

2018三湘都市报世界杯嘉年华活动狂欢继续 “德巴会战”握手言和 球迷角逐“啤酒王”

本报7月2日讯 “加油，快喝啊，别人都喝完了！”“不行咧，你这还剩了啤酒。”……昨日，“优冠体育·熊抱吧，世界杯”2018三湘都市报世界杯嘉年华活动在长沙市曙光北路曙光798城市体验馆库爱艺术空间启幕，今日活动依旧火爆，现场不仅迎来了大众瞩目的“德巴会战”，本届嘉年华的“熊抱啤酒王”也在今晚诞生。当然，看球除了喝啤酒还少不了吃虾，明日本届嘉年华还将角逐出“熊抱剥虾圣手”。

加油的妈妈黄女士告诉记者，足球的魅力真的很大，她在场边看的时候比在场上的队员还紧张。

喝啤酒大赛角逐“啤酒王”

看完“德巴会战”后，现场与昨日一样下起了“红包雨”。“咻咻”的摇手机抢红包声，让现场球迷根本停不下来。长沙爱思特医疗美容医院也在现场抽奖，一等奖获得1298元乐诗妍护肤套组，二、三等奖获得价值998元班森护肤套组。

当晚活动的重头戏莫过于喝啤酒大赛了。来自湖南瑞银文化产业有限公司的主持人杨姝在现场邀请了5名球迷进行喝啤酒大赛。让人意外的是，5名选手中居然还有一名女将。

“喝啤酒大赛”的规则是谁先将一瓶啤酒最快喝完且最干净。比赛开始后，女选手巾帼不让须眉，第二个将啤酒喝完，但遗憾的是，她手中的啤酒瓶还剩了少许的泡沫而遗憾的遭淘汰，两名男选手进入决赛局。第二轮决赛局，规格升级，啤酒变成两瓶，两名男选手吸取了第一轮的经验，将啤酒喝完后又再次进行了“补喝”确保喝干净。最终，球迷胡先生以微弱的优势取得胜利，将终极大奖两轮平衡车揽入怀中。

当晚的球赛是巴西对战墨西哥，长沙爱思特医疗美容医院还对现场球迷设置了“十分钟内会不会进球”的有奖竞猜，猜中的球迷可以获赠价值980元的玻尿酸深补水美容项目一次。

明日，是本次嘉年华活动的最后一日，“中国队”也将出现在“世界杯”现场，主场迎战欧洲杯冠军队“葡萄牙队”。

■记者 丁鹏志 实习生 刘璐



扫码看嘉年华
活动现场报道

7月2日晚，“优冠体育·熊抱吧，世界杯”2018三湘都市报世界杯嘉年华活动现场，球迷进行喝啤酒大赛角逐“啤酒王”。
记者 丁鹏志 摄

“德巴会战”握手言和

晚上7点半，来自虎童足球俱乐部的萌娃们身着“德国队”和“巴西队”球衣，在优冠实业集团湖南康普斯人造草坪上再次开战。

比赛开始后，双方队员都使出浑身解数，想方设法的要攻破对方大门。“快，往前面传”、“赶紧射门啊”、“守住、守住”……1:1、2:2、3:3，胶着上升的比分也牵动着场边观赛的家长和球迷们，大家纷纷在场边对小队员们进行场外指导和加油打气。

终场前两分钟，“巴西队”以5:6落后“德国队”，“巴西队”在一次漂亮的配合过人边路进攻后，成功将比分扳平。最终，双方以6:6握手言和。

身着“德国队”6号战衣的刘思惟小朋友，今年6岁，在刚结束的“德巴会战”上他一个人独中四元，为“德国队”立下了汗马功劳。“崽崽是去年开始练球的，一直以来就喜欢足球。踢足球后他变得更加的阳光和坚强了，而且他在球场上也很冷静，知道审时度势发掘射门时机。”一直在场边为刘思惟



“德国队”和“巴西队”激战正酣。

世界杯经济学很现形：德国、阿根廷、西班牙球衣纷纷打5折 强队相继出局，赞助商开始“大甩卖”

