

奥运国字号广告调查 国球最赚钱

第49届世乒赛落幕,国乒大军满载而归。而在萨格勒布的赛场上,引人关注的除了他们的球技,还有印满广告的比赛服。虽然即将来临的奥运会为各支国家队引来了一些赞助商,但在赞助商数量上,却没有队伍能与国球媲美。奥运热门项目的赞助商纷至沓来,但冷门项目却是门前冷落。



中国乒乓球队比赛服胸前、背后、臂上全是广告

国球受宠 比赛服上挤满广告

记者注意到,在乒乓球队的比赛中除了国旗在胸前中央位置雷打不动外,其余能占用的空间几乎被广告覆盖——中国联通、大众的标识位于比赛服的左胸;右胳膊的袖口处绣着红双喜;新签约的长虹标识位于胸前、胳膊和背后;重复使用的标识还有左边胳膊上的大众,以及短裤右腿处的中国联通。比赛服赞助商李宁的标识随衣而带,也醒目可见。

国乒比赛服的广告价位高得吓人,一般的位置也高达上千万元。据悉,国乒的新赞助商长虹集团为了让自己的标识能在队服上比较醒目的位置上露脸,就付出了近亿元的巨额费用。作为中国电子行业巨头的长虹集团之所以选择了“联姻”中国乒乓球队,主要是看上了中国乒乓球队不仅为祖国赢得了无数的荣誉,更孕育了不断自主创新、顽强拼搏的精神财富。长虹公司董事长赵勇

说:“长虹作为中国民族品牌的代表,其发展的理念与中国乒乓球运动的精神不谋而合。双方的合作可谓是强强携手。”尽管国乒队的广告赞助价值不菲,但是因为成绩好又有群众基础,仍有很多广告商争先恐后进行赞助。国乒广告门槛日益提高,队服上可使用的空间也愈加缩小。记者了解到,目前乒羽中心虽然还没有设立专门的广告机构,但成立了市场开发小组,有专人负责此事。

■乒乓球队赞助商

- 长虹 2007年3月成为国球的主赞助商
- 中国联通 从2006年初开始赞助中国乒乓球队
- 大众 从2005年起成为中国乒乓球队官方赞助商
- 红双喜 早在1961年双方就开始合作了
- 李宁 提供服装赞助
- 美津浓 是选手们的独家鞋类合作伙伴

中国乒乓球队凯旋 霸气施之皓:女乒时代到来了

新华社北京5月29日电 体育专电(记者周欣)29日,从第49届世乒赛上席卷5座奖杯的中国乒乓球队凯旋。手捧着鲜花的运动员和教练员们无不露出轻松的笑容。但在短暂的笑容之后,男队主教练刘国梁的表情又严肃起来:“年轻队员的表现不太突出,冲击力没完全体现出来,在实力、心态上或多或少存在一些问题。”许多人担心中国队包揽五金会影响世界乒坛的格局,刘国梁却认为:“不会。我们只是发挥更好一点而已。”与刘国梁的低调不同,女队主教练施之皓显得霸气十足:“可以说中国女队的时代到

来了!现在中国女乒正朝着我们预期中的方向发展。当然,我们的最终目标是2008年。”对于谁将成为中国女队领军人物,施之皓表示:“一个运动员赢一场球,拿一次两次世界冠军并不能就说她的时代到来了,我更强调的是中国女队的时代。”19岁的小将郭跃获得本次世乒赛的单打和混双两项冠军,有望取代王楠和张怡宁成为“一姐”,施之皓却说:“郭跃具备了很强的实力,我也希望她能够超越王楠和张怡宁,但就目前中国女队大赛的综合参赛能力来讲,领军人物应该是张怡宁,还有王楠。”

从容郭跃:感觉只是高兴

首次在世乒赛上夺得女单冠军的小将郭跃成为众人关注的焦点。在世乒赛上第一次拿到女单冠军,郭跃的激动心情可想而知。但是推着行李走进人群中的她并没有喜形于色,面对鲜花和掌声显得那么从容镇定。当问起她获得世乒赛女单冠军有什么感想时,年轻的姑娘露出一丝笑容,说:“感觉非常高兴,毕竟这是我在世界大赛中的第一块女单金牌,我想跟亚运会金牌的意义不同吧。”由于培养出郭跃和王楠两位顶级球员,辽宁省体育局特意组织了一支欢迎的队伍来到首都机场,郭跃很快就陷入了乡音的包围圈。问到世乒赛后的安排,郭跃老实地回答:“下面具体的安排还要听



郭跃

队里的。”而作为辽宁女乒征战超级联赛的绝对主力,郭跃在结束了国家队的总结之后还要投入紧张的联赛中去,她表示下一步的计划就是打好联赛,以及几站公开赛。

钱芳芳

平静王励勤:我还有提升空间

拿到混双和男单两枚金牌的王励勤昨天在首都机场表示,世乒赛男单夺冠让他对自己在北京奥运会上的表现更有信心。当王励勤出现的时候,他马上成为各路媒体围追堵截的主要目标。尽管在萨格勒布连拿两枚金牌,但是与那些眉飞色舞的队友不同,王励勤脸上平静异常,淡淡地表示还没想好如何庆祝这次胜利,因为回国之后队里第一件事肯定要总结,但是顿了顿又说:“如果休息的话我还是想回家吧。”谈到北京奥运会,王励勤肯定地表示世乒赛的夺冠让他对自己更有信心,他说:“我还有发展的空间,前一阶段训练的技战术在这次比赛中也起到了很好的效果。”但



