

消 费 连 锁
D1~D4

商业与流量狂欢 顶级赛事陆续回归中国市场

梅西入华6天 掀起流量“巨浪”

本报记者 刘旺 北京报道

从落地首都机场,到结束自己第七次来华之旅,梅西只用了6天时间,就在中国掀起了流量“巨浪”。

6月15日晚上8点,梅西领衔的阿根廷队男足亮相“新工体”,与澳大利亚男足展开一场友谊赛。比赛

赞助商持续露出

记者注意到,库迪咖啡、伊利等赞助商都是阿根廷男足的“老朋友”。

实际上,从种种动作来看,此次阿根廷男足与澳大利亚男足的友谊赛筹备工作稍显匆忙,但显然,梅西与阿根廷男足的影响力还是让国内的企业纷至沓来。记者了解到,截至目前,此次足球邀请赛的官方赞助商已经达到了23家。包括国宾酒业、京东、百岁山、小红书、伊利、东鹏饮料、库迪咖啡等。

记者注意到,库迪咖啡、伊利等赞助商都是阿根廷男足的“老朋友”。在世界杯期间,上述品牌便是阿根廷足球队的赞助商。而库迪咖啡在成为阿根廷国家足球队中国区赞助伙伴时才刚刚创立,彼时还没有开出一家门店。

在比赛现场,赞助商在场地广告牌上不断露出。不仅如此,京东快递小哥栾玉帅在开球仪式中怀抱红色的京东快递箱,跑到场内,为球王海西送球并挥手加油,赚足了眼球。据了解,他曾获北京马拉松非职业第一名,被网友称为“跑得最快的快递小哥”,还是北京冬奥火炬手,并在今年荣获全国五一劳动奖章。

尽管蒙牛没有成为此次赛事的赞助商,但在央视频的转播画面当中双方比分下方,便有一个蒙牛LOGO,此外,其打出了“蒙牛,今晚

仅开场81秒,阿根廷队凭借梅西的左脚内脚背巧妙破门获得了领先。几乎是同时,该话题便登上各个平台的热搜榜。

而阿根廷队当晚身穿的球衣上,球员名字均为中文,也再次加深了中国球迷的好感。

球迷狂欢,品牌 and 平台也不想

错过这个与足坛顶级 IP 合作的机会;尽管时间有限,但是此次足球邀请赛的赞助商已经超过 20 家;尽管梅西的线下活动都已经取消,但是不妨碍各个线上平台对梅西的巨大流量进行争夺。

有业内人士告诉《中国经营报》记者,一直以来,阿根廷国家队的社

交媒体运营、球迷社群运营、电商体系运营都在中国取得了巨大成功，是最受欢迎的外国国家队之一，他们也非常重视中国市场和与中国球迷之间的情感交流。因此，不管是2022卡塔尔世界杯夺冠，还是即将开始的邀请赛，阿根廷男足都备受瞩目。

在社交平台上,流传着“梅西中国行”赞助商刊例价格,赞助商共分为四档,从100万元到1000万元不等。其中顶级合作伙伴设1席,拥有从比赛现场到晚宴的各种露出权益,开价1000万元;一级官方合作伙伴共设5席,开价400万元。而根据媒体报道,这一消息也得到了主办方负责招商工作人员的证实。

开赛前就已有赞助商在行使自身权益。据了解,延安国宾酒业推出了“买酒赠品”的活动,购买一定数量的相关产品,便可获得赠品;百岁山在微博发起了活动,参与活动便可抽取现场门票;库迪咖啡也举办“阿根廷队请你一元喝库迪”“喝库迪、赢彩票”等多项品牌和营销活动;京东则是发起了搜索“超级球迷日”,可参与球赛门票、赛事周边等免费抽奖活动。

此外,仅就门票而言,也能显示出此次赛事的火热。而本次球赛的票价,分别为580元、1380元、2800元、3200元、3800元、4800元6档。

不过,一票难求的情况再次出现,两轮放票都是很快售罄。而记者在二手平台看到,一层看台 4800 元价位的门票,已经被炒至 8000 元;两张 2800 元的门票,在二手平台卖价 1.1 万元。

