

世俱杯改制

●改制后的世俱杯每四年一届,在具体赛制方面国际足联仍需与各大洲足联讨论,而作为国际足联旗下的另一赛事,联合会杯将不再举办。

●“新版”世俱杯将于2021年6月至7月在中国展开,共有24支球队参加,国际足联会和中国足协等方面共同决定主办城市。

国际足联理事会第11次会议24日在上海结束,在会后的新闻发布会上,国际足联主席因凡蒂诺宣布,2021年世界俱乐部杯赛将在中国举行。

此前世俱杯于每年年底进行,共有包括各大洲冠军俱乐部在内的7支球队参加。作为2022年世界杯的主办国,卡塔尔将举行2019和2020年世俱杯。

据悉,改制后的世俱杯每四年一届,在具体赛制方面国际足联仍需与各大洲足联讨论,而作为国际足联旗下的另一赛事,联合会杯将不再举办。“新版”世俱杯将于2021年6月至7月在中国展开,共有24支球队参加,其中包括8支欧洲球队,6支南美洲球队,亚洲、非洲、中北美及俱乐部地区各3支球队,大洋洲1支球队。这也意味着,全新的世俱杯或将在精彩程度上媲美欧冠。为了增强赛事吸引力,2021年世俱杯冠军的奖金将达到1.2亿美元,其他参赛俱乐部都将获得至少约2000万美元的奖金。国际足联会和中国足协等方面共同决定主办城市。

因凡蒂诺说:“当国际足联在三月份决定举行新世俱杯赛事后,中国方面就立刻表达出了兴趣。中国地域辽阔、人口众多,足球已经成为这里的主要运动之一。我们坚信就足球发展而言,中国很有前途。我们会组织工作小组,对中国各个城市的球场、基础设施、交通等方面进行考察,并最终决定主办城市。”

与此同时,因凡蒂诺还表示,国际足联在世俱杯中获得的收益将全部投入到足球运动发展当中。

除了世俱杯,本次会议还公布了多项决定。国际足联承诺在2019到2023年,会投入10亿美元到女足运动的发展当中。此外,国际足联还公布了2030年世界杯的申办时间表,因凡蒂诺透露,2030年世界杯的申办工作将于2022年第二季度正式启动,最终结果会在2024年揭晓。

每四年一届 24支球队参加 2021年“新版”世俱杯 落户中国



10月24日,国际足联主席因凡蒂诺在上海举行的国际足联理事会会后新闻发布会上,宣布2021年世界俱乐部杯赛将在中国举行。

国际足联主席因凡蒂诺: 中国足协举办世俱杯不会亏钱

国际足联主席因凡蒂诺24日在上海宣布,中国将于2021年举办首届改制后的世界俱乐部杯赛。这不仅是国际足联下属成年男子足球国际大赛首次落户中国,也是继2007年女足世界杯之后,中国再次举办国际足联顶级赛事,届时中国球迷将有机会在家门口看到大牌球星真刀真枪的较量。中国获得2021年世俱杯主办权,也被外界看作是

中国申办2030年世界杯的一次摸底“考试”。因凡蒂诺说,作为一项在全球都很普及的运动,他展望未来足球可以在全世界更均衡地发展,“现在足球发达国家都聚集在南美洲和欧洲,但国际足联想让别的国家也发展起来,希望有更多的

球队可以参加这种顶级赛事。”

他同时强调,外界无须为大赛举办经费担心,中国足协不会为此亏钱。在回答新华社记者有关“国际足联在财务方面如何帮助中国举办2021年世俱杯”的问题时,因凡蒂诺表示,世俱杯作为世界顶级足球俱乐部赛事,预计将产生大笔收益。“财务状况将会不错,我确信中国足协在此方面不会亏钱。”因凡蒂诺说。

按照国际足联举办赛事的惯例,国际足联将负责2021年世俱杯赛事的运营费用,主导赛事的商务开发。

本组稿件综合新华社、宗欣

雨水侵袭ITF 青少年年终总决赛第2比赛日

中国小花郑钦文 不敌美国“黑旋风”

华西都市报(记者 汤晨)10月24日,国际网联世界巡回赛青少年年终总决赛继续进行。由于成都大范围降雨,因此所有比赛都移至“风雨球场”举行。

本场比赛在中国选手郑钦文和美国选手胡拉坎·布莱克之间展开。布莱克的名字在英文中是飓风的意思,而她的姓又是黑色的意思,所以很多中国球迷称她为“黑旋风”。

比赛开始,双发各自保发,先发的布莱克取得2:1的优势。第四局比赛,郑钦文一发频频不进,布莱克抓住机会完成破发,比分来到3:1。随后在布莱克的发球

局中,郑钦文加强进攻,主动上网,积极寻求改变,取得了破发点,但布莱克扎实的底线功底将破发点一一化解,完成保发。在之后的比赛中双发各自保发,盘末布莱克破发了郑钦文的发球局,以6:2先下一城。

