

恒源祥除夕送大礼



商战迪拜

恒源祥出资 30 万美元没有购回中国队的转播权, 匹克在大战之前宣布赞助伊拉克队……除夕之夜, 万里之外的阿联酋迪拜, 升温的不仅仅只有足球。

恒源祥用 30 万美元购回转播权。作为除夕大礼送给中国球迷。

记者冉雄飞北京报道

在当今的足球市场中, 企业拿出大笔资金通过足球比赛作载体宣传自己, 是一件在正常不过的事情, 而一场足球比赛到底值多少钱? 这其中的争议颇大, 特别是在中国足球队急剧萎缩的今天, 让企业拿出巨额资金去为一场比赛摇旗呐喊吆喝, 这值得吗?

有人认为是值得, 所以当中国队比赛的电视版权差点儿因为转播费用过高而流产之时, 因为一家中国民族企业的介入, 让这次胎死腹中的电视直播版权纠纷而重建光明, 这家企业就是上海的恒源祥集团。恒源祥虽说不是国内著名的大型企业, 但却是在体育市场当中一个很活跃的品牌, 赞

助十年中国职业足球联赛, 又成为了 2008 年北京奥运会的合作伙伴, 前段时间在广州举行的中德对抗赛, 恒源祥又是冠名赞助商, 虽说近两年已经不是中国足球的主要赞助商之一, 但他们并没有放弃中国足球市场。

“赞助有影响力的赛事, 做有影响力的推广”, 持这种赞助理念的企业非常多, 但恒源祥有机会在几年除夕, 通过商业行为将自己的形象推广给全国球迷。国足 2 月 6 日这场除夕之战, 原本因为伊拉克一家公司开出的 30 万美元的电视版权费而阻止了多家电视台的直播计划, 国内老大大央视体育频道也因为“节外生枝”的 30 万美元而一度准备放弃直播计划。但在恒源祥挺身而出之后, 所

有因为金钱引发的障碍全部都迎刃而解。

“因为这场比赛在国外举行, 又恰逢中国人的春节除夕, 算是一个特殊的事件, 如果全国球迷们不能在这样一个重要的节日中看到中伊之战的现场直播, 这是一个特别遗憾的事情, 恒源祥赞助这场比赛的目的, 不仅是让球迷们有机会享受这一场足球赛事, 同时对自己企业也是一个很好的推广, 无论是国企还是民企, 都有做公益的义务, 我们不想吹嘘自己完全是为了公益事业, 但这场比赛, 我们看重他的公益性, 也看重他的重要价值, 从商业推广的角度, 也许这一场比赛, 比我们在国内的做十场比赛更有意义。正是处于这方面的考虑, 恒

源祥决定出资做这次赛事的赞助商。”外人很难知道恒源祥做这个决策之前的诸多考虑, 但作为这次行动的决策者之一, 恒源祥老板刘瑞旗的这种想法最终促成了电视直播的诸多事宜。而真正得到实惠得到满足的, 是千千万万除夕守在电视机前的中国球迷。

30 万美元一场球, 这个电视转播版权费真的算是“天价”了, 如果不是因为正逢中国人的除夕, 这场比赛不会炒作到这个价码, 也不会出现诸多的波折。中国足协下属的福特宝公司, 如果没有恒源祥掏出的最大一笔开支“垫底儿”, 即使他们最后被迫买下电视版权, 也一定是“赔本赚吆喝”, 所以对于恒源祥的慷慨解囊, 福特宝这边也是非常感激。“恒源祥出钱购买版权的确是商业行为, 但刘老板的决定起了决定性的作用, 没他们出这个钱, 我们怎么吆喝, 也肯定赔钱。”有了巨额资金的支持, 福特宝顺利帮助央视购回了直播的电视版权, 又花了二十多万美金购买了迪拜这个客场的广告发布权。

按照央视自己的预期, 今年国足除夕之战的收视率将可能达到 3.5%—4% 左右, 这个高收视率如果实现, 这场赛事直播必然导致和央视春晚 PK 局面的形成, 虽然不能由此真正动摇春晚的更高收视率, 但作为体育品牌的一次成功营销, 恒源祥应该不会“亏本”。当然无论是对恒源祥, 对福特宝, 对央视, 还是对于体坛周报来说, 是否能实现多赢的结果, 还要看中国足球队在这一天的表现, 目前的态势只能说明一点, “万事俱备, 只欠东风”。

