



申花之夜 美丽绽放



前晚7点30分，东方体育日报携手上海绿地申花足球俱乐部，重磅推出“申花之夜”直播带货主题活动。

作为2020年上海市第三届市民运动会上海市民足球节系列活动之一，两个小时的大直播吸引了上万人次的观看，并在淘宝天猫618栏目榜单中连续霸榜第一名。上千件热销爆品被抢购一空，而神秘嘉宾上海绿地申花足球俱乐部技术总监吴金贵空降东体直播厅，更是将节目气氛推至高潮。

本版撰稿 本报记者 龚哲汇

3大爆款 球迷拼手速

“三、二、一，上链接！”两位主播话音刚落，屏幕下方“抢到”以及“没抢到”的留言便快速刷屏，刚刚上架的商品瞬间售罄。在东体商城的带货直播中，“秒杀”早已不是新鲜事，在这其中，申花限定马克杯、联名口罩和训练服更是抢手的明星产品。

只属于申花的夜晚，自然要有只属于申花球迷的商品。节目一开始，主播姬宇阳和孙冰向球迷们隆重介绍了本次直播限量首发的申花马克杯。“看得出这杯子的设计很用心，”孙冰说道，“有上海城市的标志性建筑物，也有申花球迷的心中圣地虹口足球场，很有收藏价值。”随着观看人数的上升，商品的销量也逐步提升。在申花球迷和观众的支持下，直播节目中500只限定典藏马克杯已然脱销。当晚东体商城又追加了大量订单预售，满足更多球迷的需要。

销路最广、最受球迷观众欢迎的商品，莫过于新赛季申花的客场球衣和球队训练服了。主播姬宇阳还来不及介绍完球衣设计，就看到镜头后的工作人员高举提示版，告知他商品已经售完。就连女主播孙冰在直播中也对其不吝赞美，“这件球衣真的能看出有设计感。”而蓝黑相间的申花训练服更是本赛季的“爆款”，限量20件让球迷刷屏：“太少了，买东西跟抽奖一样难。”

目前，海外的一些联赛已经重启，带有球队元素设计的口罩备受关注。此次“申花之夜”直播，申花球迷也终于等到了自家主队的口罩上市，加上直播前曹贇定、蒋圣龙和朱辰杰三位球员客串模特，更是让球迷们心痒不已。口罩链接一经抛出，每刷新一次页面，销量都在不断上涨。

除了上述三件明星产品外，其他申花周边商品也颇受欢迎。上海迎来梅雨季，直播期间卖出近百把申花折叠伞；有车一族则偏爱金属车贴，几十辆贴有队徽的座驾即将彰显申花身份；还有主打产品球员应援围巾，既有冯潇霆、曾诚等一众新援，也有萨拉维、金信煜大牌外援，特别是曹贇定的围巾，在上架后瞬间就被抢空。



本版摄影 本报记者 陈嘉明



1位大咖 金贵卖广告

在节目最后的半小时，球迷一直期待的特邀嘉宾终于揭开了神秘面纱，申花冠军教头吴金贵现身直播间。第一次兼职带货主播，吴金贵在节目中游刃有余，将琳琅满目的商品一一推荐给观众，“其实我们去世界上很多地方，都会购买一些足球相关的纪念品，这也是足球文化的传播。”

此行空降直播间，吴金贵还有一项重要任务——推介东桥基地训练场的场边广告，这也是中国足球的首次创举，在商业开发上，申花又领先了一步，“在赛前训练，或者平时的媒体开放日中，这些广告位置都有很高的露出空间，而且第一个买广告的企业，对于他们而言也是意义非凡。”

在直播结束后，东体商城特意给吴金贵送上了定制的纪念头版。未来，东体商城也希望有更多的体育界人士能在训练比赛之余，参与到直播带货中，让体育文化逐渐影响普通人的生活方式。



手机都快戳坏了，还是没中奖

上周六晚，曹先生和同一看台的好友们都收看了“申花之夜”的直播，大家在球迷群和淘宝直播中来回切换，一边讨论，又生怕错过了热销的商品。

两个小时的直播结束，曹先生和朋友们各自清点战果，“主场球衣、196的夹克和风雨衣各来了一套，另外还买了顶帽子，总计1500不到吧，还是很满意东体的这次直播。”自从2010年来，曹先生养成了收集球衣的习惯，从以前是每年一件，到后来演变为每年一套。曹先生打趣道，与装备数量一同增长的还有尺码，“十年前穿M号的，现在要买XL号了，但衣服还会收着留作纪念，未来还可以给儿子穿。”

由于工作关系，他常年在海外出差，但一件申花球衣永远是行李的标配。“去美国、澳洲或者欧洲出差的时候，工作之余会穿一件申花球衣，在世界各地拍照打卡。”有时，周围有人会认出这是上海申花的球衣，俱乐部在世界越来越大的影响力，更让他感到自豪。

除了挑选心仪的商品，曹先生和收看直播的上万观众一样，踊跃参加抽奖活动，“这次直播的福利

还蛮多的，但我手机都快戳坏了，还是没能中奖。”在抽奖的礼品中，曹先生最想要那顶莫雷诺的帽子，并希望未来有机会能在市面上买到同款产品，“你想想，申花球迷的基数这么大，19顶帽子怎么够啊。我们也知道这是非卖品，但想买的球迷还是很多的，如果这笔收入用作公益，也算是不忘初心了。”

在节目的最后，神秘嘉宾吴金贵的到来也让曹先生颇感意外，“没想到俱乐部会安排吴指导来，可见俱乐部对这次直播也相当重视，对我们球迷也很尊重。更让我没想到吴指导在节目里妙语连珠，也能看出他情商很高。”

昨天上午，商品的发货工作正紧锣密鼓地开展，与此同时，工作人员也正在统计直播时消费排名前三的球迷。“我有个朋友几乎把所有的商品都买了，你们不要漏了他啊，也希望下次能有这样的直播带货活动。”在核实完所有订单后，东体商城的工作人员将联系这三位幸运球迷，并送出申花新赛季球衣一件。

2小时霸榜 莫队让球迷疯狂“弹屏”

本次“申花之夜”直播活动，得到了上海绿地申花俱乐部的官方合作支持。五位申花主力队员拍摄预热视频，在直播当天下午，球队官方微博也转发了活动预告，吸引了大量球迷前来观看。直播开始不到一个小时，观看人次就已经破万。长达两个小时的大直播，在淘宝天猫618栏目榜单中连续霸榜，以“万”为单位的观看热度，相比

其他同类商家称得上是“断层出道”。

在两小时的直播过程中，东体商城更是为球迷带来了诸多福利。在上海申花和莫雷诺公益基金会的支持下，每位收看直播的观众有机会参与抽奖活动，运动水杯、冠军围巾、球迷T恤等申花周边，更是让直播间被弹幕疯狂刷屏。其中，莫雷诺公益基金会提供的莫雷诺弯檐帽，更是球迷想买

都买不到的珍品，孙冰看到帽子的实物后便爱不释手，动用“特权”直接成为了中奖观众。

除了抽奖活动之外，全场消费最高的前三位观众还获得“申花之夜”送出的球衣一件。最终，来自浦东新区的一位球迷在两个小时内购买了近2000元的商品，荣登消费榜首。有近百位球迷消费破千，申花球迷对球队正版商品的支持可见一斑。