

■ 一晨不染 |

英超版权再创新高



娄一晨

本周二,英超联盟又传出消息,新一周期的英超本土转播权合同正式敲定。从2025-2026到2028-2029共四个赛季,英国天空体育、TNT体育(原BT体育)和BBC英国广播公司将继续成为英超联赛的本土转播合作伙伴,新的转播权总价值达到67亿英镑。

这个数字又一次创造了英国历史上体育赛事转播权销售的最高纪录,比之前的纪录提升了4%。在这份新的版权合同中,BBC继续获得每轮英超集锦的播出版权,总价2.82亿英镑;TNT体育获得每赛季52场比赛的转播权,主要时段为每周六12:30和一部分周中夜场。

天空体育继续成为英超联赛最大的转播平台,获得每赛季215场比赛的转播权。包含的时段有周五19:45、周六17:30和19:45、周日12:00、14:15和16:30、周一20:00,以及大部分周中夜场。

同时,每赛季最后一轮联赛同时开战的10场比赛也将历史性地全部有转播,归属天空体育。

如此一来,每赛季共267场的转播场次也创造了新的纪录,远远超过目前英国国内每赛季200场的转播场数。

回顾英超联赛超过30年的发展轨迹,英国本土转播权的销售收入一直都是英超联盟最大头的收入来源。只有当英国本土这块基本盘的固定收益落袋为安了,英超联盟才能够气定神闲地再来“收割”海外市场,收一家赚一家,割一茬又割一茬……

而且,受英国国内相关法令的限制(每周六14:45-17:15不得转播任何足球赛事),英超联盟至今都无法做到每赛季共380场比赛全部向英国本土做转播(海外市场反倒没有这样的限制)。因此,作为转播机构的天空体育及后来加入的爱尔兰Setanta体育、BT体育等机构不得不放弃每周六15:00的传统比赛时间,转而开发从周五晚间到周一晚间的各个时间段来转播英超比赛。

于是,让英超豪门主教练深恶痛绝的周六中午场(12:30)出现了,让本土球迷弃晚餐于不顾的周六下午场(17:30)出现了,专供每轮焦点战的周日下午场(16:30)出现了,让东亚球迷恨之入骨的周一夜场(20:00)出现了……

毫无疑问,正是这些新的转播时段的出现促成了英超联赛整体价值的起飞。

展望未来,如果上述那条限制每周六下午转播足球比赛的法令被修改的话,英超联赛在英国本土的商业价值应该还会有继续攀升的空间。

■ 棋从断处生 |

谷爱凌馅饼



棋哥

谷爱凌又回到张家口崇礼滑雪场,2022冬奥会她的金牌和商业价值爆了。

但我一直都想找个行家咨询一下,由冬奥会传播开来的面点美食“谷爱凌馅饼”“谷爱凌韭菜盒子”知识产权到底算谁的?

这不仅是一个美食品牌问题,也是一个奥运文化如何可持续发展,更是一个奥运冠军在媒体曝光“吃嘛嘛香”的姓名权问题。它不是商业代言,但却借助2022冬奥会无心插柳香飘万里了。

这主要还在于谷爱凌夺取金牌后大口咀嚼馅饼、韭菜盒子的开心形象,还有就是大会小会谈到的冬奥美食文化“饺子、豆包,谷爱凌还爱吃馅饼……”

首先,2022冬奥会餐饮服务,特别是冬奥村运动员食堂餐饮服务商是通过层层把关招标选拔的。而入围中标的餐饮服务商会一定会拿出看家本事,把运动员餐厅的冷盘、面点、汤羹、炒菜、甜点做出最恰当、最可口、最滋润的美食。但2022冬奥会那1800道美食菜谱未必都能传承到百姓餐桌

上。而便于携带,只需空气炸锅加工出的馅饼、韭菜盒子更方便边走边吃。

2022冬奥会合作伙伴中国国际航空公司的空姐、空少、飞行员们内部举办了一场冬奥美食品尝大会,组委会准备的6000个韭菜盒子,居然一小时内被风卷残云。美丽的空姐们也不考虑减肥了,纷纷晒出“这就是谷爱凌爱吃的韭菜盒子”。

