

世预赛前瞻

# 中新二番战 国足能否“水滴”石穿？

足球热身赛

### 佩莱格里尼和巴拉建功 意大利完胜厄瓜多尔

北京时间3月25日，上届欧洲杯冠军意大利进行了美国拉练的第二场热身赛，在新泽西以2比0完胜南美劲旅厄瓜多尔，两名中场球星佩莱格里尼和巴拉建功。

意大利仍然主打3-4-2-1阵型，不过与上一场2比1险胜委内瑞拉的比赛相比，主帅帕莱蒂对首发阵容进行了11人大轮换。帕莱蒂执教那不勒斯时的替补前锋帕多里顶在中锋位置，身后的两名进攻型中场是佩莱格里尼和扎尼奥洛，双后腰是巴拉和若日尼奥。

开场仅3分钟，意大利就取得领先，左翼边卫迪马尔科·罗意球击中人墙，身披10号战袍的罗意队长佩莱格里尼跟进射门打进球门死角。两支球队的互有攻守，意大利直到全场比赛的伤停补时第4分钟才利用快速反击机会锁定胜局，替补出场的奥尔索里尼送出助攻，巴拉挑射入网。

意大利在6月初还安排了两次欧洲杯热身赛，对手分别是土耳其和波黑，因莫比莱、贝洛蒂、斯卡马卡等锋线名将也许还有争取参加欧洲杯的机会。意大利在上届欧洲杯预选赛以10战全胜战绩出线的时候，就是因莫比莱和贝洛蒂轮流出任主力中锋，他们都是意大利夺得冠军的主要成员。

在前任主帅曼奇尼执教期间，意大利共有51名球员上演国家队首秀。曼奇尼辞职后，帕莱蒂在去年9月1日正式成为意大利新主帅，接手一支欧洲杯冠军阵容却又无缘2022年世界杯正赛的球队，帕莱蒂至今只安排4名球员上演国家队首秀，依次是乌多吉、坎比亚索、维卡里奥、贝拉诺瓦，门将维卡里奥和右后卫贝拉诺瓦就是在这场与厄瓜多尔的热身赛首发出场完成国家队首秀，边卫坎比亚索是在上一场险胜委内瑞拉的热身赛完成国家队首秀。

对于3月份两场热身赛的锻炼效果，帕莱蒂赛后这样总结：“这是一次积极的经历，意大利这些小伙子们都是非常职业的球员，我们在美国之行安排了很多场外活动，这次巡回赛非常成功。我们在两场比赛中有一些很好的表现，也有问题需要解决，这些比赛有助于我们分析问题，找到积极的方面。”

羊城晚报记者 刘毅



国足训练 羊城晚报记者 柴智 摄

3月26日20时，2026年美加墨世界杯预选赛亚洲区36强赛将上演第四轮的焦点战，中国男足将坐镇“水滴”天津奥体中心迎战与新加坡队6天之内的二番战。上轮在狮城两球领先反被新加坡逼平，国足主帅伊万科维奇的执教首秀与开门红擦肩而过，出线主要竞争对手泰国队则在客场逼平韩国队，导致中国队的出线形势陷入被动且趋于复杂。本轮“背靠背”主场战新加坡，无路可退的国足必须放手一搏，不仅要赢球，还要争取更多的净胜球。

国足主帅伊万科维奇的首演呈现出冒险激进的执教风格，442的菱形中场阵型让前场进攻的火力点增多，同时也暴露出单后腰防守单薄的软肋，这一点在应对东南亚球队快速的地面传球时尤其明显。如何让442体系实现攻守平衡，将是伊万科维奇必须解决的问题。

