



逃得了敬酒,逃不過直播

梅西中國行 帶來商業狂歡

6月10日,球王梅西開啟了自己的第七次中國行。6月15日,梅西將率領阿根廷隊在北京參加與澳大利亞隊的友誼賽。

梅西此行不僅引爆了球迷的熱情,還帶動一場商業的狂歡,球王本人也快被潮水般的流量薈集了。而由於主辦方經驗不足,姍姍來遲的商業贊助、謠言滿天飛的陪酒謠言……更是讓梅西此次的中國行增添了些許突兀和混亂。

A

和梅西吃飯 30萬一位?

在梅西還沒出發之前,國內這邊便熱鬧起來了,各種離譜的消息開始發酵。

“和梅西吃飯,30萬一位,梅西會敬酒、合影”,這些花式段子主打就是蹭流量。

平安北京諷刺一笑,“如果這三十萬能被騙了”,不用梅西來敬酒,警察叔叔來敬你一杯。為了防止有人真上當,可操碎了心。

當然,吃飯、合影還算是合乎國人的文化習慣,但是,點煙又是什么鬼?

還有編得有模有樣的明星見面會,連菜單都有了,比起上面的造假也算“用心”了。

一位網友故意玩梗,給朋友發送了“我是梅西,我現在被卡在機場出不來,轉我10000我打點一下保安,等我回阿根廷了送你一支球隊”的短信。結果該手機號碼被運營商緊急停機了。

薈集了粉絲的流量,又有人盯上了媒體。不過,很快官方便辟謠了。

而且,據媒體人黎雙富6月12日稱,梅西所有球賽以外的活動,包括代言品牌的商業活動、賽事歡迎晚宴以及媒體採訪在內,都已被取消,其中一個主要原因是安保問題。

B

直播露臉50秒 觀看量1.9億

不過,正是由於線下見面會被取消,互聯網平台們却因此撿了個大便宜,球王改上直播間了。

6月12日晚7點,短視頻平台快手在其官方直播間,公布了梅西中國行的首個獨家採訪導片。

直播第30分50秒,在觀眾千呼萬喚中,梅西終於出現。

在視頻里,梅西回答主持人有關歐冠決賽的問題時稱:“我看了,這是一場標準性的決賽,打出了很高的水平。”

短短不到一個小時的直播,梅西出現的時長僅50秒左右,却有1.9億的觀看量,大量球迷湧進直播間只為一睹球王風采。

快手的這番表現,讓人不得不擔心淘寶接下來的梅西見面會了。

6月12日,淘寶直播宣布,6月14日晚,梅西將以飛行嘉賓身份亮相遙望旗下的李宣卓直播間。據稱,這是此次梅西中國行唯一與粉絲互動的機會。

李宣卓是誰?根據遙望科技此前披露的公開信息,李宣卓是遙望科技從2019年開始孵化的酒水垂類達人主播。官方介紹稱,自2019年9月開啟首場直播以來,李宣卓3個月便售出60多萬瓶酒,總成交額超過5000萬元,曾創下最高單場直播銷售額過億元的成绩。

至於梅西為何會選擇在該直播間直播,以及梅西是否會在直播中帶貨,目前不得而知。但梅西在旗下直播間的亮相,確實讓一季度的業績承壓的遙望科技股價迎來了上漲。根據財報數據顯示,遙望科技已經連續虧損5個季度,今年一季度的歸母淨利潤為-0.38億元,同比下降143.88%。但是,宣布梅西來了的6月12日下午,遙望科技盤中一度漲超7%,截至收盤,遙望科技上漲5.13%,報收16.40元。



梅西現身網絡直播間



球迷在阿根廷隊下榻酒店等待 新華社發

**D**

“菜鳥”主辦方 抱緊搖錢樹

其實從一開始,梅西本次的中國行就充滿不確定性。除了行程安排外,主辦方虹橋國際更是在招商和宣發等方面也顯示出了經驗不足和不專業。

據藍鯨財經報道,此前社交媒體上流傳一張“梅西中國行”贊助商刊例價格。根據該圖,贊助商共分為四檔,從100萬元到1000萬元不等。其中頂級合作伙伴設1席,擁有從比賽現場到晚宴的各種露出權益開價1000萬元;一級官方合作伙伴共設5席,開價400萬元。

或許是因為要價過高,虹橋國際招商效果并不理想。6月9日晚的公眾號推文里,虹橋國際仍置入了招商入口,直到6月10日才放出了最終的贊助名單,而彼時距離比賽正式開始只剩5天。這一點,足見主辦方招商的倉促。此前曾有媒體報道稱,截至5月底,僅有一家酒類品牌成為本次邀請賽的贊助商。

從某種層面上,虹橋國際希望放大梅西中國行的影響力,從而獲取更大利潤。

早在今年3月底,一份“關於請求協調中國國家足球隊與阿根廷國家隊友誼賽的請示”的請示函在網絡上傳播,虹橋國際以主辦方身份稱,已向中國足協請示協調國足與阿根廷國家隊友誼賽的事宜。但後據《體壇周報》報道,虹橋國際並未正式與中國足協進行過聯繫,也沒有正式的信函或傳真給到中國足協。《體壇周報》稱,阿根廷隊訪華一事是賽事運營方的輿論造勢行為。

一位知情人士透露,虹橋國際是一家涉外國企,并非一家專業的體育賽事公司,因此對於承辦比賽的經驗和流程并不熟悉,對於涉外體育比賽的審批程序和運作方式也不是非常清楚。

企查查顯示,中國虹橋國際投資有限公司成立於1991年7月,所屬行業為資本市場服務,經營範圍包含工程承包、組織文化藝術交流活動、承辦會議及展覽展示、經濟信息及技術諮詢服務等,今年5月11日新增體育競賽組織、體育賽事策劃、體育中介代理服務、體育經紀人服務等類目。

綜合北京商報、九派新聞、中新網等

C

一場球迷狂歡 強力拉升消費

在龐大的球迷粉絲基礎上,梅西擁有巨大的商業價值。根據《福布斯》雜誌公布的足球運動員2022年收入排行榜,梅西以1.2億美元位居第二位,品牌價值為1.7億美元。

梅西作為新一代球王,時隔6年來再度訪華,不僅擁有天然的流量和關注度,帶來經濟效應是不可估量的。

本次阿根廷隊與澳大利亞隊舉行的友誼賽門票,官方最低檔價格為580元,最高檔價格為4800元,其餘檔位票價分別為1380元、2800元、3200元和3800元,均價2760元。但是,正式開票前已有黃牛在朋友圈發布代搶廣告,稱1380元的低價票需加價1000元左右。而最高價格,已經破紀錄地被炒至4萬元。

然而,如此高的票價並未阻礙球迷到現場一睹梅西球技的熱情。訂房信息顯示,阿根廷國家隊入住的北京四季酒店,6月12日、13日單晚房價4000元以上,14日滿房,15日6600元以上。而至6月16日,即賽後第一天,單晚房價降至1700元。另外,賽事舉辦地北京工人體育場附近住宿點,6月15日當晚房價大多都有三倍及以上漲幅。

另據美團數據,截至6月12日,比賽當晚(6月15日)北京全城住宿預訂量較去年已同期上漲10倍。其中,異地客群主要來自成都、上海、南京、武漢、廣州等地。

此外,作為阿根廷國家隊官方授權店,聚星動力官方旗艦店總銷量達65萬。其中,標價79元的梅西印號毛毯顯示已售3.6萬,標價119元的梅西球衣短袖已售2.5萬件,兩者總銷售額達582萬元。



球迷在阿根廷隊下榻酒店等待 新華社發