



7月22日,NBA热火队球星吉米·巴特勒,亮相贵州台盘村比赛现场,在众多社交媒体平台上,巴特勒在“村BA”赛场上背身投入三分球的视频引发传播。巴特勒成为首位莅临“村BA”现场的NBA球员。而就在这个星期,匹克邀请维金斯也将开启中国行;8月,361°还将邀请另一名品牌代言人、NBA新科总冠军阿隆·戈登前往国内,与球迷朋友们近距离互动。

今年4月至今,中国篮球迷着实有些忙碌。中国时隔三年重迎NBA球星的扎堆拜访。现役球员中,包括戈登·海沃德、凯尔登·约翰逊、斯宾塞·丁威迪及“字母哥”扬尼斯·阿德托昆博等,都在今夏开启中国行,引起大量球迷的围观,在中国市场赚足眼球。

阔别已久的篮球明星中国行,也让各大体育品牌“摩拳擦掌”,欲在篮球市场掀起新一轮的浪潮。

中国行再热

7月16日下午,NBA超级明星、效力于热火队的吉米·巴特勒亮相北京五棵松Hi·Park篮球公园,在观看李宁品牌篮球IP赛事北京站决赛的同时,也正式开启了6座城市的中国行,和中国球迷一起创造更多展现“我即可能”的时刻。

就在今月初,7月5日至7月9日,耐克签名鞋篮球运动员、NBA雄鹿队明星球员,被中国球迷亲切称为“字母哥”的扬尼斯·阿德托昆博来到广州和北京,开启他的首次耐克篮球中国行之旅。吃美食、学中文、说粤语,和球迷互动交流,传授中国U16国青队篮球技巧和体能训练之道。

首次以品牌代言人身份到访中国的361°品牌代言人、NBA布鲁克林篮网球员斯宾塞·丁威迪,自6月12日起先后到访上海、南京、济南、沈阳及太原等城市,与中国的粉丝们面对面互动,传递属于篮球的热爱,带动361°品牌在消费者群体中的影响力,而丁威迪此次到访也获得粉丝球迷的高度关注,期内多次入选抖音热搜,成为话题焦点。

5月20日,“你好!”首度开启中国行的NBA马刺队新星凯尔登·约翰逊,热情地跟各地球迷打着招呼。NBA球星中国行的大舞台,中乔体育现在也跳上去了。

为期八天的中国行,凯尔登·约翰逊走过了北京、郑州、兰州、长沙等4座城市,逛故宫、游黄河、体验拉面、到访希望小学、参加“疾速飞升球鞋创意工坊”,层出不穷的新鲜事物极大地满足了这位NBA三年级生的好奇心。凯尔登·约翰逊在深度体验中国美食与文化的同时,也尽情地 toward 展示自己的球技,这是中国球迷第一次近距离接触马刺新星,对他们的球技和热情开朗的性格有了更直接的体会。

今年,安踏率先在一众国产品牌中开启NBA球星中国行。早在4月,安踏就与篮球代言人戈登·海沃德开启“海沃德急速中国行”活动。海沃德现身上海保时捷体验中心,参加安踏海沃德4代全新速度型签名战靴发布会,并与中国三人篮球超级联赛球员进行实战并分享战靴上脚感受。

其实,篮球明星中国行已经不是什么新鲜的品牌操作,但时隔三年,扎堆的篮球明星中国行着实调动了一大批篮球爱好者。值得注意的是,从已经完成各大品牌篮球明星中国行的活动中可见,如今的品牌已经注意到年轻人喜欢的偶像不再是高高在上、为了胜利不惜一切代价的形象,因此,在对球星的形象塑造、行程安排和推广方式上都会尽量去贴近年轻消费者的喜好和认知。如今来看,这一策略着实有效。

强化篮球属性
品牌代言人扎堆中国行

本报记者 柯雅雅 柯国笠



凸显品牌篮球属性

一直以来,NBA球星中国行都是品牌与消费者的一次互动碰撞。国产品牌也在不断丰富中国行的内容,一改以往球星单纯展台带货的做法,更强调品牌在大众体育赛事中的品牌态度、品牌文化,强调消费者认同和价值共鸣。

对于安踏而言,每年的中国行活



动都与安踏“要疯”篮球赛事相契合。从克莱·汤普森的首次中国行,安踏就将“要疯”与其深度结合,形成了传统,也让国内众多篮球爱好者形成了期待。

此次安踏牵手海沃德,率先为安踏IP赛事“要疯”篮球赛预热,并契合“安踏儿童篮球训练营”的赛事赛程,参与到青少年专业篮球赛事中,为孩子们带来最新的篮球理念,让孩子们近距离接触高水平篮球运动员的同时,在心中种下篮球的种子。

361°也与代言人携手,结合自有IP赛事,赋能大众篮球热爱。丁威迪空降“触地即燃”全国赛-沈阳站现场,见证沈阳及周边城市草根球员的激烈对决。此外,为进一步帮助球员们成长,丁威迪还到位于济南的“触地即燃·少年篮球训练营”,与361°少年篮球总教练、知名青训专家吕晓明指导一起为孩子们授课,对他们的表现进行点评。