从赛前最后一堂训练课来看，上轮伤退的中锋张玉宁、边锋林良铭和后卫高准翼都穿上

象征主力的背心，此役进攻端有望延续首场中新大战的配置，而防守端将面临变阵，王大雷有望顶替颜骏凌出任主力门将，高准翼将取代队长张琳芃出任右后卫。对于克罗地亚主帅来说，当前最棘手的是如何让国足在高压之下卸下包袱、轻松上阵。中新首战赛后，张琳芃退出国足的言论让自己深陷舆论漩涡，这也堪称国足重压缠身、心态失衡的缩影。尽管张琳芃的“回心转意”暂时稳定了军心，但在技战术层面短时间内调整空间十分有限的情况下，心理层面的调整将是重中之重。

赛前发布会上，国足主帅伊万科维奇坦言短时间内与对手连踢两场无疑是艰苦的比赛，但球队拿下比赛的目标不会动摇。“上一场对于新加坡来说是

动力和信心的增长，这对我们将是更大的挑战，球队会全力以赴迎接挑战。上一场比赛过程曲折，任何足球比赛都有好和坏的一面，希望球队能够延续积极的部分，在防守方面保持90分钟高度集中的注意力。”

虽然上轮梅开二度，但在武磊看来国家队的胜利永远比进球更重要，“上一场大家都想得赢比赛，但平局的结果让球队沉浸在失望的氛围中，回到天津后感觉所有人已经在这种氛围中走出来了，第二战的目标就是全力争胜。首战上半场的表现是我们的信心来源，只要坚持上轮在进攻端的打法，避免下半场注意力不集中的情况出现，我们就能拿下比赛。”

羊城晚报记者 柴智

亮话体坛

## 中国男足队长张琳芃“去而复返” 什么让他情绪失控？



张琳芃 新华社发

国足在世预赛亚洲区36强赛客场被新加坡逼平之后，在比赛中失误导致丢球的队长张琳芃宣布退出国家队，成为舆论关注的焦点。最近，他对自己的表态进行了补充：“退出不是唯一的选择，只要国家仍然需要，我一定会全力以赴，坚持到底。”

国家队队长赛后直接宣布“退役”，这在国足的历史上还没有发生过。我不认为张琳芃此举是不负责任和逃避的表现，这种指责并不恰当。

从张琳芃的角度来看，这场堪比失败的平局，无疑令他非常失望。更令他失望的是，正是自己的失误直接导致了这一结果，这种内疚感对于有责任心的人来说是一种更大的折磨。此外，张琳芃赛前就他受膝盖伤势困扰的困扰，这位已经36岁的老将每场比赛之前都要“打封闭”才能上场，对新加坡的比赛也不例外。身心双重的力不从心，让张

琳芃在赛后认定，自己失去了继续带领国家队前进的能力。

有人说，一队之长，不就是要充满血性、充满信心、以身作则、掷地有声？岂有在火线打退堂鼓之理？但是，竞技体育是残酷的，无论是个人的伤病或失误，团队的失利还是场外的嘘声，都是难免的，即便是优秀的运动员，也没有义务一定要扛住所有压力继续前行。即便是梅西，也不曾经在2016年和2018年两度在赛后宣布退出国家队？即便梅西并不是典型的以抗压著称的队长，至少他的韧性无可置疑，连梅西都做不到，张琳芃做不到，至少不是什么太过分的事情吧？

还有一种说法认为，张琳芃是因为球迷的“网暴”而退出的。我认为，这种说法值得怀疑。一方面，我并没有看到赛后有很多针对张琳芃个人的抨击，更多的是对于国足整体表现的失望，在这样一场比赛后，

这样的情绪既合情也合理；另一方面，我也相信张琳芃多年来和球迷的彼此了解，即便球迷有些过激言论，他应该很清楚，这是“爱之深、痛之切”而不是真正意义上的人身攻击和“网暴”。更何况，就在那场比赛后，当国足走向大巴，还有许多少中国球迷不离不弃地为他们加油，相信张琳芃同样看在眼里。

