

上接09版

体育营销成为  
中企全球化抓手

世界杯在全球范围内享有广泛的影响力和观众基础,这对于中国企业的全球化拓展有着重要的作用。

以这次卡塔尔世界杯举办地的中东地区为例,这里正成为中国出海企业的重要发展方向。有关数据显示,60%的出海企业海外业务已经涉及3个以上大洲及地区。东南亚、欧洲和北美依然占据中国企业出海的首选目的地,同时,南美、非洲、中东等新兴地区正成为中国企业出海的“新蓝海”。

记者了解获悉,中东和非洲地区一直是华为最大的海外市场,仅次于中国本土市场,占比约24%。在中东的智能手机市场中,华为占据约15%的市场份额。

去年以来,海信、美的、海尔等也在加快中东非市场的布局。据悉,中东非洲区是海信品牌最早“出海”的地区,也是海信品牌资产增长最快的海外市场之一。从2012年至2021年,海信中东非洲区营业收入从15.3亿元增至93.7亿元,年均增长率达到25.9%。

因此,赞助卡塔尔世界杯并不仅仅是一次市场营销行为,而是推动海信全球化发展的长期战略。记者获悉,今年3月,海信在迪拜著名的迪拜山庄购物中心开设的中东首家品牌旗舰店亮相。今年5月,海信国际营销公司中东非区总经理欧扬在接受记者等采访时透露,海信已经在卡塔尔规划另一家旗舰店,今年计划在沙特阿拉伯开设两家旗舰店。“接下来我们将在多哈、科威特、沙特等整个中东开10家专卖店。”

## 公告

因中国电信股份有限公司淄博分公司新建北门需封闭天鸿路与鲁泰大道交叉口西150米路南非机动车道道路,具体封闭时间公告如下:

封闭时间为:2022年11月30日至2023年1月15日。

在工程施工道路封闭期间,过往车辆请绕行其他道路。由此给公众带来的不便,敬请谅解。

淄博市公安局交警支队高新区大队  
中国电信股份有限公司淄博分公司  
2022年11月24日

延伸阅读

# 咪咕、抖音斥巨资夺下世界杯线上转播权



11月22日,沙特阿拉伯队球员在进球后庆祝。

作为全球顶级赛事,世界杯拥有无与伦比的商业价值,甚至被誉为四年启动一次的超级印钞机,与世界杯相关的各个领域也成为各大商家和媒体争夺的焦点。其中,世界杯转播权的竞争尤其激烈。

据悉,世界杯的转播权包括电视权、广播权、宽带权、网络电视传输权以及移动传输权。

中国中央广播电视总台11月16日发布的关于世界杯版权保护的声明透露,中央广播电视总台拥有卡塔尔世界杯在中华人民共和国(除香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾地区)独家电视和新媒体版权及分许可权利。另外,中国移动咪咕、抖音、上海五星体育频道、广东体育频道、广州南国都市频道和广州竞赛频道获得了总台授权。

咪咕、抖音转播权投入  
或超10亿元

从央视的声明可以看出,此次对卡塔尔世界杯的版权要求非常严格,对于未经总台总经理室正式授权的,任何机

构或个人均不得在中国大陆地区通过电视、广播、互联网、移动通讯网、IPTV、互联网电视、移动媒体电视、各类应用软件及其他任何音视频视频转播技术或平台,以直播、延迟播出、点播、轮播、回看、下载或剧场院线播放、公共场所播放等任何方式,使用卡塔尔世界杯的音视频节目内容、广播电视信号或任何相关视听素材。

今年获得卡塔尔世界杯转播权的线上平台并不多,只有抖音和咪咕两家。此前有消息称,央视或一次性以3亿至4亿美元的价格拿下了2018年和2022年两届世界杯的转播权,咪咕和抖音为拿下卡塔尔世界杯转播权花费则超10亿元,不过两平台目前都尚未有正式回应。

不过,抖音方面表示,抖音集团将覆盖28天全赛程,提供全场次、4K超高清免费直播,用户也可以直接预约想看的比赛。

“元宇宙”观赛  
成线上竞争新热点

获得赛事转播权的平台

一般都会匹配相对应地衍生节目与用户实现互动。据悉,抖音站内将上线多档衍生节目,比如评球大咖段暄携手张路带来世界杯每日观赛指南《DOU来世界杯》;范志毅搭档管泽元组成“管范”战队,在《依然范志毅》中“召唤”2002国脚;黄健翔将联手德云社在《黄家足球班》以相声形式点评足球赛事;黄健翔、段暄、刘建宏还将在《懂球大会》合体;范志毅、黄健翔、段暄等人还将在《一分钟看懂世界杯》栏目中科普足球知识。

今年在冬奥会赛事播放上大放异彩的咪咕则直接将“元宇宙”搬到了观赛互动空间,依托“5G+4K/8K+XR”等技术,打造沉浸式体验。

咪咕也为世界杯准备了多档衍生节目,比如“大咖与朋友们系列”节目,将邀请泰斗级体育评论员宋世雄,知名足球评论员詹俊、董路,著名主持人李响以及数十位嘉宾大咖。同时,还将上线《世界杯最强音》《詹前顾后》《你懂球吗》等10余档特别节目。

据了解,咪咕近年来一直在重点布局体育赛事板块,特别是从2018年俄罗斯世界杯

开始,后续的重点赛事如欧洲杯、奥运会、冬奥会等均沉淀下巨大的用户流量,今年北京冬奥会期间,解说嘉宾王濛的加入更是将咪咕的曝光推向了高点。

国际足联转播权收入  
占比超50%

今年,国际足联预计将花费17亿美元,其中包括4.4亿美元的奖金和每支球队150万美元的备战费用。就目前来看,世界杯的冠军奖金池越来越高,冠军球队可获4200万美元,是史上最高的冠军奖金。亚军可获3000万美元奖金,参加小组赛保底可进账900万美元。参赛球员的个人奖金每日1万美元,最高可累计获得37万美元。

投入巨大的体育赛事靠什么赚钱?近两届世界杯,国际足联收入由营销权、许可权、转播权、咨询授权费、门票构成。其中占比最高的正是转播权,超过FIFA世界杯总收入的一半。

国际足联最近公布的2018年财报显示,2015年至2018年间,该组织的收入达到64.21亿美元,创下新纪录;其中,电视转播权收入超过31亿美元,其中95%来自2018年世界杯。

世界杯电视转播权的费用屡屡创下新高,2002年韩日世界杯的电视转播费用为16亿美元,2010年南非世界杯已涨到24亿美元。据悉,为了争夺2018年、2022年的世界杯英语转播权,美国福斯电视网和ESPN竞争激烈,福斯最终以4.25亿美元胜出。

国际足联表示,在与2022年卡塔尔世界杯相关的四年商业交易中,国际足联获得了创纪录的75亿美元收入,较上一届的商业周期多了10亿美元。

据《南方都市报》、新华社

讲文明树新风 公益广告

大众日报  
淄博融媒体中心  
融媒大台 团结大众 服务大众



# 促进安全生产 责任重于泰山

安全生产 重于泰山

抓/好/安/全/生/产 促/进/经/济/发/展