匹克“武装”伊拉克

记者谢泽畅报道

2004 年亚洲杯, 当伊拉克队离开成都时, 举着用中文书写的“感谢成都”的横幅, 然后杀向中国队的四分之一半决赛。4 年后, 当伊拉克队再次将要面对中国队时, 他们或许应该再次举着“感谢中国”的横幅奔向赛场。

2 月 2 日, 来自中国福建的体育品牌匹克在迪拜的伊拉克队驻地召开新闻发布会, 宣布正式赞助伊拉克队征战 2010 年世界杯亚洲区预选赛。这意味着大年三十晚上, 中国球迷们将看到一场另类“中国德比”——一支“中国制造”的球队与一支穿着“中国制造”球衣的球队之间的较量。

其实, 匹克在去年召开了赞助伊拉克奥运代表团的新闻发布会。匹克集团副总经理许志华表示, 早在国足亚洲杯四分之一决赛时, 该集团就开始与伊拉克奥委会成功签订赞助协议。而伊拉克队在亚洲杯的意外夺冠, 让不少运动品牌对其趋之若鹜, 其中就包括阿迪达斯。

许志华说: “伊拉克最终选择匹克主要是由于以下几点原因。一是我们与伊拉克奥委会成功签约之后, 他们的官员在中国充分感受到了我们的诚意; 二是匹克将为伊拉克国家队量身定做运动装备, 并在设计中融入伊拉克国家和民族的元素, 这是其他品牌无法承诺的; 三是因为我们认为伊拉克虽然国内局势动荡, 但伊拉克球员不畏困难, 勇于拼搏的品质和匹克“ I Can Play ”的品牌精神有着很大的契合度; 最后一点在于签约像伊拉克这样有实力在国际大赛中打出好成绩的球队, 非常有利于匹克的国际化品牌战略。”

惊喜还在延续, 匹克与伊拉克队签约后不久, 世界杯预选赛亚洲区 20 强赛, 伊拉克又被意外地抽中与中国队同组, 而且首场比赛又确定大年三十。赞助伊拉克队如此立竿见影就能得到回报, 是包括许志华在内的众多匹克高层都没有想到的结果。

许志华也是中国队的铁杆球迷, 但自己的企业赞助了中国队的对手, 他此刻心情的微妙程度可想而知: “站在哪一边? 我作为中国人, 肯定希望中国队赢, 但从企业业绩角度, 也希望伊拉克能取得好成绩。我认为输赢不是一切, 体育本身就是一种和平交流的方式。”

从内心来讲, 记者对于这样颇有些“外交辞令”的回答并不满意, 于是更直接地问道: “如果伊拉克战胜中国, 您心里是否会有悲喜交加的感觉?” 许志华依然不紧不慢地笑着回答: “这种味道很难讲, 不过不管这场比赛谁输谁赢, 对于匹克这个品牌来说都是好事。要知道到目前为止, 在全球 200 多支参加世界杯预选赛的球队中, 穿着中国本土品牌的装备参加比赛的球队, 只有伊拉克。”



伊拉克队长尤尼斯身披匹克战袍出战世界杯。

鸡 蛇 蛇 蛇 羊 羊 羊 马 马 马 鼠 鼠 鼠 猴 猴 猴 牛 牛 牛 猪 猪 猪 鸡 鸡 鸡 虎 虎 虎 龙 龙 龙 蛇 蛇 蛇 羊 羊 羊 马 马 马 鼠 鼠 鼠 虎 虎 虎 龙 龙 龙 兔 兔 兔 蛇 蛇 蛇 羊 羊 羊 马 马 马 虎 虎 虎 羊 羊 羊 鸡 鸡 鸡 马 马 马 鼠 鼠 鼠 龙 龙 龙 猴 猴 猴 猪 猪 猪 恒源祥 羊 羊 羊 兔 兔 兔

恒源祥®

北京2008年奥运会赞助商
Official Sponsor of the Beijing 2008 Olympic Games

"鼠"你最美"

奥标许备[2006]第245号