

■ 棋从断处生 |

四两拨千斤



棋哥

参加东京奥运会的运动员隔离还没完事,各渠道来找运动员代言的诉求就询问不断。这为疫情影响下的体育产业市场,带来一阵春风杨柳万千条。

一直有这样的一个观点:趁着奥运热度正旺,体育明星要体现商业价值。

这种观点意识来自于张爱玲《传奇》里那句:“出名要趁早呀,来得太晚,快乐也不那么痛快。个人即使等得及,时代是催促的……”体育明星,要靠大赛成绩和体育精神征服大众。

苏炳添,广东人,多机灵!以9秒83的风驰闪电速度,咋咋咋就完成数家企业品牌代言发布,体育产业的推进速度同样不含糊。

杨倩,浙江宁波人,超有智慧!凭借最后一枪的精准反超夺得首金,配上新时代传播热搜的表情包,让射击这一低曝光率的体育项目爆款体育营销。

疫情下的体育产业,到了一个为生存向突围转型的峡谷。再有市场价值的职业赛事也不敢召集观众,国际体育交流几乎全部暂停,聚集性大众体育活动无法举办,体育文化论坛和展会也只能线上过个过瘾。因此体育产业的商机就聚集在体育经纪、广告、健身……这狭长的小富即安商业地带。这可能也是个机会,是体育明星需要抓住的四年一遇商业机会。

想方设法重振疫情影响下的体育产业,回顾历史,是件有意义的事。

上世纪90年代末,曾经到福建晋江陈埭镇丁和木大叔家做客。丁家在镇上有一个自建的小四层楼,一、二、三层是运动鞋生产作坊,四楼是一家人的生活区域。

丁和木大叔的儿子,那年还叫丁志中,在北京读书并兼职卖鞋。他们家自己的鞋品牌,铆足了劲努力一年总销售额也就1000来万。但他们制定的发展战略,是从“明星代言+央视传播”开始起步。而他们对代言体育明星的选择,一致认可沉稳含蓄、少言不擅作秀的中国乒乓球队世界冠军孔令辉。

没有如今体育经纪公司那么多繁文缛节,也没什么所谓的论证数据、市场调研……直接理由就是孔令辉和丁志中长得像,像小哥儿俩。

所以说啊,品牌营销要对路。特别是在体育产业一片叫好不叫座的当下,体育明星抓住品牌代言的热点期,企业市场营销把握住体育明星的新商业周期,四两拨千斤,体育产业困惑都能挺过去。

■ 多多益善 |

准假郑铮
国足更成熟

严益唯

■ 自说自画 |

恶形恶状



阿仁

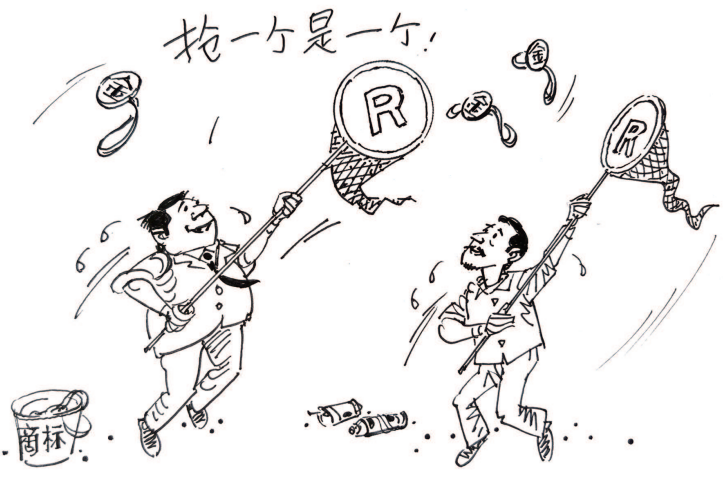
●大家不会想到,当中国体育健儿在东京奥运会上顽强拼搏、为祖国争金夺银的时候,国内的一大堆不良企业也展开了一场抢注商标的风潮。多名奥运冠军的姓名、外号被抢注了商标。“杨倩”“陈梦”“全红婵”“苏炳添”等奥运名将都被无良企业和自然人提交了商标注册申请。据目前公布资料表明,“杨倩”商标被多方抢注,涉及服装鞋帽、健身器材、广告销售,甚至酒类买卖。14岁小将全红婵在10米跳台上一跳名扬天下,她的名字成为了疯抢注册的目标,有日化用品、方便食品、医药用品、服装鞋帽、酒类销售的企业为注册得手而挤破了头。跟进抢夺“全红婵”商标的还有办公用品、布料床单、教

