

# “备战”世界杯 新一轮品牌营销战打响

本报记者 许礼清 孙吉正 北京报道

梅西表情包、法国队夺冠华帝退款……各种2018年俄罗斯世界杯的“梗”至今仍在活跃，2022年卡塔尔世界杯已经到来了。

“史上最贵世界杯”“梅西、C罗的谢幕之战”“首次在北半球冬

## 世界杯营销大幕开启

实际上,就在2018年俄罗斯世界杯,中国企业刚刚上演了赞助球队成功营销的案例。

足球作为世界上最受欢迎、影响力最大的体育运动之一,足球世界杯的商业价值毋庸置疑。而卡塔尔世界杯的诸多特点,尤其是比赛均在北京时间21点左右的黄金档,更是增添了其在中国市场的关注度。因此,2022年卡塔尔世界杯的品牌营销,成为了各方关注和角逐的重点。

清华大学品牌营销顾问孙巍认为,世界杯作为年度顶级赛事,将是大品牌进行品牌宣传的稀缺机会。可以说,这是2022年快消品企业最重要的一次营销机遇,这也为2023年春节营销做好了预热。

在禹唐体育举办的《世界杯营销案例分享和资源推荐》直播专场上,弘景体育CEO何静娴曾详细解读世界杯的营销资源:“世界杯资源选择主要分为几个不同的层次,位于顶端的是具有世界杯官方身份的赞助商,这里又分为三个等级,分别是国际足联合作伙伴、世界杯赞助商和区域赞助商。”

记者了解到,国际足联合作伙伴可享受国际足联旗下所有赛事的全国广告权与营销权;世界杯赞助商享有与本届世界杯直接相关的赞助商权益;区域赞助商

季举办”等诸多标签,让2022年卡塔尔世界杯赚足了眼球,围绕着世界杯的品牌营销也进入了冲刺阶段。

实际上,2022年卡塔尔世界杯赞助商中不乏中国品牌的身影。《中国经营报》记者了解到,在本届世界杯当中,万达体育作

为国际足联的官方合作伙伴;蒙牛、海信、VIVO则是世界杯官方赞助商;伊利、盼盼等企业在国家队赞助和球星代言方面有所布局。

世界杯的商业价值自然无需赘述,需要投入的资源也必然不是小数目,越来越多的企业开始投入到世界杯的营销布局中,营销的竞争和资源的争夺在所难免,但可以看到的是,品牌方的加入共同推动着体育运动事业发展壮大。

同时,要注意的是如何依靠过往案例吸取经验和教训,在大量投入当中获取相应回报,成为了参与者们需要考虑的问题。

北京关键之道体育咨询公司创始人张庆分析该案例时表示,“在进行体育营销时,首先要量力而行,根据自己的体量去进行投入,没有必要过度开支。但在成为赞助商之后,如果想要破圈成为一个社会性话题,就不要做一些‘温吞’的动作,就要勇敢地博上位。足球是具有破圈效应的,要针对核心球迷进行深入洞察。”

此外,还有不少企业选择签约足球明星,作为自身的代言人。孙巍认为,世界球星和中国足球应该是最热的话题,容易引起球迷共鸣和全民参与。但这类



北京家乐福超市内,摆放着伊利在足球世界杯前赞助葡萄牙国家足球队和阿根廷国家足球队的广告牌。

北京关键之道体育咨询公司创始人张庆分析该案例时表示,“在进行体育营销时,首先要量力而行,根据自己的体量去进行投入,没有必要过度开支。但在成为赞助商之后,如果想要破圈成为一个社会性话题,就不要做一些‘温吞’的动作,就要勇敢地博上位。足球是具有破圈效应的,要针对核心球迷进行深入洞察。”

此外,还有不少企业选择签约足球明星,作为自身的代言人。孙巍认为,世界球星和中国足球应该是最热的话题,容易引起球迷共鸣和全民参与。但这类

为国际足联的官方合作伙伴;蒙牛、海信、VIVO则是世界杯官方赞助商;伊利、盼盼等企业在国家队赞助和球星代言方面有所布局。

世界杯的商业价值自然无需赘述,需要投入的资源也必然不是小数目,越来越多的企业开始投入

北京关键之道体育咨询公司创始人张庆分析该案例时表示,“在进行体育营销时,首先要量力而行,根据自己的体量去进行投入,没有必要过度开支。但在成为赞助商之后,如果想要破圈成为一个社会性话题,就不要做一些‘温吞’的动作,就要勇敢地博上位。足球是具有破圈效应的,要针对核心球迷进行深入洞察。”

