



官方微信公众号

“郑钦文效应”与品牌新战场

本报记者 柯国笠

上周,“Queen WEN!”出现在国际奥委会官方媒体的封面上,21岁的中国运动员郑钦文在巴黎罗兰·加洛斯网球场的红土地上,拿下了奥运会网球女子单打冠军。这是中国首枚奥运网球单打金牌,也是亚洲首枚网球女单奥运金牌。

“00后”“个性直爽”“首个奥运冠军”“霸气回击”“连过两个世界第一”……所有热门标签集聚在这个中国女孩身上的同时,也给中国网球运动带来了前所未有的流量,更带来了全新的发展未来。

长久以来,网球常被贴上“小众”“贵族运动”等标签。但近年来,随着中国经济的发展和民众消费能力的提升,网球运动成为更多普通民众的日常选择。如果说李娜曾引领国人对网球认识的飞跃,那么郑钦文此次的强势夺冠,无疑将激励更多人参与到该项运动中。

可以预见的是,未来数年,中国消费者对于网球的热爱与关注将持续升温。在此趋势下,各大体育用品品牌如何在“郑钦文效应”下精准布局,有效利用这股热度抢占市场,将是对其战略眼光和执行能力的重大考验。



巴黎时间8月3日,郑钦文手持安踏集团旗下品牌WILSON的球拍,在比赛中回球。
新华社记者 万象 摄

“黄金时代”

在国际上,网球运动是仅次于足球运动的吸金运动项目。全世界运动员中,网球运动员的收入仅次于足球运动员,而四大满贯赛事——美国网球公开赛、温布尔登网球锦标赛、澳大利亚网球公开赛和法国网球公开赛的转播权、赞助费更是远超奥运会这一全球性体育IP,其最高奖金达千万美元。

高关注度、高参与度,以及强大的吸金能力,也让全球性品牌为此趋之若鹜。之于网球运动,中国市场是一块亟待充分开发的“处女地”,成为国内外品牌、商业组织关注的重中之重。

有网球行业专业从业者告诉记者,如果不是奥运会,郑钦文的夺冠或许不会产生如此大的反响。然而,正是这枚金牌,不仅打破了历史,更跨越了网球圈层的界限,为中国网球开启了全新的发展机遇。它不仅提升了公众对网球运动的认知与兴趣,更为中国网球市场带来了前所未有的舆论热度与商业机遇。

中国网球市场的“黄金时代”已经到来。

前职业网球运动员Sara已转型成为小红书上的网球博主。2020年起,Sara在小红书上为网球爱好者提供从基础训练到专项技巧的教学。

随着郑钦文的夺冠,Sara的网球课堂又重新火了起来,并吸引了众多品牌的青睐,包括斐乐、WILSON等在内的网球品牌纷纷寻求与她的合作。

此外,在中国市场,创始人人为网球天王费德勒的瑞士知名运动品牌昂跑,在过去几年迎来爆发。同时,耐克、海德、露露乐蒙等国际运动品牌也通过赞助赛事、建立俱乐部等方式,积极布局中国网球市场,争夺这块潜力巨大的“蛋糕”。

在本届奥运会上,耐克和阿迪达斯在网球这片火热的红土地上仍唱主角。对于指向国际化、探索国外市场的安踏、李宁等国内运动品牌而言,包括网球在内的运动品类的“扩”张,或许是题中之义。

“国产运动品牌在篮球、跑步等大众运动领域的竞争非常激烈,网球运动的兴起无疑为它们提供了新的市场机遇。”张庆认为,网球的国际化、时尚感、优雅与动感等特质,有助于推动国产运动品牌向高端化方向发展,“目前,国内网球市场尚未出现绝对的国产品牌领导者,这既是挑战也是机遇。”