郑铮作为山东泰山的主力左中卫,也是这支国家队防线上一个非常重要的球员。随着边后卫唐森和李磊的受伤,郑铮的到来,可以让国足中后卫的组合选择更多,解放张琳芃到边路也更有可能。而且,40强赛上国家队的左右后卫很少助攻上前,边路进攻主要是由右路发起,如果延续这一战术,以郑铮的能力也足以胜任左右后卫。所以,国家队肯定是很需要郑铮随队出征的。

但是,不幸的是,郑铮因为家事并没有做好出征的准备。对他而言,如果顶着压力随队出征,无疑会是一个合乎众人期待的“正

确的选择”。几天前,李铁就已经公开表扬了郑铮,他说郑铮这次是强忍亲人去世的巨大悲痛,顶住压力来到国家队。显然,郑铮这个时候请假离队,所要承受的压力,甚至比他坚持随队出征的压力更大。但是,结果郑铮最后还是诚实地向教练表达了压力。郑铮遵从自己的心,而不是为了“正确的选择”而掩盖实情,这其实也是对整个球队负责。我们有理由相信,既然郑铮这次只是暂时离队,将来他一旦重返国家队,一定会以更好的状态来回报国家队。

郑铮请假需要勇气,李铁作为这支球队的主帅,他能够守诺



育娱乐、餐饮住宿、食品饮料等行业。最棘手的一家深圳市某投资公司一记头就申请了34个“全红婵”商标注册。蚂蚁吞大象是也。

●中国奥委会发表了声明,对这些没有获得运动员本人或未成年运动员监护人授权的恶意抢注商标的行为将依法追究侵权行为人的法律责任。国家知识产权局随后依法驳回了“杨倩”“陈梦”“全红婵”等109件商标注册申请。够雷厉风行了。不少投机分子纯粹是为了囤积抢注的商标,然后转卖获利,甚至反向索赔。十年苦练无人领,一朝成名被抢注。央视的评论仅八个字:行为流氓,吃相难看!

●抢注体育明星姓名为商标的最出名案例为“乔丹”案。美国

篮球明星乔丹的大名被福州一企业注册了商标,“飞人”被侵犯了姓名权。这场官司前后打了八年,乔丹最后上诉到了最高院才获得了终审胜诉的判决,一审、二审败诉的判决才被否決。为了保护自己的权益,体育明星不得已为自己注册商标。姚明、刘翔、梅西都是已申请注册了自己姓名的商标。为防李鬼缠身,不得已而为之。这是否有点可悲了?。

●吃相难看,阿拉上海闲话。上海人讲:坐有坐相,立有立相,吃有吃相。不顾礼仪、不守规矩、不明事理的即是吃相难看了。最难看的吃相,有一句上海闲话形容为:恶形恶状。不必为此解释了。恶形,恶形恶状,可以注册为这等无良企业的商标哉。

准假,则显示了他与球员之间保持着彼此的尊重。大战在即,这种非战斗性减员,对于主帅来说,是不愿意接受的,但李铁不仅准了郑铮的假,而且国家队如实向外界公开了郑铮暂时离队的原因,并暗示郑铮还会归队。国家队这一态度,让郑铮可以更安心地回去。每个人都感受到被尊重,而不仅仅是被高效地使用,这样的国足团队更显成熟。