与其说张琳芃在赛后是失望、气馁，不如说是无力、无奈。这从他的妻子展示的张琳芃给自己发来的短信中就可窥一斑：“我真的觉得自己没法再去做得更好了，每天真的付出了百分之两百的努力，可是这个结果我真的接受不了，就这样结束吧。”

无力感导致的内生的愤怒，才是驱使张琳芃冲动作出决定的原因。这番话也让人想起中国女足队长王霜在去年1比6惨败给英格兰队、首次无缘世界杯十六强之后泣血的句

子：“我一直有个问题，我们比任何一个国家队的球员练得都要多都要辛苦，为什么就是得不到想要的成绩？”

也许中国男足整体的刻苦程度无法和中国女足相提并论，但据很多专业足球记者对张琳芃的了解，他个人的投入绝不逊于任何人。但是，无论是中国女足还是中国男足，都面临着相同的问题：基层足球极度薄弱、选材面和选拔渠道非常狭窄、足球技术和理念落后，更没有一个良好的足球基础教育，导致当年里皮多次发出类似的感叹，“很多很基础的东西都需要从头教起，太难了”。凡此种种，都不是靠单纯的“刻苦”就能够解决的。

“只要能够为国家队作出贡献，我就要全力以赴，坚持到底”。张琳芃还要继续率领国足往前走，但是国足的方向在哪里，这并不是他所能左右的。羊城晚报记者 赵亮晨

### 去年销量下滑近20%，比2021年少卖了近7万吨

# 卫龙辣条销量又“凉了”

财经辣评

羊城晚报财经评论员 戚耀琪

名企热搜  
羊城晚报记者 黄婷



卫龙辣条创始人刘卫平 视觉中国供图

在淀粉肠“塌房”之后，从街边低价美食发展而来的辣条也被人“嫌弃”了。近日，“辣条一哥”卫龙的年报“出炉”，人们却发现曾经炙手可热的辣条“凉了”——去年销量下滑近20%，比2021年少卖了近7万吨。这一变化不禁让许多人心生疑问，是年轻人不喜欢吃辣条了吗？

## 辣条“论斤卖”价格堪比牛羊肉

根据卫龙美味(9985.HK)的年报数据，2023年，公司调味品销量12.44万吨，每公斤售价20.50元，销量两年间减少6.92万吨。不过，与上年同期相比，这一品类销量下滑17.40%，收入也同比下滑近6%至25.49亿元。对此，卫龙方面解释称，主要由于线下传统渠道流量下滑带来的影响。

目前，卫龙主营的产品包括调味品、蔬菜制品、豆制品及其他产品。对比2022年与2023年，卫龙的调味品收入占总营收的比例，由58.70%减少至52.30%；蔬菜制品收入占总营收的比例，则由36.60%提升至43.50%。

在“卫龙辣条销量下滑近

20%”的微博热搜下，有网友分析原因称，“太甜了，味精太多了，每次吃完一天都吃不下饭”“现在都走养生系，注重健康了”；还有网友直接“吐槽”说，“量一点没变，价格跟金条一样蹭蹭地涨”。

2022年，卫龙两度发布调价通知，对部分产品出厂价和建议零售价进行相应调整，当年其调味品单价相比2021年的涨幅高达19.97%。频繁涨价后，那些曾经“囊中羞涩”喜欢吃辣条的消费者开始捂紧钱包。在社交平台上，有网友还算过一笔账，自己曾花5元买了一包50克装的卫龙辣条，以此计算，一斤辣条要卖50元，与牛羊肉的售价相当。可见，涨价成了销量下

滑的重要原因之一。

在大幅提价后，卫龙销量问题严重。据海通国际报告指出，进行调价的2022年上半年，卫龙调味品/蔬菜制品出厂销售量分别达到8.2万吨、2.8万吨，同比下降14%、4%。