值得一提的是,中国市场正迎来新兴运动的大爆发,滑板、飞盘、攀岩、骑行、垂钓、徒步等新兴运动项目的兴起,为新兴小众品牌提供了丰富的成长空间。

“运动品市场存在着相当可观的长尾效应,细分品类的总量不容小觑。在中国,网球还属于小众运动,其小众属性在现阶段为小众品牌提供了发展的温床。而未来随着网球运动的主流化,这些品牌有望成长为市场的主力军。”张庆认为,网球会成为新的品牌竞技场。

冲上热搜的网球

北京时间8月4日凌晨,郑钦文夺冠后,微博、小红书、抖音等社交平台上,网球相关标签的内容迎来了集体大爆发。

以小红书为例,截至4日,网球相关的内容分享量已突破百万大关,不少博主重新穿戴上网球装备,致敬第一枚单打金牌。而在微博上,“网球规则”也冲上了最热门,话题阅读量过亿。

“为什么每个球计分不一样?”“什么是大满贯?”“网球有什么品牌吗?”……浏览相关新闻评论时,可以发现,民众对网球知识的渴求在郑钦文夺冠后被无限放大。

当下,中国网球正迎来“郑钦文效应”。它不仅是一场体育盛事的余波,更是中国网球运动普及与发展的催化剂。

“从社交媒体的反应来看,网球规则都能成为热门话题,这足以证明中国网球选手在巴黎奥运会的卓越表现已经让网球成功破圈,让原本对网球知之甚少的人也燃起了浓厚的兴趣。这种推动力是巨大的,且影响持续而深远。”北京关键之道创始人张庆表示,“我相信郑钦文会成为中国体育界李娜式的Superstar。她的成功将激励无数青少年及家庭投身网球运动,从而扩大网球人口基数,并将促进网球培训机构的发展。”

与前辈李娜相比,年仅21岁的郑钦文拥有无限可能。她不仅有望攀登世界第一的巅峰,更可能在未来的奥运会中实现金牌的卫冕,甚至在混双项目中拿下金牌……

这些未知的可能性,如同磁石一般吸引着公众的目光,让人们对她的职业生涯充满了无限遐想与期待。郑钦文的夺冠之路爬坡过坎“艰苦卓绝”,而为中国队拿下网球混双首枚奥运奖牌的张之臻、王欣瑜则充满了“松弛感”,不仅为观众带来了视觉与情感上的双重享受,还揭示了网球运动的另一面属性——时尚和社交,让更多人将网球视为一种生活方式。

张庆告诉记者,网球运动在国外早已是如高尔夫一般的社交运动,以其独特的优雅与竞技性吸引着各年龄层的人群,“这表明了,在中国,网球也有望从小众走向大众,成为一个拥有广泛群众基础的运动项目,进而催生出一个规模更大、商业价值更高的运动市场。”

对中国网球而言,“郑钦文效应”将开启一个更具广阔市场的新时代。

金牌的种子在李娜时代被种下。

2011年,李娜在法网的红土地上创造了历史,成为中国首位大满贯单打冠军。

郑钦文的发展路径和李娜高度相关。她们同为湖北人,师从同一位启蒙老师,还共同求学于华中科技大学。然而,相比前辈,郑钦文在网球这条道路上走得更远,也更成功。

当年,李娜法网夺冠实现大满贯后表示,“希望更多的年轻朋友看到以后,他们心中会想,有一天会比我做得更好。”

在郑钦文夺冠后的采访中,她同样表示,“我一直相信薪火相传,希望我的胜利能为更多孩子点燃网球梦。我期待着十年、二十年后,你们也能站在这个舞台上。那时,你会发现人生不虚此行。”

从李娜到郑钦文,中国网球走过了十多年的风雨历程,也迎来了千万级别的网球爱好者。据国际网球联合会(ITF)《2021年全球网球报告》显示,中国的网球人口(1992万人)和网球场数量(49767片)均排名全球第二,是全球最重要的网球市场之一。尽管相比于发达国家在人均场地数上仍有极大差距,但网球人口基数已经足以成为规模。

然而,中国网球运动的发展仍面临诸多挑战。张庆告诉记者,近几年,随着全民健身服务设施的兴建,各地都投资建设了一定数量的网球场,但网球场数量不足仍是短板。“这个短板未来有望补强,一方面由政府投资;另一方面,随着网球队群的扩大和消

