

巴西小胜日本  
亚洲之行名利双收

晨报记者徐明报道 一周之内两场热身,五星巴西名利双收。北京时间6月6日晚,巴西队迎来亚洲之行的第二天,以1:0小胜日本男足。

尽管日韩为邀请巴西参赛花费重金,但两场热身赛,日韩两国球队不仅得到了重量级热身,当地球迷也相当狂热。6万多名日本球迷冒雨观赛,而韩国队的热身球票遭到疯抢,疯狂的韩国球迷坐满了球场。

几天前,在首尔体育场,巴西队以5:1大胜韩国,让日本队本场比赛相当警惕,避免出现惨败。

比赛开始后,巴西队遭遇日本队的顽强抵抗,内马尔更是被日本队员疯狂围攻,对方不惜恶意犯规阻止内马尔。

全场唯一进球出现在第75分钟,内马尔禁区内的射门被门将权田修一扑出,理查利森近距离补射被远藤航身后撞倒,主裁判罚点球。内马尔主罚命中,打入他在巴西国家队的74个进球,距离球王贝利的纪录仅差3个。

数据显示,巴西队全场控球率55%,射门21次,射正5次,最终依靠点球战胜日本。

值得一提的是,巴西队名利双收,日韩两队也收获不小。日韩两国打入世界杯后,这两国足协未雨绸缪,不惜花费重金,联手邀请南美劲旅前来热身,取得宝贵的实战经验。

在日本与巴西热身的同一天,韩国队以2:0战胜智利队。比赛中,黄喜灿和孙兴慜先后为韩国队打入一球,一扫上轮惨败给巴西的阴霾。

欧国联小组赛 法国连续不胜  
德尚思路清晰  
淡定练兵世界杯

晨报记者 徐明

北京时间6月7日凌晨,在克罗地亚结束的欧国联A级小组赛中,2018年世界杯决赛对手相遇,克罗地亚队在主场以1:1逼平卫冕冠军法国队。

由于法国队在首轮对阵丹麦的比赛中遭遇失利,再加上本场比赛,法国队已经连续两轮不胜。

尽管如此,法国队主教练德尚仍对比赛结果感到满意。“为了世界杯,应该多给球员一些时间。”卫冕冠军教练说。

法国队是上届欧国联的冠军。不过,本届比赛,法国队从小组赛首轮开始出师不利。首轮被丹麦逆转,本轮又被克罗地亚逼平。第52分钟,法国队本耶德尔直塞,拉比奥用开防守,单刀破门。第83分钟,克罗地亚扳平比分。奥尔西奇直塞,苏西奇单刀破门被扑出,克拉马里奇禁区内被放倒。主裁判罚点球,克拉马里奇晃倒法国门将,扳平比分。

此战过后,克罗地亚中场核心莫德里奇刷新国家队出战纪录,达到150场。

法国队则雪藏了本泽马与有伤在身的姆巴佩。在皇马转会事件后,法国队两大前锋之间的关系备受关注。由于姆巴佩选择留在巴黎,本泽马公开发布了一张含有“背叛”意义的图片,被认为在暗讽姆巴佩。

此前,两人在国家队的关系一直不错。经过这次转会事件,外界认为法国队两大前锋之间出现了裂痕,可能加剧法国队内讧。

不过,这次重返国家队,至少从表面上看,两人没有出现任何不和谐的局面。姆巴佩发布了一张与本泽马的同框照

片,后者点赞并转发,似乎有意对外表示双方关系没有问题。

客战克罗地亚这场比赛,本泽马和姆巴佩都没有出场,镜头捕捉到两人坐在替补席上热聊,表情丰富。抛开俱乐部因素,两人同是法国队主力前锋,如果将恩怨带到国家队,对双方都没有好处。

本场战平后,法国队在前两轮1平1负,排在积分榜第三位。

法国队主教练德尚赛后表示,法国队原本应该打入两粒进球。“今年有些特殊,为了备战世界杯,应多给球员一些准备的时间。”

德尚认为,欧国联的赛事正好可以为世界杯做准备,“虽然没能锁定胜利,但我对结果还是满意的。这种比赛对我们来说,应该尽可能利用起来,并尝试所有的可能(给替补队员机会)。”



UEFA NATIONS LEAGUE

RESPECT



法国队球员本泽马(左)、姆巴佩在替补席交谈。图片/新华社 制图/张继

## 全面进击电动化智能化高端化,别克用实力引领未来

当前,汽车行业正处于竞争格局重塑的阶段,如何更好地将品牌精神和内涵传递给消费者,是很多汽车厂商面临的重要课题之一。对于上汽通用汽车别克品牌而言,纵使前路漫漫,挑战重重,也要不断创新进取,与时代同频共振。为此,别克从品牌形象、产品、科技、体验等多维度着手,为品牌发力电动化、智能化、高端化按下了加速键。

日前举办的2022别克品牌日上,别克发布了全新品牌标识和面向未来的发展规划,向外界展现出品牌大步迈向新时代的自信姿态,同时别克还携两款战略新车亮相,分别是别克MPV家族全新旗舰车型——GL8世纪CENTURY,以及别克首款通用汽车Ultium奥特能电动车平台纯电概念SUV——Electra-X,它们以创新设计和前瞻科技,诠释着别克重新定义未来出行方式的坚定决心。

