

2024

运动明星营销市场与趋势观察

芝恩出品 2024年

目录 CONTENTS



01

运动明星代言市场扫描

运动明星社媒营销分析

02

03

运动明星商业合作分析



01

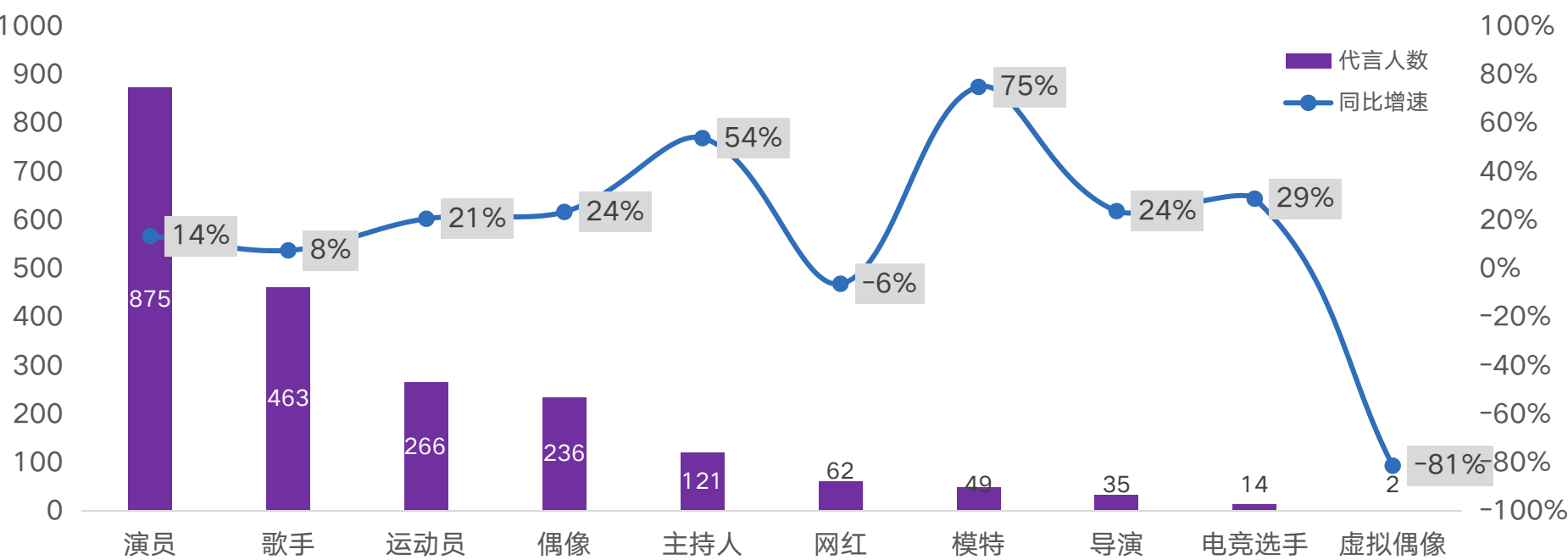
运动明星代言市场扫描

明星效应进一步凸显，代言市场升温，运动员代言商业价值显现



- 同比去年，代言人官宣数量同比增长22%，明星背书效应仍在增长；
- 演员、歌手仍作为品牌代言人首要考虑对象，运动员代言人官宣数量进入TOP3；
- 主持人、模特身份的代言人数数量增速显著。