级的超级巨星梅西，他的个人价值受到全世界关注，从赞助的角度讲，最具吸引力的还是球星；其次，阿根廷队本身在中国球迷心目中拥有着历史影响力，阿根廷队的那些故事、经典时刻，都是具有传承性的。“而伴随着去年夺得世界杯冠军，阿根廷足球队以及梅西的商业价值达到了顶峰，与其合作尤其是 coming 时间段将会带来巨大的商业价值。”张庆认为。



视觉中国/图

我们都是‘梅西’”的标语,引发球迷的共鸣。

此外还有乐虎,每一次的画面切换当中,都很快闪过“乐虎”的LOGO。

实际上,从上述情形来看,不管是伊利、蒙牛还是库迪咖啡等品牌,此次能够得到大规模的品牌露出,离不开长期的坚守。

北京关键之道体育咨询创始人张庆认为,首先,阿根廷队拥有世界

平台流量战

6月12日,“快手直播”正式开播,尽管梅西露面总时长只有50秒,但最高同时在线人数将近600万。

梅西的商业价值自然无需多言,5次代表阿根廷出战世界杯,7次获得金球奖、6次获得欧洲金靴奖、6次获得世界足球先生,世界杯冠军球队成员。

2022年10月,《福布斯》杂志公布的足球运动员2022年收入排行榜,梅西以1.2亿美元位居第二位。其中,梅西的工资奖金收入为6500万美元,商业收入为5500万美元。

在北京社科院研究员王鹏看来,“梅西个人IP的打造,离不开高超的竞技水平,各类荣誉傍身已有所证明;离不开本身的人格魅力,例如谦逊、团队意识强,是年轻人优质的偶像;离不开商品经济的发展,包括体育用品,相关周边用品,也包括一些代言,相辅相成形成梅西的个人IP。”

尽管主办方一再声明,并未安排阿根廷球员梅西及参赛两队其他球员参加任何公益或商业活动,而梅西所有球赛以外的活动,包括代言品牌的商业活动、赛事欢迎晚宴以及媒体采访在内,都已被取消,但谁都不想错过瓜分梅西流量的机会,直播平台出尽了风头。

6月12日,快手官方直播账号“快手直播”正式开播,尽管梅西露面总时长只有50秒,但大量球迷涌入直播间,最高同时在线人数将近600万。不过,球迷们发现,其实这并不是梅西真正参与直播,而是采访录播视频。随后第二天,快手官方放出了梅西采访的完整视频。

两天后,梅西正式亮相淘

宝主播李宣卓的直播间。这次梅西露面十几分钟,获得近290万人次的观看。在直播过程中,恒源祥、阿维塔、追觅、檀台四个品牌都得以露出。但李宣卓多次强调,本场直播中出现的任何商业元素均与梅西无关。

而直播结束后,外界有声音认为李宣卓背后的MCN机构遥望科技成为此次梅西中国行的最大赢家。遥望科技官网数据显示,其旗下拥有包括王祖蓝、贾乃亮、张柏芝、黄圣依夫妇在内的40多位明星主播,主播总量达到100位以上。而梅西直播间的李宣卓则是快手平台酒类的“带货达人”,5月底入驻淘宝直播间后,为酒类带货仍是李宣卓的主业。

据了解,6月12日梅西将亮相“遥望安卓”直播间的消息一经发出,遥望科技尾盘迅速拉升,截至收盘涨5.13%,报16.40元/股。6月14日当天,其股价也曾快速拉升。

而在直播之前,网友就发现能够在遥望科技直播间买到此次球赛的门票。更有球迷表示,此次梅西中国行,最令人印象深刻的竟然是“遥望科技”。“梅粉”苏醒戴着遥望科技工作牌与梅西合影,更是让网友惊呼:“人职遥望就能追星成功,我现在就发简历!”

有相关方透露,遥望科技作为直播电商第一股,一直以来是全行业合作明星艺人最多的企业,苏醒也正在和遥望沟通合作签约的事情,因此获得了这个机会。

下转 D2

口子窖

自然兼香 非同凡享

股票代码: 603589

「粽」享自然 自然兼香

口子窖 | 兼20

优选原产地五谷精华

长期发酵 自然老熟

香气更典雅 回味更悠长

自然兼香 自然出「粽」

广告