

武网因肩伤宣布退赛 钦自按下暂停键

14家品牌无一解约 郑钦文3年收入约4.74亿元追平李娜



▲郑钦文和李娜合照

▲郑钦文在中国网球公开赛女子单打决赛中夺得冠军。 新华社发



热评

慢下来才能走得更远更稳

郑钦文退赛武网的消息出来后,网上有遗憾的声音,更多的却是理解和点赞。曾几何时,“轻伤不下火线”是国内赛场的主流叙事,观众更愿意为带伤奋战的运动员鼓掌,仿佛退赛就是软弱、不敬业的表现。但随着中国职业体育的发展,大众的体育观正在悄然改变,人们开始意识到,运动员的健康从来不是换取成绩的筹码,可持续的职业生涯远比一场比赛的胜负更有价值。

这其实是郑钦文用一次深刻教训换来的成长。去年带伤强行出战中网的她,不仅没打出理想成绩,还加重了伤病,耽误了恢复期。那一次她承认“是个错误的决定”。一年之后,在同样的主场,在更高光的夺冠之后,她选择听从身体的声音,主动按下暂停键。这不是怯战,是对自己的职业生涯更负责,是职业运动员成熟的标志。

我们总习惯用“永不言弃”要求运动员,却常常忘了,运动员的身体才是一切的基础。成绩、排名、商业价值,所有的一切都建立在持续的竞技输出之上。比起一时的热度和流量,漫长的职业生涯里,健康的身体、稳定的输出,才是最核心的竞争力。从商业逻辑来看,这种理性、健康的职业形象,也恰恰是品牌方看重的长期价值。比起偶尔的高光爆种,稳定、持续、正面的公众形象,才能为品牌带来更长久的回报。

不用被“主场必须出战”的期待绑架,不用被“连胜就要冲冠”的节奏裹挟,知道什么时候该冲,什么时候该收,懂得在高光时刻主动止损,这样的郑钦文,反而能走得更稳、更远。而这种和自己的节奏相处、对自己的身体负责的职业态度,也正是中国职业体育走向成熟的缩影。

据新华社、央视、澎湃新闻等



▲郑钦文是 Beats 全球品牌代言人



▲郑钦文挑选球鞋

10月11日,郑钦文在2026中网女单决赛中2比0击败新科法网冠军安德烈耶娃,成为赛事举办20年来首位本土女单冠军,斩获职业生涯首个WTA1000赛冠军,世界排名从赛季初的第160位一路回升至第23位。

夺冠仅一天后,她便宣布因右肩伤势退出同期开赛的武汉网球公开赛,引发球迷热议。从美网资格赛7连胜闯入八强,到中网一路横扫登顶,48天15场比赛的狂飙背后是身体的极限消耗。即便经历职业生涯低谷,14家合作品牌无一解约,3年约4.74亿元人民币的总收入已追平李娜生涯总和,上演竞技与商业双线逆袭。

张的是累计收入:2024到2026三年间,郑钦文奖金加代言合计收入约4.74亿元人民币。而据《福布斯》统计,李娜整个职业生涯的商业收入为4.5亿元。换句话说,郑钦文仅用三年时间,就追平了李娜整个职业生涯的商业总收入。

商业合作 无一解约

这样的商业号召力,并非夺冠后才突然出现。最能体现郑钦文商业价值韧性的,恰恰是她职业生涯的低谷期。2025年7月,因为接受右肘关节镜微创手术,郑钦文长期休战,世界排名一度跌至第121位,竞技状态跌入谷底。

按照体育圈的常规逻辑,运动员排名暴跌、长期缺赛,赞助商往往会选择解约止损,商业价值大幅缩水。但郑钦文的情况恰恰相反:低谷期里,她手里的14个品牌代言无一解约,不少品牌反而选择加码升级合作。霸王茶姬把她从全球健康大使升级为首位全球品牌代言人;威尔胜为她推出专属签名款球拍;兰蔻将她的品牌护肤大使身份升级为品牌护肤代言人。今年1月阿里旗下千问官宣她出任全球品牌代言人,2月土耳其航空也宣布她担任全球品牌代言人——这些新签约和升级,全都发生在她的职业低谷期。

业内人士透露,郑钦文的商业合约大多是两年起签,巴黎奥运周期签下的一批合约恰好集中进入续约窗口期,低谷期恰恰是品牌做选择的关键节点。14家品牌全部选择留下,本身就是对她长期价值的认可。背后的经纪公司IMG本就擅长运动员商业运作,旗下还有谷爱凌、苏翊鸣等头部运动员,深谙如何挖掘运动员的长期价值,而非透支短期热度。