王励勤

在人才济济的中国队要守住领军人物的招牌,也并非是一件容易的事。王励勤也承认男子项目竞争非常激烈,大家都差不多,只不过大赛经验有所不同。

钱芳芳

落寞张怡宁:发挥只有50%

女单半决赛上输给郭跃,张怡宁在本次世乒赛上的收获只是一枚女双金牌。在首都机场的国际大厅里,记者们的长枪短炮都围着郭跃和王励勤,一个人捧着鲜花默默离开的张怡宁更显得落寞。记者面对落单的张怡宁,关于女单的问题怎么也不忍说出口,只好让她简单评价一下世乒赛自己的表现。停下脚步的张怡宁很友善,想了一下说:“50%

吧,单打和双打都只发挥了50%。”50%的发挥显然不足以让张怡宁在竞争激烈的女单项目中拔得头筹,以控球为主的张怡宁在半决赛上败给了进攻为主的郭跃,倔强的她显然不会因此一蹶不振。可是张怡宁似乎不愿意一下子把眼光锁定在2008年,对于她来说,下一步的目标就是即将开打的乒乓球超级联赛。钱芳芳

幸福王楠:老公来接机

世乒赛上收获了个人的第20个世界冠军,王楠踏上祖国的土地自然非常开心。接过鲜花,王楠的笑容更加灿烂,她一边笑盈盈地跟周围人招手,一边跟从辽宁赶来的家乡人打招呼。王楠的丈夫郭斌也特地赶到首都机场迎接爱妻,尽管两人没有能够在第一时间说上话,但是两人的眼神交流

足够让王楠感受浓浓的情意。作为驰骋沙场已久的老将,王楠在萨格勒布世乒赛身兼三项,体力受到了极大挑战。胜利归来的她也表示要好好休息一下,迎接超级联赛的比赛。对于王楠来讲,20个冠军也只是数字而已,她最大的目标还是2008年的北京奥运会。

钱芳芳

热 | 实力雄厚企业入主 热门项目赞助繁多

虽然同处在备战2008年奥运会的大背景下,但是各支国家运动队在广告赞助上的境遇却不尽相同。拥有巨星姚明的中国男篮、一向备受关注的中国女排等热门项目也都拥有实力雄厚的长期合作伙伴,所以这些队伍基本上都称得上财大气粗。男篮 拥有姚明这样的国际巨星和深厚的球迷基础,中国男篮吸引来的赞助商不少,5月27日,中国

男篮再次获得强有力的赞助商——珠江啤酒。但是目前印在男篮胸前的广告只有中国移动一条,“无论是否出现赞助商更迭,我们都只在胸前保持一条广告,超过一条就影响美观和形象了。”女排 金龙鱼是第九个加入北京奥运会独家供应商的企业,也是中国女排胸前广告赞助商,他们认为全力支持女排也是公司兑现对北京奥组委的承诺之一。此外,女排队服领子位置

的UPS虽然低调,但作为世界最大的包裹运送公司,他们也是实力雄厚。体操 从1992年开始赞助中国体操队至今,李宁公司伴随着体操队走过了将近15年的历程。2006年8月16日,三星公司成为中国体操队唯一主赞助商。而从那开始的三年内,三星公司向中国体操队提供全面的资金支持,为中国体操健儿在奥运会上取得佳绩提供物质保障。

冷 | 少人关注曝光率低 冷门项目“门前冷落”

冷门项目的广告赞助状况却没能因为2008年奥运会的临近而有多少好转。棒球、垒球、手球、举重、摔跤、柔道等队伍依然是清水衙门,基本没有属于队伍自身的广告赞助。虽然这些项目中也不乏成绩突出的,但是曝光率低、广告收益率低还是让他们无法赢得赞助商。田径 众所周知,因为有了刘翔,田径运动得到了空前的关注,但从赞助商数量上不难看出,这种关注只停留在刘翔个体和他的

110米栏项目上。刘翔为多个大品牌做代言,但是中国田径队的日子并没有因此好过到哪去,耐克是他们仅有的赞助商,每年为他们提供有限的比赛和训练装备。水军 虽然跳水队有“梦之队”的称号,游泳队也在奥运会上争得不少荣誉,但他们始终不是赞助商青睐的对象。首先,跳水和游泳长时间在水下,衣服上印广告的宣传效果并不好。其次,游泳比赛结束较快,这也一定程度上限制了广告的出镜频率。不过这种情况最近有所

改变。日前,中国游泳协会在北京与美的集团达成合作协议,今后两年美的集团将成为中国游泳队和中国跳水队的主赞助商,这也是中国游泳协会有史以来获得的最大一笔赞助。重竞技 记者采访跆拳道队时,问起队服上的广告,跆拳道部一位工作人员表示,除耐克外再无其他广告了。举重、摔跤队内不缺奥运冠军,但是曝光率和关注度的不足,让广告商很难注意到他们,除了耐克这样的运动品牌,队服上再无任何商业气息了。京文

各奥运国字号 广告调查

- 足球:乐百氏、阿迪、央视、起亚、柯尼卡美能达、搜狐
- 蹦床:李宁
- 羽毛球:尤尼克斯、联邦快递
- 女排:金龙鱼、UPS、阿迪
- 男排:阿迪
- 体操:三星、李宁
- 射击:李宁
- 帆船:VISA、耐克
- 跳水:李宁、美的
- 自行车:上海永久、捷安特、耐克
- 铁人三项:红牛维他命有限公司、耐克
- 艺术体操:强生娇爽、李宁
- 男篮:中国移动、珠江啤酒、耐克
- 游泳:耐克、美的
- 女篮:耐克
- 水球:耐克
- 皮划艇、赛艇:耐克
- 举重:耐克
- 棒、垒、手、曲:耐克
- 射箭:耐克
- 柔道、摔跤、拳击、跆拳道:耐克
- 现代五项:耐克
- 击剑:耐克
- 田径:耐克
- 花样游泳:耐克
- 网球:耐克
- 马术:耐克