当我们一再强调后奥运时代的中国文化传播时,似乎只是把2022冬奥会吉祥物冰墩墩不断衍生“兔墩墩”“龙墩墩”拷贝,难道明年再来个“蛇墩墩”?但奥运美食却是可以传遍千家万户的“民以食为天”产业。1988年汉城奥运会,韩国大街上站着的“泡菜小姐”,遇到国外游客就用牙签扎一

块泡菜萝卜、白菜让您品尝。传播到今天,韩国泡菜已风靡世界,每年为韩国出口贸易带来可观的泡菜经济收入。

相关部门一再强调要靠体育、旅游拉动消费,国家体育总局更是出台文件《关于恢复和扩大体育消费的工作方案》。但体育消费也不能总让梅西来割球迷韭菜啊。所以我就想啊,把火火的奥运美食做起来?在体育公园,体育场馆,古镇景区推出一款冬奥美食?

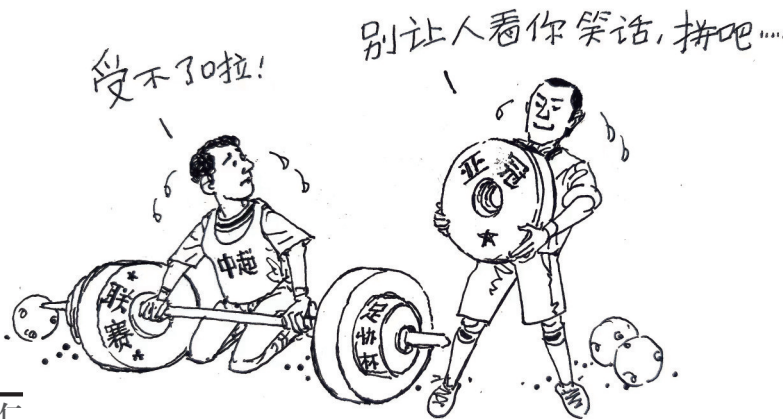
著名美食家、《舌尖上的中国》总导演陈晓卿说过:“北方饺子,南方小笼包,吃的时候只有蘸上醋才能散发出最美的味道。”2022冬奥会的馅饼、韭菜盒子等美食文化完全可以借助运动员品牌文化传播起来。

■ 自说自画 |

亚冠只是课外作业



阿仁



●本赛季的欧冠小组赛已经打到了第5轮,吸引大家眼球的是英超的曼联还能不能从小组出线?与之同组的德甲拜仁5战积13分已经锁定了晋级资格。其他小组中的阿森纳、皇家马德里、皇家社会与国际米兰、马德里竞技和拉齐奥、多特蒙德、曼城、巴塞罗那都出线在望。欧洲人重视欧冠战绩,这是他们的传统。欧洲各大联赛的豪门俱乐部在欧冠显示实力,明星球员在欧冠中提升身价,年轻小将则在欧冠中吸引球探,大家乐此不疲。欧冠总是要比欧洲杯更加闹猛的。不是吗?

亚冠是没有这样的风光的。亚洲足球在世界足坛只是跑跑龙套的。亚洲人并不很注重亚冠比赛。东亚打东亚的,西亚打西亚的,只是到了决赛彼此才过过招。亚冠冠军从来不能让全亚洲人信服。东亚西亚,大家不买账。

●亚冠小组赛可以比喻为东北菜“乱炖”,参战球队实力高下分明,小组赛是打不出什么名局的。J联赛、K联赛球队是主角,东南亚球队是配角。中超球队也多半为陪练。“金元时代”的广州恒大夺取过两次亚冠冠军,这并不证明中超球队的强盛,只是证明了真金白银的杀伤力。有钞票

可以使得足球显得更圆。

上海的两支球队要参加下个赛季的亚冠了。要我看,这只是申花与海港的课外作业,不是下个赛季学业的主要功课。三线作战的主战场还是在国内的中超联赛。让球队里的年轻小将去亚冠见识世面,去磨刀擦枪就能算完成作业了。

