

# 俄罗斯随处可见 阿联酋难觅踪迹 中国品牌为何不爱亚洲杯

## 66 体坛观察

2018年俄罗斯世界杯,7家中国企业成为国际足联的顶级赞助商,赛场内外皆是中文广告,一度令中国球迷备感亲切。而正在进行的阿联酋亚洲杯,竟然没有一家中国企业赞助。

同样是体育营销,国产品牌为何“舍近求远”?亚洲杯为何不受他们待见?这是一个值得好好思考的问题。

### 国足成绩长期不佳

去年6月至7月间的俄罗斯世界杯,中国企业好好露了一把脸——万达、蒙牛、海信、vivo、雅迪……尽管中国男足没有现身,但中国7家企业在世界杯赛场上像是组建了一支“明星队”,让中国符号在世界杯的舞台闪耀出亮眼光芒。7家企业的累计赞助金额,高达8.4亿美元。

而在阿联酋亚洲杯,尽管有中国队参赛,在场边却看不到任何一家中国企业的身影。实际上,虽然亚洲杯已举办了16届,历时63年,但至今未有任何一个国产品牌赞助过亚洲杯!

相较亚洲杯,亚冠赛场上中国品牌的亮相次数还要多些,其中最主要的原因还是球队成绩。2013年恒大亚冠夺冠点燃了球迷的激情,据亚足联商务合作伙伴世界体育集团的数据,超过3000万人观看了2013年的亚冠联赛决赛。此后,青岛啤酒、山东临工、怡宝接入局。

而中国国家队呢?自2004年在本土举办的亚洲杯上拿到亚军之后,国足陷入了长达十几年的低迷期——2007、2011两届赛事居然都没能小组出线,2015年尽管小组赛三连胜打出了气势,但在16进8的淘汰赛上被澳大利亚队击败。

上海体育学院体育产业专家肖焕禹教授认为,中国企业之所以赞助世界杯、欧洲杯等,首先因为它们是全球顶级赛事,顶级球队捉对厮杀,比赛水平相对较高,中国球迷对此十分关注;加之企业品牌可以进行全球传播,影响广泛。“与之相比,亚洲杯比赛水平相对较低,

中国球迷绝大部分也只关注有中国队的比赛,但中国队往往很早就被淘汰。国足一旦出局,对于中国球迷而言,亚洲杯等于结束,基本没人再看了。”所以对企业而言,赞助世界杯、欧洲杯“性价比”反而更高。

### 日本企业抢占地盘

与中国品牌形成鲜明对比的是日本。本届赛事,日本企业赞助席位超过半数,而早在2004年中国举行的亚洲杯上,日本企业更是超过7成。在2016-2020年间,亚足联顶级赞助商的售价为2000万美元/年,照此推算,丰田、尼康、牧田、朝日新闻等日本8家企业在本届亚洲杯周期的总投入将超过1亿美元。

日本企业之所以肯如此砸钱,一方面是因为他们对体育营销更早重视、更早介入,另一方面也是因为日本国家队的出色成绩。至今为止,日本拿过4届亚洲杯冠军,是夺冠次数最多的球队,而且基本上每届都能打进八强乃至四强。

值得一提的是,这两者又是相辅相成的。日本品牌真金白银的投入,在某种程度上决定着亚足联的经济命脉。而对于最大的“金主”,亚足联不可能不考虑到日本企业的利益。2004年亚洲杯决赛中那个“莫须有”的前场定位球制造进球,以及中田浩二的手球被视而不见,至今都是很多中国球迷心中的痛,那几次关键的错漏判也扼杀了国足为数不多冲击亚洲杯冠军的机会。

曾担任亚足联第一副主席的张吉龙就高声疾呼,中国企业要走出去,不仅要赞助中国足球,还要赞助亚洲足球,“这对提升中国足球在亚足联的话语权,将起到巨大的作用。”

