

用榜样的力量玩跨界

刘昕彤

“从第一部《钢铁侠》到现在家里堆满大大小小的漫威手办，不知不觉做漫威粉丝已经十年了，不知道有没有机会和偶像小罗伯特·唐尼同框？”近日，中国男乒队长“兼”漫威资深粉丝的马龙不仅在社交平台上晒出十年收藏的钢铁侠手办，还提及了偶像、钢铁侠的扮演者小罗伯特·唐尼，随后获得了本尊回复，这一破次元互动也在两家粉丝间炸开了锅。

借着这波东风，漫威影业随后也顺势推出了和中国体育名将的跨界合作，并联手国家体育总局训练局展开了《十年磨砺，成就非凡》主题活动，中国乒乓球选手马龙、女排选手朱婷、羽毛球选手谌龙、短道速滑选手武大靖、篮球选手郭艾伦、体操选手林超攀将分别对应钢铁侠、惊奇队长、雷神、黑豹、美国队长、浩克这六位超级英雄共同出现在一张海报上，并配上各自的口号，视频短片也相继出炉。

去年在中国的漫威十周年活动，漫威在试水娱乐明星水土不服后，和影迷不欢而散，这次漫威终于摸对了直男们的脉，选择和体育明星合作，也重新点燃了大家的热情。在赛场上争金夺银的运动员们是我们在现实世界中的超级英雄，各大比赛中那些绝境时的反击和逆风翻盘，每每让人欲血喷张，他们是最为贴近漫画中超级英雄的存在之一。

文体两开花。文体跨界的组合现在越来越多地出现在了大众的视野中。冰球被搬上节目，娱乐明星们开起了运动会，体育明星们在节目里相亲……体育通过各种形式渗透进了人们的生活和茶余饭后的谈资里。有人质疑他们试水综艺捞钱，目的不纯，但是他们的回答都是相似的，“希望更多人能看到运动员的生活，从而通过运动员让体育被更多人热爱。”

事实上，跨界推广早有先例。不仅漫威，美国航天局(NASA)也和某运动品牌合作，并请来了张继科站台，体验太空科技和运动的结合，获得了各方多赢的结果。这不是 NASA 第一次跨界，航空知识高深冷门，所以长久以来，NASA 都在玩跨界，免费开放商标授权给各类好玩的、和太空搭界的品牌来让 NASA 被更多人认识，激发更多人尤其是青少年对太空的兴趣。

里约奥运会后，“粉丝经济”风吹进了体育圈，在一开始大家怀着质疑的眼光看待运动员的种种行为后，毫无疑问，经过几年的发展，体育明星们用自己的力量让体育深入人心，并让运动吹进了千家万户。粉丝经济，这个此前存在于娱乐新闻中的词汇，如今也被越来越多的商家用到体育明星身上。在新的奥运周期，体育明星一定会用更多力量让大家爱上体育。