2024年全行业代言人官宣数量及同比增速



1,500 同比 +22 %

Y24 官宣代言数量

240 同比 -25%

Y24 官宣代言人品牌

18% 同比 21%

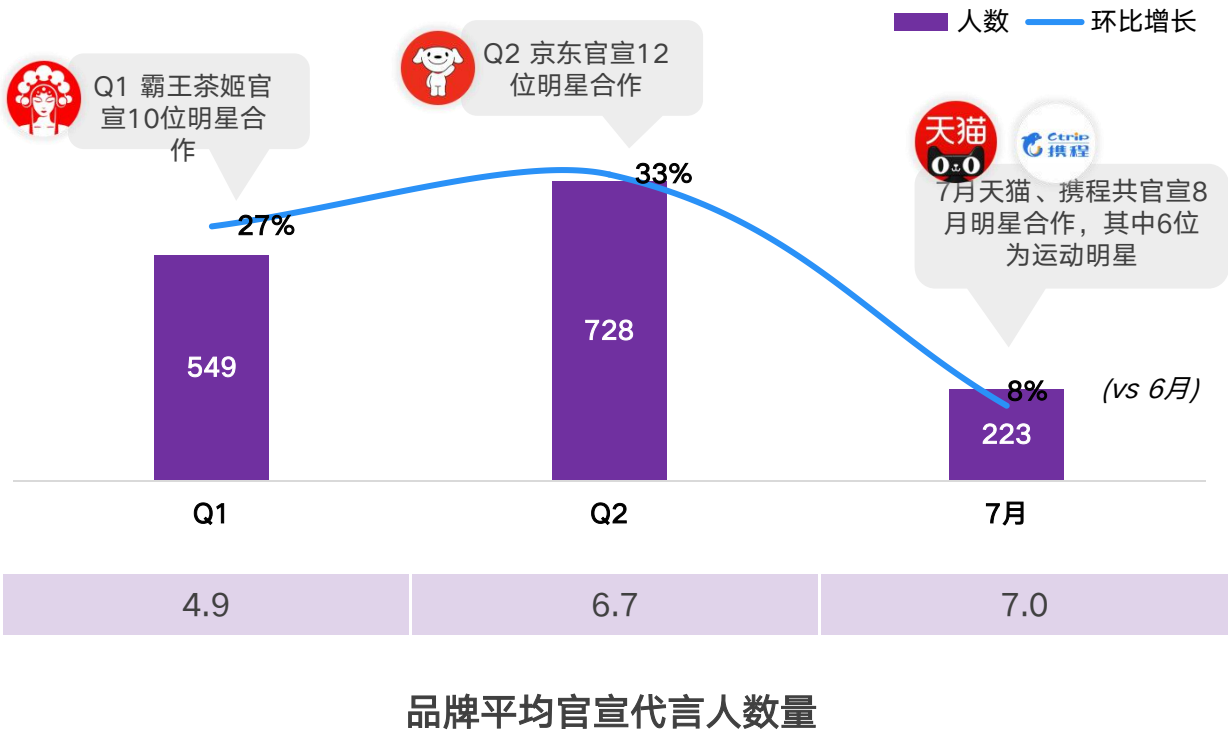
Y24运动员代言人占比

明星矩阵式合作成为新趋势，品牌乘势奥运押宝运动员

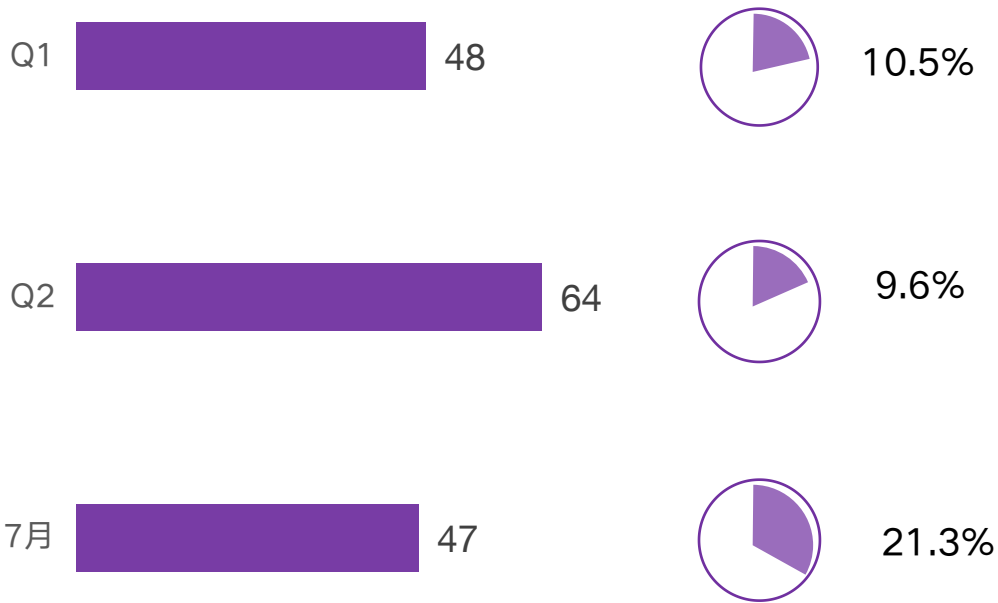


- 品牌平均官宣6.3个代言人，矩阵式明星营销成为新趋势；
- 7月奥运开启，品牌纷纷官宣运动明星代言人，占7月总代言人21%。

2024年全行业官宣代言人数by Q



2024年全行业运动员代言人人/占比

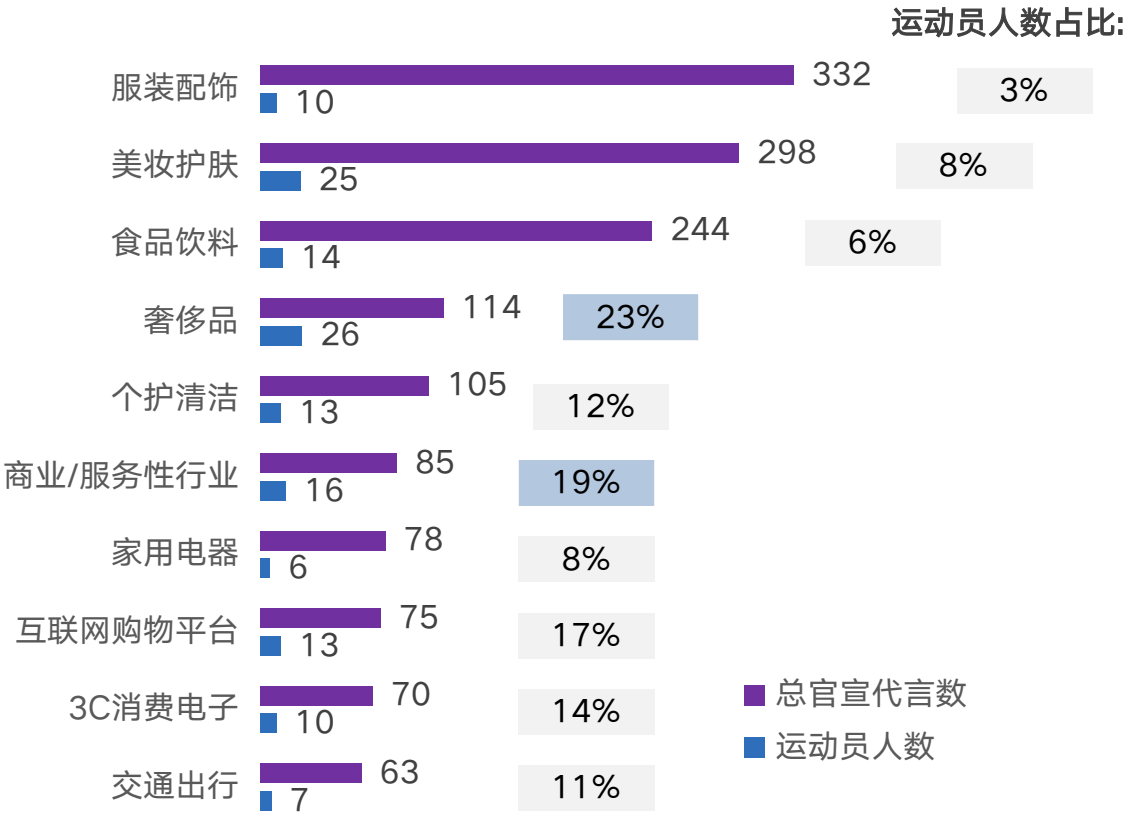


服装、美妆行业对代言人依赖程度高，奢侈品、商业/服务品牌偏好运动明星



- 奢侈品行业官宣代言人中运动员代言人占比最高，达到23%。代言类型涵盖珠宝、成衣、腕表及高端汽车等；
- 商业/服务性行业品牌以霸王茶姬为代表，“批发式”官宣运动明星为代言人。

2024年行业官宣代言人TOP10



奢侈品品牌代言案例:



商业/服务性行业代言案例

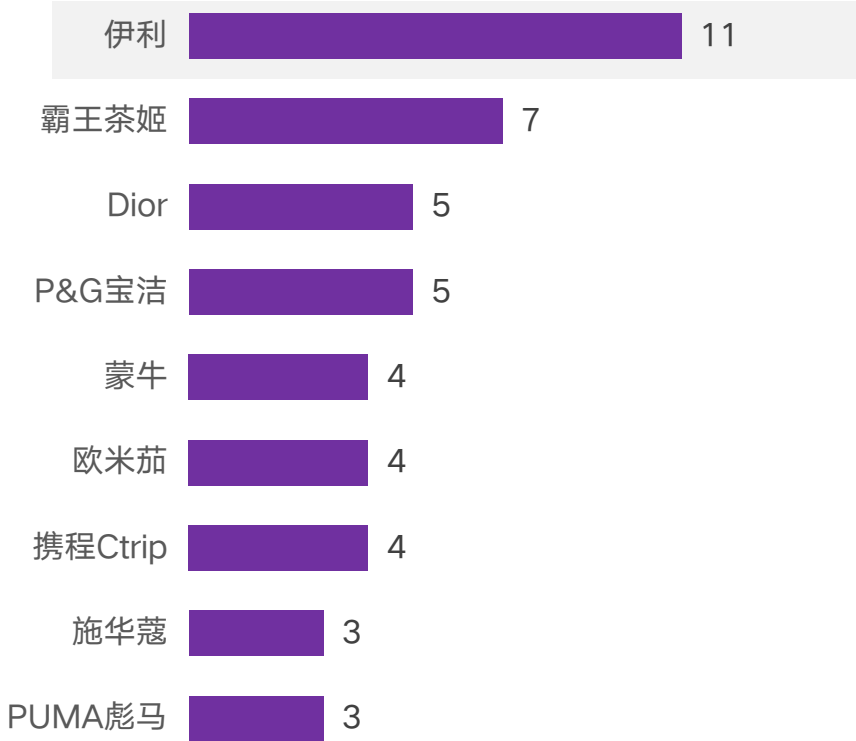


伊利携手众多运动员位居运动明星代言合作品牌榜首



- 伊利成2024年拥有最多运动明星代言人的品牌，共官宣11位运动员，领域多元，更偏爱乒乓球及田径运动员；
- DIOR成为官宣运动员作为代言人最多的奢侈品品牌，共官宣五位代言人。

2024年官宣运动明星代言人数量TOP品牌



2024年伊利官宣合作运动明星列表

序号	姓名	职业	官宣日期	代言身份
1	樊振东	乒乓球	2024-02-25	品牌代言人
2	王楚钦	乒乓球	2024-02-25	品牌代言人
3	孙颖莎	乒乓球	2024-02-25	品牌代言人
4	杨绍辉	马拉松	2024-03-24	品牌代言人
5	何杰	马拉松	2024-03-24	品牌代言人
6	刘翔	田径	2024-05-15	品牌代言人
7	许海峰	射击	2024-05-21	品牌大使
8	李娜	网球	2024-06-05	品牌代言人
9	王嘉男	田径	2024-06-17	品牌代言人
10	刘清漪	街舞	2024-07-20	品牌代言人
11	谢震业	田径	2024-07-23	品牌代言人

冬奥余温未消，乒乓接棒，乒乓运动员商业价值TOP10中占4席



- 马龙独占鳌头，出色的外形条件、goat级别的体育成绩及极低的风险指数强势奠定高商业价值，占据商业价值TOP1；
- 冬奥会余温未消，冰雪运动员仍炙手可热，谷爱凌、武大靖进入运动明星商业价值TOP3；
- 乒乓球运动员王楚钦商业价值排名上涨最多，反映品牌对于其在巴黎奥运的表现期待。

2024年运动明星商业价值TOP10表现



游泳运动员商业价值凸显，张雨霏凭借8个代言成2024年代言数量最多的运动员



- 张雨霏2024年官宣8个代言，成本年度代言数量最多的运动员，代言品牌涵盖交通、家用、美妆、奢侈品、互联网及个护；
- 游泳运动员独占三席，商业价值凸显；
- 小众运动商业价值显现，赛车、拳击、击剑运动员上榜

