



【欧洲杯·场外】

“欧洲杯”or“欧洲悲”

球迷骚乱、足球流氓、流血冲突、比赛暂停……欧洲杯开赛以来,这些成了比恐袭更抢眼的词汇。因球迷而起的恶性事件如同阴霾一般挥之不去,民族情绪加政治诉求造成了诸多冲突且有蔓延之势。据法国内政部最新统计数据显
 示,从欧洲杯开始,目前已有323名球迷被逮捕,这个数字不知会不会打破往届大赛被抓球迷的纪录。

星星之火有燎原态势

欧洲杯开赛一周多时间,球迷骚乱像鬼魅一般在法兰西大地上挥之不去。先是英格兰球迷闹事,随后彪悍的俄罗斯人将英格兰人打翻;德国与法国的足球流氓加入到闹事队伍中,比利时的恶汉们也过来凑热闹,克罗地亚球迷用鞭炮和焰火中断了比赛,匈牙利球迷把警察打出血……

球迷骚乱的重灾区首当其冲是法国南部城市马赛。这座美丽的海港城市因为足球流氓而变得混乱不堪,几乎天天都有负面新闻曝出。马赛成为重灾区的原因在于英格兰队小组赛第一场比赛被安排在了马赛,他们的对手又是素以战斗闻名的俄罗斯队。两国球迷都不是善茬,场外的交锋自然不可避免。但令法国警方没想到的是,两国球迷的冲突会连续升级,直到有球迷被打进了医院,甚至生命垂危。

【欧洲杯·前瞻】

法国欧洲杯小组赛的第2轮已经结束,决定命运的第3轮已于北京时间20凌晨开赛。由于本届欧洲杯首次扩军至24强,除了6个小组的前两名直接晋级十六强外,4个成绩最好的第三名也将晋级淘汰赛,因此其晋级规则也是历届欧洲杯中最复杂的。在计算小组成绩过程中,最常见的情况是两队积分相同,遇到这种情况欧足联规定将按以下排序决定名次,如上一条相同就按下一条来判定:积分相同的球队先



就在马赛的球迷骚乱还未平息的时候,朗斯、里尔、尼斯等地也相继爆发了球迷骚乱。近两天甚至在巴黎街头也发生了小规模
 的球迷骚乱。记者到球场看球的路上,在街头、地铁里、球场边,发现荷枪实弹的警察数量又增加了不少,进场时的安检力度也加大了不少。看这架势,这场发生于马赛的骚乱颇有些“星星之火可以燎原”的态势。

为了平息这场骚乱,法国政府可谓软硬兼施。除了逮捕了几十名俄罗斯和英格兰队的球迷外,还遣返了多名两国球迷。此外,欧足联也已给英俄两队下了最后通牒:如果再有大规模球迷骚乱,两队将被取消比赛资格。但这些手段显然不太管用,最近几天依然天天有球迷骚乱新闻曝出。

足球流氓不再专属英格兰

从这次诸多球迷冲突事件看,足球流氓

欧洲杯战报

B组

俄罗斯 0比3 威尔士
 斯洛伐克 0比0 英格兰

球迷骚乱如影随形 流血冲突不断发生

已不再是英格兰的专属。法国的媒体就表示,英国的足球流氓在上世纪80年代曾猖獗一时,但近年来俄罗斯足球流氓才是最可怕的一个群体。据称,在欧洲杯开赛前,一个叫“斯巴达克角斗士”的俄罗斯足球流氓组织发布声明称,要在欧洲杯首轮小组赛时“歼灭”英格兰球迷。而他们用的确是用实际行动践行了赛前的诺言。此外,克罗地亚总统也愤怒地在社交网站上指责本国足球流氓。每届欧洲杯都会出现足球流氓的身影,球场上的恩怨也会延伸演变成各国足球流氓之间的场下争斗。上届欧洲杯,波兰与俄罗斯欧洲杯小组赛开始前几小时,俄罗斯球迷和波兰球迷在华沙街头就曾发生了大规模冲突,导致多人受伤,警方后来逮捕了超过100人。但比起那时的集中爆发,这届欧洲杯因为足球流氓的不断涌现,显得更加混乱不堪。

欧洲杯是情绪宣泄口

为何这届欧洲杯期间球迷闹事如此之多?原因之一是这届欧洲杯时机并不好,球迷骚乱和很多政治事件以及民族情绪之间存在着一定关联。足球场成了他们负面情绪的宣泄口。拿英格兰球迷来说,此次他们在马赛闹事,目的是为了支持“英国退出欧盟”。这件事在此前一段时间一直被英国人热议,正是因为这件事,英国人和整个欧盟都“结了仇”。

法国球迷这两天也在巴黎街头打砸烧,但目的是为了抵制新的《劳工法》。俄罗斯球迷是要发泄心中的不满。这两年多来,俄罗斯人认为西方的经济制裁让俄罗斯始终处于一种被压抑的状态下,所以他们不在沉默中爆发,就在沉默中打架!日前,俄罗斯政府发言人抨击英国企图将此事政治化,随着事态的发展,英俄球迷的冲突已成了俄罗斯和西方国家博弈的工具。