涨价的背后，不可否认的是，辣条确实很赚钱。刚刚过去的一年，卫龙美味整体收入达48.7亿元，较去年同比增长5.20%，卫龙美味2023年净利润增长481.9%至8.80亿元，经调整净利润达9.7亿元，同比增长6.30%。经调整净利润率从去年同期的19.7%提升至19.90%。不过，卫龙能否通过持续的价格调整，来弥补销量下降带来的影响，仍有待时间检验。

## B“童年滤镜”褪去后迎来新“烦恼”

当前，在“3·15”期间被央广网曝光后，街头网红小吃淀粉肠为了众人避之不及的“垃圾食品”。在这个背景下，有媒体重提辣条从街边低价美食发展成百亿产业链的“逆袭”之路，称“辣条崛起的经验值得淀粉肠借鉴”。

2005年年底，央视曝光平江县一家食品厂使用违禁添加剂富马酸二甲酯(俗称“毒老鼠”)，引发大量消费者关注。2007年，监管部门将平江列为全国食品安全重点整治县，对辣条行业进行大整顿。辣条由此被贴上“垃圾食品”的标签，大量工厂因此倒闭。

在为辣条“正名”的过程中，卫龙扮演了重要角色。卫龙创始人刘卫平计划从根本上解决辣条的危机，花费重金从国外引进生产设备，建设自动化的生产线，还专门设立质量管理机构。2014年，刘卫平还邀请了专业摄影团队拍摄全自动生产线和新修厂房，颠覆了消费者对辣条“小作坊生产”的坏印象，也让刘卫平意识到了网络营销的力量。

为了吸引年轻消费者的注意，刘卫平化身营销鬼才，例如邀请网红张全蛋，进生产车间直播《辣条是如何炼成的》；在iPhone7发布时推出辣条的瓷白包装，走外观上的高端路线。这种网络营销也让卫龙的品牌成功“出圈”，触达年

轻消费者。弗若斯特沙利文的消费者调研结果显示，卫龙95%的消费者是35岁及以下，55%的消费者是25岁及以下的年轻人。

如今，背靠近50亿元营收的卫龙却面临着新的成长“烦恼”——目前有消费者健康饮食理念的转变，后有众多品牌相继入局辣味零食，竞争加剧。

随着国民消费理念的改变，选购零食时对健康程度愈发看重。CBNData洞察报告显示，消费者选购零食时正变得越理性谨慎，0添加产品、健康低脂产品受到越来越多的关注。因此，这也成为所有辣条生产企业面临的问题。

卫龙的另一大业务支柱，以魔芋爽为主的蔬菜制品板块逐渐承担起卫龙的希望。不过，盯上休闲魔芋零食这一“香饽饽”的，不仅卫龙一家。目前，三只松鼠、盐津铺子、良品铺子与百草味等零食头部品牌，甚至是周黑鸭这种卤味巨头，也都已推出各自的相关产品，成为卫龙的“挑战者”。

“辣条”涨价，让年轻人不再只钟情于卫龙；仅靠“辣条”，卫龙又拉拢不了太多年轻人。可以说，卫龙的“童年滤镜”褪去之后，迎来的挑战是全方位的。就像当年“为辣条正名”那样，现在，卫龙需要为自己正名了。

## 相关链接 销售费用连年上涨

2023年，卫龙经销及销售费用为8.07亿元，同比上涨27.40%，占总收入的16.60%，同比提高2.9个百分点。其中，广告及推广费用为2.14亿元，同比上涨53.60%。

拉长时间线来看，2019年—2023年，卫龙经销及销售费用分别为2.81亿元、3.71亿元、5.21亿元、6.33亿元、8.07亿元，占总收入的比重也从2019年的8.30%上升至2023年的16.60%。其中，用于广告及推广的费用也越来越多，依次为0.31亿元、0.47亿元、0.79亿元、1.39亿元、2.14亿元，5年累