现在,需要请假的球员已经被准假,那么我们更有理由相信,那些出征的国脚,都是可以全力以赴的球员了。这就是这支相对成熟的国家队给球迷带来的希望。

■ 老骥伏枥 |

洛里这笔买卖



姬宇阳

上轮英超,正好是法国国门洛里代表热刺出战的第300场英超联赛,他也成为热刺俱乐部历史上首位在英超出场300次的球员。

洛里收到的礼物是全队签名的一件300号球衣,这件球衣上不光有签名,还有每位队友为他留下的一句话。

算上各项赛事,洛里已经为热刺出战了375场。

球队里的超级球星哈里·凯恩到目前总共为热刺出战了243场英超。这个夏天,哈里·凯恩最终选择留在了热刺,放弃了转会的想法。

2012年夏天,热刺俱乐部花费1000万欧元引进了不到26岁的洛里。这笔买卖还是非常超值的,直接为球队解决了接下去10个赛季的门将问题。洛里今年年底将满35岁,欧洲杯之前他在“德转”上显示的身价仍然是900万欧元,比10年前仅仅缩水了100万欧元。

不能说洛里是一名完美的门将,但是他确实也是比较称职的,在法国队以及热刺队完成了自己的任务。

洛里和热刺的合同将在明年夏天到期。

带过热刺的穆里尼奥心目中,洛里是世界前三水平的门将。今年夏天,本来穆里尼奥曾经有意想让他转会意甲罗马。

每个球队都希望能有这样的引援,在年轻时以不太高昂的价格买来,能在球队使用超过九个赛季。

这个夏天还有几笔重磅的引援,还没有最后尘埃落定,8月31日深夜是欧洲转会场关闭的时间。姆巴佩到底能不能走成呢?皇马给他的报价是1.6亿欧元,大巴黎觉得这个价格不够,但问题在于,明年夏天,姆巴佩可就是自由球员了。

看看最后的几天,欧洲今夏的转会窗,哪位大咖压轴完成转会?

■ 耿耿抒怀 |

难而正确的事



刘耿

当人们把目光放在归化球员身上,就忘记了中国足球在“请进来”之前,还有一段“走出去”的时光。1998年7月,杨晨转会德甲球队法兰克福,成为中国球员在欧洲五大联赛“留洋”和进球的第一人。此后,范志毅、孙继海、马明宇、李玮锋、李铁、邵佳一、郑智等也先后出现在欧洲五大联赛中,有的还成为主力球员。而目前的中国国家队中,只有武磊一人“留洋”。

其实,在海外的中国足球

人口数量并未减少,反而增加,近年来越来越多年轻甚至未成年球员去欧洲、巴西等地深造,中国球员“留学”呈现低龄化趋势,这些孩子绝大多数是自费出国。也就是说,中国足球“走出去”的步伐,悄然从“留洋”变成了“留学”。从字面看,“留洋”的意思是“留在西洋”(当然,也可以是东洋、南洋,但主要是西洋),留学的意思是“留下学习”,前者更强调是工作的状态,后者更强调是学习的状态。

虽然少了20多年前“大留洋”时代的风生水起,但“大留学”时代的静水深流或许更有力量。与选拔公派、成建制、成批次地“走出去”相比,基于私人自主选择的足球留学,显著特征是分布得更散、渗透得更深,比如,更注重基础教学,同时降级压力相对较小的匈牙利、塞尔维亚等中东欧国家较之以前得到了更多家长的青睐。

这种多样性大大增加了可能性,不是只有扦插在“主干”(主流联赛)上的小苗才能成材,也许就有小苗喜欢在更自由的枝干上生长。比如,受文化隔阂、语言障碍和生活习惯不同的影响,很多“留洋”球员难以融入社会大环境和球队小环境,慢慢就被边缘化了。文化适应性其实是一种筛选机制,整队出国留学,看似能够解决与身边人的交流难题,实际上与当地文化更隔绝了。而个体完全地文化浸润是解决适应难题的最好方式。

由于绝大多数孩子在国外很难立足,只有极少数球员在成年后能在一些低级别联赛获得出场机会,“出口转内销”现象十分普遍,大家就对这种以个体行为为主力的足球留学产生一定怀疑。完全不必这么悲观,这种方式本身就是一种见效慢的路径,却实在是在做一件难而正确的事。