



玩转体育明星营销 晋企品牌商业“双丰收”

本报记者 蔡明宣 柯雅雅 柯国笠

8日晚,第十九届亚洲运动会在杭州圆满闭幕。在过去16天里,中国体育代表团获得201枚金牌、383枚奖牌,取得亚运会参赛历史最好成绩。安踏、361°、特步、盼盼食品等本土品牌所赞助的国家队、国家队成员同样也取得骄人战绩。

在传播碎片化背景下,体育赛事成为绝佳的品牌曝光窗口。而体育营销已经不只是简单地推出套餐或者邀请体育明星代言,品牌开始将体育精神与品牌理念、产品利益融合,与消费者共鸣共振,输出更高维度的企业价值。

01 押宝体育明星成流量爆点

本届亚运会,知名运动员在为国争光的同时,也在为其所代言的品牌提供社媒爆点。

10月7日,在杭州第19届亚运会最有价值运动员(MVP)评选结果发布会上,中国游泳运动员张雨霏和覃海洋同时获评杭州亚运会 MVP,其中张雨霏个人在本次亚运会更是独揽六金。

作为盼盼食品品牌代言人的张雨霏,完美诠释了“一起炫漂亮赢”的精神内涵。

盼盼食品堪称本次亚运会的“大赢家”,4位代言人在本届亚运会上共计席卷9金1铜。其中,奥运会游泳冠军张雨霏加冕六金王,田径女飞人葛曼棋加冕双冠王,女篮亚洲杯冠军王思雨为中国女篮绝杀夺冠;中国女足琳艳领衔中国队摘得铜牌,拼搏精神令人动容。

作为2023年杭州亚运会官方供应商,盼盼食品不仅用“冠军品质”赢得了亚洲运动员们的赞许,赛场上4位女性代言人的出色表现,也让其“冠军品质”更加具象且生动。

除了对核心项目体育明星的关注外,对新鲜项目的敏感与押宝,也是本土体育营销的一大亮点。据了解,本届杭州亚运会共设有42个竞赛大项。这42个竞赛大项包括31个奥运项目和11个非奥运项目,其中这11个非奥运项目具有浓郁的亚洲特色和中国特色,包括棋类、轮滑、武术、藤球、克柔术、柔术、板球、卡巴迪、壁球、电子竞技和霹雳舞。

以特步为例。本届亚运会,在霹雳舞比赛中,2005年出生的刘清漪以流畅的表现和极有感染力的台风战胜日本选手,最终拿到这枚对中国霹雳舞意义非凡的金牌。

此前,特步体育就宣布与中国霹雳舞国家队签约,正式成为霹雳舞国家队的官方鞋服赞助商。而在这背后,是特步对“街头文化”的发力,包括说唱、街舞、街头球等新潮事物,都是特步布局的方向。

除此之外,持续深耕跑步市场,也让特步在本届亚运会上赢得巨大关注。前不久,何杰以2小时13分02秒的成绩夺得亚运会男子马拉松项目的金牌,创造亚运会中国马拉松新的历史。在本场比赛中,何杰的跑鞋是特步160X 3.0 PRO。

提前签约运动员,押宝式营销成为爆点。可以说,运动员夺冠,既是全民狂欢,也是品牌方最为关注的时刻。2020东京奥运会的火热,把体育明星偶像化、奥运传播娱乐化的趋势愈演愈烈,很多品牌因此也看见了体育营销的机会。体育明星,成为各大品牌的新目标。在本届亚运会,安踏集团、特步、盼盼食品等通过提前签约潜力运动员,时刻关注他们在赛场上的表现,并随之进行社媒化的互动,从而在大赛中获取更大的流量关注。

“近年来,中国年轻人对运动和健康的关注是前所未有的”,安泰经管学院营销系教授刘凤艳在接受媒体采访时表示,“正好在这样的风口上,希望借着亚运会成长起来一批中国风的运动品牌,有更多的国潮品牌带动流量和销量。”

02 深度捆绑体育明星是趋势

品牌企业选择体育明星代言加码体育营销早已不是新鲜事儿。其背后需要探究的是,如何承接优秀体育明星带来的话题热点以及优异表现,并内化成品牌自身的基因。

才凤艳指出,以前都是等到明星成名后,品牌再来借其光环增光。但现在是在养成计划,企业对一些潜在的、比较有望希望拿奖牌的运动员早期就开始跟踪。如此一来,品牌和体育明星之间的绑定度会更高,同时企业要付出的代言的成本也会相对低,消费者也不会觉得特别突兀。

上述观点也可从赛场外的社媒营销互动的热度,窥探其背后的逻辑。

本次亚运会,盼盼食品提前签约张雨霏等4位体育明星。当他们在亚运会上大放异彩的时候,品牌便紧跟热度在社媒上进行一系列的热度传播。如中国女篮对抗日本女篮当晚,盼盼食品微博发起为女篮打CALL的号召,并在女篮获得冠军后第一时间推出恭喜中国女篮夺冠,参与转发评论等,可以获得代言人签名照和冠军礼盒等。截至目前,盼盼食品社媒的曝光量达上亿。

“代言人每一次的出色表现都是品牌方很好的社媒传播热点。”盼盼食品相关负责人介绍,盼盼食品通过微博、小红书、抖音等核心社交媒体,联动其他亚运会赞助商,激发品牌粉丝与体育明星粉丝们参与线上互动,为体育明星打CALL等形式,引发社媒讨论与消费者关注,从而把体育明星的出色表现以及其身上表现出来的专业、拼搏的体育精神进行深度捆绑。

