



中国足球营销赞助价值分析

艾瑞联合懂球帝发布

2019年

www.iresearch.cn



海量行研报告免费读

摘要



中国足球营销活动主要有三类赞助类型：赞助**赛事**、赞助**球队**和赞助**球员**，营销活动中企业不可忽视**品牌激活**所带来的作用，通过不同传播形式的营销宣传手段吸引广大球迷的注意，让品牌足球营销赞助的权益发挥到最大。



中国足球营销广告主要集中在快消、汽车、3C、金融、地产等行业，主要希望通过足球营销活动提升销量，树立更积极健康的品牌形象。足球营销具有**人群定位精准**、**底蕴文化深厚**、**激发情感依恋**等特有的价值与意义，切实解决广告主痛点。



相较于普通网民，球迷群体中认可广告、受广告影响力较大的人数占比更高。国内球迷主要在**上下班过程**中接触到广告，较为注重广告的**内容创意**，形式方面海报和内容植入类广告最受球迷欢迎。



通过本次调研所反馈的数据，开展足球营销活动对于国内各行业的品牌主都有明显的积极作用：品牌**广告触达**情况在球迷群体中效果好，球迷群体相对普通网民对于足球营销品牌的**好感度**、**购买意愿**也有明显提升。

中国足球营销环境及广告主基本概况

1

中国足球营销活动受众效果分析

2

2019年中国足球营销重点资源推荐

3

2019年中国足球营销发展趋势与环境

4

中国足球市场发展现状分析

足球营销是什么

- 中国足球营销模式介绍
- 中国足球营销具体流程
- 中国足球营销广告主概览



中国足球营销主要内容和形式

中国足球营销存在关键四要素，三大赞助类型

足球营销有专业的流程和要素，品牌如果想在足球营销的赞助期限内把赞助权益实现最大程度的变现，需要把握好四大关键要素，也就是业内人士所称的足球营销的“4K模型”：关键信息、关键空间、关键时间以及关键人物。赞助商在进行足球营销时，要根据品牌自身特点采用合适的营销方式、选择合适的时间地点，找到有影响力的赞助对象进行合作；代言人选择、宣传节点、营销内容传播形式和传播平台都会影响品牌最终足球营销效果。而在足球营销赞助类型方面，目前国内赞助商主要有三种赞助形式可以选择：赞助赛事（中超联赛/欧洲五大联赛等）、赞助球队（赞助国内俱乐部/海外俱乐部/国家队等）、赞助球员（国内球星/海外球星等）。

足球营销“4K模型”



