

9月4日, 中国队在鞍山与科威特热身

# 且看国足有何新花样

本报记者 李志刚

这是国足主帅佩兰第二次召集球队集训热身, 外界也习惯将此次的国足称为“佩二期”, 9月4日晚上, 这支队伍将在辽宁鞍山与西亚球队科威特进行一场热身赛, 整个中国足球界都来看看“佩二期”国足能否打出一些新意。

几年之前, 高洪波麾下的中国队给人留下深刻印象, 这绝不仅仅因为球队在东亚四强赛中历史性地击败韩国, 而且队伍的整体表现积极、现代、具备侵略性, 而这恰恰代表着国际足球发展的潮流。随后, 万达集团出资赞助中国足球, 鬼使神差般请来了西班牙大帅卡马乔, 中国队折戟亚洲20强赛不算, 还“捎带”着1:5输给了泰国国家队。卡马乔带着真金白银乐颠颠地走了, 傅博担任“看守教练”似乎不让足协领导放心, 于是法国人佩兰又来了。几个月前的“佩一期”集训, 由于恰逢巴西世界杯, 很多人都没有时间、精力和心情去关注中国队, 而当时的佩兰还处于“熟悉中国球员”的阶段, 那么这一次, 大家都想看看佩兰的肚子里到底有多少墨水。

“佩一期”集训, 国足大名单以“25岁以下球员占六成”、“多达11人首次入选国足”而表现“年轻化”宗旨, 如果说那是佩兰“为长远打算, 备战2018年俄罗斯世界杯预选赛”的话, 那

么这一次“佩二期”集训, 就显然是一个“短期计划”, 佩兰调来更多正值当打之年的“中生代”球员, 目标指向更加明确, 那就是明年1月开始的亚洲杯。此前两届亚洲杯, 中国队均未小组出线, 这一次, 国足与乌兹别克斯坦、沙特、朝鲜分在一起, 9月4日热身赛对阵科威特、9月9日迎战约旦, 显然就是为了熟悉同组球队的球路。科威特球风细腻, 与沙特颇为相似; 而约旦虽然是一支西亚队伍, 但球风粗犷, 更接近于中亚的乌兹别克斯坦。

“我们要打整体足球, 让更多的球员发挥作用。”这是佩兰在接受采访时重点强调的, 据他介绍, 此次国足集训“非常强调进攻端的一些演练, 尤其是中前场对前锋的支持, 强化前锋队员对门前机会的把握能力”, 至于效果如何, 那自然要留给实战检验了。此外, 佩兰提到了球队的团结问题, 他说所有的体育运动都会存在竞争, 但作为一个团队, 必须拥有坚强的“团队精神”, “球队的内部气氛是否融洽, 将决定能否发挥出集体项目的优势。”中国队球员有没有体会到佩兰的苦心, 在比赛场上将荣誉感落实到塑造自身形象上、落实到每一个细节上面, 整个中国足球界都在等待答案。



佩兰重新集结国家队, 是否为国足制定好了发展时间表?

## 花1块钱押国足世界杯夺冠你干不干

本报记者 李志刚

在2014年巴西世界杯期间, 无缘参赛的中国男足与马里、马其顿进行了热身赛, 还被中国球迷戏称为“世界杯I组的角逐”。自从2002年历史性地参加世界杯决赛圈比赛以来, 中国队已经连续三届无缘世界杯亚洲预选赛最后一轮的比赛。2018年世界杯将在俄罗斯举行, 中国队有机会参加吗? 没有人知道答案。在这种情况下, 如果有人问你, “花1块钱押中国队在俄罗斯世界杯上夺冠”, 你干不干?

巴西世界杯才结束不久, 就已经有多家博彩公司开出了2018年俄罗斯世界杯的夺冠赔率, 有些公司严谨认真, 但另外也有一些惯于插科打诨。比如有一家博彩公司便将中国也列了进去。这家博彩公司的2018年世界杯夺冠赔率列表中共包含63支国家队, 德国、阿根廷、西班牙、巴西、法国位居前五, 这非常靠谱; 照顾到东道主的颜面, 他们将俄罗斯的夺冠赔率排在第11位, 这也说得过去; 至于中国能够入围, 原因就不用解释了吧。

这家公司为中国队开出的夺冠赔率为1赔1501, 这意味着什么? 意味着如果你花1块钱下注, 最终赢了的话, 那么这家公司不仅要返还你的1元本金, 还将赔给你1500元。怎么样, 看上去很划算吧, 但是绝大多数中国球迷对此嗤之以鼻, 认为“这简直就是骗钱吗”: 有人说, “这种玩笑不要开。”有人说, “这个庄家我来当吧, 多买多赔, 买定离手啊。”还有人说, “1块钱也是钱, 可不能乱扔。”看来国足的成绩虽然没有冲出亚洲走向世界, 但国足成为开涮对象的“传统”已经冲出国门了。

