

本月欧足联和支付宝在上海共同宣布：双方达成为期8年的欧足联国家队赛事全球合作伙伴关系，包括2020、2024两届欧洲杯，四届欧洲国家联赛决赛，以及期间全部的欧洲杯预选赛和世界杯欧洲区预选赛等。

合作期间，双方将紧密合作，在世界舞台上，展示足球与移动支付、数字技术带来的“化学反应”。

欧洲杯素有“小世界杯”之称，在全球拥有庞大的观众群体，是全球最具影响力的赛事之一。而2020年即将走过六十甲子的欧洲杯赛事，也正面临数字时代带来的挑战和机遇。

“我们很荣幸与支付宝建立这种独特的、突破性的合作关系。”欧足联主席亚历山大·切费林在发布会上表示，欧足联看好支付宝在金融科技领域的领先地位，与全球亿万用户的紧密关联，这将进一步创新欧足联与全球球迷的互动方式，相信这次“团队协作”将帮助欧洲杯在“数字化升级”上打出一记漂亮的世界波。

事实上，切费林抵达上海后，第一站是在支付宝母公司蚂蚁金服董事长兼CEO井贤栋的陪伴下体验了中国特色的“刷脸支付”。“脸就是钱包”的独特体验让这位欧洲人连声赞叹。支付宝通过生物识别和人工智能技术，确保识别精确度和安全性的技术能力，也令他印象深刻。

交流中，井贤栋称，“和足球一样，支付宝所代表的移动支付，也正在成为一种世界通用的语言，用数字技术的普惠和包容去温暖每一个人。”他当天公布了支付宝全球最新用户数：通过“9+1”的全球钱包布局，支付宝与其合作伙伴已服务了超9亿用户。而这正是欧洲杯的主力影响人群。据了解，2016年欧洲杯全球收视人口累积达20亿，70%的观众来自欧洲之外，其中亚太地区就有8.7亿。

未来，支付宝将与全球合作伙伴一起，致力于建立属于数字时代的服务网络，实现全球普惠。井贤栋在当天发出的致公司员工邮件中说：“我们将用最新科技，为足球赛事带来更多数字化变革的机遇，打造更加友好、互动的数字化体验，让全球更多球迷更好地分享足球的激情和快乐。同时，足球也将把支付宝带到更多地方，让更多人了解、使用和喜爱支付宝。”

据悉，2020年欧洲杯将首次在欧洲12国13个城市举行，成为史上最多国家主办的单一赛事，预计比赛场次多达420场，观看人次将达53亿。这次合作无疑将成为支付宝推进全球化战略的一次有力助攻。

井贤栋期待，支付宝与欧足联，科技与足球，这两种世界语言的首次握手，能够“同声相应，同气相‘球’”，为欧洲杯带来更多观众，特别是巨大潜力的新兴市场。同时，也将用最新科技，为足球赛事带来更多数字化变革的机遇，打造更加友好、互动的数字化体验，让全球更多球迷更好地分享足球的激情和快乐。