2024年运动明星新增代言数TOP10



张雨霏2024年官宣代言汇总

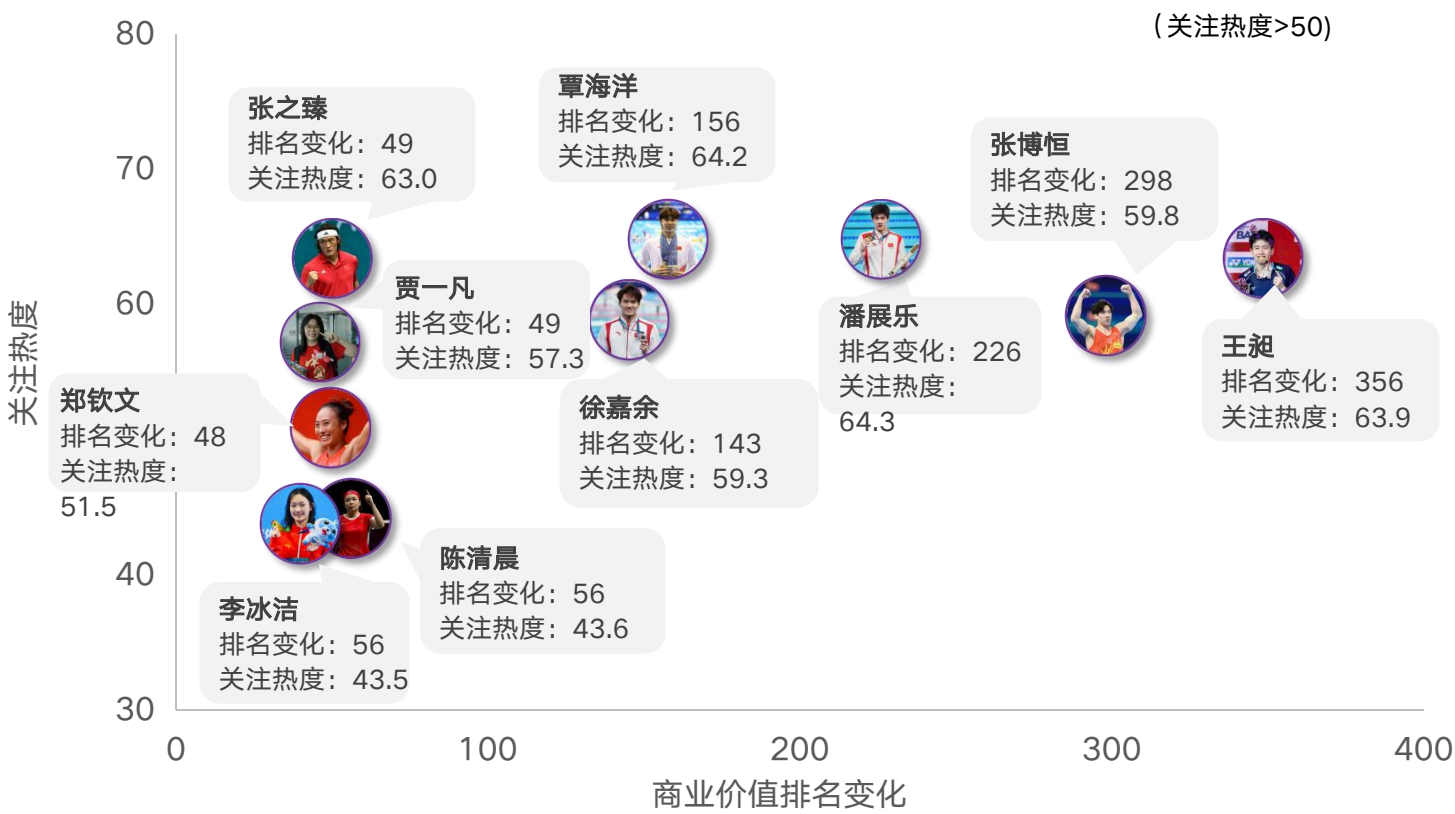


奥运期间王昶、张博恒商业价值爆发，商业价值排名大幅上升；游泳队成最大赢家；郑钦文商业价值再上一层



- 泳队凭借奥运成绩及良好的外形成最大赢家，奥运期间4名游泳队员行业排名大幅上涨；
- 携程押宝成功，王昶、潘展乐占商业价值排名变化TOP3。

奥运月-运动明星商业价值排名变化TOP10



运动明星商业价值排名变化TOP10代言明细

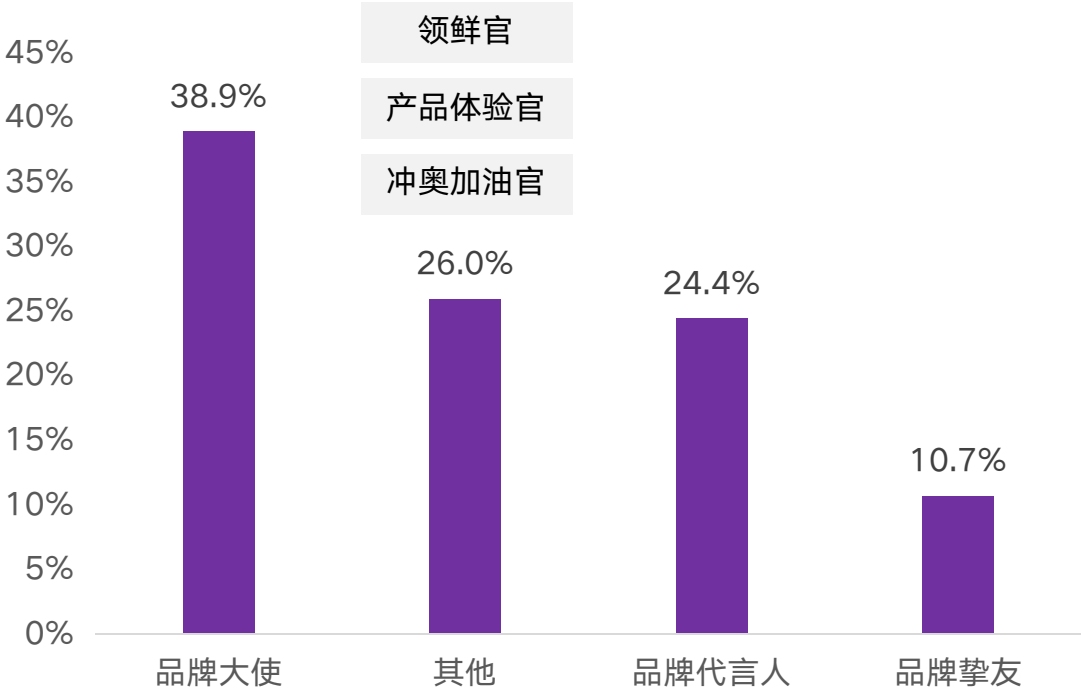
运动员	职业	7-8月官宣代言
王昶	羽毛球	携程Ctrip
张博恒	体操	携程Ctrip、天猫Tmall
潘展乐	游泳	携程Ctrip、曼秀雷敦、清扬、滴滴出行、格沁
覃海洋	游泳	LV
徐嘉余	游泳	无品牌官宣
陈清晨	羽毛球	昆仑润滑、Lululemon
李冰洁	游泳	INTOYOU、清扬
张之臻	网球	光明乳业、BMW宝马
贾一凡	羽毛球	昆仑润滑、Lululemon
郑钦文	网球	无品牌官宣