### 突破良机就在眼前

尽管相比世界杯、欧洲杯,亚洲杯的影响力和吸引力仍然欠缺,但它毕竟是亚洲足坛级别最高的赛事。而亚足联为了更好地提高赛事关注度,也进行了一系列重大改革,比如将亚洲杯放在体育赛事相对较少的单数年份举行。因此,原定于2008年的亚洲杯

提前一年至2007年,以后仍然每4年举行一届。而在此前,每届亚洲杯都与欧锦赛、奥运会在同一年份举行,不可避免地受到冲击。

去年6月,亚足联发布一则重磅消息,以当代明诚为主体的竞标企业,成功拿到2021-2028年亚足联赛事全球独家版权及赞助运营权。在此之前,拉加代尔(含其收购的世界体育集团)已经垄断上述权益长达25年。

此举意味着,中国商家吹响了进军亚洲市场的号角。它创造了由中国公司主导国际顶级体育赛事资源独家全媒体版权和商务权益开发的第一次,也给了中国品牌更加充分的市场空间。当代明诚曾经牵头3家中国企业赞助2018年世界杯,在他们的运作下,想必会有更多国产品牌亮相下一届的亚洲杯赛场。

对一个还未跻身国际顶级赛事、但拥有这种潜力的赛事来说,中国品牌此时成为亚足联赞助商,也许是一种“抄底”。63年零中国品牌赞助的亚洲杯,无疑是一块亟待开发的处女地。当然,前提之一是中国队在2019年亚洲杯上,拿出比较令人信服的成绩。中国品牌需要加油,中国队更应当自强。

特派记者 关尹  
(本报阿布扎比今日电)

### 俄罗斯世界杯 中国合作或赞助商 (共7家)

- 国际足联合作伙伴  
万达(全球共7家,包括可口可乐、阿迪达斯、VISA等知名品牌)
- 国际足联世界杯赞助商  
海信、蒙牛、VIVO(全球共5家,还有两家是麦当劳和百威英博)
- 国际足联世界杯亚洲赞助商  
LUCCI、帝牌、雅迪(亚洲共3家)

### 阿联酋亚洲杯 合作或赞助商 (共15家)

日本	8	德国	1
阿联酋	3	瑞士	1
美国	1	卡塔尔	1



▲亚洲杯上不见中国品牌身影



■ 颇为醒目  
中国球迷在亚洲杯赛场上

# 儿子遭袭击 里皮未分心

## 于汉超因伤提前告别亚洲杯

国足与泰国队十六进八决战开打之前,昨天网上突然爆出一则消息:国足主帅里皮的儿子在意大利米兰的家门口遭到3名歹徒拳打脚踢,并且受到了死亡威胁。是传言还是确有其事?昨天,里皮并未受此影响,依然正常带队训练。

据意大利媒体报道,小里皮在家门口遭遇歹徒的袭击,他们在毆打小里皮后扬长而去,并且对其做出恐吓和死亡威胁。因为天色已暗,导致小里皮并未看清对方的脸。意大利媒

体猜测这可能是一次威胁恐吓事件,与小里皮的经纪人身份有关。

阿联酋当地时间昨天下午5时,国足照例在阿尔瓦赫达足球学院进行常规训练,里皮的情绪如何也成

为记者们关心的焦点。而他与往常相比并无异样,准时出现在场边。在全队的进攻防守演练中,里皮还亲自上阵指挥,看似没有受到传言干扰。现场有记者询问中国队这方面

情况,得到的答复是“没影响”。以至于有人在场边开玩笑说:“中国队难道强大到对手使用盘外招了吗?”当然,由于事发突然,真相如何还不清楚。但国足大战当前,里皮恐怕也没

有时间去考虑,至少中国队的备战还是一切正常。

由于在中韩之战中耗费了不少体能,所以国足这两天一直在作恢复训练,运动量并不大,昨天的训练也只安排了一个小时就结束。不过,一个坏消息是,上一场比赛受伤的边锋于汉超,经检查后为肌肉严重拉伤,已经确定提前告别亚洲杯。但他并未返回恒大,而是继续留在国家队治疗恢复。特派记者 关尹  
(本报阿布扎比今日电)