## 极氪展车突然撞翻观众 智能安全驾驶尚需完善

如果停在身后的展示车辆突然启动，从背后直冲向你，试问你还来得及躲开吗？

3月24日，江苏南京，一辆极氪X展车在用户体验时意外启动，直接造成5名观众受伤。网友发布的视频显示，有观众倒地，现场一片混乱和质问，相邻展台友商的车辆也被撞烂。速度之快，损失之大，让现场和网友都惊愕不已。如果不是撞到人，后果可能更加严重。

随后极氪官方微博发布《关于南京某车展车辆意外启动的情况说明》：经自查确认，因参展车辆管理失误，展车未按规定开启展车模式，处于驻车舒适模式且汽车钥匙在有效使用范围内。目前极氪已紧急在全国范围内开启展车自查，避免类似风险。对于此次事件我们会吸取教训，引以为戒，进一步强化内部运营管理和人员安全意识培训。

本次事件的恶劣影响在于，和马路开车不同，室内人员密集，走动频繁，车辆一旦突然移动，人群常常躲无可躲，直接受害。如果追溯“展车突然撞人”“客户试驾撞人”之类新闻，真的不是孤例。此外，还有销售店中看车的顾客因为点错弹开车门，导致车外人员受伤的事件。

正常来说，大部分车型都已经具备类似“展车模式”的功能。在展车模式下，车辆可以启动，顾客可以体验操作一些基本功能，但挂挡车辆不会走动。为了保证安全，销售人员还会把车钥匙统一放在柜台。但是如果顾客和柜台离得比较近，车钥匙感应到车辆，是可能直接自动解锁的，这就是隐患所在。

区别于真实驾驶，为了让消费者直观感受车辆品质和配置，销售者都会尽量打开车内的操作界面，让潜在客户触摸体验。既然是被允许的且无明文禁止，顾客当然就有权尝试所有的操作包括踩油门了。在这个过程中，销售员必然要起到监护和引导作用，无论是防止冲撞，还是防止车门夹手之类的动作，都应该是训练程序的内容。

从法律来看，车辆展示方对于车辆的意外启动要承担主要责任，除非能证明消费者有破坏行为。无论是设置展厅模式、钥匙放在感应范围之外，又或者提醒消费者操作规范，都是要百分之百保证安全。任何操作的不规范和百分之百的漏洞，都会带来人身与财产伤害的后果。

除了追究车辆展示方规范不落实，新能源车一向夸口的“智能”功能也应该同样被检视。车辆在启动的前后，摄像头和雷达如果监测到前方有车辆和行人，是不是还会执行驾驶员往前冲的指令？车辆屏幕会不会发出明显的预警并紧急刹停(AEB)？极氪X的配置表中是列明了有“AEB前向碰撞预警及减缓”的，但这个触发是有条件的，也就是类似停车场可能根本不会启动刹车。

可见，智能化的美梦，也是很容易在一些极其简单的场景中被戳破的。

在一些考虑周全的车企新能源产品中，为了确人安全，在监测到有人员和障碍的情况下，驾驶员意图往前冲或往后倒，而且车速还很快，车辆就会及时与警告和刹住。需要驾驶员二次确认，再二次踩加速，车辆才能继续往前冲。这就在一定程度上避免了误踩加速踏板带来的灾难性后果。然而，这样的设置并没有全面和强制地在所有的新车中推行，受制于车辆的智能化水平，表现结果也是大相径庭的。

当然，作为展车，最稳妥的除了展车模式，还有就是设置行车密码，且指定人员掌握。没有密码，根本无法启动车辆。这就避免了蓝牙手机或者钥匙靠近就能启动的隐患。

本次极氪事件对于全国的汽车销售及展会方都是警醒和教训，因为这也是安全生产的范畴，不亚于道路安全事故。只是最后能够引发什么样的惩罚、检讨和改进，是不是能够成为高级别的管理制度要求，会不会推进智能化水平的提升，这就和车企的安全意识水平息息相关了。