

SPORTS

ART

CULTURE

嘉诚经纬
行业月报嘉诚经纬智库
对于行业的观察和思考

JC GROUP

MONTHLY
2022

01

TREND

趋势

好莱坞巨头SKYDANCE MEDIA
入局体育内容

碟中谍、星际迷航制作方SKYDANCE完成了四亿美金的最新一轮融资，资金将用于体育内容的开发，包括体育类纪录片、电影等。在奈飞、亚马逊、苹果等互联网企业已先入布局的形势下，好莱坞巨头的下场必将加速体育内容商业化的步伐。

女子体育赞助合作持续增长

据赞助情报平台SPONSORUNITED的洞察报告，2022年全球女性职业运动的赞助数量同比增长20%，其中球队和联赛的赞助增长了21%，而个人运动员的代言增长了18%。包括FIFA在内的一些国际体育IP开始了一系列对于自身赞助体系的变革，包括单独为旗下女子赛事招商等。VISA将从2023年起成为FIFA首个女足合作伙伴。

奥运历史上首个赞助商植入会标

2028洛杉矶奥运会赞助商达美航空成为了奥林匹克运动历史上第一个将自己的品牌标识植入到奥运会会标中的合作伙伴。为了彰显洛杉矶多元兼容且富有创造力的城市DNA，洛杉矶奥运会组委会在2020年发布了“无限可能”会标，用不同版本“A”的设计来讲述不同的故事。达美航空是第一家获批商业化使用其自主设计版本会标的赞助商。



OFFICIAL AIRLINE

互联网企业大规模进军体育营销

据SPORTBUSINESS报道，互联网巨头谷歌正与热刺就球场冠名权进行谈判。今年年初瑞典互联网音乐平台SPOTIFY与西甲巴塞罗那队达成战略合作关系，成为了球队的胸前广告赞助商以及诺坎普球场历史上首个冠名商。

中国田协召开会议
大众路跑赛事有望迎来转机

10月27日，中国田径协会召开了全国路跑赛事及活动安全监管工作会议。在疫情防控发展形势可控的前提下，计划在11月份陆续重启马拉松及其他路跑运动赛事。10月28日，成都马拉松宣布回归，计划于11月20日开跑，赛事规模为三万人。

MONTHLY

02

洞察

INSIGHT

F1极速求生的5年

70%和17倍

刚刚过去的十月，F1美国大奖赛奥斯汀站落下帷幕，超过44万名观众来到现场体验赛事，而三年前，这一数字仅为26万。同样在十月，F1宣布就美国市场版权与迪斯尼集团旗下ESPN续约三年，新合同每年价值约为8500万美金，而在上一个周期每年价值仅为500万美金。

惊为天人的成长数字背后是F1自2017年以来一系列极具战略眼光的商业化开发动作。

五年前播下的种子

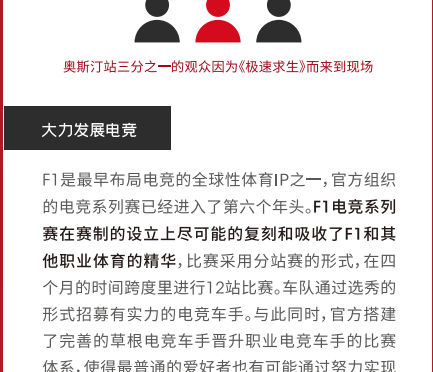
众所周知，自由媒体集团在2017年以大约44亿美金接手F1。不为人知的是，彼时被自由媒体委以重任的CHASE CAREY（前福克斯体育高管）和SEAN BRATCHES（前ESPN高管）在上任之前甚至从未现场观看过一场F1比赛，正是两位资深的体育媒体人为F1此后五年的飞速崛起画下了蓝图。

据嘉诚经纬能够接近的内部文件显示，五年前的这份蓝图聚焦了三个重点：

在全新的数字化平台上为F1创造内容

与奈飞合作的纪录片《极速求生》开创了体育行业的先河，将镜头更多的对准了赛道之外，把F1运动幕后厂商之间的科技竞争，投资人对其商业帝国的打造，以及庞大的车队系统内部的合作与冲突都全方位地呈现在了观众面前。

事实证明《极速求生》深入幕后的沉浸式叙事手法符合当下观众对于体育内容的审美需求，第四季在33个国家成为了奈飞原创剧集的收视冠军。在很大程度上，《极速求生》帮助降低了F1的欣赏门槛，并且用极富张力的故事帮助F1破圈吸引到了更多全新的受众。据纽约时报的一项调查显示，在2021年超过1/3的奥斯汀站现场观众表示《极速求生》是驱动他们来到现场的最大因素。



奥斯汀站三分之一的观众因为《极速求生》而来到现场

大力发展电竞

F1是最早布局电竞的全球性体育IP之一，官方组织的电竞系列赛已经进入了第六个年头。F1电竞系列赛在赛制的设立上尽可能的复刻和吸收了F1和其他职业体育的精华，比赛采用分站赛的形式，在四个月的时间跨度里进行12站比赛。车队通过选秀的形式招募有实力的电竞车手。与此同时，官方搭建了完善的草根电竞车手晋升职业电竞车手的比赛体系，使得最普通的爱好者也有可能通过努力实现自己在最高舞台上竞技的梦想。

与F1十分类似的电竞赛制对于观众、转播平台和赞助商都十分友好。在2020年，所有数字平台的直播总观看量达到了1140万，包括沙特阿美、DHL和FANATEC在内的F1官方赞助商也加码成为了F1电竞系列赛的赞助商，形成了F1电竞生态良性发展的格局。

强调F1的社会责任

F1早在2017年就明确了将可持续发展作为其社会责任的首要目标，以行业领导者的身份在不完全打破其传统的基础上探索能源转型的全新科技。

目前，F1正在与沙特阿美合作，着手测试39种替代燃料，预计将在2026年开始全面使用100%可再生、永续燃料。该燃料在燃放过程中仍会产生碳，但恰好与生产此永续燃料中所消耗的碳比例相同，因此在使用过程中将不会再增加大气中的碳含量。

下一站

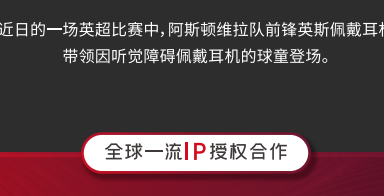
F1还在继续其对于商业化的探索和创新。

据我们了解，F1正在酝酿一个名为“F1 ARCADE”的全球高端主题酒吧计划—将在全球超过30个城市陆续推出主打F1模拟机和高端餐饮社交体验的酒吧，意在拉近普通人与F1运动之间的距离。首发的伦敦店有望在11月正式开业。F1也丝毫不隐藏对于中国市场的战略野心。首席执行官多梅尼卡利接受采访时表示，在中国举办第二站赛事是“100%现实”的事情。

03

万象

INSPIRATION



POWER

近日的一场英超比赛中，阿斯顿维拉队前锋英斯佩戴耳机带领因听觉障碍佩戴耳机的球童登场。

全球一流IP授权合作

TEAM CHINA

FIFA