运动员主要以品牌大使身份进行沟通，品牌创新以【体验官】为代表的更多代言身份



- 品牌大使占比最高，接近40%，其次为代言人及挚友；
- 美妆、食品饮料行业创新出更多体验型、推荐型的身份让运动员为品牌代言。

2024年运动明星代言身份分布



2024年运动明星代言身份案例

互联网

美妆

食品、饮料



02

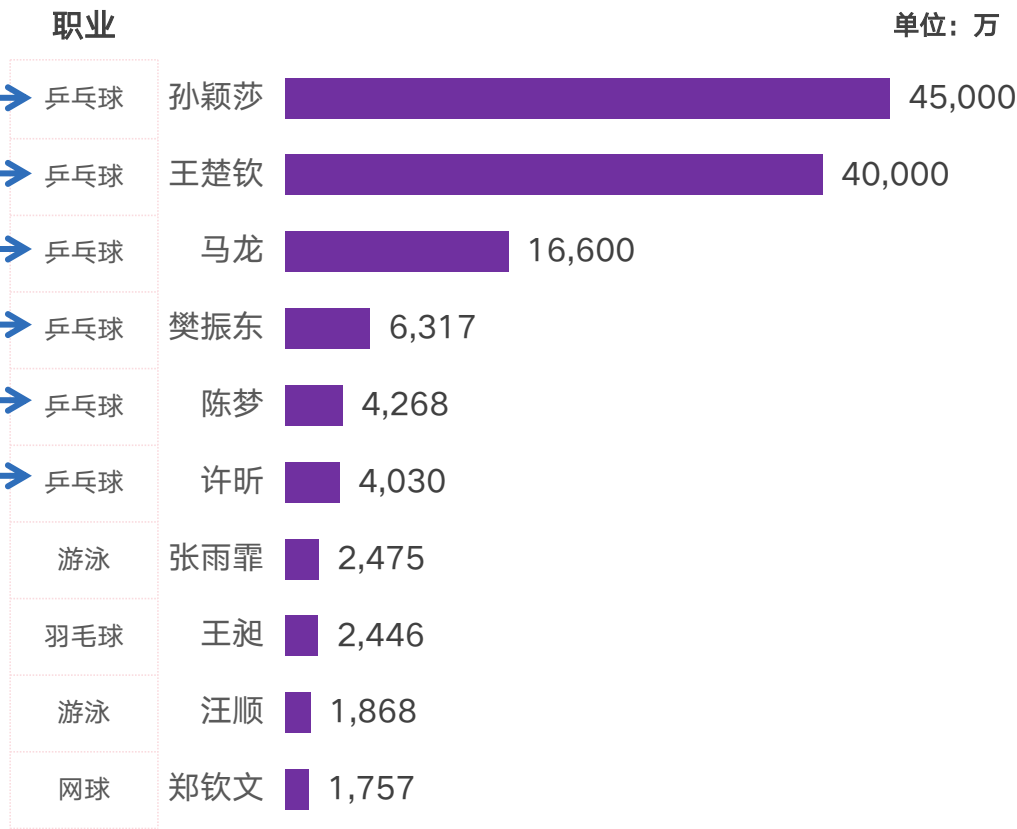
运动明星社媒营销分析

乒乓球无愧国球地位，乒乓运动员占据高互动TOP6，王楚钦、孙颖莎为伊利贡献最高声量

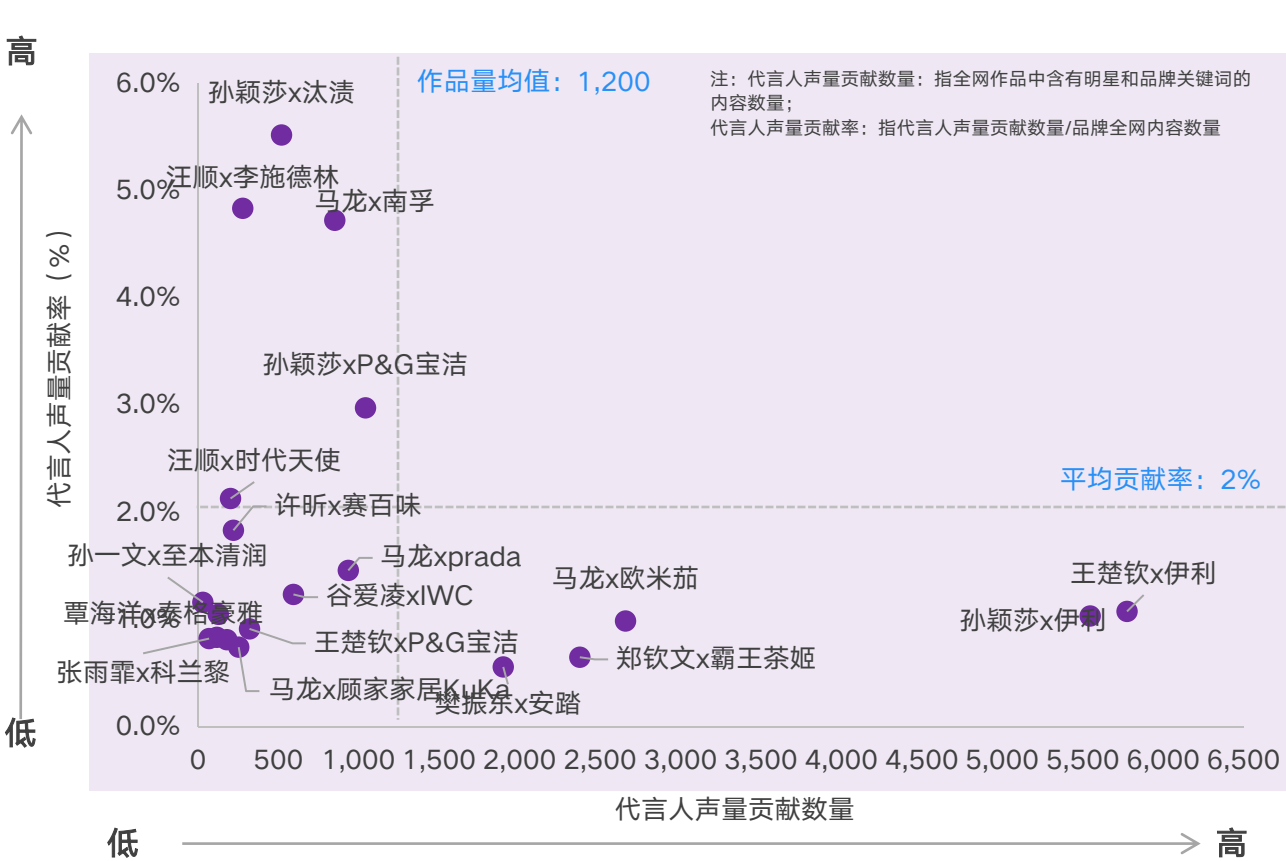


- Y24高互动运动员主要来自乒乓球、游泳、羽毛球及网球领域，乒乓球国民度最高，品牌收割用户心智；
- 孙颖莎对汰渍的声量贡献率最高，王楚钦、孙颖莎同伊利的合作贡献最多声量。

2024年运动明星互动量TOP10



2024年高互动量代言人品牌舆情声量贡献



微博|“莎头”组合微博互动遥遥领先，伊利押宝成功

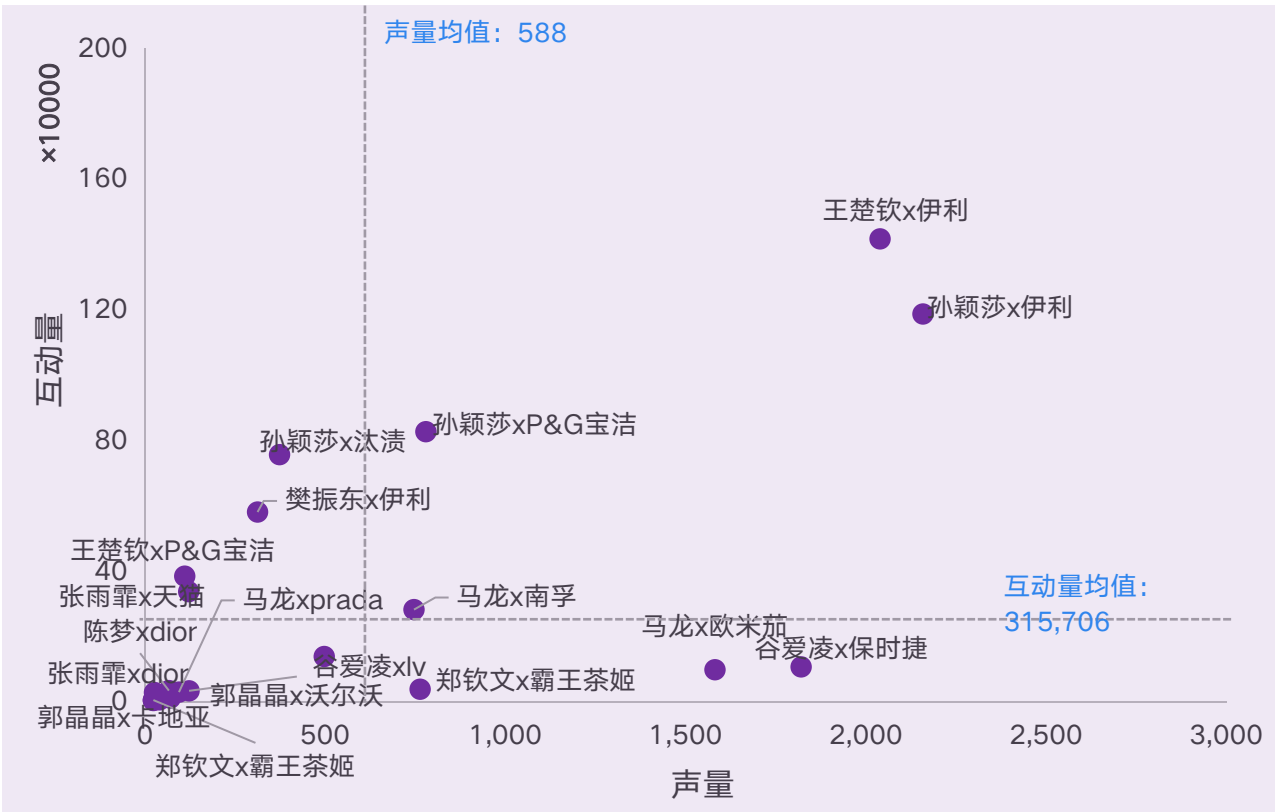


- 微博是乒乓球迷聚集地，粉丝互动能力强；“莎头”奥运混双夺冠，热度再上一层楼；
- 伊利同时押宝孙颖莎、王楚钦，品牌声量位居第一；
- 老牌运动员郭晶晶凭借奥运裁判身份再次受到关注。

2024年运动明星相关互动量TOP10



2024年高互动量代言人品牌舆情声量贡献



微博|高互动代言内容示例



3,489万

2024伊利微博
总互动

260万

2024伊利微博
孙颖莎&王楚钦
品牌相关总互动

7%

2024伊利微博
孙颖莎&王楚钦
品牌互动贡献占比



伊利为王楚钦庆生



互动量: 25.4w

孙颖莎转发伊利宣传片



互动量: 25.3w

伊利官宣代言人



互动量: 19.1w

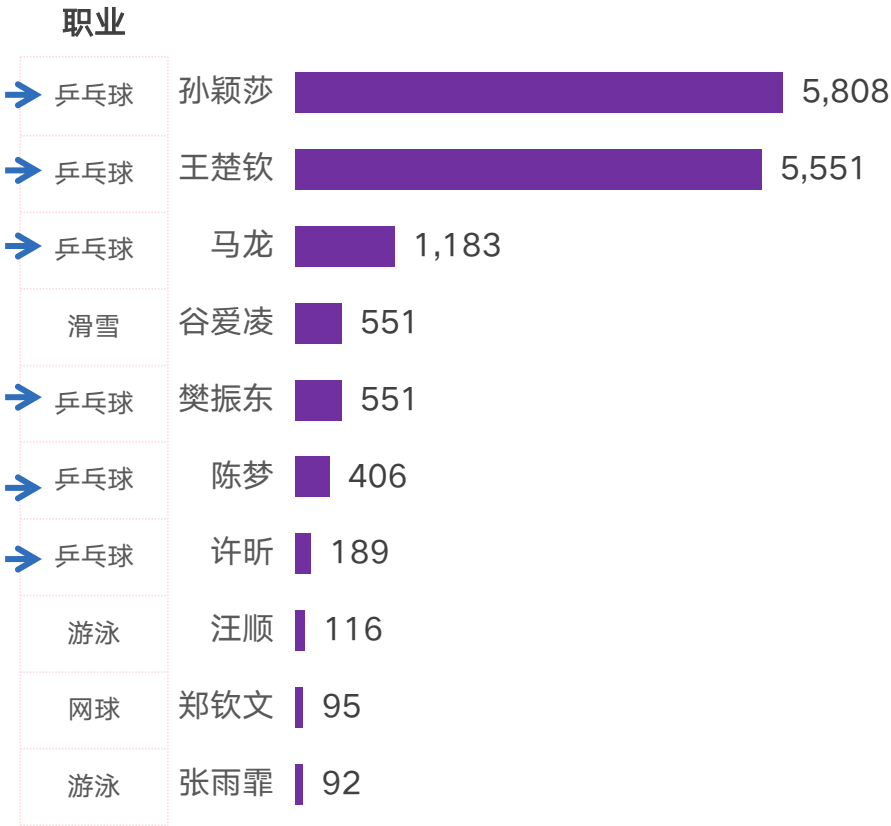
小红书|乒乓球热度断层领先，谷爱凌热度不减，郑钦文夺冠实力出圈，带领霸王茶姬突围