“三色盾”全新演绎  
续写品牌新故事

先从别克全新品牌标识说起,这也是别克给广大消费者和忠实拥趸们带来的一份意义非凡的“见面礼”。众所周知,“三色盾”在别克品牌标识的演变历史中,占据了超过一半的发展周期,记录了别克品牌在不同时代的传奇故事。在中国市场,“三色盾”早已成为别克品牌的一大标签,在消费者心中愈发根深蒂固。

别克此次发布的全新品牌标识保留了“三色盾”经典元素,取消了圆形外环,整体视觉效果更简洁,更富科技感,也更符合时下消费者的审美。“三色盾”以平行开放的设

计,展现出进取的姿态和引领的实力。三个“盾牌”依次排开,分别代表了别克品牌“安全、质感、舒适”的产品基因。身处汽车“新四化”的时代洪流下,来一场自我变革势在必行。此次别克对品牌标识进行全新演绎,无疑透露出其将向“更电动、更智能、更高端”目标转型的决心与勇气。换句话说,别克将以发布全新品牌标识为起点,重新审视自身发展,不断突破向上,释放无限可能,以迎合新时代需求。

深挖市场需求  
倾听用户心声

实际上,自进入中国市场以来,别克始终结合市场实际需求,悉心倾听用户的心声,包括导入新产品、新技术,以及推进在营销、服务、体验等方面的创新,都站在消费者的角度切实考虑,最终这一系列举措不仅赢得了消费者的广泛认可,也为品牌实现高质量发展打下了坚实的基础。

此次品牌日活动上,别克公布了其未来几年的产品计划。按照规划,从2022年到2025年,别克将在中国推出12款全新车型,包括5款全新一代电动车,发力MPV、SUV及轿车等主流新能源市场,且其中的



2款奥特能平台电动车型将在今年与消费者见面。此外,别克还将引入多元化驱动系统,为消费者带来包括纯电动、全混、插混、轻混等多样化驱动选择;高端子品牌艾维亚将覆盖更多产品系列,不断向上开拓细分市场。与此同时,别克还将同步通用汽车在智能电动时代的多项优势科技,全面落地包括Ultium奥特能电动车平台、新一代Super Cruise超级辅助驾驶系统、全新一代VCS智能座舱等前瞻科技,并加速智驱、智联与辅助驾驶技术的更新迭代,将前沿科技快速转化为用户触手可及的智慧出行体验。

值得一提的是,别克还发布了全新别克PURE Design纯粹设计理念,以纯净(Purity)、超越(Unconventional)、精致(Refined)、动容(Expressive)为核心,去除繁琐,放大精华,以更纯粹、更智能、更自在的设计美学,达成高效智能与真实自然的和谐统一,满

足新时代用户的审美与功能需求。

与母品牌焕新同步,“别克关怀”服务品牌也将推出全新品牌标识,并打造“安全、周全、省时、省心”的专业高效服务新标准,以科技赋能品牌服务,为用户带来更智能、更便捷的用车体验。同时,别克车主移动应用iBuick全面升级为品牌超级APP,以更贴心的社交属性、更丰富的互动内容、更便捷的车主服务、更优化的看车体验,打造集看车、购车、用车、售后、资讯、社交于一体的一站式车生活应用,全方位满足用户的各类用车与社交需求。

双车惊艳登场  
印证新别克实力

此次别克品牌日活动上,别克还带来了两个重磅大礼,那就是GL8世纪CENTURY和Electra-X纯电概念SUV。提及GL8世纪CENTURY,就不得不聊聊GL8。截至去年底,GL8在国内的累计销

量已超过150万辆,是MPV市场当之无愧的“大哥大”,即便有不少竞争对手在后面虎视眈眈,GL8的行业标杆地位始终牢不可撼。

如今,GL8持续向上进化,冠以“世纪”之名,在致敬经典的同时,也直接成就了MPV界的“天花板”。据了解,GL8世纪CENTURY将于今年年内上市,届时新车将与GL8陆尊ES和GL8陆上公务舱共同构成全新的GL8家族矩阵,进一步夯实别克在MPV市场的领先优势和领导地位。

如果说GL8世纪CENTURY代表了别克品牌“新高度”,那么Electra-X纯电概念SUV则是未来奥特能平台别克纯电量产车型的预演,其在前卫造型设计、先进技术、硬核性能上的诸多优异特性,足以让消费者对于别克电动化的调性有了全新的理解。得益于更安全、更智能、更性能的平台加持,别克Electra-X纯电概念SUV拥有与生俱来的优秀基因,可为驾驶者带来可靠、轻松、智能的崭新驾乘体验。

作为根植于中国市场24年的汽车品牌,别克从未停下思考与前进的步伐,并在行业发展的各个重大关口都留下了华丽身影。透过2022别克品牌日活动,不难发现别克正强势开启一轮真正意义上的技术创新、产品变革和品牌升级,并有望重塑行业格局。无论是全新产品、全新平台、全新设计,还是全新服务、全新服务,它们都将与别克全新品牌标识凝聚在一起,共同成为别克在这个新时代的坐标。

(于大卫)