

奥运广告神话不再?

■ 本报记者 江雪

1936年,第11届奥运会首次通过电视实况转播,共有16.2亿万观众。

1996年,第26届亚特兰大奥运会电视实况转播累计观众196亿人次。那年,中国运动员谁都料想不到的是,一个被誉为“铁榔头”的女排运动员郎平,自1981年后连续获得“五连冠”、“七连冠”荣誉,再出征2008年北京奥运会、2016年巴西奥运会,不但当上了“运动女神”,还名副其实地成为“广告女神”。

此时,曾经的冠军、广告代言人刘翔和“跳水皇后”郭晶晶正式杀入“娱乐圈”,走向另一个“广告场”。

中国广告人最初的激动

2016年8月17日,中国再一次因为“奥运会女排进入半决赛”唤醒了属于上世纪80年代的记忆,那是中国女排特有的精神遗产。郎平再次因为凭借强劲力量,使得中国女排集体赢得“榔头”称号。而且,非常戏剧的是,郎平还不停地出现在各大电视媒体播出的广告片中。

“所以,从某种角度说,她和女排代表了中国的时代精神。”8月18日上午,重庆一位上市公司老板对《中国企业报》记者说。这个30年前毕业某院校体育专业的老板对郎平可谓“情有独钟”,正是这个灵魂上的“机缘巧合”,他在1995年前后选择了广告公司,并以运动主题创意打动了投资人,拍摄了中国第一个明星代言的广告故事片。

“那时,每天打开央视主要频道,都是两个漂亮、彪悍的大明星早晨跑步的镜头,口服液从此走入百姓的保健话题。”一位受这个故事传染,走入中国广告界的女“海归”对记者说。当然,她这个年纪的人更多关注的是奥运企业品牌以及代言明星。

事实上,1996年参与“美国奥运直播期间广告片”策划、制作、传播的主创人员,都成了今日中国广告业的“大咖”,为中国制造品牌、广告主品牌文化的形成、传播,贡献了各自的力量和才华。一家曾成功招标到奥运“广告代理权”的广告公司副总裁对记者表示:那年夏天,就一两个企业的广告主拿钱参与,都是昼夜倒班,号召全家人坐在一起,眼睛死盯着屏幕。广告时间一到,投资人就激动地喊:只要看见我们厂的那车轱辘一转,咱中国就出名了。

这就是中国广告人最初的激动。也是中国广告主最初的奥运意识。

“群媒体”生态：一次基于内容的商业模式创新

(上接第十四版)2.传统媒体、媒体人借势回归,议程设置能力增强。清博大数据监测显示,2016年2月份文章数TOP10无一例外都来自传统媒体,在一定程度上说明了,媒体作为组织化的内容生产机构,采集的一手信息在时效性和深度性上仍有无可比拟的优势。3.原创阅读增多,垂直行业类、短视频类公众号迎来春天。原创标签文章平均阅读量远高于未加原创标签的文章,用户对原创内容的需求越来越迫切。此外,垂直行业类以及短视频类内容发力较为明显。3月18日,新媒体视频平台“二更”对外宣布完成A轮融资,融资金额超过5000万元人民币。

趋势:基于微信平台的社群将继续增长

微信公号发展存的三个问题,分别是:1.流量两极分化,个别大号呈垄断优势,微信生态面临固化风险。2.原



王利博制图

一位参加拍摄的导演后来回忆道:“7天时间,广告企业领导跟着公司主创人员在北京选景,最后定在卢沟桥夜里拍摄。包括配乐、配音的全部后期制作,到把胶片交到央视审阅、批复、再由专人送到美国。那可是黄金15秒啊!眼睛一眨巴,过去了。老板第一次都急了,电话里喊,怎么时间不对啊?不到15秒啊?我们几百万的广告播出费可是全付了的!”

广告人笑着回忆:“那个小插曲也成了行业人日后的笑谈。当然,今天强调更多的还是奥运精神,企业家从营销中学到更多的也是拼搏精神。”

“猜不透开始,也猜不透结局”

营销战历来输赢参半。

据里约奥组委商业执行主任雷纳托·修齐尼说,里约奥运会赞助商将提供总共30亿雷亚尔给里约奥组委,但超过60%的赞助商投入是以产品和服务的形式支付,这也是奥运历史上首次现金赞助不足50%的情况。赞助商提供的产品包括5000辆日产汽车运送运动员和组织者、通用电气赞助场馆照明设备、三星提供的智能手机和平板电脑、布拉德思科保险为2万名运动员提供的健康保险、可口可乐提供主办方饮料、中国的361度提供志愿者服装等。

有公开资料显示:企业知名度每提高1%,需要投入2000万美元的广告费,但是借助大型体育赛事,投入

同样的广告费,效果可以提高10%。20年的经验告诉企业家们:营销良机绝不容错过。

据尼尔森网联公开数据显示,2015年互联网电视日均开机在1.26次以上,而奥运期间日均开机次数将大大高于平日达到3次以上。全民聚焦的奥运盛世、横跨奥运17天黄金时段,像创维、海信、TCL、长虹、康佳等电视品牌,每日曝光3亿频次可触达目标用户。

钱多的主,去伦敦、巴西赛场做广告。

钱少的人,年年在自家门口造声势。

一位80后创业者对记者表示:上海人曾经崇拜刘翔,很多企业找他代言。但是,刘翔在4年前的伦敦奥运的表现以及命运带来的种种无奈,很多粉丝对其的追捧变得更加理性。对待今天巴西奥运会上的郎平、杨洋、“表情包”等冠军的感觉也变得淡然。企业广告主和广告人以及明星都要注意时尚文化的走向。