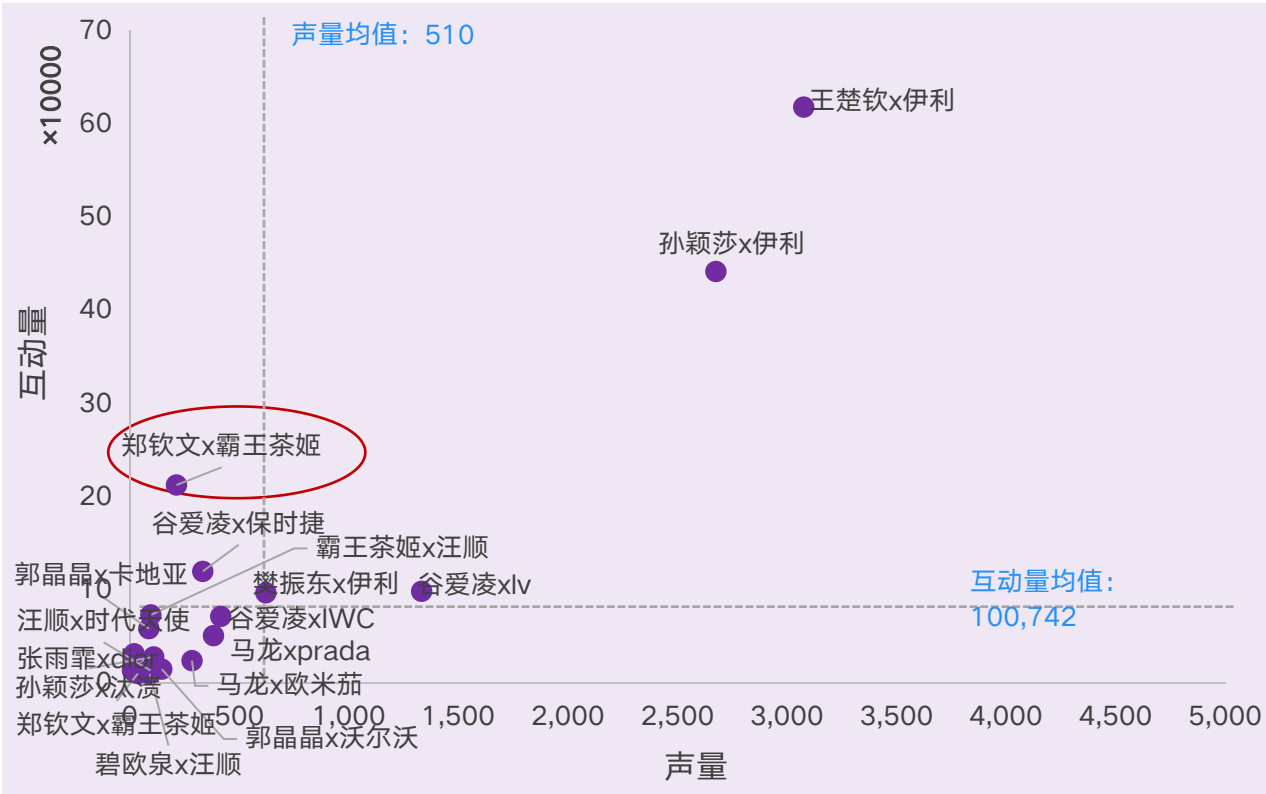
- 乒乓球热度席卷小红书，王楚钦、孙颖莎、马龙相关内容互动量断层领先其他运动员；
- 谷爱凌热度长青，热度从东奥蔓延至夏奥；许昕凭借奥运会期间解说实力出圈，挤入互动榜单TOP10；
- 郑钦文带动霸王茶姬实现高互动，queen wen夺冠实力出圈，霸王茶姬提前下注收获颇丰。

2024年运动明星相关互动量TOP10

单位：万



2024年高互动量代言人品牌舆情声量贡献



小红书|许昕奥运赛场下”躺赢“



189万

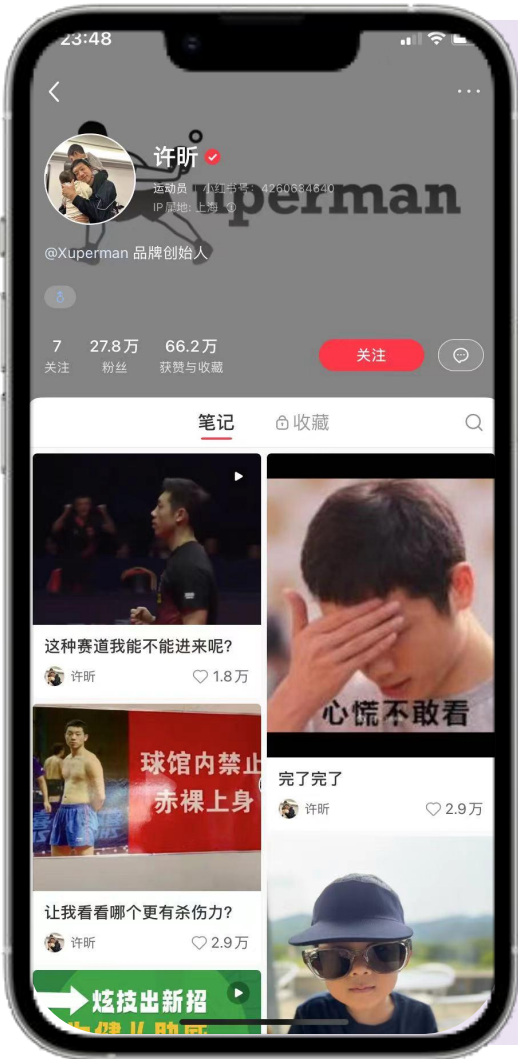
2024许昕小红书
总互动

17万

2024年许昕小红
书品牌相关总互动

9%

2024年小红书许昕
品牌互动贡献占比



#许昕还是太全面
话题引爆热度



互动量：8.2w

许昕打球神技再出圈



互动量：10.1w

许昕国乒笑料被”考古“



互动量：16w

抖音|抖音是乒乓球首要内容场，伊利内容互动持续领先；“梁王”组合奥运场上玩“抽象”，携程提前下注“边种边收”

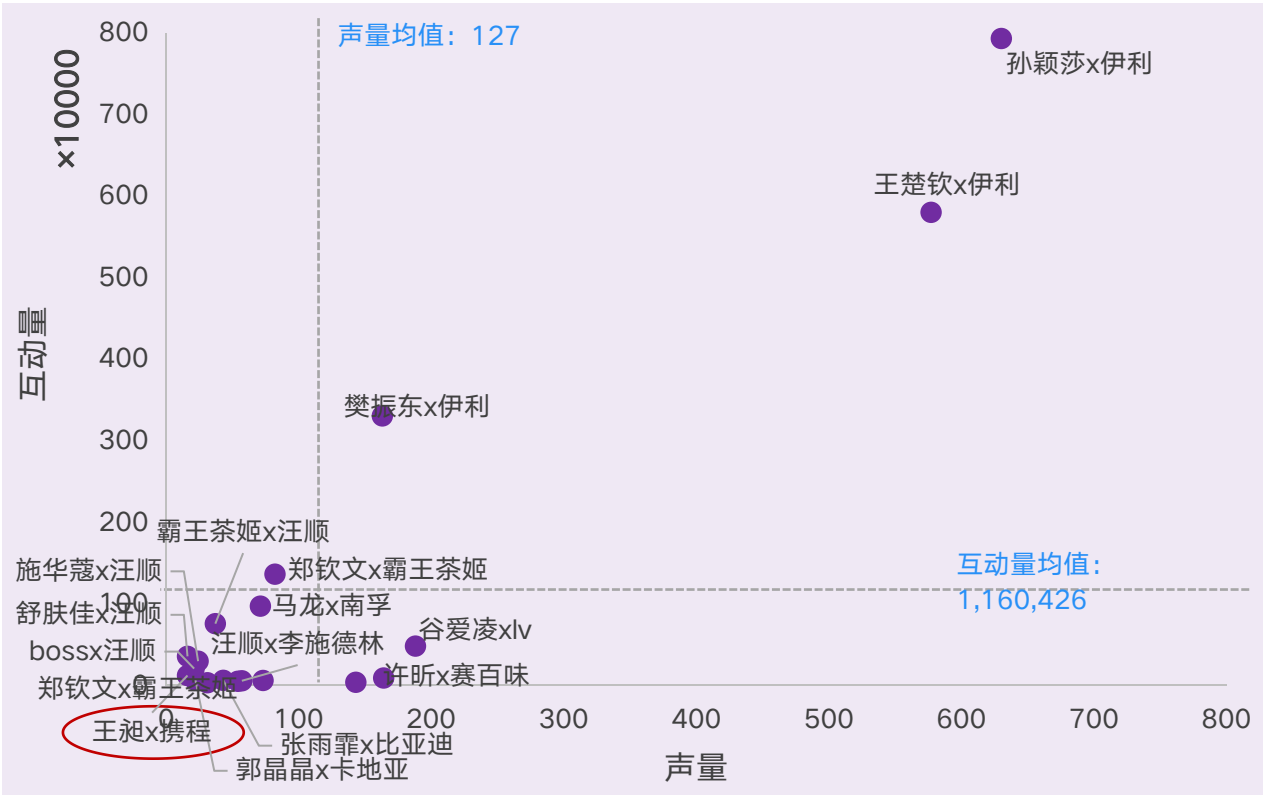


- 乒乓运动互动TOP10 独占六席，伊利内容互动持续领先；
- 羽毛球运动员“梁王”凭借赛场“卧龙凤雏”的搞笑行为在抖音收割受众，携程或成大赢家；
- 汪顺代言在抖音受关注，对品牌贡献程度高。

2024年运动明星相关互动量TOP10



2024年高互动量代言人品牌舆情声量贡献



抖音|“梁王”组合奥运场上玩“抽象”



