

MONTU MONTHLY

SPORTS

—

CULTURE

—

2023

— 02

嘉诚经纬 行业月报

嘉诚经纬智库
对于行业的观察和思考

JCGC

01

TREND 本月趋势

世界杯主办城市商业化创新

2026年美加墨世界杯将开启全新的主办城市分销赞助权益商业模式。据主办城市委员会负责人透露，每个城市最多可以签约10家赞助商，主办城市赞助商将不被允许使用任何国际足联或当届世界杯的官方标志。但主办城市将会拥有自己的资产及权益吸引赞助商，具体的实施方法还有待确定。

科技巨头苹果加码体育营销投入

继去年取代百事可乐成为超级碗中场秀表演主赞助商以及拿下美国足球大联盟未来10年版权合作后，苹果成为世界冲浪联盟(WSL)官方可穿戴设备合作伙伴。每一位参加世界冲浪联盟比赛的职业选手都将佩戴苹果手表，并在比赛时通过定制应用获得即时关键信息，如比赛时间、海浪优先级等。



巴黎奥运会组委会发布慈善票务计划

响应国际奥委会2020+5发展计划中使奥运会更加普及的目标，巴黎奥组委宣布了一项慈善票务计划：每一位购票者有权选择捐助2欧元，该计划募集的公益资金将会用于为弱势群体提供现场观看奥运会比赛的门票及交通支出。

通过创新实现普及

在全世界范围内普及奥运精神以及健康积极的生活方式是国际奥委会持续不变的目标。然而实现的方式和途径会随着科技的进步以及社会环境的影响(如疫情)而改变。

互联运动在过去几年兴起，国际奥委会也在积极通过这一科技手段让更多普通人投身运动。东京奥运会前，国际奥委会史无前例地与自行车、赛艇、帆船、棒球及赛车5个单项国际体育联合会以及相关互联运动技术支持方合作推出了奥运虚拟系列赛，在全世界范围内吸引了超过25万人参与。试水成功后，国际奥委会决定将虚拟系列赛升级为一年一度的电子竞技周，首届电子竞技周只囊括虚拟体育项目，将会于2023年6月在新加坡举办。



对于在中国高度发达的电子竞技、创新互联运动产业来说，国际奥委会的电子竞技周是不可多得的在全世界范围内展示其前沿科技以及推广健康生活理念的平台。

把握并理解奥运会不断改革的趋势，以及如何为之提供价值将是未来一段时间品牌和其他有志于投资或参与奥林匹克运动推广的组织必须思考的问题。



全球一流IP授权合作

TEAM CHINA

F1

FIFA

Laureus

THE OPEN

ATP FINALS

LONDON FILM FESTIVAL

le Bal