欧洲杯扩军后晋级规则挺复杂

比较互相交手战绩,占优者排名靠前;如以上相同,则比较小组赛期间的总净胜球和总进球数。如果两队在经过以上比较后仍然不分高下,最后一轮又直接交锋,那么他们将进行点球大战。如果还无法分出高下,则公平竞赛表现更好的球队排名靠前(即红黄牌数量,红牌扣3分,黄牌扣1分);如以上办法仍无法确定排名,则抽签决定。

听起来似乎不可思议,但2008年欧洲杯曾经险些出现过这一幕,土耳其和捷克

前两轮同积3分,进2球失3球。他们最后一轮直接交锋,如果打平就将直接踢点球。不过尼哈特完成绝杀,土耳其3比2获胜出线。

欧足联还决定成绩最好的4个小组第三名由以下标准来判定:一是在6个小组第三当中积分最高的4个队;二是若出现积分相同的球队,小组赛净胜球多的球队排名靠前;三是若积分相同,净胜球相同,则小组赛进球最多的球队排名靠前;四是若积

分、净胜球、进球数都相同,则公平竞赛表现更好的球队排名靠前(即红黄牌数量,红牌扣3分,黄牌扣1分);五是若以上手段仍无法分出高下,则按欧足联国家队排名决定名次。

20日凌晨赛后,已经提前一轮出线的球队有法国、瑞士、西班牙和意大利;已被淘汰的球队是罗马尼亚、乌克兰;末轮输球必被淘汰的球队有阿尔巴尼亚、俄罗斯、土耳其、爱尔兰和奥地利。

央视收视率TOP10

女排破欧洲杯垄断排第六

北京时间6月21日消息,上周央视转播的体育赛事收视率排名前十位中,欧洲杯占据九席,女排大奖赛中塞之战成为唯一上榜的非欧洲杯赛事,排名第六位。

上周央视体育频道赛事收视率前十名中欧洲杯占据九席,其中B组小组赛英格兰vs威尔士的比赛收视率破3,以3.16%的收视率排名榜首;D组西班牙vs捷克以3.15%的收视率位居第二。世界女排大奖赛强强对话的收视率也不低,上周六进行的中国女排3-2逆转塞尔维亚的比赛收视率达到1.14%,表现强劲位居第六,成为前十中唯一一个非欧洲杯赛事。

巴西奥运防弹车走俏

日租金1万多人民币

据巴西最大报纸《圣保罗报》20日报道,随着里约奥运会开幕日益临近,在里约热内卢,不仅酒店价格飙升,在租车市场上,价格高昂的防弹车也变得十分抢手。

巴西最大租车公司洛卡利萨的销售总监埃尔夫特-维亚纳透露,公司旗下所有防弹车已经预订一空。根据车型日租金在800雷亚尔至7000雷亚尔(约合1550元人民币至1.35万元人民币)之间。

维亚纳表示:“我们为此临时从别的地方转租了一些防弹车并聘请了司机。尽管这样,我们还是无法满足所有客户的需求。”

其他租车公司情况类似。“A级”旅游公司业务协调员吉尔-博尔热斯表示,公司的全部高级防弹车均被预订,有的租期甚至覆盖整个奥运会。

看到奥运会带来的商机,一些外地租车公司也来抢市场。圣保罗罗奥兰特公司将在奥林匹克公园对面的小区内设临时办公地点,专门为奥运顾客提供服务。一些市场人士预测,随着奥运临近,防弹车的租金有可能还要继续上涨。

巴西一家权威机构去年发布报告称,由于治安状况不佳,最近10年来,巴西防弹车数量急剧增加,超过墨西哥、哥伦比亚等国成为全球防弹车保有量最大的国家。

两大职业拳击组织表态

将处罚参加奥运会职业选手

北京时间6月21日消息,国际拳击联合会(IBF)周一表示,将对本组织内参加里约奥运会的业余拳手进行惩罚,措施包括移除其排名和剥夺金腰带,在此之前另一家拳击组织WBC也已经做出了类似的决定。

这个奥运周期业余拳击的国际组织AIBA一直希望推动职业选手,尤其是那些著名选手参加奥运会,但是却遭到了各个职业拳击组织的抵制,此前WBC已经宣布将对组织内参加奥运会的选手处以两年的禁赛。在奥运会预选赛只剩下两个月在委内瑞拉这一站的情况下,职业拳手去里约的前景越来越不乐观。

IBF给出的理由是,奥运会允许职业选手与业余选手同场竞技违反了公平竞赛的原则,让业余选手与那些训练有素的职业选手比赛,对业余选手是一种很危险的做法,IBF总裁皮波斯说:“我们没怎么纠结就做出了这个决定,我们认为在反对职业选手与业余选手同场竞技上应该表达自己的立场,那是危险的事情,而我们对这项运动的承诺之一就是要保证选手的健康。”