中国足球营销赞助类型

赞助赛事

冠名赞助商、官方主赞助商、区域赞助商、官方装备供应商等

赞助球队

冠名赞助商、球场冠名赞助商、球衣赞助商、区域赞助商、官方装备供应商等

赞助球员

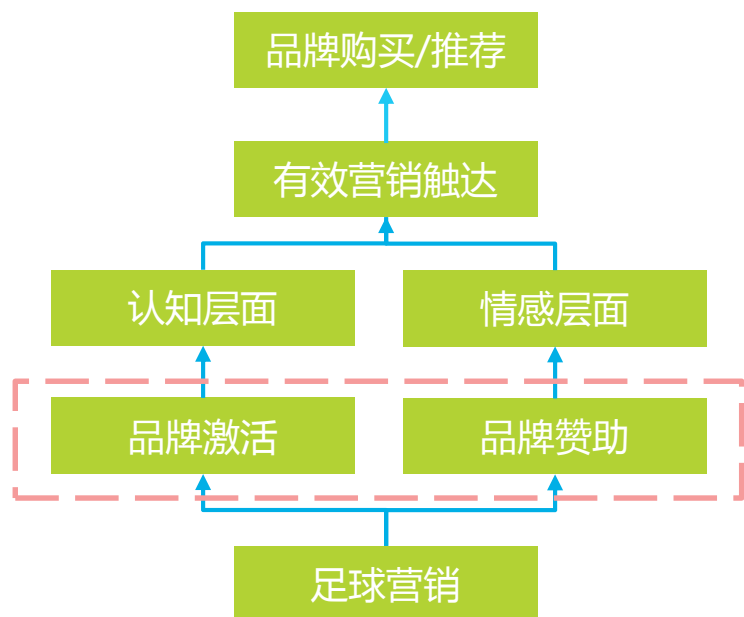
全球赞助商、区域赞助商、球员装备或生活用品供应商等

中国足球营销活动整体流程介绍

中国足球营销流程中品牌主需要注重品牌激活

国内品牌在足球营销的过程当中，需要认识到品牌激活活动和品牌赞助资源是同等重要的，通过不同传播形式的品牌激活手段吸引广大球迷的注意才能让品牌赞助的权益发挥到最大，不可忽视品牌激活这一关键步骤。据业内人士透露，在国际体育营销市场上，企业在品牌激活上所花费的预算往往是赞助费用的3倍左右。近年来随着国内营销环境的逐渐专业化和成熟化，不少国内赞助商也开始重视品牌激活的投入，东鹏特饮、中国平安、广汽本田等足球营销效果较好的企业在品牌激活上所花费的营销费用也达到了其相关足球IP赞助费用的1.5-2倍左右。

中国足球营销整体流程



品牌赞助主要资源

- 赞助球星（梅西、C罗等）
- 赞助俱乐部（曼联、皇马等）
- 赞助联赛（英超、中超等）
- ...



品牌激活主要平台

- 足球赛事现场（广告牌等）
- 足球赛事版权方（直播平台、电视信号等）
- 体育/足球垂直类媒体（CCTV5、懂球帝APP等）
- 社交媒体（微博、朋友圈等）
- ...

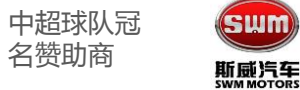
中国足球营销广告主类型概览

国内足球赛事中国足球营销广告主类型介绍

近年来，针对国内足球赛事资源进行足球营销的品牌主要集中在汽车、地产、快消等几大行业之中，其中汽车行业和快消行业的品牌主要是通过成为中超联赛的官方合作伙伴或成为中国国家足球队赞助商的方式来进行足球营销赞助活动，而地产行业的企业则大多通过成为中超联赛俱乐部球队的官方冠名赞助商的形式来进行自身品牌曝光。除上述提到的三大行业之外，金融、电商、3C等行业也有不少品牌选择国内的中超联赛、中国足协杯或是中国国家足球队为资源进行足球营销活动。

2018年国内赛事资源足球营销知名广告主代表

汽车



地产



快消



其他



来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

中国足球营销广告主类型概览

海外足球赛事中国足球营销广告主类型介绍

相较于投身国内足球赛事进行营销活动的品牌而言，选择海外赛事资源而进行足球营销活动的品牌主要集中在金融、3C和快消三大行业。其中金融行业中银行品牌多选择海外豪门俱乐部或知名国家队合作，或成为官方合作伙伴，或联合推出主题信用卡等产品进行营销活动；3C行业和快消行业的大多数品牌则选择与大型足球赛事或欧洲豪门俱乐部进行合作，成为其官方赞助商来进行品牌曝光。除上述的三大行业之外，国内的汽车、家居、地产行业也有品牌投身于海外足球赛事资源的足球营销活动之中，主要也是寻找豪门俱乐部或优质赛事资源进行合作，成为其区域赞助商或官方合作伙伴进行营销曝光。

2018年海外赛事资源足球营销知名广告主代表

金融

平安银行
PING AN BANK

曼联官方
合作伙伴

3C

Hisense

世界杯官
方赞助商

快消



蒙牛

世界杯官
方赞助商

其他

SHIMAO 世茂

巴萨官方
合作伙伴

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21162

