识方面的普及有待提高。4.赌球问题比较严重，影响到球迷对待足球的态度，影响到中国足球本身的形象与正常发展。我觉得，作为一个球迷工作者，我们应该提倡快乐足球，足球不应该变成赌注，这是当务之急。

**图书在版编目(CIP)数据**

风雨球迷路：“乔老爷”和他的盛泽球迷协会 / 乔志健著. —苏州:古吴轩出版社, 2007.12

ISBN 978-7-80733-209-1

I. 风… II. 乔… III. 足球运动—概况—中国 IV.  
G843.92

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 198891 号

特约编辑:周德华

责任编辑:叶 馨

钱 潜

装帧设计:陆月星

责任校对:俞 正

责任印制:蒋家宏

**书 名:风雨球迷路：“乔老爷”和他的盛泽球迷协会**

**著 者:乔志健**

**出版发行:古吴轩出版社**

地址:苏州市十梓街 458 号 邮编:215006

[Http://www.szrbs.net/gwx](http://www.szrbs.net/gwx) E-mail:gwxbs@126.com

电话:0512-65237075 传真:0512-65220750

**印 刷:苏州恒久印务有限公司**

**开 本:880×1230 1/32**

**印 张:5.25 插 页:8**

**印 数:0001~5000 册**

**版 次:2007 年 12 月第 1 版**

**印 次:2007 年 12 月第 1 次印刷**

**书 号:ISBN 978-7-80733-209-1**

**定 价:25.00 元**

---

如有印装质量问题,请与出版社联系。

楊海雲

球竟一級評委

球進天下車

2003年3月22日

江蘇省吳江盛澤  
球進協會

感謝廣大球迷們對  
足球運動的垂愛和支持！

上海足球隊

2007  
9.11.3

楊海雲

PY 106

江苏省盛澤球進  
會

感謝你們對足  
球的支持！

愿足球与你们一  
在！ 东方電視

唐雲

95.11.11

高  
12  
42

感謝江蘇盛澤球進  
協會對上海足球的  
長期支持！

感謝上海“外援球”  
進“青玉帝”！

沈雷  
2007.3.7