

东道主实力不足，开幕式别具一格

□新华社记者 韦骅 王浩明 岳东兴



11月20日，球迷在多哈海滨大道通过大屏幕观看揭幕战。当日，卡塔尔世界杯迎来揭幕战，东道主卡塔尔队迎战厄瓜多尔队。

新华社多哈11月21日电 世界杯揭幕战结束许久，0比2的比分依然打在了看台上。卡塔尔队备受期待的世界杯首演，却成了厄瓜多尔前锋瓦伦西亚的个人秀。但一场高质量的开幕式，却让东道主赢得了声誉。

回顾近几届的揭幕战，东道主都会从各个方面给球迷留下深刻的印象，比如2006年德国队上演的进球大战、2010年南非队破门后的舞蹈、2014年巴西面对克罗地亚队的逆转好戏，或者2018年俄罗斯队久巴与切里舍夫的“替补奇兵”……

但是卡塔尔队呢？面对实力并不突出的厄瓜多尔，坐镇主场的卡塔尔队遭到全面压制，直到第33分钟才完成了首次打门。根据赛后统计，卡塔尔虽然有5次攻门，但无一命中球门范围以内，令厄瓜多尔队门前加林德斯整场比赛无所事事。若不是瓦伦西亚开场不到三分钟的进球被判越位，卡塔尔队的首秀将更加苍白。

在安装了空调的海湾球场，身为2019亚洲杯冠军的卡塔尔队如同被“冰封”，在2019亚洲杯上

大放异彩的阿里、阿菲夫、海多斯等人表现乏善可陈，阿里甚至近在咫尺将球顶偏。眼看对手始终主导着比赛，下半场进行不久，就已经有不少主队球迷起身离席。

从美洲杯到世界杯欧洲区预选赛，从意甲拉齐奥到佛罗伦萨，为了能够打好本次世界杯，卡塔尔队近几年在全世界找对手，国家队此前也进行了长期集训，但现实却给他们浇了一盆冷水。“东道主首战不败定律”作古、成为1970年墨西哥世界杯后第一个首战未能进球的东道主。

不过不管比赛结果如何，东道主依然通过匠心独具的开幕式展示了自己的风采。充满阿拉伯风情的骆驼、勾起人们美好回忆的往届世界杯歌曲和吉祥物、引得观众阵阵尖叫的各路明星、古老与现代的交织……在30分钟的开幕式演出中，东道主交出了一张高分答卷，甚至有人将其称为一场“规格堪比奥运会”的开幕式。

但是开幕式只有一场，接下来面对实力更加强大的非洲冠军塞内加尔队、老牌豪门荷兰队，卡塔尔队没有退路，唯有一拼了。

>>>记者手记

20年后，世界杯再临亚洲

新华社多哈11月20日电 从多哈市区一路向北，在宽阔的路面驱车约50公里，就抵达了2022年卡塔尔世界杯揭幕战的举办地海湾球场。远远望去，这座球场宛如茫茫沙漠中的一座帐篷，此起彼伏的顶棚，宛如流动的沙丘，展现出优美的曲线。它安静地坐落在那里，在落日余晖的映衬下，显得格外雄伟。

随着世界杯的到来，“帐篷”之外的一处篝火熊熊燃烧，在黑夜中舞动着金色的光辉。“帐篷”之内，两球败北的东道主没能献上一场令卡塔尔球迷满意的揭幕战，倒是导演了一出高分的开幕式。富有阿拉伯特色的音乐、装满回忆的历届世界杯吉祥物、照亮墨色苍穹的绚烂烟花……看到这一幕幕，记者不禁回忆起了2002年韩日世界杯开幕式的一帧帧画面，那充满东方魅力的舞蹈，那曲被演绎出多个版本的《足球圣歌》。

