

首场申花蓝白争霸赛平局收官

真刀真枪上阵 国青小将抢眼

我在现场

比赛堪比中超标准

在体育赛事因疫情停摆的特殊时期，蓝白争霸赛是绿地申花俱乐部在做好防疫工作前提下，打造的一项由俱乐部、媒体、球迷共同参与的竞技、公益、娱乐、互动的赛事，俱乐部也期望以这样的实际行动体现社会责任。虽然是队内对抗赛，申花

教练组和队员格外重视，赛前训练和备战均按联赛流程。蓝白两队主教练毛毅军和李诚铭召开赛前动员会，并携队长李帅和曹贇定出席赛前发布会。比赛的所有环节堪比中超，主裁沈寅豪是国际级裁判员。转播方面，五星体育为本场比赛安排了7个机位，以确保广大球迷可以欣赏到媲美联赛转播的比赛画面。

赛前上演温馨一幕。俱乐部邀请三位上海援鄂医疗队的成员：中山医院的吴平医生、市第六人民医院的胡佳颖护士和市第五人民医院的伍婵娟护士为比赛开球。开球前，申花队员列队为抗疫英雄鼓掌致敬，李帅、曹贇定和申花上体女足队员代表俱乐部向后者赠送足协杯夺冠的纪念品。

两队切磋气氛热烈

比赛虽是申花队员之间的切磋，气氛却和联赛一般热烈。俱乐部特地辟出两块球场，供蓝白两队各自训练。

因为有伤在身，沙拉维缺席首场蓝白争霸赛。赛前动员会，毛毅军要求蓝队所有队员“每个人多努力一点，弥补沙拉维不在的遗憾”。

趁着沙拉维不在，白队在上半场先声夺人。金信煜将自己创造的点球罚入，助白队以1比0领先。而同样站上12码，蓝队毕津浩却罚丢。更多的时间里，两队

守门员的表演成为焦点。曾诚挡出蓝队毕津浩的单刀，李帅扑掉白队彭欣力的点球。下半场蓝队马丁斯将汪海健创造的点球罚进，将最终比分扳成1比1。

脚下虽未赢球，嘴上两队仍不相让。蓝队队长李帅曾表示，蓝队阵容厚实，曾诚若过来顶上锋线都可以。赛后蓝队队长半开玩笑地强调，以本队的实力，“现在看他们队（白队）里我们也就需要曾诚了，别人都不太需要。”

崔康熙点赞何龙海

申花主帅崔康熙在看台全程观看了比赛。虽然不用亲自指挥被笑称“下课”，但老师并没有闲着，比赛中一直拿笔做着记录。整场比赛出现4粒点球，双方各进1粒，为此赛后崔帅赞赏了两队门将：“守门员的表现非常不错。”他同时表示，作为首次电视直播的队内训练赛，蓝白争霸赛是绿地申花俱乐部献给球迷的礼物，比赛中队员们都非常认真投入，也暴露出不少优缺点，值得总结，“希望随着系列赛的进行，球队的状态会越来越好。”

值得一提的是，此前跟队试训的国青小将何龙海本场代表白队首发，与金信煜搭档锋线。比赛中，何龙海曾为队友创造出射门机会，并接赵明剑传中在门前有一次凌空射门，可惜稍稍打高。崔康熙对这位新人的努力非常赞许，认为他的场上表现比预期更好，“他有自己的特点和能力，不过年龄还比较小。球队引进他，会长时间关注这名球员，并去培养他。”

首席记者 金雷

蓝白两队拼抢 本报记者 李铭坤 摄

昨天下午，绿地申花蓝白争霸赛系列赛的首场比赛在康桥基地正式打响，两队队员真刀真枪，制造了4粒点球，双方各把握一次机会，最终1比1握手言和。金信煜上半场点球破门助白队领先，易边蓝队由马丁斯12码建功。代表白队首发的小将何龙海表现得到主帅崔康熙鼓励。

