

探班广州龙狮

“老叔”郭士强真情流露:

我很喜欢这一帮孩子,因为他们有目标



■郭士强执教广州龙狮成绩有目共睹。新华社发

■新快报记者 高京

经过一个赛季的努力,广州龙狮将2021-2022赛季CBA常规赛的战绩定格在了23胜15负,队伍位列积分榜的第8名,这两项数据都创造了球队的历史。短暂的喜悦过后,这支连续第二年杀入季后赛的球队正在全力备战,他们期待着再进一步,在季后赛去争取全新的突破。

这两天,珠三角的朋友们正忙着与回南天斗争,到处湿漉漉的感觉让人多少有些烦躁。然而,在佛山国际体育文化演艺中心的训练馆内却是另外一番景象,备战CBA季后赛的广州龙狮队正练得热火朝天。当记者抵达场馆时,

队伍刚刚结束一场高强度的对抗训练。

主帅郭士强似乎永远都在忙碌着,头顶的白发和沙哑的声音诉说着他的疲惫,但在接受采访时,“老叔”的笑容却是那么自信和真挚。

执掌龙狮的一年半时间,这支昔日的鱼腩已连续两个赛季杀入季后赛。面对强队,龙狮的年轻人也敢于和他们掰掰手腕。更重要的是,队内一众年轻球员充满朝气,他们的自信都写在脸上。

郭士强喜欢将自己手下的球员称为“孩子”,赛季中的一次新闻发布会,他就曾真情流露出一自己对于球员们的喜爱。

“龙狮在慢慢转变。我非常喜欢这

支队伍,也非常喜欢队内的队员,他们还很年轻,提高空间还很大。希望大家多关注我们的球队,给我们几年时间,队伍会慢慢成长起来的。”

当记者和他提起这段感言时,郭士强面对镜头再次表达出了自己内心的感受:“(龙狮)这一帮孩子给我的感觉他们非常热爱篮球,训练非常刻苦,想通过训练去提高,这对我来说非常重要。虽然很累,但我们工作起来非常高兴,这一帮孩子我非常喜欢,因为他们有目标。”

的确,有目标和梦想的人,从里到外都透着精气神,脸上也总是那么年轻。如今季后赛就要来临,龙狮小伙子们就在郭导的带领下,全力往前冲吧。

对话

季后赛经验不足? 我们从其他方面去弥补



新快报:今年队伍创造了队史常规赛最佳排名和最佳战绩,在您带队的第二个赛季,对于这样的成绩有怎样的感受?

郭士强:能取得现在这个成绩,是团队所有人努力和拼搏的结果,大家非常团结,每个人都非常努力和认真。

新快报:与上赛季相比,龙狮的进步更加明显,季后赛在4月1日开打,真正的较量马上就要开始了,对于季后赛队伍准备得怎么样?

郭士强:山西队是我们在季后赛的对手,这一周的训练比较有针对性,每天都在认真准备。

新快报:您作为主帅,有着丰富的季后赛经验,对于这支年轻的龙狮球

队,您会告诉他们要在季后赛注意哪些问题?或者要做好哪些事宜?

郭士强:我们的选手有一些没有季后赛经验,有的去年只打了一次季后赛。与其他11支队伍相比,我们非常年轻,季后赛经验不足。但我也和队员在强调,虽然我们经验不足,但我们可以从其他方面去弥补。

新快报:龙狮历史上从未进入过八强,如果将山西队淘汰出局,球队就将创造历史,对于这样的机会,您有一个怎样的展望?

郭士强:这一周大家训练方面非常努力,训练质量非常高,我告诉球员们不需要考虑太多,力争去打好每一场,这个最重要。

新快报:很多队内年轻球员都进步很快,对于这些球员,您在训练中有没有提出过一些针对性的要求?

郭士强:我来到这里一年半的时间,看着这些年轻球员都有不同的提高和进步,这是我希望看到的。他们不断进步。我平时对他们要求很严格,他们都非常努力和刻苦。

新快报:您刚来的时候,目标就是希望打造一支全新的广州队,到现在队伍离这个目标接近了多少,或者说实现了多少?

郭士强:我来这里一年半的时间,球队不断在转变,大家已看到他们在进步,这是非常好的。我们一直在按照计划一步步去走,希望大家能够给予更多时间。

国货崛起
中国体育产业
乘势赶超创佳绩

据新华社电 从追大牌到抢国货,从“潮设计”到“潮科技”,国货近年来成为青年一代热捧的新时尚。在北京冬奥会的推动下,国产运动品牌消费热度不断,中国体育产业发展迅猛,成为促进我国经济增长的重要内生力量。

安踏集团22日发布2021年全年业绩公告,宣布实现营收达493.3亿元。据全球权威消费市场调查研究机构“欧睿信息咨询”的统计数据显示,安踏集团2021年国内运动鞋服市场份额(市场占有率)为16.2%,排名由2020年的第三位上升至第二位,超越占比14.8%的阿迪达斯中国,与耐克中国的差距进一步缩小。

国货崛起的背景下,中国体育品牌对自身发展提出了更高的要求,赶超一线大牌,比肩国际品质,在产品专业化、时尚化、高端化上取得明显突破。

“我们将持续在专业运动产品科技上进行研发创新,为不同层级消费者的运动场景需求提供最佳的产品体验。”安踏集团专业运动品牌群CEO吴永华介绍,安踏上市以来已累计投入创新研发资金超50亿元,累计申请专利数超2000项。

不仅安踏,李宁、特步等多家体育企业的业绩都表现不俗。据特步集团相关负责人介绍,疫情及经济下行压力下,2021年,特步仍创下令人满意的财务表现,集团收入首次突破百亿至100.13亿元,相较2017年的51.13亿元实现翻倍。

北京冬奥会官方健身器材供应商舒华体育近日发布了“2030战略规划”,计划全力冲刺2030年百亿元销售的发展目标。

“通过北京冬奥会,让世界看到了不一样的中国品牌,越来越多的国货产品和品牌得到了国际的认可。”舒华体育董事长兼总裁张维建说。

国货崛起,为中国体育品牌的长远发展注入了信心与决心。

“本土品牌自身的不断跃迁,会直接带动地方上下游供应链的完善,进而改变区域的经济社会形象。”北京关键之道体育咨询公司创始人张庆分析。

在民营经济发达的福建泉州晋江市,安踏、匹克、361度等品牌不断加强自主材料研发等科技创新,晋江鞋服产业乘着“国货腾飞”的风潮不断强化核心优势,摆脱“缺乏创新”“设计老旧”等传统产业的陈旧标签。

“在北京冬奥会的推动与国产品牌崛起的趋势下,中国体育产业将迎来巨大发展机遇。中国体育产业的行业领军者,不仅会为国内市场带来活力和创造力,下一个十年,或许可以看见具有全球影响力的体育产业的‘硅谷’在中国东南沿海冉冉升起。”张庆说。