(本报综合)



新西兰总理宣布获安利旅游超级大单



安利(中国)总裁黄德荫与新西兰皇后镇市长互换礼物

2016年4月21日,上海。正在中国访问的新西兰总理兼旅游部长约翰·基(John Key)在专题新闻发布会上宣布,安利(中国)已选择新西兰成为“2018安利营销菁英海外进修研讨会”的目的地,这是新西兰进军商务会奖领域3年多来,交出的一份最亮眼的成绩单。

据介绍,2018年春,安利(中国)1万余名绩优营销人员将分批赴新西兰南岛度假胜地皇后镇(Queenstown),进行为期5天的商务旅行,预计为当地带来5000万新西兰元(约2.2亿人民币)的收入,且购物消费预计超过1000万新西兰元(约4500万人民币),对于新西兰旅游业以及经济的贡献不言而喻。作为在商务会奖领域上的“新秀”,新西兰能在此次激烈竞标中拔得头筹意义非凡,也为其今后进一步开拓商务会奖市场打下坚实的基础,开创了全新模式。

约翰·基总理说:“这无疑是新西兰在商务会奖赢得的最高金额的标的!它传递了一个重要信息,新西兰已在全球商务会奖市场上占有重要席位。中国是新西兰的第二大以及增长最快的目标市场,2015年中国游客在新西兰共

消费17亿新西兰元(约合76.5亿人民币),中国游客也是全球游客中平均每日消费最高的。”他表示,2013年新西兰政府额外拨款共计3400万新西兰元(约合1亿5千万人民币),用于在接下来四年内对新西兰打造商务会奖目的地的投资。

新西兰拥有震撼人心的风景地貌、近在咫尺的丰富户外活动、独具魅力的毛利文化以及热情纯朴的人民,更能为前来参加会奖旅游的游客提供一系列高端旅行项目,如奢华住宿、世界百佳高尔夫球场、直升机观光以及美食美酒体验等。新西兰不但能够满足企业客户对于商务会奖目的地的需求,又能满足与会者对于一个完美旅行的期许,是企业客户寻求独特商务会奖旅游体验的首选。

新西兰旅游局亚洲区总经理克雷格(David Craig)表示,“我们是一个殷勤好客的国家。在毛利语中有一个词‘Maanaakitanga’,用来表述新西兰人的待客之道,意为将客人视为朋友对待。也正因此,我坚信新西兰能提供与众不同的商务会奖体验,正如我们商务会奖的宣传口号‘自然创造非凡’(Naturally Beyond

Convention)。我们希望未来能吸引更多高端访客来到新西兰,而商务会奖是其中非常重要的组成部分。”

安利(中国)总裁黄德荫表示,安利营销菁英海外进修研讨会,近年来已先后在悉尼、台湾、洛杉矶、普吉岛、韩国、旧金山等地成功举办。该项目是安利整个培训体系中最具特色的部分,它将业务会议、培训研讨、沟通联谊与海外旅行相结合,在提升营销人员业务能力和综合素质的同时,也开阔其眼界,丰富其阅历,提振其士气,并促进与目的地人民之间的友好往来。安利此次选择新西兰作为2018安利营销菁英海外进修研讨会的合作伙伴,既看重新西兰优异的旅游软硬件环境,更欣赏新西兰作为商务会奖目的地展现出的高度灵活性与创新力。

新西兰旅游局此次竞标联合了新西兰移民局、皇后镇市政府、皇后镇旅游局、新西兰航空公司,以最佳资源组合为竞标活动提供强有力的支持。特地从新西兰赶到发布会的皇后镇市长凡妮莎(Vanessa van Uden)十分欣喜:“秋季的皇后镇美不胜收,从美酒佳肴到户外活动一应

俱全,定将为安利的菁英团队带去快乐和灵感。我们相信安利不会后悔他们的选择。”

2018年上半年,安利中国的1万余名营销菁英将分批抵达新西兰。此次商务会奖旅游选择新西兰的秋季出行,5天皇后镇的行程巧妙地利用了新西兰最丰富的旅游资源,更好地展现新西兰不同季节的特色体验,将为与会者打造独一无二的优质旅行体验。

中国作为新西兰的第二大客源国,始终是新西兰旅游发展的关键市场。近年来,中国旅客赴新西兰旅游的人数与日俱增,截至2016年2月的过去一年内,中国至新西兰游客总入境达36.8万人次,增幅达27.9%。这其中,“自由行”以及“商务会奖”都是新西兰旅游的最大增值点。4月19日,新西兰移民部门称,新西兰将启动电子签证、中文系统、银联缴费等一系列便利政策,简化中国游客签证申请、审批过程。此外,为了更好地执行“以商务会奖吸引高端游客”的重要战略,2013年7月,新西兰旅游局在中国成立了专门的会奖部门。至今,新西兰旅游局已在47项企业竞标中获胜。