未来两场蓝白争霸赛
时间:5月12日14时50分
5月17日14时50分
转播:上视五星体育频道



稳生产、发新车、拼营销

上汽通用汽车4月国内零售销量同比增长13.6%



随着国内加快复工复产节奏，中国车市已从疫情影响下逐步复苏。上汽通用汽车发布最新销量数据，旗下别克、雪佛兰和凯迪拉克三大品牌4月零售销量达111,155辆（含出口），国内零售同比增长13.6%。值得一提的是，三大品牌中高端车型4月销量占比达到57.7%，销售结构健康，高端化和旗舰效应明显，凸显上汽通用汽车多年对品牌力经营和提升的卓著成效。上汽通用汽车积极推动复工复产，并持续加大产品上新力度，借力成熟的线上线下

渠道，主动解锁更多创新营销和零售的新模式，在缓解疫情影响的同时，也为上汽通用汽车4月的强势复苏提供了有力助推。同时，上汽集团于日前发布了2020年一季度财报。报告显示，一季度集团实现营业总收入1059.47亿元，保持了稳健盈利。到一季度末，上汽集团母公司报表持有货币资金667.47亿元，现金流管理成效显著。充沛的资金储备不仅增强了集团抵御市场不确定性的能力，也为“新四化”创新转型提供了充足的资金保障。一季度，上汽集团合并研

发支出30.90亿元，其中母公司研发费用10.74亿元，占母公司收入比例达11.9%，在国内同行业中，继续保持领先。作为集团旗下合资企业，4月，上汽通用汽车携别克、雪佛兰和凯迪拉克三大品牌以出色的市场表现为二季度发展奠定了良好开局。其中高端车型全部实现同比正增长，销售结构进一步优化，实现了销售“质”、“量”双升。别克GL8车系延续去年逆市增长势头，月销量9,150辆，同比增长6.6%。同时全新一代别克GL8 Avenir艾维亚家族

四座、六座与七座版三箭齐发，上市后反响热烈，别克在国内MPV市场的王者地位牢不可撼；在SUV市场，别克昂科旗旗舰版及以上车型销量占比超过65%，领跑中大型SUV高端市场。随着全新别克轿车家族于4月30日焕新登场，别克在中级、中型高档和中大型高档轿车市场的地位将进一步巩固。凯迪拉克品牌4月销量达16,273辆，同比增长14.4%。虽受到疫情影响，但凯迪拉克4月日均客流较去年四季度仍有超过20%的增长，销售上升势头明显。由凯迪拉克XT4、XT5、XT6构成的“新美式豪华SUV矩阵”1至4月在品牌销量中占比达到70%。其中，凯迪拉克XT6 4月销量达1,572辆，环比增长约81%；凯迪拉克XT4、XT5同样销量回稳，4月销量分别为4,738辆和5,582辆，同比增长分别达到35.7%和100.4%，均已恢复到去年第四季度月均水平；由凯迪拉克CT4、CT5、CT6组成的“新美式豪华后驱轿车家族”对市场形成了更为全面、细致的覆盖。雪佛兰品牌4月销量26,055辆，逐步走出疫情影响。高端大七座全境SUV雪佛兰开拓者自4月16日上市以来，市场订单意向良好。随着雪佛兰开拓者的上市，以及雪佛兰探界者和全新迈

锐宝XL在4月份的市场销量回升，雪佛兰旗下的高端产品销售占比不断提升，助推品牌持续向上。在新能源车市场，雪佛兰首款纯电城际轿跑畅巡自2月上市以来取得了良好的市场反馈，4月起将扩展至全国25个省市陆续开售。面对一季度前所未有的市场压力，上汽通用汽车在积极推动复工复产的同时，也主动展开了对营销和零售创新模式的探索和实践，通过打通线上线下的全方位渠道，搭建起“海陆空”式的多维体验平台，为消费者提供了互动看车、买车养车的一站式便捷服务。日前随着上海“五五购物节”全面启动，上汽通用汽车也向全国消费者及时推出了一系列诚意满满的钜惠大礼。借助此次购物节，上汽通用汽车将按下汽车消费的加速键，在不断变幻的市场环境和消费形势下，继续秉持“以创新的汽车产品和服务，引领智慧出行，成就美好生活”的愿景，以市场需求为导向，持续为广大消费者提供优质的产品和服务。

