



丁俊晖在世锦赛对阵赵心童的比赛中击球。新华社发

“没有丁俊晖，我们这帮世界冠军现在全在开出租车”

斯诺克重获新生，他的贡献不止一“丁”点

记者 怀晓 报道

他曾陷“死亡边缘”

斯诺克运动诞生于19世纪晚期的英国，曾是风靡英伦的主流运动，上世纪七八十年代，世锦赛、英锦赛等赛事收视率居高不下，“飓风”希金斯、“台球皇帝”亨德利等选手家喻户晓。

但进入21世纪，这项运动在欧洲本土迅速降温，陷入前所未有的发展困境。

欧洲烟草广告禁令的出台，是斯诺克衰落的起点。上世纪八九十年代，烟草商是斯诺克最大的赞助商，2003年烟草广告禁令出台后，这项运动失去了长期合作的“金主”，比赛奖金微薄到难以维持选手的基本生活。

1980年，斯诺克世锦赛冠军的奖金仅有2万英镑，即便到了2000年也才26万英镑——对于大部分选手来说，想靠打球养活自己难如登天。

赛事赞助商寥寥无几，转播权仅覆盖欧洲少数国家，选手们不仅要承受微薄的收入，还要自掏腰包承担高额的训练和差旅费用。出租车司机、超市理货员、建筑工人、酒吧侍应生，都是当时斯诺克选手常见的兼职选择。

所以，奥沙利文这句话不是凭空捏造的幽默，而是一代斯诺克球员共同的辛酸记忆。

除了商业价值低迷、球员生活窘迫，斯诺克在欧洲还面临着“观众老了、孩子跑了”的困境。

在英国，斯诺克被贴上“中老年运动”的标签，观众群体以35岁

2026年斯诺克世锦赛激战正酣。赛场之上，“火箭”罗尼·奥沙利文冲击创纪录的第八个世锦赛冠军征程已止步；赛场之外，奥沙利文接受BBC体育专访时的一句直言，如巨石入水，掀起滔天巨浪：“没有丁俊晖，我们这帮世界冠军，现在全在开出租车。”

这句看似夸张的感慨，绝非场面客套，而是斯诺克运动从“英伦低谷”走向“全球新生”的真实注脚。因为丁俊晖的出现，因为中国力量的介入，让这项本已走向衰落的英伦绅士运动获得重生。如今，中国市场已成为斯诺克的核心引擎，重写了斯诺克的全球发展版图。

以上中老年人为主，35岁以下年轻观众占比仅27%。年轻人更倾向选择节奏更快、对抗性更强的足球、电竞、网球等运动项目，斯诺克单局耗时久、节奏偏慢的特点，难以契合年轻群体的观赛需求。

2005-2006赛季，斯诺克排名赛缩水至一年只有6站。电视转播收视率跌至历史低谷，主流电视台对赛事的关注度也大幅下降。

世界职业台球和斯诺克协会前主席巴里·赫恩曾多次回忆，那时的斯诺克是“一项正在死去的运动”。

丁俊晖的出现

很多时候，一名运动员足以影响一项运动的发展，丁俊晖的崛起成了斯诺克的“续命丹”。

在2005年之前，斯诺克在全球范围内的影响力局限在英伦三岛，亚洲几乎没有职业赛事，没有赞助商或观众基础。在国内，社会上甚至对斯诺克存在偏见，常将其与不学无术等负面印象挂钩。

这一切在2005年发生了改变。这一年斯诺克中国公开赛，丁俊晖持外卡参赛，连过9关，其中半决赛横扫“都柏林宠儿”达赫迪，决赛战胜“台球皇帝”亨德利，夺得个人首个斯诺克排名赛冠

军。

这场决赛在中国吸引了超过1亿人观看，创下斯诺克单场赛事收视纪录，让亿万中国人第一次重新认识了斯诺克这项“绅士运动”。

从那一年起，丁俊晖开始展现天赋。20多年来，“中国龙”共打出7杆147、700多次单杆破百、勇夺15个排名赛冠军。从2007年起，连续20年打进世锦赛正赛。他的成功，彻底扭转了中国斯诺克的弱势地位，让中国成为世界斯诺克运动的重要竞争力量。

丁俊晖的明星效应，直接转化为产业动力。在他夺冠后的十年间，中国各地涌现出超过30万家斯诺克俱乐部，台球参与人口呈几何级增长。

赛事落地方面，中国从2005年仅有1站职业赛事，发展到2026年拥有上海大师赛、武汉公开赛、国际锦标赛等6站排名赛，占全球赛事总数的三分之一。

丁俊晖带来的中国市场红利，彻底改变了斯诺克行业的现状，球员摆脱了“兼职谋生”的窘迫。如今，顶尖选手单赛季奖金可达数百万英镑，无需再为生计发愁。奥沙利文、希金斯、威廉姆斯等名将，便是直接受益者。

更重要的是，丁俊晖为中国斯诺克开辟了一条职业化道路。

他在谢菲尔德创办了一所斯诺克学院，尽管这所学校每年都有亏损，但他坚持了下来。从这里走出去的学生，包括赵心童、范争一等人，后来都成为了职业赛场上的佼佼者。

丁俊晖不仅拯救了斯诺克，更重塑了这项运动的未来。

重心向东方倾斜

丁俊晖点燃的星星之火，如今已成燎原之势。如果说以前斯诺克的重心在英国，那么如今世界斯诺克的重心已向东方倾斜。

首先，中国已成为全球斯诺克最大收视市场，2025年世锦赛决赛吸引了多达1.5亿观众，占全球收视份额的50%以上。对比英国，中国斯诺克观众中35岁以下群体占比高达68%，年轻受众的涌入，彻底改变了斯诺克“老龄化”的标签，为这项运动注入青春活力。

其次，中国市场的体量正在转化为真金白银。除了赛事赞助，中国企业还积极参与斯诺克产业投资，从赛事运营、俱乐部建设到青训培养，形成完整的商业闭环。

更重要的是，中国军团正在崛起。中国市场的繁荣，推动了青训体系的完善，源源不断的年轻人才涌现。

2026年的斯诺克世锦赛正赛，共有11名中国选手参赛——5名种子选手加上6名从资格赛突围的选手，合计占比超过正赛32个席位的三分之一，创下历届中国球员参赛人数之最。

从当年丁俊晖只身一人到如今赵心童、肖国栋、吴宜泽等多人同场竞技，中国斯诺克完成了从“一枝独秀”到“百花齐放”的蜕变。相较于欧洲的人才断档，中国“00后军团”已成为世界斯诺克的新生力量。

中国运动员在国际赛场的不断崛起，在中国举办的斯诺克赛事越来越多，奖金越来越高，更多的品牌开始关注和赞助斯诺克赛事与选手，中国元素与中国资本的全方位渗透，让斯诺克这一原本带有浓厚英伦烙印的运动，重心不断向东位移。

当然，欧洲也在积极拥抱中国市场，奥沙利文、希金斯等选手频繁来华参加活动、进行比赛，收获了大量中国粉丝。英国本土也在借鉴中国经验，加强青训培养、拓展年轻受众，试图缓解老龄化困境。

世界斯诺克巡回赛明确表示，未来将持续深耕中国市场，增加赛事数量、提升赛事规格，推动斯诺克在全球范围内进一步普及。

从衰落到崛起，斯诺克运动二十年变迁，离不开丁俊晖的革命性贡献，更离不开中国市场的强大赋能。如今，克鲁斯堡剧院的绿色球台依旧闪耀，斯诺克也不再是专属欧洲的绅士运动，而是成为连接东西方、跨越国界的体育桥梁。