神州球迷中已经提起了十足精神来看沪上两雄战亚冠赛程的朋友还不少的。很同情他们的不服帖劲头。自家的球队打不过上海球队,就盼着人家在外战里跌个跟头。用上海闲话来表述,这叫勿出铜细看人家好戏。到明年看吧,一定是这样的。呵呵。

■ 耿耿抒怀 |

夜空中最亮的星



刘耿

梅西在世界杯夺冠整一年了。拉美流媒体服务Star+推出《Campeones, un año después》(冠军,一年后)系列专访,再次搅动社交媒体热潮。仿若量子纠缠,在中国的抖音和微信短视频上,阿根廷和梅西夺冠的题材,依然是高流量,这一年中似乎没怎么冷下来过。

环球同此凉热。个中原因,除了算法推送,粉丝和观众对于这一历史性时刻的情感连结,并转化为持续的讨论和分享,或许才是底层逻辑。对许多人来说,梅西的成功故事具有强烈的个人共鸣,尤其是在克服困难和持续追求卓越方面。

当然,每起传播事件,时代底色都不一样。有阿根廷网友结合这一年来的日子评论说,对于社会底层群体而言,生活的残酷和压力可能非常沉重,体育赛事中的胜利故事,如梅西和阿根廷的成功,寄托着一些普通人比较纯粹的情感,相信并且沉醉于那种最简单的美好、最朴素的期待,形成了底层情感的虚拟共情。

然而,梅西的个人影响力也是促成持久传播的根本。梅西是伟大的,梅西是穿越不同时代的梅西,也将在不同的时代被投射以不同的色彩。在阿根廷,梅西和国家队夺冠的话题还具有更深层次的国家自豪感和情感联系,加上阿根廷人的感情充沛和多愁善感,一个被社会群体共享、传承和构建的梅西,将越来越多姿多彩。也许100年之后的梅西,已不是我们所理解的梅西。

倏忽一年,白驹过隙。因唱“你是那夜空中最美的星星,照亮我一路前行”而走红的袁树隆,还巡回在小县城的演唱会上拼命唱着这首歌,也算是梅西热度的维持者。他借势推出的其他新歌都没有火。

■ 老骥伏枥 |

一位中超投资人的话



姬宇阳

前两天看到一篇南通支云投资人的采访,文章很长,但信息量很大。

记者问他:当初搞足球时,为什么没有用企业名称为俱乐部命名?

范兵说:我想说,那些用企业名称给俱乐部冠名的人,连职业足球的基本要义都没搞清楚。中国那些解散的俱乐部,

是中性名称的问题吗?花几千万欧元买一个球员,在当下的中国足球环境里,他能创造什么价值,能给俱乐部带来匹配的营收吗?

职业俱乐部具有企业性和公益性的双重属性,企业性要求俱乐部按照市场经济规律与其他企业一样来经营运作。公益性要求俱乐部为丰富群众的娱乐生活,提升城市或地区的影响力做出贡献,是企业就要找到它的商业模式和盈利模式。

另外,球员、管理层和教练、经纪人存在相互勾结虚抬工资等情况,有些俱乐部管理者甚至会私下里搞个经纪公司来运作这些事。

真是敢说。这篇对南通支云老板采访中有一点引起我的注意,他说到今年南通支云预算1.1亿,全年收入6000万,相当于企业花费了5000万净投入完成了中超保级。

俱乐部收入和净投入接近1比1的中超俱乐部,并且还不欠

薪,南通应该是唯一的。

2006年的上海申花俱乐部,那个时候预算一个多亿基本可以是中超第一集团球队,当时的申花一度也做到了俱乐部靠自己经营做到几千万收入,然后几家股东再投几千万就足够球队一年运转。

“金元时代”已经翻篇,但泡沫还得挤。

为什么日韩联赛这么多年依然可以维持住相对理性的投入呢?11家K1联赛薪资总额包括外援,前两年的统计总额为5.473亿人民币,算算平均一家多少钱?

最高的全北现代一年薪资总投入9700万人民币。

投入狂飙的同时,中超俱乐部的收入水平增幅并没有跟着翻倍啊!

如今中超,符合足球环境和大环境的合理的投入水平,保级和在中下游就是应该净投入不到一个亿的。

夺冠可以在2亿以上,3亿应该是上限。