北京关键之道体育咨询公司创始人张庆分析该案例时表示,“在进行体育营销时,首先要量力而行,根据自己的体量去进行投入,没有必要过度开支。但在成为赞助商之后,如果想要破圈成为一个社会性话题,就不要做一些‘温吞’的动作,就要勇敢地博上位。足球是具有破圈效应的,要针对核心球迷进行深入洞察。”

北京关键之道体育咨询公司创始人张庆分析该案例时表示,“在进行体育营销时,首先要量力而行,根据自己的体量去进行投入,没有必要过度开支。但在成为赞助商之后,如果想要破圈成为一个社会性话题,就不要做一些‘温吞’的动作,就要勇敢地博上位。足球是具有破圈效应的,要针对核心球迷进行深入洞察。”

## 营销暗战与更迭

实际上,从以上动作来看可以发现,如今的体育营销动作早已不再是单纯的通过硬性广告进行宣传,而是结合体育精神组织话题引起全面参与讨论的形式。

可口可乐与百事可乐的“一生之敌”,在快消行业一直广为流传,二者从产品到营销再到渠道,一直都在竞争中相互成长。而在体育营销层面,我国乳品行业两大巨头,也有各自独特的打法。

这首先体现在球队赞助和球星签约上。极具话题性的是,蒙牛签下了阿根廷球员梅西,伊利则是选择成为阿根廷国家队的赞助商。

2022年卡塔尔世界杯,蒙牛再度与梅西签约,还签约了法国球星姆巴佩;而伊利则是选择了C罗、贝克汉姆、武磊作为代言人,值得注意的是,伊利选择的三位代言人,都是身穿7号球衣。10月13日,伊利正式签约巴西国家男子足球队队长内马尔为品牌代言人。而签约多个球星,显然区别于“押宝式”营销,分担了一定风险。

随着卡塔尔世界杯开幕的时间临近,各方也开始了营销动作。记者从蒙牛方面获悉,在今年4月,蒙牛将其全球Slogan升级为“世界品质,天生要强”,并在此基础上设计了世界杯宣传语“我不是天生强大,我只是天生要强”;10月10日,作为2022年卡塔尔世界杯的官方赞助商,蒙牛发布了12款世界杯历史系列包装,并推出主题TVC广告片,回顾了十二届世界杯的经典场面。

而伊利则是在签约球队时,喊出“有一种热爱叫蓝白”“热爱是斗牛士的战袍”“热爱从不独行”的口号。在签约三位球员时,喊出“热

爱,不曾褪色”“划过青春的那道弧线叫热爱”“热爱,如7归来”的口号,与自身“品质源于热爱”的品牌主张相互呼应。

此外,盼盼食品则精心打造了“一起拼,痛快赢”“一战爆发,助力阿根廷征战世界杯”等世界杯宣传口号与独特产品。

作为2022年卡塔尔世界杯官方赞助商,为了庆祝世界杯,百威推出了以“成为世界英雄”为意义的“The World is Yours To Take”活动。

实际上,从以上动作来看可以发现,如今的体育营销动作早已不再是单纯的通过硬性广告进行宣传,而是结合体育精神组织话题引起全面参与讨论的形式。

张庆认为,“通过这可以看出,体育营销已经进入了3.0时代,这个时代有三个关键词,就是流量、场景和社群,创意变得十分重要,但光有创意性话题还是不够的,还需要结合消费者对品类的消费场景做强关联。这种情况下就要捕捉年轻人看球或者讨论运动时的场景。而现在的企业越来越注重投资回报当中能不能带来实际的生意上的转化,这就涉及到社群,例如,足球比赛或者其他运动,就像是永不落幕的电视剧,充满了不确定性,有历史和传承,球迷群体是不会轻易更改的,这就给企业带来了一个机会,这些球迷群体就有机会成为社群的内核。”

下转 D3

经营成就价值

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

广告

有您的地方,就有《中国经营报》

38年相伴同行

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧

中

国

经

营

报

达

善

社

会

终

身

学

习

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

智慧经营

中国经营报

达善社会

终身学习

智

慧