

伦敦奥运会散尽硝烟，运动场上的激情呐喊，已经回归静寂。但在中国，奥运冠军们还在打着另一场“硬仗”。他们马不停蹄地奔波四方，一遍遍地展示来之不易的金牌，讲述动人心弦的故事。然后便是收礼物，将各种各样的豪宅名车收入囊中。

整个社会狂热的追捧，让“淡化金牌”的提法，更像是纸上谈兵。官方表彰与商家重赏，让奥运金牌在中国变得越来越贵，很难真正“褪色”。

## 攀比成风—— “向全国 最高水平看齐”

伦敦奥运会落幕了，对于奥运冠军们来说，比赛才刚刚开始。搭着伦敦奥运旋风，冠军们又在商潮中拼搏。

伦敦奥运会游泳冠军孙杨、叶诗文刚刚在杭州获得绿城集团赠送的豪宅，8月21日，青岛一家房地产开发商便专门向乒乓冠军张继科赠送了一套高档公寓。据报道，该公寓位于青岛市市北区新疆路，面积有120平方米左右，高档装修，而且是海景房，市场价值300万元左右。

当然，冠军房早已不是新鲜事，据此前的《华西都市报》报道，重庆首个奥运冠军李雪芮，也被当地地产商奖励了一套两居室的100平方米住宅，价值70万元。

除了房子、车子等等，现金当然也不能少。在伦敦包揽五金的中国羽毛球队，是最受商家追捧的团队之一。8月21日，国羽队到东莞举行了庆功晚会，据《东莞时报》报道，国羽队领走了870万元的奖金：其中东莞市政府奖励100万元，而当地商家也不甘落后，世纪城集团等5家商家给国家羽毛球队送出的奖金合计竟高达770万元。

在当今的中国，针对奥运奖牌、金牌的奖励早已是攀比成风，虽然上至国家体育总局下至各省市体育局，对于奖励的具体数额都讳莫如深，但湖南体育局长李舜8月14日的一句话却道破“攀比”的天机，他表示：“我们将严格按照国家相关规定和省里的规定奖励，但现在不能确定具体数字。可以透露的是，省领导有过指示：湖南奖励伦敦奥运金牌得主的规格，要向全国最高水平看齐。”

## 差异巨大—— 强中自有强中手

一般来说，奥运冠军赛后所获得的奖励由三部分组成：其一，国家体育总局的奖励；其二，各省市的追加奖励；其三，商业赞助。

这其中，国家体育总局的奖励一视同仁。而到了各省市，情况就不一样了。各个地方经济水平发展不一样，有些经济状况较好的地区，奖励力度很大，会全面超越国家体育总局的奖励额度，甚至连运动员出生的村镇或者街道办事处都会颁发奖金。而有些地方出于各种原因，奖励的尺度就没有那么大，运动员对此也只能无可奈何。

至于说到商业利益，那就更是因项目而异，因人而异了。田径、游泳是奥林匹克大家庭中绝对的主流项目，谁能在这样的项目上取得成就，就肯定会赢得世界性的影响。当年刘翔就是因为田径项目上打破了欧美人的垄断而跻身超级明星之列。而篮球和网球的高度职业化，也使得姚明和李娜成为了中国体育的代言人。从2004年雅典到2012年伦敦，三个奥运周期，中国体坛也仅仅只有这三个人堪称真正世界级体育明星。而像林丹、丁俊晖等人，虽也成绩突出，但因受限于项目的非主流地位，从而很难获得和刘翔、李娜、姚明三人一样的国际待遇。

# 赏金

## 看那些炙手可热的奥运金牌

本报记者 李志刚



如今，姚明已经退役，刘翔继2008北京奥运退赛之后，又在伦敦上演了“摔倒门”，其商业价值已经急剧下降，而李娜则已进入了职业生涯的末期。此时此刻，中国体育恰恰需要一个能比肩他们的新偶像，以延续中国体育人用了很长时间才建立起来的国际影响力。伦敦奥运会，这个接班人找到了，他就是现在如日中天的游泳运动员孙杨。

孙杨不仅运动成绩出色，其身材相貌怎么看都是明星范儿。近日，中国品牌研究院发布《2012中国奥运金牌价值报告》，孙杨、叶诗文、林丹成为600多位品牌总监最希望签约的奥运冠军代言人，分别获得了36票、25票、17票的支持，其余奥运冠军的支持票数均低于10票，有15人的支持票数为零。

据估计，孙杨在伦敦获得的金牌，其商业价值的开发可延伸至到巴西奥运周期，价值为4亿元左右。看来，不一样就是不一样。

## 背后玄机—— 评价体系难更改

奥运会是个巨大的造星机器。一旦成名之后，从官方到商家，莫不众星捧月。从默默无闻的运动员，成为万众瞩目的宠儿。从根本上说，这是社会的评价体系所决定的。

孙杨、叶诗文双双夺取奥运金牌后，杭州市体育局局长赵荣福一度热泪盈眶。他不仅写了诗，还表示要在杭州为孙杨、叶诗文建“雕塑”。是什么让其如此看重奥运金牌？说到底，如今的体育局系统存在的最大意义便是争取竞技成绩，考核体育局系统官员的硬指标便是奥运会及全运会、省运会的成绩，由于奥运会的金牌、奖牌、积分均可以通过“折算”计入全运会乃至省运会的成绩——政绩第一，金牌可是硬指标，一位体育系统的官员在伦敦奥运会之前曾经明确表示，“说不重视全是假的，能争第一谁想要第二啊？”

我国现在的竞赛体制便是完全围绕奥运部署的。“奥运年”之后是“全运年”，“全运年”之后又是“省运年”。奥运金牌不仅可以带入全运会，而且还有很高的“汇率”，一旦创造世界纪录又能有额外的“加分”。普遍说来，一块奥运金牌到了省运会这一级别，可以顶八块省运金牌——有了这样的“汇率”，自然不难理解杭州市体育局局长赵荣福为何会激动得现场赋诗了。

商业资本的嗅觉同样灵敏。围绕奥运明星，商家往往不惜工本，从运动员出成绩之前便与之签约。同时，中国的职业体育体系还远未成熟，很难自产出超级明星，这更让资本的触角集中到奥运会这项四年一届的盛会之上。加上国人的“奥运情结”，更让商家们把奥运冠军奉若至宝，而其他非奥运项目的世界冠军，或是奥运项目的世锦赛冠军，虽然同样成绩骄人，但与奥运冠军相比，待遇可谓有天壤之别。

在这样的评价体系之下，大家依旧会疯狂地追逐金牌。所谓“理性看待奥运”，“淡化奥运金牌”只能停留在纸面上。