

中国足球营销行业报告

艾瑞联合懂球帝发布

2018年

www.iresearch.com



海量行研报告免费读



近年来，越来越多国内企业成为中超或五大联赛的各级**赞助商**和**合作伙伴**，足球营销效果受到认可。足球赛事**版权费用**在国内屡创新高，足球比赛**观赛人数**和足球媒体**用户数量**也持续呈现增长趋势。



2018年世界杯在国内触达观众人次超过**300亿**，国内企业通过世界杯期间的足球营销活动普遍获得了积极的营销效果：媒体平台用户数量明显提升，赞助商旗下产品的销量获得增加，且在大众心目中的知名度和美誉度获得提高。



足球营销具备**关键四要素**：关键信息、关键空间、关键时间以及关键人物。营销过程中**品牌激活**和**品牌赞助**同等重要，且品牌激活所需费用往往更高，是国内企业需要重视和加强的部分。



相较于大众营销，足球营销活动针对人群更为**忠诚度**更高，且更为注重**参与性体验**。足球营销是长期的品牌塑造过程，优质足球IP资源较为固定，存在稀缺性。



国内足球球迷以**男性**占主导，**学历**和**收入水平较高**。其中死忠球迷在消费时重视商品口碑评价，购车意愿更强，理财金额投入较高，旅行出游偏爱境外游。

中国足球市场发展现状分析

1

中国足球营销特殊性价值分析

2

中国足球球迷营销价值细分研究

3

中国足球营销优秀案例介绍

4

中国足球市场发展现状分析

国际足球赛事



国内足球赛事



2018年世界杯



国际足球赛事赞助商数量规模

英超取消冠名赞助商，区域赞助商出现多家国内企业

在国际足球赛事的赞助商类型方面，主要是啤酒、快消品、汽车、金融品牌等，而在主赞助商的数量上，近年来不论是五大联赛还是欧洲冠军联赛的主赞助商的数量都相对稳定，这与欧洲联赛发展较为成熟，主赞助商签约合作通常在3-5年的长约有关。特别值得一提的是，英超联赛从2016年起取消了联赛的冠名赞助，巴克莱银行不再是英超冠名赞助商，此举让联赛中的球队在选择金融类赞助时更为自由，也能帮助英超在全世界球迷面前树立一个更加独立干净的品牌形象。

在各知名联赛和豪门俱乐部的区域赞助商方面，近年来亚洲尤其是中国区的赞助商明显在不断增加，各大联赛和豪门俱乐部争先在国内设立办事处，开拓中国市场商务合作，越来越多的国内品牌成为国际足球联赛或俱乐部的中国区赞助商，随着足球在国内的持续火热，相信未来将会有更多的企业投身到足球市场赞助的行列中来。

2018年国际足球联赛部分知名赞助商概览



2018年国际足球俱乐部部分知名赞助商概览



来源：艾瑞根据专家访谈、公开资料等研究绘制。

国际足球赛事赞助数额与方式

品牌赞助形式选择多，赞助金额50万欧元起步

赞助商在选择国际足球赛事进行赞助的过程中，可以选择赞助联赛或是赞助俱乐部这两种不同的方式，其中赞助联赛方面，英超的赞助费用相对较高；而赞助俱乐部方面，由于豪门俱乐部的球迷众多，媒体曝光集中，豪门俱乐部的赞助费用往往会比赞助联赛要更贵，据业内人士透露，中国企业想要成为豪门俱乐部的中国区赞助商，所需要的金额至少在50万欧元一年。联赛和俱乐部在选择赞助合作伙伴时也会有较高的门槛限制，需审核品牌在当地的口碑和影响力，确保其健康形象。

2018年国际足球赛事典型赞助形式及金额概览

• 赞助形式：

主赞助商（官方合作伙伴）或区域赞助商两种形式。

• 赞助金额：

英超主赞助商赞助金额约在500万英镑一年，其他几大联赛金额要稍低于英超价格，但基本也在百万欧元的级别。区域赞助商则相对价格较低，西甲目前在国内的区域赞助商价位在50-150万欧元/年不等。

