

号称“美国春晚”的美国国家橄榄球联盟(NFL)超级碗,昨天在休斯顿揭开了第51届的面纱。新英格兰爱国者队上演不可思议的逆转——在最多落后25分的情况下,爱国者队在头号球星、传奇四分卫布雷迪的带领下,末节反扑追平比分把比赛拖入加时赛。怀特在加时赛中完成达阵绝杀,以34:28逆转战胜亚特兰大猎鹰队之后,爱国者队第5次夺取超级碗冠军,这是他们自2014年后再次夺冠。

除了精彩的比赛之外,金钱、娱乐等衍生物永远是超级碗不可忽略的吸睛之处。在这一天,美国人大约吃下12.5亿只鸡翅、1100万个比萨、1120万磅薯片和5000万箱啤酒……而马桶的水压也将将在某一个时间达到最高峰,无数的家庭电视都转向了同一个画面。

作为世界上最大、盈利最多的体育联盟,NFL本赛季总收入预计将达到惊人的130亿美元。平均每支球队的价值也达到了23亿美元,每年每支球队的运营利润,也达到了1亿美元。

作为这样一个疯狂吸金的联盟中最火星四溅的一场比赛,无论是超级碗的球票与广告的价格,还是场上奔跑的百万富翁们,抑或是包厢里身家数十亿美元的商贾大亨,甚至是华丽的广告大餐、赛前嘉年华与中场秀,始终都是人们的议论焦点。

比如,以下我们要说的这笔经济账——

30秒广告500万美元! “美国春晚”超级碗背后 拥有怎样庞大的多元产业链?

□本报综合报道



超级碗的中场表演

不出意外的,百事可乐公司连续第15年赞助超级碗的中场表演。据Sports Business Journal透露,百事可乐的赞助费约为每年700万美元。而去年出席了开场表演的Lady Gaga,则领衔了今年的中场表演——五百架发光的无人机为她造势,堪称是历届超级碗比赛表演难度最高的中场秀。根据惯例,NFL可不会为Lady Gaga的表演提供报酬……据悉,去年超级碗的

中场表演有1.185亿人观看,这可能比看超级碗比赛的人都要多,要知道,中场表演仅有12分钟。

此前,“火星哥”(Bruno Mars)、碧昂斯、“水果姐”(Katy Perry)在参加了超级碗中场表演后,其音乐的下载量与专辑的销售量都有大幅增加。Lady Gaga则宣布在今年超级碗赛之后,就将开始她的“Joanne”世界巡演,也要趁着超级碗的东风火一把。

超级碗的精彩广告

2016年,NFL的收视率4年来第一次下降,原因当然是多方面的。尽管如此,超级碗还是一年中唯一能让亿万美国人都守候在电视机前的节目。

根据Ad Age的数据,福克斯电视台2017年超级碗的30秒广告,要价至少500万美元,而为了拍摄这些精彩的广告,预计总投入会达到3.85亿美元,占2017年美国网络电视广告支出的2.3%。

根据往年的数据来推算,今年第

51届超级碗广告的总收入会达到惊人的49亿美元,根据一些专家的估计,如果考虑上通货膨胀,总收入将达到63亿美元。

除了哪些屡次登陆超级碗广告的品牌,GNC、Procter & Gamble's Fabreze、84 Lumber和Top Games将会是第51届超级碗广告中的新面孔。而多力多滋、丰田、塔可钟快餐等老面孔,则意外没有出现在今年的赛事广告中。

超级碗的票价

自从达拉斯牛仔在国联分区赛中被淘汰出局之后,今年超级碗的票价有一定程度的下降。

根据TicketIQ的数据,截止到比赛前4天,超级碗球票的票价在二手票网站上的平均价格是4243美元,这个数据比去年同期下降了13%。

而Stubhub网站上的最低票价是2043美元,对决出阵之后的一周内下降了很多。而在球场中场位置的一层看台的票价,在Stubhub的平均价格大概是4850美元,假如你想坐在最前排的位置近距离接触比赛,中场线最贵的座位大概是15000美元左右。

不过,由于球队20英里范围内的酒店的价格起码在400美元一晚,像Airbnb、HomeAway等民宿最低起价甚至到达600美元一晚,且早已预定一空。去超级碗现场看球,花费可不止球票的价格。

目前,NFL官方还没有给出球票的分配情况,不过根据去年的情况和规定看,参赛双方的爱国者和猎鹰大概能分得到17.5%的球票,而作为地主的德州人也能分到一部分(大概5%)的球票,剩余29队NFL球队再分得到大概1%的球票。此外,每名NFL球员有机会买两张优惠票,平均票价是1825美元。



超级碗的电视转播

超级碗的收视人数往往能达到一亿人以上,2015年超级碗新英格兰爱国者与西雅图海鹰的精彩对决,更是吸引了平均1亿1440万人次收视,创下美国电视史空前纪录。

有这样的转播收视,自然价格也是不

菲。据了解,CBS向NFL每赛季支付10.8亿美元,获得包括2016、2019和2022三年超级碗赛事的转播权。而NBC和Fox将在其余的年份里轮流对超级碗进行转播。今年的超级碗,轮到的是每年给NFL支付11.5亿美元转播费用的Fox。



Lady Gaga 超级碗开唱 从天而降太霸气



姚明现场观战NFL超级碗大赛

超级碗的品牌价值

在福布斯的年度榜单中,超级碗连续多年荣膺世界最有价值的体育赛事品牌,力压奥运会和世界杯。

福布斯的赛事价值计算,是基于它们从媒体、门票、赞助和授权商处获得的比赛日收入的总数得出的,去年的超级碗从电视转播、球票销售、赞助与衍生品销售等领域共获得6.3亿美元的收入。

据普华永道估算,今年的超级碗直接从休斯敦地区获得的收入,可能达到1.9亿美元。而根据休斯敦当地媒体Houston Press预测,本届超级碗将在住宿、餐饮、旅游、娱乐等多个方面获得大约5亿美元的收入。

当然,举办一届超级碗的费用也不低。根据休斯顿超级碗委员会统计,本届超级碗的举办费用达到了6300万美元。

如今超级碗的成功,除了美式橄榄球本身的魅力,还包括了“全娱乐模式”。那些曾经喊出学习NBA的联盟,也纷纷把学习的目光投向了NFL,去学习体育娱乐化的先进模式。当然,我们也应该清醒的认识到,体育产业本身是一门慢生意,想要指望体育产业有井喷式增长是不现实的事。“台上一分钟,台下十年功”,任何一项顶级赛事在场上表现出的光鲜,都离不开运营者在背后多年的默默努力。