

西甲在中国 成立球迷俱乐部

继成为环法自行车中国赛独家合作伙伴之后,西班牙职业足球联盟宣布,携手艾德韦宣集团在上海落成全球首家官方球迷俱乐部——西甲俱乐部。

作为欧洲五大联赛首个在中国成立的官方球迷俱乐部,未来将通过娱乐化体育生活方式,进行体育产业泛娱乐化的尝试。

西甲瞄准中国市场,正是看中了中国体育产业巨大的发展潜力。据前瞻产业研究院《中国体育产业发展前景预测与投资战略规划分析报告》显示,2016年,中国体育产业基本实现增加值4000亿元,占国内生产总值的比重0.7%。而世界上体育产业最发达国家的体育产业增加值大约占GDP的1%-3%,其中美国的体育产业增加值占GDP的3%。

2015年10月19日,国家发改委印发了《中国足球中长期发展规划(2016-2050年)重点任务分工》通知,在公布的22项重点任务中,“十三五”足球体制改革攻坚工程位列首位。

不难预测,体育产业将成为推动中国经济持续发展的重要力量。而此次艾德韦宣引入西甲IP,强势推出西甲俱乐部,更是希望通过专业的运营管理和品牌运作,加入到中国体育产业消费市场的队伍中来。

一直以来,足球产业的巨大市场空间引各路资本竞相布局,西甲俱乐部在中国的落成,或将带动更多的优质体育IP的目光投向中国。

综合

中国资本 参与西甲16队

对于欧洲足坛来说,中国是一片广阔的市场。《阿斯报》统计显示,目前西甲20家俱乐部,有16家与中国有直接关系。或者是入股,或者是赞助,或者是其他的商业关系,总价值加起来,每年高达1亿欧元。

《阿斯报》表示,中国是在西甲最有存在感的国家,西甲俱乐部,绝大多数都有中国元素。中国是全球重要的经济大国,西甲是世界上最好的足球联赛,两者之间的合作便建立起来。

西甲需要寻求赞助,中国的大品牌,需要寻找平台展示自己,所以皇马、巴萨、瓦伦西亚、马竞这些大俱乐部,很受中国的欢迎。

拥有13亿人口的中国,是非常诱人的市场,西甲的俱乐部,希望中国的投资者、企业家不同程度地成为他们的伙伴。但这样的合作也带来负面因素,《阿斯报》以巴列卡诺为例,张呈栋之所以能加盟巴列卡诺,主要是巴列卡诺队胸前广告的南京钱宝公司的背后运作。

巴列卡诺主帅帕科-赫梅斯就说:“赞助商绝不应该有带一名球员到球队的特权。”在帕科看来,商业意图明显的转会,对西甲并无好处。 宗文



西班牙体育产业 不止皇马巴萨

对于西班牙,体育迷们常常会谈到他们声名远扬的足球文化,谈到两家超级豪门巴萨与皇马。但这些只是整个西班牙体育产业的零星碎片。在这个充满热情的东西文化交融的国度,以足球产业为龙头的体育产业,扮演着一个特而又重要的角色。

欧冠八强占三席

欧冠八强抽签中,拜仁与皇马狭路相逢,绝境逆转的巴萨将与尤文再度交手。此外对阵的是马竞VS莱斯特,多特VS摩纳哥。

从赔率上看,最有希望获得欧冠的球队,前四里有3支是西甲球队,如果真赶上人品爆发,西甲甚至有在四强包圆三席。

近年来除去巴萨皇马,马德里竞技与塞维利亚也成为了西班牙在欧洲足坛上的新旗帜。绰号“床单军团”的马德里竞技是西班牙足球历史上成绩第三好的球队,近年来在欧冠赛场的表现极其抢眼。而欧联杯更是因为塞维利亚的三连冠,被冠以了“塞维利亚杯”的戏称。

群雄逐鹿,西甲称霸的局面,不仅是当今欧洲足球的主旋律,更是世界体育组织的商业运作标杆。

双雄笑傲福布斯

参照今年二月份福布斯发布的2016年体育资金指数排行榜。西班牙两大豪门:皇家马德里和巴塞罗那分列第二名和第四名,与Nike、百事等国际品牌一争雌雄。而两家俱乐部的当家球星克里斯蒂亚诺·罗纳尔多与梅西也都挤入了前十名的行列,足以见得其惊人的商业价值。

这篇福布斯榜单的新颖之处,在于排位的方法。第一次将世界所有关于体育产业的人或企业都列入同一份名单。在这份超过400个排名的榜单中涉及到了体育赛事,体育俱乐部和体育明星等方面。这个价值,不是说这些公司或者球队值多少钱,也不是这些体育明



星在这一年里挣了多少钱,而是指该体育品牌的IP本身贡献了多少价值。

作为世界级体育品牌的Nike在本次榜单中高居头名。其商业价值达到了近两亿八千万美元,年收入在三百亿美元。Nike之所以一年能卖出价值十亿美元的运动装备,也都要归功于那些世界级球员、俱乐部以及顶尖赛事的合作。比如:巴塞罗那,勒布朗·詹姆斯以及NFL等。双方达到了商业价值的“反哺作用”。

那么,问题来了,皇家马德里和巴塞罗那这两家足球俱乐部究竟凭借什么样的资本,能够获得与Nike、百事等国际品牌并肩共进的成就呢?答案其实很简单:在他们完善的体育商业帝国之下,都有着完善的体育生态系统,维持着整个组织的运作。