恐怕是361度的老板也想不到,傅园慧会以“颠覆了传统”迅速蹿红。8月16日中午1点,仅就傅园慧更新的微博上晒出的一张背部印着“傅爷·洪荒之力”的新手机照片,就有千万粉丝跟帖。

某品牌跟踪师写道:“虽然赛场上的竞技拼搏,引来眼球聚焦的大屏与奥运机遇的相互碰撞,释放着巨大的广告营销价值。但‘猜不透开始,也猜不透结局’的体育比赛,往往给押宝奥运运动员的广告主,带来巨大的精神压力。”

“体育营销不再新鲜”

1996年,可口可乐公司将市场预算的47%投入到亚特兰大奥运会时,中国企业家第一次明白自己还有另一个身份:“广告主”。但是,2016年的奥运,赞助商普遍对里约的市场信心不足。比如国际赞助商之一麦当劳就决定不在奥运村建造一家最大的餐厅,而在北京奥运会和伦敦奥运会期间,麦当劳相继破纪录建造最大餐厅。当年伦敦的麦当劳餐厅有20个收银机位,能够接待1500名顾客。

关键之道体育资讯公司创始人张庆表示:体育营销不是新鲜事物,但其核心功能并没有改变。20年来,中国有了安踏与中国奥委会合作,有了李宁在篮球和跑步运动上的重点投入,有了特步13年前从娱乐起家、签约谢霆锋到今天冠名《天天向上》。

误区,需要快速减少。影响力需要快速增强。

从1984年洛杉矶奥运会到1996年的第26届亚特兰大奥运会,亚特兰大商会主席Williams说:奥运遗产仍然在改变着这个城市。

事实上,“奥运遗产”也改变了中国和中国企业家。2014年底,国务院发布46号文件,提出到2025年中国将打造5万亿元的体育产业大市场,这一文件激起了国内体育产业的兴奋点。2016年,在回忆1996年席琳·迪翁在亚特兰大奥运会演唱主题曲《梦想的力量》时,中国体育产业化拉开序幕:腾讯体育、乐视生态中心、阿里巴巴、万达体育都成了“体育宠儿”。

江湖



刘江峰出任酷派集团CEO

8月16日消息,乐视集团董事长贾跃亭正式宣布:手机界的传奇人物、前华为荣耀事业部总裁刘江峰正式出任酷派集团CEO。刘江峰在召开的乐视酷派cool1生态手机发布会上表示,辞职创业跨界生鲜一年多之后,并没有离梦想更近,反倒是与乐视集团董事长贾跃亭会面之后,一见如故。



解读:

一见如故,多么好的“接头暗号”。

在企业家扎堆儿的北京,遇到好的伙伴,是多么的幸运。贾跃亭就是这样想问题的。所以,乐视不缺人才入伙。他们显然是对乐视的生态打法有较深的认同。

在加入酷派集团之前,刘江峰曾在华为任职19年。历任华为全球技术部副总裁、亚太区副总裁、南太平洋地区副总裁兼澳大利亚公司董事长。在荣耀品牌独立后,刘江峰担任华为荣耀事业部总裁。

很多人赞叹“多么辉煌的履历”时,贾跃亭看上了他,新事业向他招手。从今以后,刘江峰将继续担任多点Dmall董事长。而乐视与酷派未来将是“双品牌战略”,酷派将融入乐视生态。

酷派是谁?它可是拥有超10000项专利积累的“大咖”。与乐视叠加专利储备达到21000余件。

如此,才能加速乐视生态全球化之路。

陈海鞠受贿被判13年

近期,中国东方航空集团公司前副总经理陈海鞠被上海市高级法院以受贿罪判处有期徒刑13年。法院查明,多起受贿事实系企业老板出资供陈海鞠赌博。他多次在代表单位出国进行商务谈判期间进入赌场豪赌,7天行程的商务谈判曾有4天在赌场度过。



解读:

一个企业高管把自己锻炼成为“赌博爱好者”,那得花多大工夫?

事实上,东航前副总陈海鞠是在退休后的家中被带走的。

这个生于湖北省公安县一个农民家庭的66岁老人,毕业于厦门大学世界经济系,拥有硕士学位,1973年进入民航业至今,的确是步步高升、大权在握,尤其喜欢和私企老板们一起搓麻将,常常通宵达旦,最后发展到把走进墨尔本皇冠赌场当成“梦想”。

跟电影里演得一样的是:陈海鞠经常利用出公差的机会在境外豪赌,有时候甚至一下飞机就“直奔赌场”。有一次,总共7天的商务谈判行程,他竟有4天在赌场里度过。

东航近10年已有12位高管因贪腐“落马”。

徐琪来了场“忘年恋”

近期,主导了叶问3一系列运作的“快鹿系”爆出各种问题,导致快鹿资金链出现问题。澎湃新闻7月26日报道,徐琪确认被免去快鹿投资事件管理处置委员会代表一职,并称将适时退出快鹿集团,一份快鹿集团现任董事局主席徐琪的辞职公开信在快鹿投资者群中流传。最搞笑的是,被“快鹿扣押的90后女记者”近日发布“与徐琪忘年恋”的信息,并得到证实。



解读:

生于1964年5月的徐琪是从2016年4月6日“临危受命”,接替施建祥任上海快鹿投资(集团)有限公司董事局主席职位的。

6月15日,快鹿发布公告确认徐琪离职;

7月3日,施健翔宣布,授权徐琪担任快鹿集团董事局主席一职;

7月26日,快鹿发布公告,免除徐琪上海快鹿投资事件管理处置委员会代表一职。

不是有点闹。

是太闹。

电光火石间,遇到了来访的女记者,几个月后,有微信公号爆出女记者微博高调秀恩爱,发了和徐老板的恩爱照,徐老板也很是受用,并附言,世界因为大胆而灿烂。

这还是做企业吗?

(本报记者江雪整理、点评)