

奥运营销热背后,哪些项目的运动员最受品牌青睐

■ 王继松

据新京报报道,“奥运会”这个热门话题,没有因为东京奥运会结束后而逐渐“降温”,而是得到了延续。运动员依旧是话题的主角,只不过关注度已经从竞技场转向体育营销的新阵地。

区别以往品牌在大赛结束后不再围绕赛事相关问题进行传播的现象,东京奥运会结束后,在赛场上收获荣誉和关注的杨倩、苏炳添、孙一文等运动员,在奥运会后接连获得品牌代言合同,他们的代言费用也水涨船高。

关注

“后奥运”营销热,苏炳添新签 9 个品牌

与以往奥运结束后品牌随之退出营销不同,今年东京奥运会后,这被奥运营销热潮没有减退,反而更加“升温”。

从杨倩、苏炳添、孙一文等顶流运动员接连获得品牌合作,到不少小众项目的运动员受到品牌关注,“后奥运”时期,越来越多的品牌正在借助东京奥运会热度的红利进行体育营销。

记者通过梳理发现,东京奥运会后,已有 13 位中国金牌健儿获得商业合作,

他们代言的品牌累计达到 32 个。

另外,包括苏炳添、杨舒予等在各自项目上获得突破的运动员也得到了不少品牌青睐。其中,苏炳添在奥运会后新签约的品牌达到 9 个(追觅清洁、顺丰、健力宝、小米、七匹狼、袋鼠妈妈、康比特、安井食品、铭弘体育)。

酷跑体育董事长许绍连对记者表示,东京奥运会后,体育营销确实很热,而最大的变化是运动员从参加综艺节目转变为品牌代言合约更多了。

2016 年里约奥运会后,品牌很少直接选择运动员当代言人。不少借奥运会“出圈”的运动员,其商业活动多由综艺节目为主。比如,“洪荒少女”傅园慧、“藏獒”张继科、“大白杨”孙杨、惠若琪等人成了综艺新宠。

力赞体育 CEO 朱晓东认为,东京奥运会后,越来越多的品牌开始倾向选择行业的同时,也促使其商业价值不断提升。

以苏炳添为例,加上东京奥运会之前还在合作的品牌,目前苏炳添手握 13 个代言品牌,而此前同期合作的代言品牌也超过了 10 家,其中不乏英特尔、百事等国际品牌。据业内营销专家介绍,目前苏炳添的品牌代言价格达到千万元级别,而这一数字相当于苏炳添去年全年的商业收

入。在朱晓东看来,90 后、00 后所代表的年轻群体和女性群体是品牌主要的消费群体,这也是品牌抓住这一敏感变化,展开奥运营销的重要原因。



●夺得东京奥运会首金,杨倩成为品牌宠儿。

现象

“吸金”能力强的金牌健儿不到 10 人

品牌在“后奥运”时期体育营销的势头持续提升,运动员在获得品牌合作机会的同时,也使其商业价值不断提升。

以苏炳添为例,加上东京奥运会之前还在合作的品牌,目前苏炳添手握 13 个代言品牌,而此前同期合作的代言品牌也超过了 10 家,其中不乏英特尔、百事等国际品牌。据业内营销专家介绍,目前苏炳添的品牌代言价格达到千万元级别,而这一数字相当于苏炳添去年全年的商业收

入。在朱晓东看来,90 后、00 后所代表的年轻群体和女性群体是品牌主要的消费群体,这也是品牌抓住这一敏感变化,展开奥运营销的重要原因。

入,即使商业活动的出场费用也在 100 万元至 200 万元左右。

相比国内高光运动员的千万元级别的赞助价位,不少项目的运动员商业合作费用还在百万元级甚至更低。据报道,拿到体操冠军的刘洋与一家医疗器械公司的一年合作费用在 40 万元左右。

许绍连表示,中国奥运健儿在东京奥运会上斩获 38 金,获得了非常高的关注,但真正能够“吸金”(注:商业价值高或手握多个代言)的运动员不到 10 人,更多的品牌还是把资源放在了高光运动员身上。