据了解,“触地即燃”自2020年创立以来就全力支持草根篮球,为喜欢、热爱篮球的年轻人提供专业的篮球装备和展示平台,搭建品牌与年轻消费群体近距离接触的场景,在国内草根篮球赛事具有广泛影响力。此次代言人、NBA球员空降现场,也再次激励草根球员的信心,鼓励他们在球场上奋力拼搏,证明自己,登上球场,追寻心中热爱。

值得一提的是,除了与自身打造的篮球IP赛事结合,更有品牌结合了国内正火热的“村BA”,让“中国行”更具“中国味”。巴特勒的中国行,李宁临时增加了去贵州台盘“村BA”的行程。让NBA球星参与到“村BA”中,这样的联动产生了巨大的话题流量。在抖音、微博等社交媒体上,巴特勒现身“村BA”现场的视频冲上热门,为该品牌带来极大的曝光。

篮球文化、环保等理念是耐克球星中国行更为强调的。在“字母哥”参与的活动,“字母哥”造访的广州林凤娥小学的球场是首座正式落成的耐高主题环保球场。据悉,该球场诞生于2022-2023赛季耐克中国高中生篮球联赛(“耐高”)中推行的“耐克旧鞋新生”环保项目,使用赛事期间球员、球迷和消费者提供的废旧运动鞋建造而成,支持更多热爱篮球的孩子们享受运动的快乐。

强化品牌与消费端联系

不言而喻,借助代言人影响力,各个品牌在篮球领域的声量实现大幅提升,而邀请代言人、NBA球员前往中国也强化品牌与消费端联系。

中乔体育通过凯尔登中国行,与消费者来了一次直接对话,在整个活动过程中展示了品牌产品的专业实力以及门店、电商等线上和线下资源的联动能力,让球迷和消费者对于中乔体育的品牌和产品有了更直观、更深刻的理解和印象。

中乔体育此次中国行主推的篮球鞋“锋刺RISE”因此得到极大曝光。活动入口处摆着十几款配色各异的锋刺RISE,入场媒体和球迷的目光都被一排球鞋所吸引。主办方还设置了投票箱,大家可以参与投票,决定配色的发售顺序,除了加深大家对这款球鞋的印象外,也让消费者有了更深的参与感。此外,现场设置了抽奖环节,将观众沉淀到中乔体育的社群里,为后续潜在的销售转化打下基础。

作为新生代潜力巨星的代表,凯尔登·约翰逊自与中乔体育签约以来,在中国的人气疾速飞升,中乔体育亦再一次踏上篮球世界的顶级舞台。双方还将通过此次中国行,就未来的中乔体育篮球产品展开一系列深度的探讨与合作,从而使中乔体育的品牌实力得到更多球迷的感知和认可,更通过专业和创新的的精神,持续助力中国篮球成长。

同样,本次中国行,丁威迪通过多次进店与消费者互动,再度深化消费者对于361°的认知,提升专业化的品牌形象。此外,代言人进店也为门店及周边商圈进行有效引流,进而带动终端销售,多款产品备受消费者关注。其中,最受大众欢迎的无疑是361°与丁威迪本人共创的签名篮球鞋——DVDI系列,该鞋款专为后卫球员研发,设计充分考虑实战需要,脚感轻便灵敏,低帮设计给予极致后卫体验,助力每一次快速启动。

361°就在此次丁威迪中国行中表示,将与代言人携手,持续加大研发投入,结合自有IP赛事,进一步完善生态体系建设,赋能大众篮球热爱。

今年,李宁代言人巴特勒的中国行活动一波三折。原因就在于其在北京、太原的球星见面会中,设置了比较高的门槛:购买3999元李宁产品,才有机会与巴特勒面对面互动。这也一度让不少球迷对李宁的篮球理念也产生了质疑。此后,巴特勒空降贵州台盘“村BA”,并与当地村民球员互动,改变了不少球迷对李宁的负面看法。

明星效应可以走向两极,对于品牌而言,一场好销的中国行活动,往好了做对品牌是锦上添花,但出现像李宁这样的前期情况,对于品牌而言的伤害则是巨大的。

中国品牌之都
发布平台: 15880722026

领军品牌榜

LILANZ 利郎

KELME 卡尔美国国际

产业周刊 企业最新资讯权威发布平台
15880722026

361°

盼盼食品集团
PANPAN FOODS GROUP信泰集团
SinceTech
信泰·网布科技领航者JINLONG 晋工
取胜源于可靠
WIN WITH RELIABILITY舒华
让运动更简单凤竹纺织
FYNEX TEXTILES

小样! 搭| 膳

MACHINERY
HAINA 海纳机械

中国品牌之都

优秀供应商

发布平台: 15880722026

MAOTAI SOLES 茂泰鞋底

源泰皮业
SourcSAFE 服务热线: 0595-85685062星达鞋材
TPU热熔胶、高低温膜
服务热线: 0595-85127511

JILONG 佶龙机械

JIANYOU 健友皮革

产业周刊 企业最新资讯权威发布平台
15880722026