## “跟对势，找机遇”，错过这趟车，再等 20 年？ 上亿搜索量背后隐藏的大机遇 ——智慧家庭产业巨头家联国际全国寻找创富合作伙伴



导读：在智慧城市建设被提升至国家战略的今天，智慧家庭产业俨然已成为热点，未来几年高达 5 万亿的市场潜力及我国 4 亿户家庭的市场容量，所带来的巨大财富商机更是不可限量。谷歌、苹果、阿里等国内外巨头竞相抢占智慧家庭市场，家联国际凭借全球首个跨品牌全兼容 iComhome 智慧家庭平台抢先发力，独占鳌头。9 月，家联国际将隆重携手互联网、家电、地产等行业的多家公司及政府单位，共同分享行业资讯和商机，诠释智慧家庭“社区 O2O”商业模式，一个超级财富商机风暴已经凸显。

**iComhome 跨品牌、全兼容，为智慧家庭产业指明方向**

家联国际董事长、被誉为

中国“智慧家庭之父”的洪佩军博士坦言：“当前市场上的智能家居产品多以远程控制为主，不同品牌家电之间无法互联，行业中缺乏兼容性的平台。”而 iComhome 智慧家庭平台只需一部手机的价钱，无需开槽布线就能轻松搞定。即使人在千里之外，只需手机轻轻一点，空调、加湿器等家电自动打开，让温度、湿度、洁净度达到人体最佳舒适状态；每天回家前，远程开启微波炉、电饭煲，到家就能吃到热腾腾的饭菜；下雨自动关窗、早上窗帘准时打开；通过手机连接家中摄像头与健康产品，随时随地了解父母健康状况……

iComhome 智慧家庭平台，变普通为智能，真正实现不同品牌不同家电间的互联互通互控，以家庭为载体，亲情为纽带，全面实现健康、低碳、



智能、舒适、安全的家庭生活方式，受到行业人士的高度认可，引起众多行业媒体的介绍。抢占万亿智慧家庭市场领海，跻身行业大佬

横空出世即被众多风投公司竞相追逐，从与电器厂商结盟共赢，到与地产商合作开发智慧地产，家联国际通过整合智慧家庭产业链集群，开创了一个和谐的产业生态圈，被业界誉为跨界整合的黑马巨头！在主流搜索网站搜索“智慧家庭”一词，与家联国际相关的信息高达 100,000,000 条！家联国际已然处于这波智慧家庭财富风暴的中心，巨大智慧家庭市场机遇，引发了各界投资人士的参与热潮。先入为主，抢先进入者将意味着有机会成为该市场的行业大佬！

**智慧社区 O2O 模式，赢取家居互联网 10 年财富**

基于 iComhome 智慧家庭平台，家联国际构建了线下线上融合的家居互联网智慧社区 O2O 模式，将智慧家庭的“产



品 + 服务”进驻数亿社区家庭。

线下智慧家庭社区服务站：在智慧社区 O2O 模式下，家联国际通过开设遍布全国的智慧家庭社区服务站，抢

占社区一公里入口。每个服务站辐射 3000—5000 个家庭的模式，通过站长把便捷的产品体验和服务推送到社区居民的家门口。同时，每座城市招募一个城市运营商，负责该地区智慧社区服务站运营及市场维护。

线上智慧家庭商城：家联国际开发了线上智慧家庭电子商城，通过互联网整合推广，引导网络客户到智慧社区店体验、购买。消费者在智慧家庭电子商城购买任意产品均可获得积分，积分可以抵扣购买其他产品的款项。家联国际由此构建了一个链接线下和线上大融合的智慧社区 O2O 闭环系统。

**家联国际用巨人肩膀，成就大批智慧城市新富豪**

在智慧社区 O2O 模式下，社区服务站站长可获得会员订单的五五分利和会员后续在线购物的分成。只要有一

定社区资源和人脉，年收益可轻松达到百万。

智慧家庭城市运营商，负责开发智慧家庭社区服务站并招募站长，并为社区服务站提供培训和运营支持。运营商将享受整个智慧城市的产品销售分利和线上商城的购物分成，收益可达千万级别。

家联国际总部将为运营商和社区服务站提供品牌宣传、市场运营、培训等支持，确保 iComhome 智慧家庭平台的良性运行。

**金秋九月共聚沪上，做智慧家庭合伙人**

家联国际将携手上海市智慧家庭技术创新联盟、中国智能家居产业联盟等多家单位，于 2014 年 9 月在上海召开全球首个跨品牌全兼容 iComhome 智慧家庭平台发布会暨财富分享大会。

眼光决定财富，机遇凭己抓取，一个电话就可能改变一生的财富运程。财富大会时间紧迫，席位有限，欢迎各位有志于智慧家庭产业的知机人士来电报名，索取大会门票。机遇稍纵即逝，期待与您携手共赢！



www.icomhome.com

百度家联国际

24小时咨询电话: 13761367777

服务热线: 400-888-0003 021-63830012



关注家联国际  
进入智慧家庭