

全球6.5億戶收看「錢途無限」 英超海外戰事在必行

英超聯行政總裁施古達摩亞在6年前所提出的「英超海外戰」概念，最近死灰復燃，未來球季內其中一輪的英超聯賽，有機會獲安排在英格蘭以外的其他地方上演，最終目的離不開一個字：錢。無疑有關意念的確能為球迷帶來新鮮感，但同時需解決的問題亦不少，各方面都必須有周詳考慮。

大公報記者 譚德龍

施古達摩亞於2008年曾經提出英超「第39仗」，即在固有的38輪賽事以外增加一輪賽事，並安排在國外舉行，然而這個「荒謬」說法一出，立即引來四方八面「圍剿」，最後不了了之。事隔6年，施古達摩亞又於今季季初提出「海外戰」意念，但形式稍為修正，希望在原有的38輪賽事中，安排其中一輪移師到例如美國、中國、澳洲等世界不同地方進行；這次的反應比當年正面得多，眾球會未有明確反對之餘，不少更表示有討論空間。

海外戰的建議被舊事重提，觸發點相信是近年的季前熱身賽。傳統「雙紅」曼聯和利物浦，今夏雙雙走到美國作季前備戰，並參與了國際冠軍杯賽事，結果曼聯對皇家馬德里之戰，就創下美國史上一場足球比賽的入場人數新高，達109,318人，至於曼聯在邁阿密舉行的決賽對利物浦，亦有超過5萬觀眾入場。利物浦於去年夏天造訪澳洲墨爾本，也吸引了超過9.5萬人進場，由此多少可反映英超在世界各地的受歡迎程度。

程度。

據聯賽統計數字顯示，英超聯賽事現透過電視轉播至175個國家，大約6.5億戶能夠收看，影響力無遠弗屆，安排比賽到國外上演，例如熱門的美國、澳洲、中國、中東等地，可以預期將大受歡迎，也可順道進一步推廣英超，製造無限商機。

最快19至20年賽季實行

不過，問題來了。38輪賽事中，究竟該安排哪一輪作為海外戰呢？只安排一輪賽事，意味其中10支球隊會失去一次主場之利，對他們並不公平，更甚者如勝負對爭標或護級有關鍵影響的話，爭議性就更加大。有人提出不如讓對賽雙方的主、客賽程都安排在海外進行，但這又牽涉到多一輪海外戰、賽期編排等問題；若安排上半季進行，球隊需應付歐洲賽和聯賽杯，下半季的話又會有足總杯，可謂顧此失彼，足總或需略為修改賽制，例如聯賽杯準決賽由兩回合改為一場過，足總杯取消重賽制度等。

像曼聯、利物浦、車路士、阿仙奴等知名度高的

強隊，在海外當然具有吸引力，但如般尼、李斯特城等球隊卻缺乏號召力，若其中有一、兩仗真正由這類「豬頭骨」對壘的話，恐怕票房會失收，鼓動英超風潮不成反出現尷尬局面。另一方面，各球隊的本地擁躉不論風吹雨打、寒流暴雪都總會前來捧場，盡顯對球隊之忠誠，如今卻為錢而離他們而去，安撫工作實在少不了。

英超聯下一個電視轉播草簽約，年期為2016至19年球季，相信海外戰計劃最快也要到2019至20球季方可實踐，至少還有3、4年時間去從長計議。據估計，英足總極可能用社區盾來「試水溫」，皆因前者與溫布萊球場安排社區盾賽事的合約至2018年屆滿，之後足總大可把賽事安排於國外上演，視作演練兼測試反應，完善「主菜」的準備工夫。



▲曼聯球迷將來要準備多一場遠征支持球隊

不斷飆升

班費極昂貴急需開源

今時今日不單止百物騰貴，就連球員的身價亦不斷飆升，英超球會要收購一名具實力或稍有名氣的球員增強實力，動不動就要付上過千萬鎊的轉會費，而且付上高昂費用予其他球會只是第一步，往後還要負擔球員的巨額薪金和各種福利，每年的支出屬天文數字，是迫使球會要另闢財路的主因。

曼聯今季失掉任何歐洲賽事資格，為盡快重振聲威，會方今夏合共斥資達1.5億鎊招兵買馬，破盡該會以至英國球會史上單一轉會期的收購費用紀錄。利物浦今夏出售蘇亞雷斯後亦大事增兵補充實力，多名球員都要用上1000萬鎊或以上轉會費，就連向來價以低買高賣來賺錢的阿仙奴，上季亦要斥資破球會紀錄的超過4000萬鎊，從皇家馬德里收購德國國腳中場奧斯爾來救亡。

