

体育 | 重点

曼联和皇马的热身赛让109318名观众拥进球场 欧洲足球豪门把中国“打入冷宫”的背后

中国派 变 美国派

体育场坐满观众,这个夏天美国的足球热还在持续。



英超曼联与西甲皇家马德里队上周末的较量创造了一项纪录:109318名观众的到场使之成为在美国举行的吸引现场观众人数最多的一场足球赛。皇马、曼联、拜仁、曼城、阿森纳先后有15支球队拥入美国备战新赛季,而前些年球市火爆的中国则是略显凄凉。美国,这个曾经的“足球荒漠”,已然成了欧洲豪门眼中炙手可热的“美国派”。

豪门扎堆 受欧洲球队青睐 英超九支队赴美

“这里的准备工作非常到位,有很好的备战条件和设施,也有很强的竞争对手。明年我们也想再来美国踢这项杯赛。”当美国记者问安切洛蒂,明年夏天还来不来美国备战时,安帅如此回答。不止是皇马,包括曼联、米兰双雄等豪门劲旅,也都将美国视为夏季备战的最佳选择地。

美国成了欧洲球队热衷前往的目的地。光是7月23日这一天,就有4支英超球队在美国踢热身赛:曼联在洛杉矶,利物浦在波士顿,曼城在堪萨斯城,阿斯顿维拉在达拉斯,如果算上在加拿大多伦多的热刺,英超有5队同日登陆北美。这还不是全部,阿森纳在美国和亨利领衔的纽约红牛热身,热刺、西布朗、斯旺西、水晶宫都要赴美淘金。

西甲球队也同样喜欢在美国备战,皇马连续两年征战国际冠军杯,上赛季还是冠军;2013~2014赛季的西甲冠军马竞,也于7月26日飞赴美国洛杉矶,与圣何塞地震交手;意甲的米兰双雄连续两年踢国际冠军杯,2013年夏天罗马选择在美国华盛顿备战,今年“红狼”受邀参加国际冠军杯,意甲有3大豪门都在美国备战。

德甲巨无霸拜仁,也将在8月6日前往美国,与美国大联盟全明星队进行一场热身赛,这项赛事是2005年以来首次邀请德甲球队。

在欧洲豪门中,只有切尔西、巴萨、尤文没有前往美国进行夏季热身。不过这3大豪门最近这几年也在美国备战过新赛季。



曼联PK皇马引爆美国足球市场。



足球富矿 曼联仅一项赞助 豪揽4700万英镑

为何皇马、曼联、曼城、米兰双雄等豪门纷纷拥向美国踢热身赛?为何几乎半个英超的球队都去美利坚?很显然,经济利益、市场开发是主要因素。

在以往对美国的印象中,篮球、橄榄球、棒球是最流行的运动,但现在,足球慢慢在美国兴盛起来。面对美国3.15亿庞大的人口基数,豪门们热切盼望在这里建立一个比本土更为庞大的球迷群。

另外去美国拉赞助也是

豪门的目標之一,曼联的美国之行,与赞助商雪佛兰也有关系——新赛季曼联胸前广告变成雪佛兰,每年的赞助费高达4700万英镑,这比怡安保险多出2700万。换算成美元,就是7年价值5.59亿美元的合作,这是全世界足球俱乐部最高的赞助合同。像热刺的赞助商,运动装备品牌Under Armour,5年7600万美元;利物浦的球衣赞助商勇士体育,签约6年,合同价值2.54亿美元。还有英特尔与巴萨,巴萨只需要在球衣

内侧印上intel inside,5年就有2500万美元进账。

电视转播更是重中之重,英超球队在美国打响名声,更多的美国人接受英超,这就能让英超转播权卖出更高的价钱。2013年,美国电视媒体NBC耗资2.5亿美元,取代FOX和ESPN两大传媒巨头,买下英超在北美地区的3年转播权。英超CEO斯库达莫表示,尽管中国、印度人口超过10亿,但付费看英超的很少,美国人则早已习惯。

中国遇冷 市场无序运营差 豪门不敢再来华

欧洲豪门在美国打得火热,过去几年豪门青睐的中国市场,被豪门放弃。曾几何时,中国是欧洲足球眼中的香饽饽:

2003年皇马来华,银河战舰所到之处制造万人空巷的盛景;2005年和2011年,皇马先后来到中国淘金;2010年,巴萨来到中国,和北京国安踢热身赛;2005年和2009年,曼联两次来到中国踢商业比赛;2012年,阿森纳、拜仁、曼城、那不勒斯、国米、尤文来华“走穴”,还在鸟巢举行“圣殿杯英超挑战赛”。但最近两年呢?

中国市场受到冷落。

出于备战新赛季的考量,国内低水平的球队以及较差的场地条件,很难让欧洲豪门达到打磨阵型、保持状态的效果,并且仅仅在中国,欧洲豪门也很难找到合适的对手进行一系列系统的热身赛,夏季恰逢中超后半段赛事开打,因此欧洲豪门如果选择中国,往往也要额外计划奔赴周围其他国家,旅途的劳顿常常遭到球员抱怨。

并非没有豪门想到中国淘金,但中国组织者的运营能力

让人汗颜。2012年底,巴萨联系欧讯CEO朱晓东,沟通来华访问事宜。朱晓东的出场费报价是160万欧元,巴萨心理价位220万。但这时候,上海一家新成立、注册资金仅3万元的小公司突然杀出,报价350万欧元出场费。巴萨选择这家上海公司,但这个公司并无足够的资金运作,所以2013年巴萨来华事宜告吹。有意思的是,这家上海公司还有政府担保书,但红头文件漏洞百出。中国体育经纪公司如此没有信用的做法,使得其他俱乐部不敢贸然来华。

成功之道 流水线运营 经营推广宣传各司其职

美国人是如何运作商业赛事的?以国际冠军杯为例,这是美国式流水线运营的典范——负责经营运作的是美国著名的Relevant Sports公司,这家公司和皇马、曼联、切尔西、巴萨、阿根廷、巴西、英格兰等豪门有长达20年的合作关系,在品牌推广、植入计划方面有着丰富的经验。网站和宣传

运行由著名的Infinity Pro Sports公司负责,FOX体育买断转播权,ESPN则有西语版权。

而对于足球市场并不发达的中国来说,动辄几百万欧元的出场费,已经是一笔不小的开支。此外还有场租费、安保费、食宿交通费、赛事推广费四大块;收入来源主要为赞助、票房和政府奖励基金。对于中国市

场来说,高昂的承办成本,单一的收入模式,只是赔本赚吆喝的生意。欧洲豪门的出场费,起步价在150万欧元。2005年皇马来华的出场费都高达300万,2011年,皇马与恒大、天津的两场比赛出场费总计600万欧元。2011年意大利超级杯米兰德比,出场费330万。一场比赛想要盈利,实在太难。都时