

开源节流,新赛季各级联赛追求性价比 小米加步枪 照样打胜仗



新赛季中超标王泽卡,仍属于“小成本”引援。
(资料图) IC photo

中超休赛期,一家名为“荷塘月色”的足疗店成为沧州雄狮官方赞助商的消息,引发了外界的关注。除了对“足疗”与“足球”之间关系的调侃,更多球迷发问:什么时候,地方小企业也能玩得转中超了?

事实上,在失去大资本赞助后,本赛季,中超球队的运营模式也在悄然改变。想尽一切办法开源节流,也成为各级职业俱乐部的工作重点,接地气,有人气,换了活法的职业联赛,依旧热闹。

记者 季禹 实习生 刘庆威

苍蝇腿也是肉

去年年初,一位中超公司高层公开表示,中超联赛欢迎一些量级小的赞助商,“800万、1000万这些量级的赞助商,也可以获得满意的资源位,权益包。”

相比“金元时代”动辄大几千万的赞助,1000万的赞助费用确实不算高。实际上,本赛季中超球队的身段,放得要比这位高层想象中更低。

3月11日,荷塘月色汤泉足道宣布,成为沧州雄狮的官方赞助商。据了解,该企业买下的是沧州体育场场边LED电子显示屏的一块广告位,为期一个赛季。荷塘月色汤泉足道投资人张先生曾在接受采访时表示,赞助费“真的不算多”。

无独有偶,西安“京华源”铜锅涮肉,成为中乙新军西安崇德荣海的赞助商。“京华源”的赞助级别,要比“荷塘月色”高出不少。

不过,两家赞助职业俱乐部的企业有一个共同的特点,即投资人均接受过足球的熏陶,并对家乡球队怀有感情。抛开“赞助人”这一特殊身份,他们本身也是球迷。

几年前,一些背靠母公司的中超球队,对小体量的赞助根本不屑一顾。而在真正需要考验运营能力的时候,不少俱乐部终于醒悟:苍蝇腿再小也是肉。选择赞助商视野的“下沉”,也给更多关心关注足球的企业,提供了支持足球事业的机会。

同时,小微企业赞助职业俱乐部,也无形间拉进了球迷与球队的距离。试想一下:当你经常光顾的楼下那家店,突然成为所追随球队的赞助商。这种惊喜的心情,不言而喻。

重视球迷感受

2023年5月28日,陕西联合发布俱乐部会员制,成为国内首支“会员制”职业足球俱乐部。当年年底,俱乐部在原有会员制体系基础上,进行了优化升级,针对青年球迷和未成年球迷,新增青年联盟会员和迷你会员两个会员类别。

相比其他会员类别,青年联盟会员和迷你会员入会费更低,但能享受到相对超值的会员权益。显然,俱乐部想通过这一举措,进一步开发年轻球迷市场。

除了这家会员制俱乐部外,不少老牌中超队,也在球迷市场下了不少工夫。3月1日,上海申花公布了俱乐部吉祥物“蓝豹”的新形象。吉祥物的名字,将交由球迷来决定。

中超新赛季,新赞助商“授人以茶”与泰山俱乐部联合推出售价38元的“必胜套餐”。套餐包含热狗、炸鸡、薯条以及“授人以茶”的一款饮品,性价比和口味深受泰山球迷认可。

首个主场比赛日,1500份“必胜套餐”很快被销售一空。此外,“授人以茶”品牌也收获了可观的流量。

“必胜套餐”的成功,绝不仅来自泰山俱乐部的品牌效应。为了赶上比赛,不少球迷来不及吃晚饭,就匆匆赶往球场。这样一份符合大部分球迷口味,能快速饱腹,且可以边走边吃的套餐,完美满足了球迷赛前的饮食需求。

中超前两轮比赛,场均上座率分别为21856人次与23138人次,数据十分可观。其中,第二轮鲁京大战更是吸引48397人观赛。随着各俱乐部对球迷的进一步重视和对球迷市场的进一步开发,各级联赛的“球市”,或许会给我们带来更多的惊喜。

以低成本引援

在商业模式的开发上,各俱乐部可谓各显神通。而在引援方面,各球队也像往常那样,精打细算过日子。

新赛季,中超“标王”是泰山队外援泽卡,他的转会身价185万欧元。遗憾的是,泽卡在此前训练中受伤,至少无缘夏窗之前的赛事。

相比2023年的“标王”阿齐兹,泽卡身价翻了不少一倍。但与中超鼎盛阶段相比,各队本赛季在引援上的投入,仍属于“小成本”。与此同时,除上海海港的外援奥斯卡外,中超已无大牌外援,甚至鲜有国脚级别的外援。

不过,外援质量的下降,并未削弱他们的存在感。恰恰相反,在无法大手笔引援后,紧攥钞票的中超俱乐部,引援时更加看重性价比以及与球队的适配性。花小钱办大事,取得了意想不到的效果。

转会费为70万欧元的武汉三镇外援恩里克,只经历了短暂的磨合期,就在中超第二轮上演梅开二度,帮助球队以3:1击败南通支云。1月份加盟申花的外援路易斯,已经在两场联赛中攻入3粒进球,暂时领跑中超射手榜。

放眼整个联赛,外援同样存在感十足。中超第二轮,8场比赛共产生16粒进球,外援包揽了其中的15球。一方面,本土球员的状态令人担忧。另一方面,目前中超外援水平,仍足以本土球员提供良性竞争的环境。

除外援发挥“在线”外,本赛季赛场上还有不少惊喜:各队跑动数据全面提高,净比赛时间增加,裁判争议判罚的减少……这是足协工作进步的体现,更是联赛发展和走向成熟的重要标志。

场内场外都有惊喜,为赚钱和省钱绞尽脑汁的中超,反而越来越热闹了。

编辑:怀晓 美编:杨晓健 组版:颜莉

齐鲁晚报

绿色低碳每个人都能做一点

“减少室内外温差,温度均衡不感冒。”



“讲文明树新风”公益广告