夺冠之夜 扎堆祝福

中网夺冠的消息刚一落地,郑钦文的合作品牌们就开启了“刷屏式”祝贺。截至记者发稿,已有千问、霸王茶姬、支付宝、奥迪、耐克、vivo等十多个品牌发布了祝贺海报,相关话题热度一路攀升。其中霸王茶姬直接推出全场饮品买一送一的活动,把夺冠的喜悦同步传递给消费者,也让“陪你扛到最后的才是真爱”的评论刷屏社交平台。

在体育营销业内人士看来,这次中网夺冠,相当于又给郑钦文的商业价值加了一块重量级砝码。她本来就手握奥运冠军、大满贯亚军、1000赛冠军等多重荣誉,24岁的年龄正处于职业黄金期,形象健康正面,表达能力出众,具备跨文化传播的优势,本身就是代言市场上的稀缺资源。

更重要的是,主场夺冠的破圈效应,进一步提升了她在国内大众市场的国民度。不同于大满贯多在欧美举办,中网是本土观众最有代入感的赛事,首个本土女单冠军的头衔,让她的国民认知度再上一个台阶,不管是国际高端品牌还是本土国民品牌,都能在她身上找到契合点。业内普遍预测,接下来郑钦文的代言矩阵还会进一步扩容,商业价值仍有上升空间。



▲2024到2026三年间,郑钦文奖金加代言合计收入约4.74亿元人民币。

中网封后 伤退武网

中网女单决赛的欢呼声还没散尽,武汉网球公开赛的大幕便紧随其后拉开。两站背靠背的WTA1000赛事无缝衔接,本是中国赛季的重头戏,球迷们也盼着能连续两周看到新科冠军的表演,但现实没能如愿。10月12日,郑钦文团队正式对外确认,因右肩伤病未愈,郑钦文退出本届武网,放弃了背靠背冲冠的机会。

这个决定并不突然。从美网资格赛打起,郑钦文这趟北美到中国的赛季征程早已拉满了负荷:美网从资格赛到正赛连打8场,一路以下克上闯进八强;中网又是连赢7场,一路淘汰强敌最终登顶。半个多月时间里15场高强度对抗,对身体的消耗早已逼近红线,肩伤也在密集赛程中持续加重。

赛后采访里她坦言,决赛前因为情绪紧张,自己已经“不停呕吐”,完全是靠着意志拼完了整场决赛。“一开始我并没有期望自己能在这里夺冠,只想一场一场去打,看看自己究竟能走多远。”在所有人都惊喜于她的复苏速度时,郑钦文自己最清楚,身体的警报已经拉响,继续硬撑只会得不偿失。

连轴征战 身体报警

这不是郑钦文第一次在密集赛程后面临伤病抉择。去年她就曾在伤病未愈的情况下强行出战中网,想要回应主场观众的期待,结果事与愿违——不仅没打出理想成绩,还加重了伤势,延长了整个伤病恢复期。事后复盘时她坦言,那次强行参赛“是个错误的决定”,“太仓促了,我没有遵循医生的建议。”

一年过去,同样的主场作战,同样的伤病考验,郑钦文做出了不一样的选择。年初伤愈复出后,她经历了很长一段低迷期,世界排名一度跌到160位开外,直到今年美网才慢慢找回状态。从资格赛一路连赢7场杀进八强,已经超出了所有人的预期,紧接着的中网更是一黑到底,把生涯首个1000赛冠军收入囊中。

这股上升势头的背后,是身体的持续高负荷。这段时间她一直断断续续受感冒困扰,赛场上时不时能听到她的咳嗽声,肩伤也一直伴随着赛程起伏。比起硬撑着打完武网透支身体,甚至埋下更严重的伤病隐患,及时止损退赛,显然是更务实的选择。“以后再面对这些(伤病)问题,我相信自己会处理得更好,这也会给我的网球生涯带来积极的改变。”郑钦文说。

冠军奖金 九牛一毛

这座中网冠军奖杯,给郑钦文带来的不只是荣誉。按照赛事奖金规则,本次女单冠军将收获15.138万美元奖金,约合人民币770万元。但对于如今的郑钦文而言,比赛奖金早已不是收入的大头,甚至只能算“零头”。

《福布斯》8月底发布的过去12个月世界网坛收入榜显示,郑钦文以2260万美元(约合1.5亿元人民币)排在全球第七,是前十位中唯一的中国选手。更值得注意的是收入结构:2260万美元总收入里,比赛奖金仅60万美元,剩下2200万美元全部来自场外代言,占比超过97%。也就是说,每100美元收入里,有97美元来自品牌赞助。

这一比例在女子网坛顶尖选手里极为罕见。作为对比,榜首辛纳的场外收入占比约51%,女子顶级选手的代言占比通常也只在70%到80%之间。更夸