费能力的提升,民间投资网球场地的热情也将不断高涨。”张庆说。

网球不像羽毛球有空地、乒乓球有桌子就能打,其装备价格不菲,对场地设施有着较严格的规范要求。此外,网球的专项培训费用高昂。在目前国内网球专业培训中,小班课一次在2000元左右,远高于篮球、羽毛球等其他大众运动。

在莆田,从事外贸行业的柯清水也做起了网球培训的投资。“莆田还没有比较好的网球场,但是网球培训的需求很旺盛。”在柯清水看来,网球运动市场仍有大量待挖掘的空间,“一方面,网球专业教练欠缺,我们需要从台湾等地区引进教练;另一方面,优质网球场地也非常稀缺。”

不仅是普及度和场地的双升级,在李娜等先行者的影响下,中国年轻一代网球运动员也开始崭露头角,为中国网球的发展注入新的活力。

去年,中国网球迎来历史性时刻,多位球员在国际赛事中表现亮眼。在四大国际网球赛之一的2023温布尔登网球锦标赛上,中国球员白卓璇、袁悦顺利通过3轮资格赛考验,晋级女单正赛。该届赛事,共有9名中国大陆球员参加单打正赛,创下历史新高。

而在2023年法国网球公开赛上,中国球员同样表现优异。王欣瑜和37岁老将谢淑薇一起在女双决赛中逆转夺冠;在男子单打比赛中,张之臻打入了男单32强,创造了

我国大陆男子运动员在法网的最好成绩。

更多的种子被种下。

某箱包配饰厂老板蔡先生告诉记者,自己给两个小孩报了网球培训课程。“因为朋友的小孩在学,所以我就给小孩报了班。后面自己也喜欢上,偶尔会约上一打。”蔡先生告诉记者,在福州、厦门,这样的网球培训课程已经成为热门,“特别是要出国留学的人,如果会打网球,申请学校也会有优势。这次郑钦文夺冠,会让更多家长看到网球运动。”

哪里有流量,哪里就有市场。

安踏集团旗下中高端时尚运动品牌斐乐早已观察到国内网球的崛起之势。从2019年开始,斐乐已经连续四年担任中国网球公开赛的独家运动服鞋官方合作伙伴;自2021年至今,斐乐已成功举办四届FILA KIDS钻石杯青少年网球挑战赛,同时还推出了与该赛事联名的青少年专业网球系列产品。

不仅仅是斐乐,特步集团旗下K-Swiss(盖世威)品牌也持续投注网球市场。2023年初,该品牌签约张之臻。此次,张之臻混双夺冠,也让该品牌接住了一波流量。

而安踏集团旗下另一球类品牌WILSON(威尔胜)则凭借郑钦文夺冠的最后一击经典照,获得了极大的曝光度。记者了解到,去年以来,该品牌网球品类服装、球拍、球鞋等产品热卖,尤其是夏季的网球短裙、短裤和Polo产品成为爆品。不少小红书博主通过时尚穿搭,给该品牌带来自然流量。

“十年树木”

巴黎时间8月3日,郑钦文在颁奖仪式上亲吻金牌。
新华社记者 高静 摄

中国品牌之都 领军品牌榜

发布平台: 15880722026

利郎 LILANZ 简约男装

361°

盼盼食品集团 PANPAN FOODS GROUP

信泰集团 SinceTech 信泰·网布科技领航者

JINJONG 晋江 取胜源于可靠 WIN WITH RELIABILITY

舒华 让运动更简单 关注科学健身

凤竹纺织 FYNEX TEXTILES

小样! 搭! 腾!

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

茂泰鞋底 MAOTAI SOLES

源泰皮业 Surosafe 服务热线: 0595-85685062

星达鞋材 TPU热熔胶、高低温膜 服务热线: 0595-85127511

JIANYOU 健友皮革

产业周刊 企业最新资讯权威发布平台 15880722026