



中国7家赞助商 其中一家与宁波有渊源

据了解，目前，国际足联对于世界杯赞助商的开发主要分为三级赞助体系，每一层级有不同的赞助门槛和权限。

第一级别是FIFA合作伙伴，可以在任何时间任何地点使用FIFA及其所有赛事活动商标，且数量极其有限，是全球各大企业的“必争之地”。据彭博社估算，这一级别赞助商赞助费在1.5亿美元左右。目前，FIFA全球合作伙伴为包括万达在内的7家公司。

第二级别是FIFA世界杯赞助商，海信、vivo、蒙牛3家中国企业位列其中。相比于巴西世界杯时的8家二级赞助商，俄罗斯世界杯只找到了5家二级赞助商。这意味着，中国企业占据了二级赞助商的大半江山。

第三级别赞助商区域级赞助商则是本届世界杯的创新，此前这一级别赞助只向主办国本土的公司开放，今年则增加到全球范围5个区域，席位也由4个增加到了20个。虽然这一级别赞助商限制较多，但亚洲区域的4个赞助商名额，已有3个被中国企业拿下，分别为雅迪集团、指点艺境、帝牌国际。据悉，这3家企业支付的赞助费用均为2000万美元。

目前，中国有万达、蒙牛、海信、vivo、雅迪、帝牌、指点艺境7家企业跻身其中，创下了世界杯中国赞助商之最，7家企业总赞助金额或超3亿美元。

7家企业中，指点艺境这家公司颇为神秘。记者查询企业工商资料发现，指点艺境（天津）科技有限公司与宁波还颇有渊源，该公司成立于2016年，是一家主营计算机软件开发、开发多媒体软硬件产品的科技公司，股东包括指点控股（持股92%）、上海阿米巴创业投资合伙企业（持股8%）。而指点控股的参股股东包括宁波梅山保税港区晟景指道投资管理合伙企业（有限合伙），这是一个私募基金管理平台。

在指点艺境的大股东指点控股担任董事职位的薛宇宁曾表示，LUCI（指点艺境）是做新科技产品的，需要一个渠道让受众知晓，赞助世界杯是一个很合适而且高效的方式。

商家抢抓世界杯商机

球星对对碰、大数据猜球、VR世界杯、足球宝贝秀、大咖侃球……世界杯商机岂容错过，各种活动轮番上演。

昨晚，南塘老街城门口音乐酒吧就涌来了一大波球迷，这里同步世界杯最热现场，而且还举办世界杯每晚竞猜赢大奖活动，实时给消费者送福利。酒吧也给出了优惠，建了一个微信球迷群，球迷凭借群内成员身份可以7折预售套餐，现场享受85折的优惠价。在老外滩一个酒吧，记者看到打出了“俄罗斯世界杯啤酒节”的广告，工作人员称，酒吧不仅准备了啤酒、美食，还有好玩的游戏，各种福利，并且对比赛实时转播。

一些与世界杯相关的活动也火热上演，如腾讯体育举办2018世界杯足球宝贝大选宁波赛区活动，百威啤酒赞助了2018“百威杯”宁波市球迷足球争霸赛。世界杯期间，和义大道将举办三场真人趣味足球赛，和义大道购物中心将举办世界杯“致敬传奇”球衣展，展出数十件承载着光辉记忆的球衣，为期一个月。

一些旅游机构则不违时机地推出了宁波-俄罗斯的深度游，如有的行程安排了莫斯科、圣彼得堡、谢尔盖耶夫镇、拉多加湖、皇家庄园等，称要把经典景点一网打尽。

据记者了解，宁波市已有40多名球迷通过世界杯官网成功申购到球票，他们将通过自助组团的方式，分两批前往俄罗斯现场观看世界杯：拿到小组赛球票的21人团将于6月12日出发，而观看淘汰赛的24人“亲子团”定在6月30日启程。这其中既有20多年前就开始出国“追球”的资深球迷，也有即将圆梦的世界杯看台新人。

新闻链接

凭借着世界杯这个全球最大的体育盛事以及商业价值最大的体育IP，外界预计国际足联（FIFA）将在本届世界杯上获得超过80亿美元的收入。其中，电视转播权收入约27亿美元，厂商赞助收入约20亿美元，授权品牌产品销售约40亿美元。

作为本届世界杯中国区的独家全媒体版权所有者，央视成为众多想蹭世界杯热点的企业追捧的对象。令外界兴奋的是，央视此次“一改常态”，不再将版权独揽在自己手中，而是将新媒体版权授予优酷与中国移动旗下的咪咕视频。咪咕视频获得全部64场央视世界杯赛事的直播和点播权，优酷宣布拿到俄罗斯世界杯赛事直播、点播、花絮等多项权益。

外界预计，新媒体版权给央视带来的收入或可达10亿元以上。不过，与广告收入相比，版权收入只能算“小弟”——仅央视世界杯首批广告资源官方赞助商的标底价格，就已高达35.62亿元。