在品牌的品牌传播中,许多品牌企业都钟爱体育明星,并与之达成深度的战略合作。

Prada成为中国女足官方合作伙伴。LV官宣男子网球新科世界第一阿尔卡拉斯成为其品牌形象大使。

基于十多年与中国国家队的合作,安踏为中国健儿征战本届杭州亚运会打造举重、体操、拳击、游泳、花样游泳等国家队的比赛装备,助力中国体育。此外,安踏相关装备也被姚明等中国国家队领队、工作人员所穿着,增加了曝光率。

可以说,正是基于与中国国家队、中国奥委会等的积极合作关系,以及安踏与相关国家队项目团队的积极跟进、长期培养、共同成长,推动着各个项目、运动员与安踏品牌之间保持了良好的互动合作关系,形成了朋友伙伴式、家人的关系基础,促进了双方在品牌代言、产品研发升级、装备突破方面的合作无间。

近年来,随着东京奥运会和北京冬奥会体育明星的人气火爆,也进一步推动了品牌与体育明星之间的深度捆绑,请体育明星代言已成为传播品牌正能量的重要手段。

有业内人士表示,近年来,中国体育明星拿下代言的数量是2015年的三倍之多。体育明星代言将成为品牌营销的一大热门趋势,其中女性体育明星的代言,随着女性运动的崛起呈现上升趋势。

03 深耕体育营销延续热度

亚运会中,从押宝热度到承接热度,再到延续热度,进行销售与品牌力的转化,是一项长期的工程。

多位行业内专家在接受记者采访时都曾提到,体育营销是一件需要长期坚守的事情。而在此次亚运会当中,记者观察到,本土企业对于体育营销有着长期的探索 and 坚守。

以361°为例,其已连续赞助四届亚运会,而其对杭州亚运会的投入从很早之前就已经开始。早在2021年的品牌日活动现场,其就展示了着重体现杭州和亚运元素的产品。而在更早之前,361°当家篮球鞋AG1 Pro的3款亚运专属配色就已经被投放市场。除此之外,361°还通过赞助中国电竞队,与年轻人增加互动和接触。

据悉,361°将秉承“以专业运动驱动品牌”的运营策略,与李缘在女子篮球产品研发、运动推广等方面展开深度合作,为更多喜欢篮球、热爱篮球的女

性提供专业篮球装备,共同唤醒大众对运动的热爱,推动篮球事业向前发展。

安踏在体育明星热度的承接与运用上,也可圈可点。

早在亚运会之前,安踏就着重关注夺金热门张雨霏的营销。除风暴甲等VCR产品拍摄外,安踏还推出张雨霏专属T恤。该款T恤也被张雨霏在领奖台上展示,在张雨霏效应的带动下,一时成为热门产品。

目前,杭州亚运会中国体育代表团相关的领奖装备、比赛装备,还继续在王府井步行街展出。应用国家队科技的安踏冠军亚运胶囊系列,安踏携手中国著名服装设计师陈鹏打造的联名系列,安踏携手东华大学共同研发的风暴甲系列,以及安踏电商大地之壳系列等

财说道

「国潮」拒绝简单粗暴

日前,一部自称“以时尚的方式解读传承中国传统文化”的所谓“国潮大片”翻车了:在影像中,女模特们身着颇为夸张的现代服饰,脚踩在本来用于放置供品的八仙桌上,手提传统样式的灯笼,摆出各种姿势。影像流出后,在网上招来一片批判之声。

从传统文化中汲取养分,这是近年来不少品牌的做法。近年来,中国传统文化越来越受重视,“国潮”风兴起,在服饰、家具、文创等各个领域,都开始涌现中国传统元素。有不少团队看到了风口,开始往“国潮”方向创业。

但,要想真正让传统文化与产品形成相融相生,恐怕不是简单地把传统文化中的一些具象元素运用在产品上就能解决。现在不少品牌似乎走入误区,为了借“国潮”这股东风,简单粗暴地把中国传统文化中象征性的符号、图案转移到产品上,就急急忙忙推向市场。更有甚者,只是拿传统文化作为噱头吸引流量,换取利益。事实证明,这种做法并不能让消费者买单。

要做到相融相生,就必须真正理解传统文化。传统文化不单是祥云仙鹤、龙凤麒麟等外在呈现形式,更包括其背后源远流长、一脉相承的思想传承。没有真正读懂这种思想传承,企业或者品牌在从传统文化中汲取养分的时候就容易跑偏,甚至闹出“画虎不成反类犬”的笑话。

品牌要想做到与传统文化的相融相生,还需要有系统思维。产品只是最终的呈现,在产品之前,还有设计、品宣等环节,只有把这些环节融会贯通,品牌方可底气十足地说,自己做的是“国潮”。也只有这样的“国潮”品牌,才能够最终为消费者所认可。

世新

最新的大众运动装备也将纷纷亮相。

除了服装外,安踏还推出“勇立潮头”专业跑鞋矩阵,推广“安踏冠军”支线高单价产品。而这,与秋季到来,大众户外运动对专业运动装备的需求相契合。

而在门店,亚运会期间,安踏以“国家队”“安踏冠军”等为主要关键词开展品牌营销和传播相关动作。安踏各个门店不少销售人员通过自己的小红书等社交账号,自发种草安踏冠军、安踏亚运会相关联名产品,推动产品曝光,带动新品动销。

基于多年对奥运资产的运营,安踏形成了以奥运冠军为流量入口,以专业产品为基础的基本格局,让奥运冠军为安踏品牌升级助力。

中国品牌之都 领军品牌榜

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

KELME 卡尔美国国际

舒华
让运动更简单凤竹纺织
FYNEX TEXTILES

小样! 搭|膳|

MACHINERY
HAINA 海纳机械产业周刊 企业最新资讯权威发布平台
15880722026

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