球員平均周薪4.4萬鎊

除了轉會費外，球員的薪酬近年亦告大幅提升。據英國傳媒調查發現，目前英超球員平均年薪約為230萬鎊，平均周薪接近44000鎊，為全球人工最高的聯賽，比第2位的德甲平均146萬鎊年薪高出近6成；另外據德勤會計行月前的報告顯示，英超球會的平均薪酬支出，竟佔球會的總支出高達7成，為球會帶來沉重負擔。

又以曼聯為例，該會之前與主力球星朗尼續約，周薪便提升至全英最高的30萬鎊，即使借用的前鋒法卡奧，會方亦要承擔其26萬鎊的高昂周薪；須知道英國首相卡梅倫的周薪僅為不足3000鎊，即使貴為美國總統的奧巴馬，年薪亦比不上朗尼和法卡奧一星期的人工，普通球員大多亦至少有數萬鎊周薪，20間英超球會加起來的總薪酬支出，肯定就是一個天文數字。

►朗尼的周薪，可能是十個普通香港市民的年薪總和



▲阿仙奴搬球場時，順道把冠名權也賣走賺去一筆



▲據說曼聯與利物浦的美國行大受歡迎

絞盡腦汁

加票價 + 賣草皮 + 賣冠名權「吸水」

英超球會坐擁大量門票收入和電視轉播收益，雖然表面風光，但其實有苦自己知，眾球會都要面對各自的難題，例如球員身價不斷水漲船高、球場的維修及保養費用、各式各樣開支與日俱增等等，故此亦必須絞盡腦汁，尋求一些開源的方法。

球會的最直接收入當然是來自比賽日的門票，據今季所做調查，阿仙奴的最高季票價格就高達超過2000英鎊，與西甲豪門巴塞隆拿和德甲班霸拜仁慕尼黑相比，足足超過10倍。另外，英格蘭各級別聯賽今季門票平均增幅達4.4%，遠高於通脹率，在英格蘭看球賽，實在是一種昂貴的娛樂。

擴建球場容坐更多球迷

眼見即使票價有所提升，但入座率仍然高企，不少球會紛紛研究擴建球場增加座位，甚至另覓地方興建一座容量更大的球場；例如利物浦之前就曾考慮另建新場館，雖然計劃最終告吹，但仍將動工擴建原有的安菲路球場，提升入場人數，從而增加收入。此外，部分球會也會出售球場的冠名權，又增加球場每個角落的廣告位置，希望物盡其用。

球衣銷售也是球會的重要收入來源，故此球會每季都會推出多種新款球衣，也會製造林林總總的紀念品，舉行球場導遊團等，誓要球迷大破堅囊。此外，出售球場草皮亦不失為一個具噱頭的另類「搵錢」途徑，例如曼聯今夏斥資接近100萬鎊，把奧脫福球場的草地換上與溫布萊球場相似的眞草與仿眞草混合草皮，該會特別切割了25塊舊草皮作公開拍賣，所有草皮都是曼聯球員曾經射入重要或經典入球的地帶，包括朗尼於2011年對曼城時的「倒掛」金球，又與杯麵品牌合作，開源之路「寸草必爭」。

搶頭啖湯

NFL與NBA早着先機

其實把原本屬於國內的比賽安排到國外其他地方進行，意大利、法國等地方早有例子，而且並不限於足球賽事，就連如美國的國家美式足球聯盟（NFL）和美國職業籃球聯賽（NBA）亦有安排比賽在歐洲和亞洲地區舉行，比英超早一步「搵外幣」。

意超杯鳥巢上演

意大利超級杯是每季意甲聯賽開鑼前，由上屆聯賽冠軍與意大利杯冠軍對壘，比賽本在聯賽冠軍的主場進行，於1993年首度移師到美國華盛頓，10年後又到美國的新澤西，2009、2011和2012年又轉移至中國北京的鳥巢上演，今年就改到中東卡塔爾的多哈舉行。同性質的法國冠軍杯，從2009年轉移陣地到加拿大起，至今每年都在國外舉行，地點有摩洛哥、美國等，今年就在北京的工人體育場上演，效力巴黎聖日耳門的瑞典球星伊巴謙莫域亦有在中國球迷面前獻技。另外，原屬洲內比賽的南美超級打吡賽、巴西對阿根廷這樣的好戲碼，今年10月亦在北京鳥巢上演，球迷可一睹尼馬、美斯兩大頂尖球星的風采。

美國其中兩種最受歡迎的體育項目，近年亦不時走到國外比賽，最終目的當然是推廣有關運動，在全球吸引更多觀眾，從而增加電視轉播、商業贊助等收益。例如NFL，今年10月底和11月初先後在英國倫敦的溫布萊球場安排了聯賽，反應相當理想；NBA的常規賽和季後賽雖暫未跳出美國，不過近年的季前賽就會到歐洲各地和亞洲進行，今年中國的上海和北京就成為其中兩站。

△英超官方用球，對基層市民來講也是「奢侈品」