3,518万

2024年“梁王”
抖音总互动

1,320万

2024年“梁王”
抖音品牌相关总互
动

38%

2024年“梁王”抖音
品牌贡献占比

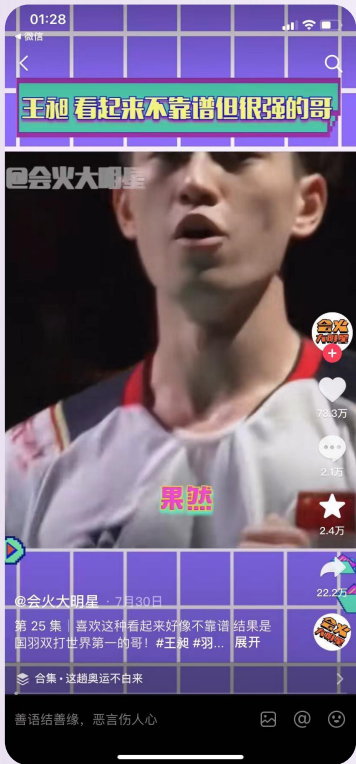


王昶国家严选颜值



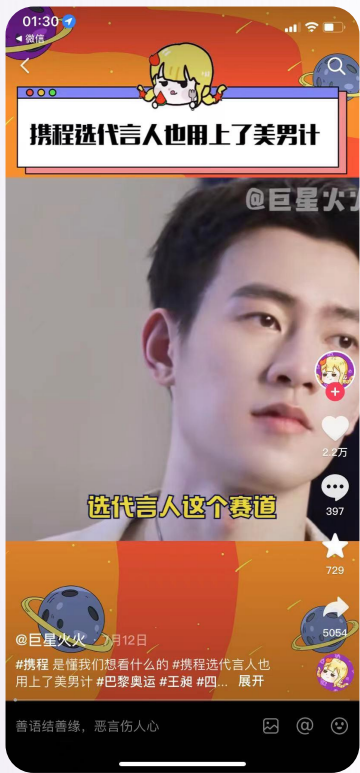
互动量：85.4w

“梁王”实力很安心



互动量：82.6w

携程选代言人眼光被肯定



互动量：2.8w



03

运动明星商业合作分析

马龙

MA LONG

个人简介

男，1988年10月20日出生于辽宁省鞍山市，国际级运动健将，中国男子乒乓球队运动员兼队长，被誉为“六边形战士”。

获奖经历

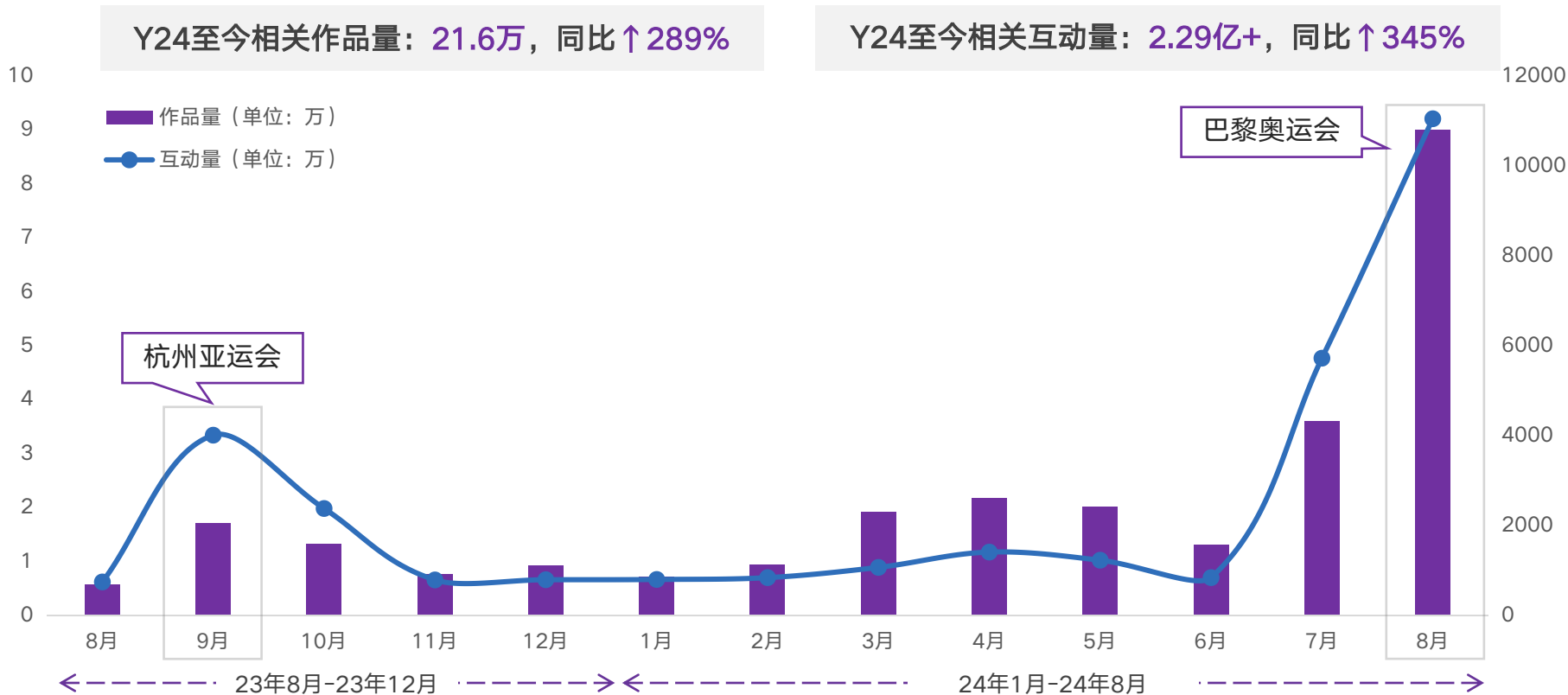
- 奥运会冠军：2016年里约奥运会男子单打冠军、2020年东京奥运会男子单打冠军，实现乒乓球男子单打“双圈大满贯”。
- 世锦赛冠军：多次获得世界乒乓球锦标赛男子单打冠军
- 世界杯冠军：三次夺得乒乓球世界杯男子单打冠军
- 其他荣誉：亚洲乒乓球锦标赛、亚洲杯、中国乒乓球公开赛、国际乒联巡回赛总决赛等多个重要赛事的冠军

过去1年马龙社媒声量暴涨，商业价值及排名稳居运动员top1



- 马龙的社媒声量主要受重大赛事影响，巴黎奥运会期间马龙相关社媒声量创新高，Y24至今互动量2亿+，同比提升300%+；
- 马龙商业价值达80.77，位居运动员行业top1，专业热度、关注热度及带货力多重指标均名列前茅。

「马龙」社媒声量趋势



80.77 (No.1)

商业价值&排名

81.92 (No.8)

专业热度&排名

83.4 (No.7)

关注热度&排名

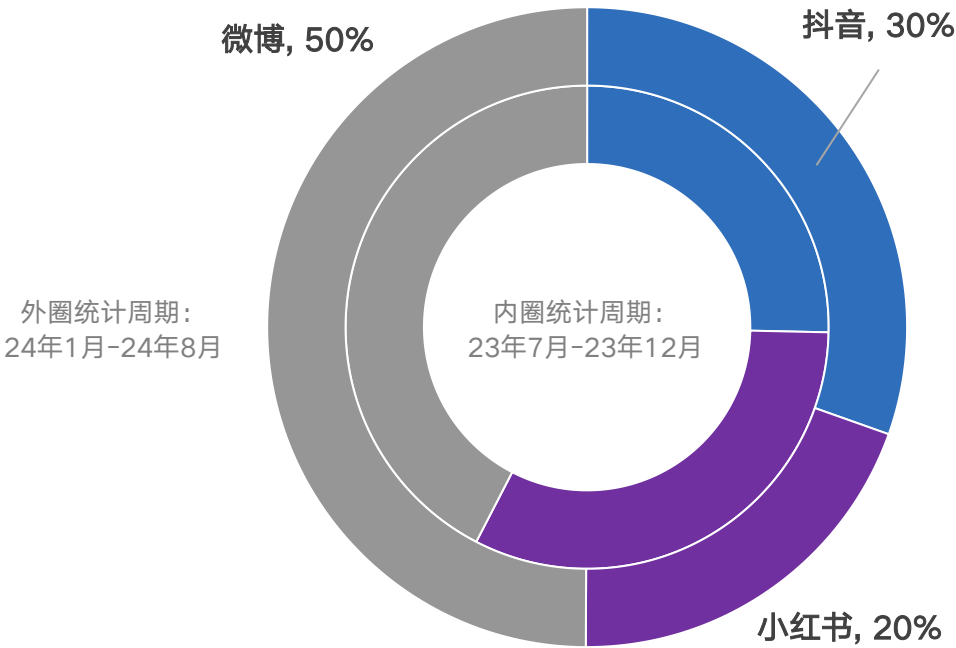
74.24 (No.2)