第二盘比赛,郑钦文失误过多,而布莱克则延续了火热的手感,一举连续破掉郑钦文两个发球局,取得5:0领先。郑钦文在盘末发力,连保带破,将比分追至5:2,但无奈落后实在太多,布莱克拥有破发优势,最终以两个6:2拿下比赛。至此,在“丽组”的小组赛中,郑钦文和布莱克都取得了一胜一负的战绩。

多部四川造电视剧闪亮登场 《大三线》剧组 率先为四川电视节打CALL

11月1日,2019(第十五届)四川电视节暨首届“金熊猫”国际传播奖将在成都揭开大幕,其间将会有多部四川造或有四川元素的爽剧亮相。10月24日,电视连续剧《大三线》剧组主创率先给本届电视节录制了祝福成功举办的VCR。10月30日,《大三线》主演林江国、朱宏嘉、陈雅斓、韩与诺、蔡家明还将来到成都国际会展中心的四川电视节主办场地,举行剧组见面会。

20世纪60年代始,成千上万建设者来到祖国大西南、大西北的深山峡谷、大漠荒野,从无到有,建起了众多大中型工矿企业、科研单位和大专院校,孕育出“艰苦创业、无私奉献、团结协作、勇于创新”的“三线精神”。电视剧《大三线》就是以此为背景而拍摄,该剧是在省委宣传部牵头指导下,由攀枝花市、峨影集团等单位联合筹拍的工业史诗电视剧。剧作家革非担任编剧,总投资约

8000万元。

《大三线》讲述了1965年发生的一段关于三线建设者的感人故事:年轻气盛的夏方舟来到金江,进入专门为大三线组建的中国109冶金建设公司,投身到川滇铁路的建设中,在这里他结识了自己的爱人秦晓丹。几十年的岁月变迁,夏方舟以及身边的同事来的来、走的走,但他们都完美彰显了这个时代的精神和力量。

除了《大三线》,另一部在四川立项、全程在成都取景拍摄的都市行业大剧《危机先生》,也会在四川电视节期间亮相。该剧是一部讲述危机公关行业故事的都市行业剧,2020年将在优酷和国内一线卫视同步播出。该剧更计划登陆国际顶级流媒体平台Netflix(网飞),扩大海外传播度,将对成都城市品牌和形象的推广起到积极作用,进一步提高四川文化软实力。

华西都市报·封面新闻记者 杨帆

从玩价格到玩体验 聚焦场景零售 苏宁重新定义双11

今年双11,苏宁不玩价格玩体验,引发全民热议!在10月21日重磅发布的苏宁11.11攻略中,苏宁易购总裁侯恩龙将今年的双11重新定位为“场景的双11”,首次公开了苏宁全场景布局,并发布了苏宁场景零售的解决方案——1小时场景生活圈,宣称1小时内解决所有的生活场景痛点。至此,苏宁率先在业界打破历届双11玩价格玩补贴的促销套路,掀起了一场省时省力省心省钱的体验革命。

场景零售: 苏宁十年磨一剑

众所周知,纯电商时代,“价格战”和“补贴战”失去了创新的味道,线上流量触及到天花板,如果继续没有新意的促销,双11将变成消费者毫无“参与感”的电商自嗨。今年双11,苏宁就一举打破促销套路,率先聚焦场景布局,引导消费者从玩价格到玩体验。

“价格是标配,但不是唯一。唯有场景零售能定义新苏宁!”苏宁11.11发布会上,侯恩龙如是坦言。何为场景零售?据介绍,场景零售是智慧零售的新赛道,由五大核心能力组成:用户力、产品力、科技力、服务力和链接力。场景零售五力的融合,将零售竞争升级到内容、社交、娱乐、体验的维度,最终给消费者带来全触点、全体验、全服务、全场景的零售服务新模式。

侯恩龙表示,苏宁从2009年开始互联网转型,到2019年全场景零售布局已经完成。过去十年,苏宁的所有动作均是基于既定的战略,一直坚持布局场景,力争以零售为核心,覆盖用户生活的方方面面。场景是未来一段时间内,苏宁最具差异化优势的赛道。

“不管是自营还是收购,我们一直深耕场景布局,坚持从用户的需求出发,心无旁骛回归零售的本质,始终聚焦场景布局,从未偏离,这是25万苏宁人矢志不渝的坚持。”侯恩龙说,“我们已经形成了多业态部署、多层次渠道网络布局、近场数字化基础设施搭建、大数据场景OS平台以及全域全时的物流网络。所以,不管是什么零售,我们并不关心概念,我们在乎是否真正围绕用户场景需求,提供更加完整的零售解决方案。纵观全球零售业,在未来相当长一段时间内,场景零售将成为零售进化的方向,也是苏宁最具差异化优势的赛道。”



苏宁易购总裁侯恩龙首次公开场景零售新模式。



苏宁零售用户与平台经营集团副总裁范春燕现场解读“1小时场景生活圈”。

体验革命: 上线1小时场景生活圈

苏宁正站在场景零售新的风口上,实现新零售的解决方案就是“1小时场景生活圈”。这是苏宁今年双11亮出的一把利剑,标志着苏宁正在开启一场零售电商的体验革命,而不是单纯的追求低价、规模,开始真正聚焦用户身边的需求、体验和痛点问题,为消费者提