从2002到2022，当世界杯从东亚来到西亚，已经过去了20年之久。

20年可以做什么？20年，可以让一个年幼的足球“学徒”成长为独当一面的球场领袖，也足以让一位家喻户晓的球星被逐渐淡忘。20年，有些事情日异月殊，如同海湾球场上空指向星辰的烟花，瞬息万变；20年，有些事却古今一辙，如同大力神杯的光芒，始终令人神往。

当世界杯再临亚洲，卫冕冠军依旧是法国

队，只是“高卢雄鸡”的当家球星从齐达内、亨利，变成了格列兹曼、姆巴佩。

当世界杯再临亚洲，韩国队、日本队依旧是亚洲顶级球队，只是亚洲足球的格局已经发生了翻天覆地的变化，多支西亚乃至东南亚球队进步神速，这也给中国男足带来了更多的挑战。

当世界杯再临亚洲，巴西队、阿根廷队仍然是夺冠热门，只是这个舞台已经连续四届被欧洲球队统治。不仅如此，南美足球逐渐欧化，也几乎成了欧洲的球星加工厂。

当世界杯再临亚洲，尽管这次没有了中国男足的身影，但不乏中国元素，从中国铁建国际集团承建的卢赛尔球场，到中国赞助商集体亮相，从中国裁判的现身，到“中国制造”的世界杯周边商品……

20年前，在那个互联网并不十分发达的年代，大多数人只能通过电视、报纸获取世界杯的信息。如今只需一部小小的手机，手指轻轻滑动，就能让你应接不暇。

20年前，记者还只是一名坐在电视机前的小学生，通过观看世界杯，度过那个炎炎夏日。如今，我来到了世界杯的现场，与那么多同样怀有初心的同行，近距离为他人刻画世界杯的轮廓。

我想说，感谢这份不变的情怀，让我有幸，用纸、用笔、用心，记录这个不平凡的暖冬。

新华社记者 韦骅

卡塔尔世界杯 周边商品七成“义乌造”

新华社多哈11月21日电 入夜的多哈，流光溢彩。世界杯球迷广场，人头攒动。

走进本届世界杯较大的一家官方特许商品零售店，浓郁的足球氛围迎面扑来：巨大的比赛用球模型、吉祥物露出甜美微笑，顾客们纷纷拍照。

货架旁，球迷、游客、当地民众正在认真挑选，各类商品琳琅满目：衣服、帽子、足球、包、围巾、手环、水杯、徽章、挂摆件、吉祥物、文具……

细看商品标签，记者发现了不少“中国制造”。

一位志愿者过来招呼我们，她叫余益莲，中国人，就职于卡塔尔航空公司，世界杯期间，小余被公司选派到特许商品零售店担任志愿者。

余益莲说，自己在协助点货时，曾粗略做过统计，店里约七成商品都产自中国，像卖得最好的T恤衫、挂件、徽章等都有“中国制造”的标记。

“看到这些来自祖国的商品受到世界各地球迷的喜爱，我感觉特别自豪。”小余说。

时间倒回今年10月，记者曾到浙江义乌采访，因为从那里出口卡塔尔的“中国造”商品，会在一个月后亮相。

正所谓“世界杯周边看义乌”。主营足球产品的吴晓明经历了六届世界杯。他说，通常一款足球的生产过程需要近10道工序，从下料到剪裁印刷，再到由工人将球片缝纫成新球进行充气检验，直至最终包装出厂。自己的工厂有60多名工人，还有专门的生产机器，每天产能可达3000个，10万个足球只需1个多月就能完成。

“这次世界杯，我差不多卖了30万个。”吴晓明笑意满满。

除了特许商品，在义乌，一些营造氛围的产品，如彩绘笔、球衣、手摇旗等，今年都非常畅销。

据义乌体育用品协会估算，从世界杯用球，到球迷喇叭；从各代表队的球衣，到大力神杯摆件、32强旗帜……“义乌制造”已经占到整个世界杯周边商品市场份额的70%。

50万个足球、200万套球衣……世界杯刚刚开幕，在多哈的消费者肯定还会买、买、买……

新华社记者 岳冉冉 刘扬涛 夏亮