带货力&排名

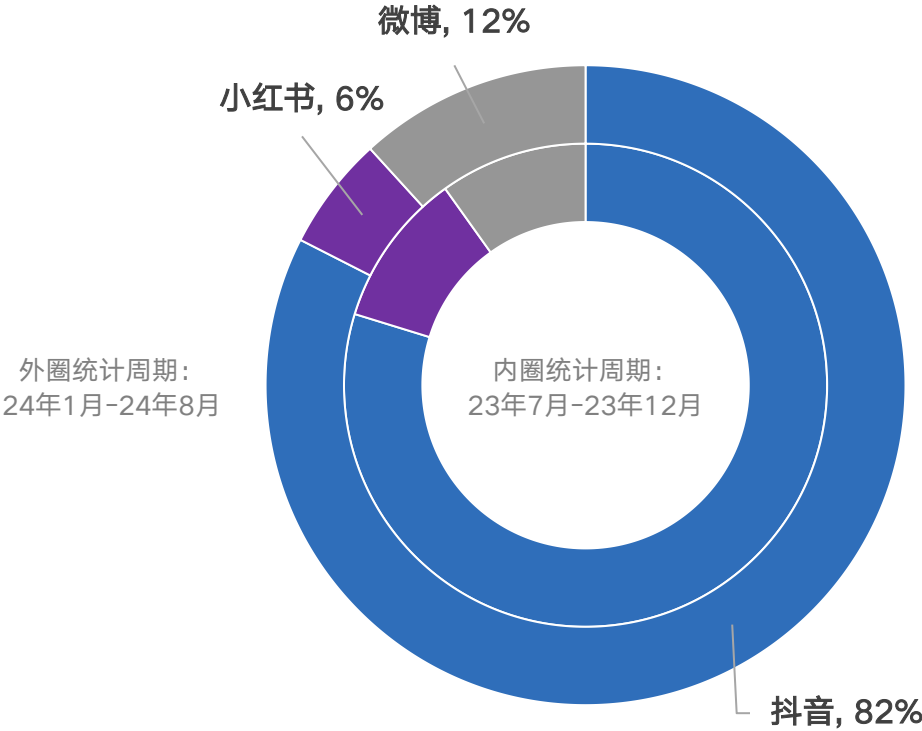
微博是马龙相关内容发布主阵地，抖音平台相关互动量占比高



「马龙」社媒平台作品量占比



「马龙」社媒平台互动量占比

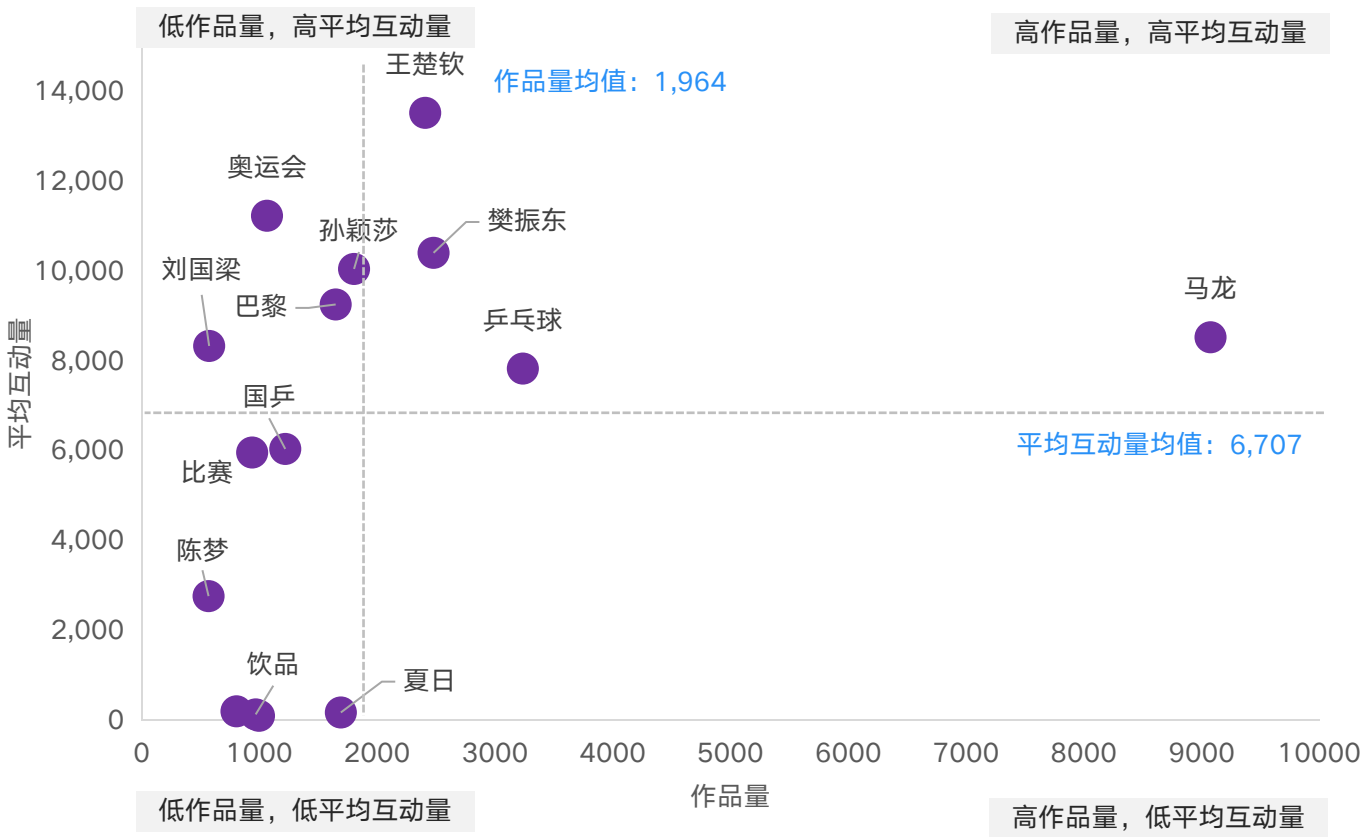


国人对马龙战绩如数家珍，国乒团魂、日常采访趣事受用户欢迎



- 马龙与乒乓球、国乒队员内容强绑定，个人战绩、国乒日常和趣味采访受国人广泛关注，引发热议。

「马龙」相关热门内容提及词分布



高互动爆文示例

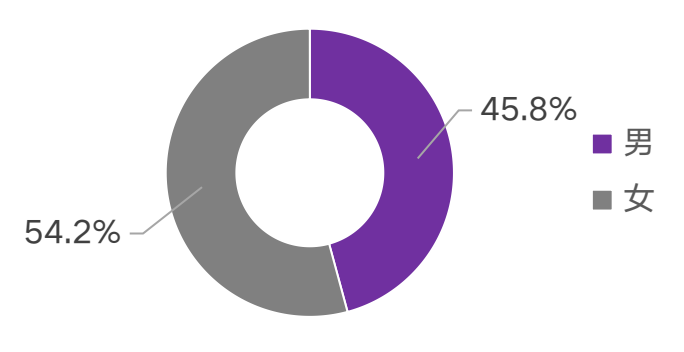
高光战绩	国乒日常	采访回顾
		
标题: “这个男人取得了什么成就”“一切”! #马龙 #国乒	标题: 主打的就是一个自己爱自己 #国乒 #马龙 #樊振东 #许昕	标题: 马龙啊,你回头看看那俩完蛋玩意儿 #中国乒乓 #体育运动
互动量: 18.5w	互动量: 16.0w	互动量: 6.2w