• 主要曝光方式：

在品牌赞助曝光方式方面，赞助联赛的优势在于能够在每轮联赛中出现在现场广告牌以及电视转播镜头当中，同时拥有联赛球员的集体肖像权，进行品牌营销活动。

赞助联赛

• 赞助形式：

广告赞助（球衣广告）、实物赞助（饮料、装备等）或区域赞助商三种形式。

• 赞助金额：

曼联球衣胸前广告价格：5100万英镑/年，袖口广告：1000万英镑/年，阿迪达斯赞助阿森纳官方装备费用：6000万英镑/年。成为欧洲豪门俱乐部中国区赞助商价格：50-150万欧元/年不等。

• 主要曝光方式：

通过俱乐部球衣、球鞋等装备曝光品牌logo；使用俱乐部球员集体肖像（3人及以上出境）拍摄广告。

赞助俱乐部

国际足球赛事市场化发展程度

五大联赛近百年历史，市场化发展分为两种模式

五大联赛和欧冠等优质国际足球赛事资源的市场化发展程度都相当高，这些具有近百年悠久历史的足球赛事已经在多年的积累中形成了一套非常完善且成熟的市场化运营体系，主要分为两大赞助模式：以联赛为主导的体系和以俱乐部为主导体系。目前英超是世界上商业化、市场化最成功的足球联赛。

发展时长与现状

- **发展时长**：五大联赛发展时间长，自身几乎都有百年历史，商业化市场化发展水平高。意甲是五大联赛中最早登上中国电视银幕的，早在1988年央视就开始播放意甲联赛集锦，上世纪90年代五大联赛陆续登陆中国，打开中国市场。
- **发展现状**：就目前发展状况而言，英超毫无疑问是五大联赛，乃至世界上市场化最成功的足球联赛：英超在世界范围内版权费用卖的最贵，多支俱乐部估值排名欧洲前列，现如今名帅云集，六强争霸，比赛的观赏性和悬念也最强。有数据统计，英超每一年光是商业赞助这一项的收入就在16亿美元左右。

两大市场化发展模式

- **联赛主导体系**：联赛为主导的赞助体系以西甲联赛为代表，目前西甲共有15个大大小小的赞助商。西甲之所以选择这种由联赛牵头的联盟制商业化拓展模式，主要原因是由于联赛球队实力差距较大，皇马巴萨两支豪门存在感太强，而其他球队存在感较弱，往往需要扶持，联赛主导能集中西甲作为一个整体品牌的优势。
- **俱乐部主导体系**：俱乐部为主导的赞助体系顾名思义是指联赛本身降低商业化拓展中赞助体系方面的存在感，把权益下放给自身的俱乐部，五大联赛中以英超、德甲为首采取的便是这种模式。英超和德甲的主赞助商不多，但旗下的曼联、利物浦、拜仁、多特蒙德等豪门球队则依靠俱乐部自身吸引力招揽了众多赞助商，侧面也促进了联赛的发展。

国际足球赛事中国收视情况

版权费用屡创新高，BAT入局国际足球转播市场

随着苏宁集团宣布旗下PPTV以7.21亿美元的“天价”拿下英超未来2019-2022三个赛季中国大陆地区和澳门地区的英超独家全媒体版权，有关足球赛事版权话题的讨论成为了热门内容.....

国内版权费用



英超：2019-2022年（7.21亿美元，苏宁体育）

西甲：2017-2022年（3亿欧元，当代明诚）

德甲：2018-2023年（2.5亿美元，苏宁体育）

欧冠：2018-2021年（1.5亿美元，苏宁体育）

媒体收入来源



收入方式：广告收入+观赛会员付费收入

目前足球赛事转播媒体收入主要以广告收入占主导，线上直播平台的付费人数逐年增加。

BAT巨头入局



收视率情况



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21216