据统计,在2014-2015赛季中,这支品牌价值达36亿美元的西班牙劲旅获得了高达6.94亿美元的营业收入,远远超过当期的其他俱乐部。而与阿迪达斯签订的超过10年、总价值16亿美元的球衣大合同,使得皇马的价值再次蹿升。

此外,美凌格们(即皇马球迷,西班牙文“Los Merengues”的音译)为俱乐部价值的增长也贡献良多,球员与赞助商也都因此获益。皇马当家的球星克里斯蒂亚诺·罗纳尔多高居榜单第6位,加雷斯·贝尔第40位,哥伦比亚人哈梅斯·罗德里格斯第45位;而皇马的球衣赞助商Adidas则排在第71位,微软第369位,奥迪第364位等等。

另一支西甲豪强一巴塞罗那的情况与皇马十分相似。这家商业价值近35亿美元的俱乐部在榜单上高居第四名。当家明星球员梅西排在第7位。

此外,今年巴萨也与其球衣赞助商——在榜单上高居榜首的耐克续签了一份大合同。据估计,这次合约会是体育行业中最昂贵的合同之一,10年合约总价值在15亿欧元以上,可谓名副其实的“强强联手”。

尽管近年来受到经济危机的强烈影响,西班牙各项产业受冲击严重,失业率居高不下,但西班牙体育产业却受影响甚微,一直保持增长趋势。

足球是产业一部分

体育在西班牙不仅是“激情”的代名词,更早已被贴上了财富的标签。西班牙与体育相关的企业共有31139家,从业人员18.46万,总产值达到了260亿欧元,占到了总GDP的2.4%。而当中国足球产业就占到了0.9%,贡献了近一半的产值。其中西甲联赛贡献了95亿欧元,2020年有望达到130亿欧元。此外,彩票、书籍、出版、珠宝、棉制品等衍生产业,也得以迅速发展。

目前,西班牙的“篮、足、网”三大球类体育运动都居于世界前列。人才梯队培养,是西班牙体育的一大亮点,各个优秀领域少不了来自西班牙的世界顶级运动员的身影。

很长时间以来,美国梦之队最大的对手就是西班牙男篮。在去年的里约奥运会上,西班牙男篮在半决赛再次倒在了美国队的脚下。连续四届奥运会,西班牙人总是在淘汰赛与梦之队相遇,虽然一胜难求,但他们已经向世人证明了自己的水平。

国家队的强盛,自然离不开自身篮球产业的强盛。西班牙共有五个国家性职业联赛,经注册登记的篮球俱乐部达到4053个,登记在册的球员达到40多万名(西班牙总人口为4700万人)。

隶属于两大足球豪门的皇家马德里和巴塞罗那篮球俱乐部,同样是欧洲冠军的挑战者。皇家马德里篮球俱乐部曾拿下9座欧洲篮球联赛冠军,此外,球队历史上曾有四名球员或教练入选过奈史密斯名人堂。而在NBA成名已久的加索尔兄弟和里基·卢比奥则出自巴塞罗那男篮。

网球项目同样是西班牙的骄傲。西班牙的网球高手几乎没有断层过,远的不说,从克雷特加,莫亚,费雷罗再到现在的纳达尔,费雷尔以及阿尔马格罗,西班牙男网延续10多年的气势,目前仍处于一个高峰上。

作为西班牙网坛的领军人物,纳达尔早已成为西班牙体育最有号召力的名片之一。在此次福布斯排行榜上,他以3750万美元的价值排名第148名,是除了皇马巴萨两大豪门以及各自球员外,排名最高的运动员。

据《体育产业生态圈》

中国企业 与西甲那些事

2007年

英利公司赞助西甲奥萨苏纳,开启了中国企业赞助国际足球赛事的篇章。

2012年



华为公司与马竞俱乐部签下一份赞助协议,协议规定马竞球员必须要身披带有华为标志的传统红白球衣出战三场比赛。

2014年

特步品牌签约西甲比利雷亚尔,李宁则成为塞维利亚和西班牙人队球衣赞助商。

2012年



比利亚雷亚尔队在主场情歌球场迎战巴塞罗那队,最终双方0:0战平。比利亚雷亚尔队首次穿上印有“新浪微博”中文字样的球衣出场比赛。

2014年

比利亚雷亚尔队有找到了人人网公司,主动把胸前广告位置免费提供给这家中国社交网站。

2014年



钱宝网与西甲皇家社会达成战略合作协议,并成为球队主赞助商。之后,该企业又成为巴列卡诺队赞助商。

2015年

大连万达集团创始人王健林斥资4500万欧元高价,参股西甲马德里竞技俱乐部。

2015年

智能手机品牌OPPO成为巴塞罗那官方合作伙伴,双方签约3年,从上赛季正式开始,并将在足球赛事、粉丝活动、电视广告、联合周边产品等方面展开一系列合作。

2015年

来自汕头的星辉互动娱乐股份有限公司发布公告,宣布注资6000万欧元控股西甲俱乐部皇家西班牙人,这是中国企业首次控股一支欧洲五大联赛足球俱乐部。

2016年

中国体育营销公司双刃剑体育总裁蒋立章,完成了其个人对西甲俱乐部格拉纳达的98.13%的股份收购。

2016年

西班牙人官方宣布,球队大股东星辉控股集团已经与湖南卫视达成协议,球队将在本周末对阵皇马的比赛中穿上印有湖南卫视宣传广告的球衣。