7月2日，随着上届世界杯卫冕冠军德国队未能进入8强，阿迪达斯天猫旗舰店多款德国队球衣开始了5折促销。有球迷统计，在央视正在播出的多个球星的世界杯主题广告中，仍在赛程上的，只剩下巴西队的内马尔一根独苗。

持续爆冷的世界杯，除赞助商“落井下石”之外，爱凑热闹的商家依然热衷于蹭上月最大热点。

强队相继出局 赞助商“大甩卖”

虽然2018世界杯仍然如火如荼的进行，但随着上周德国队未能在小组赛中顺利出线，这支卫冕冠军已提前结束了自己的俄罗斯世界杯旅程。

7月2日，三湘都市报记者发现，在阿迪达斯天猫旗舰店上，多款德国队正版球衣已开始5折促销：主场长袖上装原价1299元，目前售价仅为650元，男童版的主场短袖比赛服，价格也从499元降至250元。

此外，阿根廷和西班牙短袖队服也开始5折促销，截至7月2日，刚刚成功晋级8强的俄罗斯，以及尚未进行四分之一决赛的墨西哥、哥伦比亚队服则仍以每件599元的价格上架销售。

“这世界上，最现实的怕就是品牌赞助商了。”在得知钟爱的球队队服开始被甩卖，网名为“丹尼尔”的德国队球迷如是感慨。

记者统计后发现，对赞助球队“残忍”的不仅仅是阿迪达斯，如奔驰等品牌商也先后撤换了广告。而除了出现在世

界杯赛场上的万达、海信等中国品牌外，如华帝等品牌也相继推出了“法国队夺冠，华帝退全款”等噱头十足的促销。

星城商家蹭热点 随处可见“世界杯”

6月30日，长沙国金中心举办了一场名为“潮玩运动派”的世界杯主题活动。现场，湖南首位中超球员唐宇轩体验了线上VR足球，并与现场观众进行了一对一互动。据了解，长沙国金中心推出了全场任意消费即可现场参与风靡全球的《GOAL DX》足球游戏主题装置互动，并且将有机会获得限量版运动礼品等礼品。

为蹭上热点，多家商场也推出了世界杯主题活动。上周，新世界百货就推出了“风情世界杯，幸福年中庆”的优惠券预售以及运动品牌特卖活动；在海信广场外广场，也支起了一个巨型足球，颇为吸引眼球，事实上，这是一家电品牌做出的世界杯主题活动。

“就算不是球迷，也能感受到长沙人对世界杯的热情。”7月2日，在长沙海信广场由多个世界杯参赛队伍国旗图案组成的装饰前合影的刘小姐说，发现最近逛的商场到处都是世界杯的元素。

据了解，随着世界杯赛程进入高潮，不少商家还在“蓄势待发”。一家大型城市综合体的相关负责人就对记者透露，计划在总决赛附近举办的大型互动活动将于近期开始预热，“希望能为商场吸引到更多客流。”

■记者 朱蓉

记者手记

世界杯经济学 有人欢喜有人愁

从历届世界杯的收益情况看来，有人将世界杯比作“印钞机”。对商家而言，耗费重金争抢赞助权，开发相关世界杯产品，押宝球星代言等等行动都成为世界杯期间必不可少的商业活动。

不过，竞技的乐趣在于，没有人能够预知结果。这也就是说，随着比赛进程的推进，有的商家会发现，自己选择的代言人表现出色，随之而来的是品牌加分效应；有的商家也会无奈，原本理应出色发挥的球星，却意外表现失常。

多数商家对世界杯的热情，还是停留在蹭个热点上。不过，随着越来越多商家加入到这一行动中，也难免出现部分活动遇冷，效果不如预期的情况。

如何做到“让自己的收益不受球赛结果影响”，这或许是接下来更多届的世界杯上，赞助商们需要开动脑筋思考的问题——努力让押宝世界杯“经济学”变为世界杯营销“竞技学”，将至关重要。