供便利、价优、新鲜、多样的产品和服务,真正做到“省时”、“省力”、“省钱”、“省心”,将零售电商竞争拉入到一个“近场”阵地。

关于1小时场景生活圈,苏宁零售用户与平台经营集团副总裁范春燕作了详细解读。她坦言,“1小时场景生活圈”是苏宁基于对用户消费行为的数据分析和用户消费洞察,推出的一系列场景服务解决方案,意在1小时内全方位、立体

性、系统性解决用户在购物、服务、内容、社交等方面的所有需求。比如,在家里手机坏了,可以上门快修;没时间逛菜场,可以送菜上门;不想打扫卫生,有家政服务。在这个“圈”里,以社区小店、商超百货等苏宁自有业态作为数字化近场基础设施,链接外部商户、品牌,搭建起一张全场景服务触点网络。

今年双11,苏宁将实现全品类1公里30分钟达的“闪电配送”,和全业态1小时内触达到用户,打通消费、娱乐、生活间的场景领域。其中,依托300个城市社区覆盖,超10000家门店仓+前置仓布局,苏宁将即时配送从生鲜向母婴、生活家电、手机数码等多品类拓展,并承诺1公里30分钟送货到家。物流方面,将通过场景零售OS平台,为苏宁国际每个新采购的跨境进口商品打上独一无二的“身份证”,有效避免海淘物流造假现象。

值得一提的是,刚收购完不到一个月的家乐福,也成为苏宁1小时场景生活圈的新成员。苏宁11.11发布会现场,家乐福中国商品副总裁龚文瑞宣布,家乐福将首次参战双11,未来1年上线1000家社区履约中心,全面升级到到家服务。随着苏宁小店的全国网络化布局落地,和家乐福进入苏宁并补充到1小时场景生活圈,标志着苏宁全场景零售的拼图已经完成。

据透露,家乐福近期还将在南京、上海的部分家乐福门店上线“履约中心”,实现前置仓的全面升级,它不仅会接入家乐福小程序,还会接入苏宁小店APP及第三方平台。消费者通过这些线上入口下单,都会由家乐福的履约中心承接服务。

体验式消费: 让苏宁有望继续领跑行业

苏宁耗时10年布局的场景零售,实际上为消费者探索了一种全新的体验式消费。对此,消费者是否买账?这种新零售模式又能走多远?业界人士一致认为,在体验式消费崛起的当下,拥有更强场景塑造能力的零售企业,有望继续领跑行业。

而国家统计局最新发布的消费数据,也印证了苏宁苦心经营的场景零售踩准了消费市场的新变化。根据国家统计局近日公布的前三季度社会消费品零售总额,显示同比增长8.2%,市场消费保持稳定增长。值得一提的是消费升级类商品销售增长较快,服务形消费增长势头也比较明显,这两大

板块的快速增长,得益于消费者的生活水平得到不断提高,消费品位日益提升,新的消费趋势也应运而生。其中,体验型、精神型的转变,是一个较为明显的变化。

显然,苏宁推出的场景零售,具有场景化沉浸购物体验的零售业态,正迎合了当下的消费大升级热潮。比如以苏宁极物为代表的集休闲、餐饮、3C、家数码、生活家居一体的沉浸式生活空间,就是从用户体验出发,消费场景的再现。因此,从这点看,转型后的苏宁,未来可期!

正如苏宁侯恩龙所说,始终围绕用户体验,始终突出全场景布局优势,苏宁以探索零售进化的行业自觉,为今年双11带来实质性的升级,从价格的双11到体验的双11,也将给消费者提供别具一格消费体验。

创新活力: 破除同质竞争开辟新赛道

苏宁在今年双11首次亮相的场景零售战略,无疑给目前低迷、处于困境中的电商行业带来一丝曙光。

有关人士指出,苏宁场景零售战略的推出及场景双11的实践,让电商们走出了同质化甚至恶性的低质低价竞争提供了新的可能。当前,国内主要零售商竞争异常激烈,价格、商品、服务的竞争正在全面展开,补贴战、价格战依然是促销的主流方式,二选一的现象依然常见,模式也趋同质化,比如社交电商的低质、低价模式,这些现象并不利于中国电商业的效率提升和发展提升,而场景零售将作为苏宁智慧零售模式的一个全新赛道,无疑为中国零售注入更多的创新活力。

场景零售战略尤其是苏宁1小时场景生活圈的重要举措,使得苏宁在智慧零售的大趋势下找到了更具象化、更聚焦的落脚点——锁定消费者近场化的消费需求,无论是产品、内容、娱乐还是服务,统统1小时搞定。而这种体验的实现,真正只有苏宁才能做到。因为,基本上在主要城市,1小时范围内必能触达到苏宁易购、家乐福、苏宁小店、苏宁广场等服务场景。

如此一来,零售行业就由过去拼价格升级到拼服务,拼体验阶段。因此,场景零售已经成为了苏宁智慧零售下的一个全新赛道。在这个赛道上,场景零售代表了苏宁,苏宁就代表场景零售,实现了创新标准,超越竞争。

华西都市报·封面新闻记者 赵萍



下载封面新闻APP
加入青蕉拍客得大奖