据娱乐大数据服务商艾漫数据的调研显示,2015 年 1 月到 2021 年 6 月,有代言的运动员所属项目中,篮球、排球、乒乓球、跳水 and 足球项目最受品牌青睐。相对应的,代言数量前 20 的运动员中,排球有 4 名运动员,跳水 and 乒乓球分别有 3 名运动员,篮球、冰雪、足球也各有两名运动员。

价值

运动项目群众基础好,易受品牌青睐

三大球(足球、篮球、排球)、乒乓球、游泳、跳水、冰雪、田径等项目的运动员获得了更多品牌的商业合作机会,离不开项

目本身具有非常好的群众基础。

去年,秒针系统发布的《2020 年秒针系统·CSI 全球现役体育明星商业价值榜单 TOP20》,有 10 位中国运动员上榜。其中,乒乓球项目有 5 名运动员,排球有两名运动员,足球、田径和冰雪各有 1 名。

许绍连表示,东京奥运会后商业合作不断的杨倩、孙一文等在奥运会前并没有受到品牌的大量关注,品牌把营销资源放在了热点项目和夺金项目上。

体育营销从业者陈忠认为,运动员的商业价值与他所在的项目有很大关系。在他看来,如果项目本身缺乏群众基础,单靠奥运会金牌的成绩,也难以有持续的商业价值。

尽管射击属于小众项目,杨倩之所以成为品牌持续关注运动员,正是大众对射击这一奥运首金的诞生项目的关注。数据显示,“杨倩摘得东京奥运首金”的话题成为微博平台当天最受关注的焦点,这一阅读量已经达到 24.5 亿,讨论量超过了 376 万。

事实上,在役运动员除了参加赛事以外,配合品牌方在其他场合的露出机会比较少。尤其是互联网时代,信息越来越碎片化的情况下,三大球、乒乓球、游泳等项目有非常好的群众基础,这些领域运动员自然会受到更多关注,获得品牌合作机会。

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

(持续)

东莞本土动漫企业匠心打造“国潮”品牌



●“八仙九猫”门神限定版手办

■ 余晓玲

百余行业大咖,500 余家展商,过千万 IP 云集现场……第十二届中国国际影视动漫版权保护和贸易博览会于 11 月 18 日至 21 日在位于东莞市厚街镇的广东现代国际展览中心举行。记者在展前走访中发现,东莞本土动漫企业发展态势良好,匠心打造“国潮”品牌,不少莞企原创动漫 IP 在漫博会上闪亮登场。

原创变色龙玩具卖了 500 万只

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

“去年年底的累计销量是 200 万只,到现在已接近 500 万了。”

托庇陈朝,“公司+农户”为渔者谋利。

的疯狂追捧,截至目前已累计售出 500 万只。

曾静一直记得,2018 年 9 月北京潮玩展开馆的第一天,“我们在最角落的地方,但仍然有很多人来排队买变色龙”。据介绍,2020 年 LAMOITYS 公司的营业收入达到了 1 亿元,2021 年上半年实现了 1.5 亿元的营收。其中,50%来自变色龙系列产品,20%来自半机械系列产品,30%来自公司的其他产品。

在东莞市石排镇政府的支持下,曾静正着手打造一个文化创意产业园作为潮玩企业的孵化平台,以此孵化更多的原创设计师与品牌,实现“共创潮流,激发灵感”,推动中国潮流艺术文化走向世界。

“八仙九猫”是工作室以中国古代神话传说为原型创作的 IP,故事主人公为“八仙猫”和“九猫”。“八仙猫”构思于中国民间流传的神话人物“八仙”,“九猫”的原则则是中国古代神话传说《宝莲灯》中的主人公“沉香”。

为提升品牌的 IP 价值,“八仙九猫”工作室始终坚守做“国潮”品牌的初心,推出了不少联名产品。未来,该工作室还将推出“八仙九猫”的绘本、漫画等产品。

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”据韦经晓介绍,工作室设计的画作、手办,都会在东莞进行生产和销售。同时,也跟很多品牌做联名产品,推进品牌跨界设计品牌的发展。韦经晓相信,“国潮”只要把产品做好,就会有越来越多的联名合作。

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”

“我们选择在东莞落地,其实也是基于这里的产业优势。”