



车王一出事， 要债的都来了

阿姆斯特朗可能损失1200多万美元

本报记者 胡建明

阿姆斯特朗因兴奋剂落下神坛，不仅名誉受损，而且经济方面也将遭受重创。据法国媒体透露，阿姆斯特朗这次落马，将会损失1200多万美元。这些钱曾经为朗哥带来过荣誉，如今，在他手中却变成了“烫手的山芋”。

名誉不保，财富也大缩水

2004年阿姆斯特朗夺得环法冠军时，得克萨斯促销公司SCA许诺奖励其500万美元，但当时有法国媒体指控阿姆斯特朗服用了兴奋剂，该公司

拒绝交出钱。双方对簿公堂之后，SCA同意两年后支付750万美元，将奖金数额提高了一半。

随着阿姆斯特朗服用禁药的丑闻曝光，SCA随即表态说，他们准备向阿姆斯特朗追回这笔钱。不仅如此，他们还将指控朗哥在双方的官司中做伪证。

英国报纸《星期日泰晤士报》之前曾发文称朗哥使用兴奋剂，但因朗哥上告其诽谤，该报称花了100万美元才达成庭外和解。这一次，这家报纸也表示要追回这100万美元。

此外，负责分发环法大赛奖金的法国自行车协会也明确表示将向阿姆斯特朗追讨所有的环法奖金，约350万美元。另据《队报》披露，阿姆斯特朗在其他比赛中收获了大约13万美元的奖金。

仅仅这些能算到的钱就已经达到1200万美元（约合人民币7500万元）以上。

励志偶像，面临信任危机

很多人欣赏阿姆斯特朗，并不只因为他所取得的运动成就，更因为他为癌症患者所做的善举。

在与癌症抗争的时期，阿姆斯特朗创办了一个基金会“Livestrong”（活得坚强）。他表示：“我只是想告诉人们，坚决抗争到底，就像我一样。”为此，阿姆斯特朗花大把时间去一对一访问重病患者，希望能用自己的力量给患者带去希望。

目前，“Livestrong”已成为全球性的抗癌公益组织，筹集了超过4.79亿美元的慈善基金，是所有体育明星基金会之最。每年在全球范围的65个国家中，举办上千场慈善募集活动，并逐渐影响到世界的更多角落。

在美国反兴奋剂机构宣布阿姆斯特朗“罪状”后，“Livestrong”当天就收到了相当于平日25倍的捐款。人们似乎在用这样的行动证明，他们依然热爱阿姆斯特朗。他们在用行动证明，阿姆斯特朗的财富可以缩水，但基金会的财富绝对不会缩水。

兴奋剂处罚时效 可能从8年延长至14年

据新华社上海10月17日体育专电 美国反兴奋剂机构(USADA)调查著名自行车手阿姆斯特朗兴奋剂案期间遭遇时效的尴尬，可能会促使世界反兴奋剂机构(WADA)修改规则，将处罚时效从8年改为14年。

目前的《世界反兴奋剂条例》关于时效的规定中写道：“对于运动员或其他当事人违反本条例中的反兴奋剂规则的行为的处理，时效自违规之日起为期8年，逾期不得追究。”而

美国反兴奋剂机构对于阿姆斯特朗的追究与处罚，显然违背了这一原则。对此WADA主席法赫伊说，一些案例表明，要拿到足够的证据，可能需要更长时间，因此有人建议将时效从8年延长到14年。

目前WADA正在向各个国家和地区以及国际体育单项协会征集条例的修改意见，明年在约翰内斯堡举行的世界反兴奋剂大会将对草稿进行最终审核并讨论是否通过。

别把脏水 都泼给朗哥

本报记者 胡建明

阿姆斯特朗倒下了，国际自盟和世界反兴奋剂协会都大义凛然地跳了出来洗白自己，那表情很清楚地写在了他们脸上：“我们没想到他(阿姆斯特朗)是那样的人……”仿佛所有的事情都与他们无关一样，错全是朗哥的。

从这两天最新的爆料可以看出，国际自盟和世界反兴奋剂协会早就知道了朗哥服用兴奋剂的事实，可为什么没有人出面阻止朗哥呢？显然，这是一个看上去很美的“阳谋”。

任何一个体育项目，要想最大限度地吸引观众、吸引赞助商，都离不开巨星的支持，国际自盟亦很清楚这个道理。阿姆斯特朗的存在，就是对自行车运动最大的支持，他们需要这样一个英雄在全世界范围内推广自行车运动。

朗哥是一个多么好的励志故事：身罹癌症，却百折不屈。不仅如此，还能在重返赛场之后，连续书写神话故事。这样的英雄人物，简直就是芸芸众生最需要仰视的偶像。

偶像树之不易，为什么要去打破呢？于是乎，就有了利益交错，就有了睁一只眼闭一只眼暗箱操作。

如今，盖子已经被揭开，国际自盟和世界反兴奋剂协会不仅急着想从漩涡中跳出，反而把脏水都泼给了朗哥，这就是典型的“卸磨杀驴”。可作为行业老大，他们又该承担什么样的责任呢？

当然，最让人感到悲哀的是USADA的做法。据报道，USADA为了获取朗哥服用禁药的证据，以减刑为诱饵引诱朗哥的“战友”出卖朗哥。

就在USADA宣布朗哥罪状的同时，5名阿姆斯特朗的前队友因协助USADA调查朗哥而被宽大处理，这5人因为兴奋剂事件被处罚的年限已从至少2年减少到6个月。

墙倒众人推，朗哥肯定知道这道理，但他肯定想不到这事会发生在他身上。



中国旅游总评榜是由中国城市第一媒体旅游联盟（全国22家主流平面媒体）联合各方旅游权威组织精心打造的行业品牌活动，被誉为中国旅游界的“奥斯卡”奖，是国内最具权威和影响力的旅游品牌评价体系。总评榜在业界有着较高的号召力和影响力，在品牌打造和宣传上有着不可比拟的优势；总评榜旨在树立中国旅游品牌建设的标杆，促进中国旅游品牌建设的繁荣和发展，提高中国旅游业的发展速度。

2012中国旅游总评榜 盛大启幕

奖项设置：
年度最受欢迎旅行社
年度最受欢迎旅游小镇（村）
年度最受欢迎十大景区
年度旅游风云人物
年度最受欢迎旅游目的地
年度最受欢迎旅游品牌大奖

山东分榜 冠名单位 协办单位 火热招商

中国城市第一媒体旅游联盟主办 山东分榜独家承办：齐鲁晚报

山东分榜报名招商热线：0531-85196576 85196613

中国城市第一媒体旅游联盟

齐鲁晚报
山东晚报

新京报
潇湘晨报

广州日报
燕赵都市报

楚天都市报
新安晚报

扬子晚报
东南晚报

钱江晚报
山西晚报

新闻晚报
海峡都市报

成都商报
重庆时报

大河报
西藏商报

每日新报
生活报

华商报
江南都市报