粉丝画像：

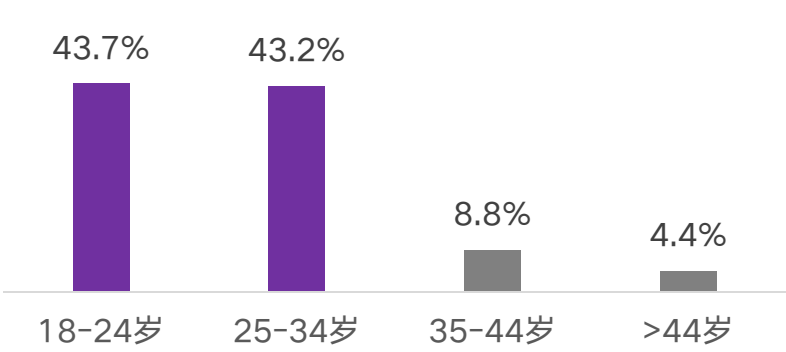
以90后群体为主，二线城市占比突出，对美食/运动健身最感兴趣



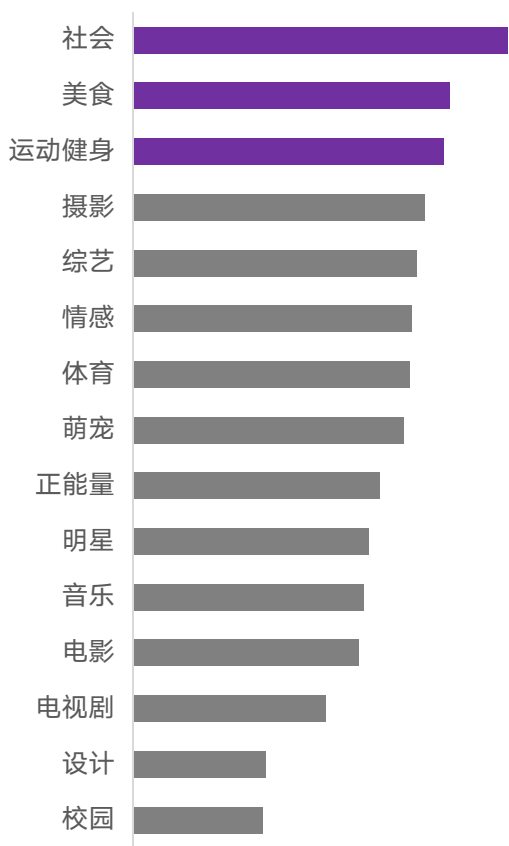
性别占比



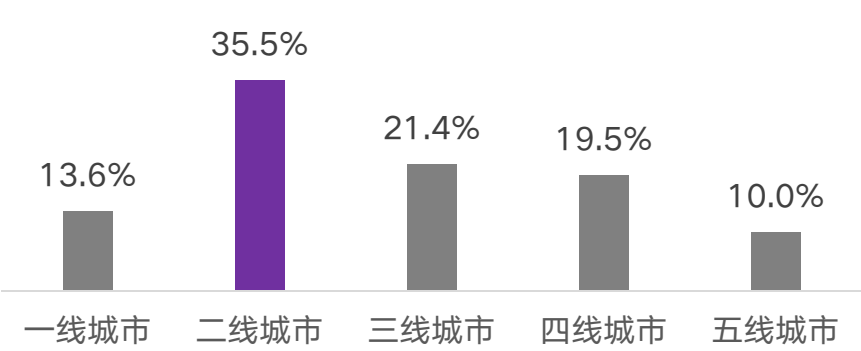
年龄分布



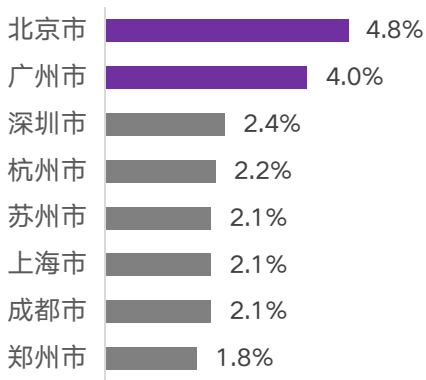
兴趣标签



城市级别占比



top城市分布



马龙合作偏向男性群体，深受时尚服饰/奢侈品及3C类品牌认可

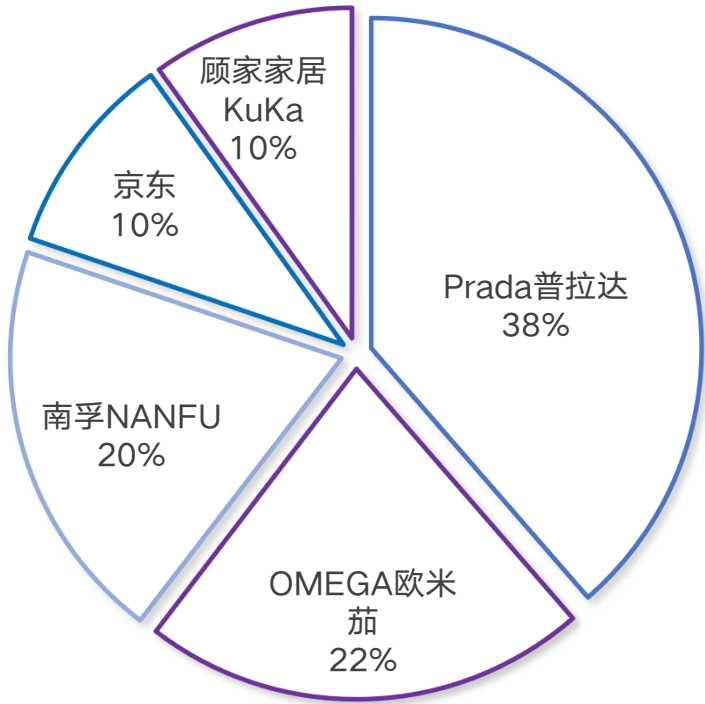


- 顾家家居、Prada品牌连续两年与马龙合作，合作品牌调性高，与奥运冠军及个人魅力形象相辅相成；
- 马龙XPrada普拉达、OMEGA欧米茄品牌互动量占比分列top2，其中Prada占比近4成。

2023-2024年「马龙」商业合作品牌及领域分布

年份	代言品牌名称	品牌类型
2023年	顾家家居KuKa	家居
	Audi奥迪	交通出行
	奥克斯AUX	家用电器
	Prada普拉达	服装配饰,奢侈品
	双汇SHINEWAY	食品
	奥克斯AUX	家用电器
2024年	京东	互联网
	Prada普拉达	服装配饰,奢侈品
	顾家家居KuKa	家居
	OMEGA欧米茄	服装配饰,奢侈品
	南孚NANFU	3C消费电子

Y2024「马龙」商业合作品牌互动量占比

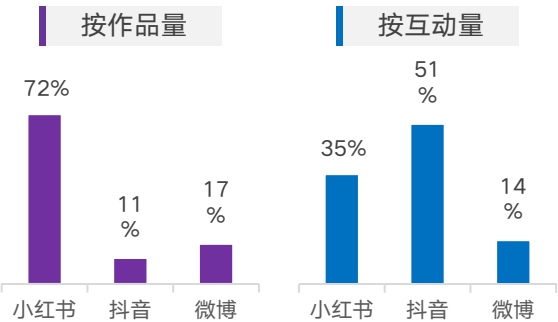


代言案例-Prada: 马龙作为时尚界新宠化身Prada品牌大使，加持品牌高调性基因



相关作品量 **572**
相关互动量 **21.3万**

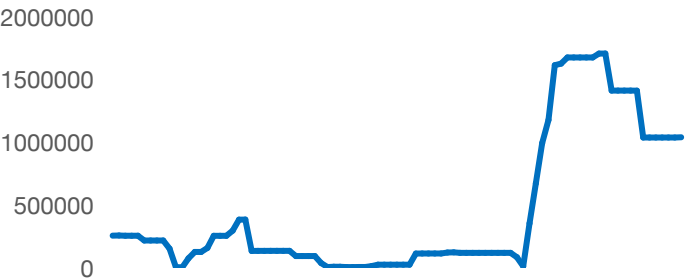
小红书&抖音为传播发酵主阵地



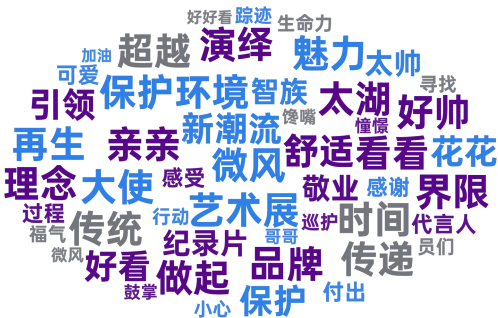
从官方拍摄&个人私服，马龙成为行走的时尚种草机



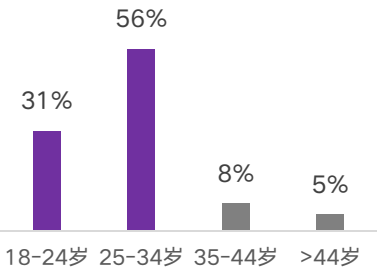
官宣后90天内结合奥运会期间获得爆发式关注



演绎品牌新系列环境理念



获得90后广泛关注



汪顺

WANG SHUN

个人简介

男，1994年2月11日出生于浙江省宁波市，国际级运动健将，中国男子游泳队运动员，最擅长混合泳。

获奖经历

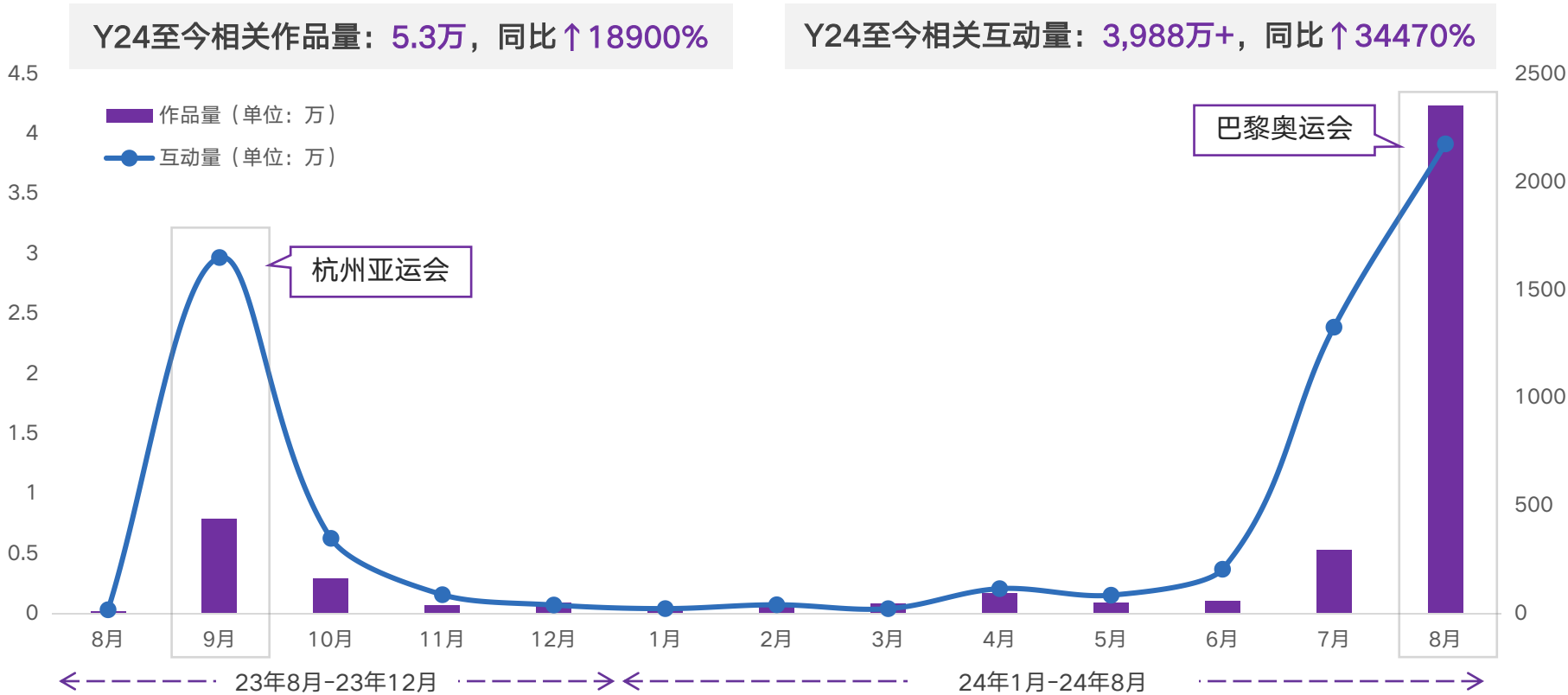
- 在全国游泳锦标赛、全国游泳冠军赛和全运会上多次夺得金牌，并在国际泳联短池世界锦标赛上连续两次获得男子200米个人混合泳冠军，实现该项目短池世锦赛两连冠。
- 在2020年东京奥运会上以1分55秒的成绩夺得男子200米个人混合泳金牌，为中国游泳队赢得了荣誉。
- 在2024年巴黎奥运会上，汪顺再次展现实力，获得男子200米自由泳铜牌。

随赛事发展，汪顺商业价值及相关热度提升迅猛，爆发潜力高



- 汪顺的社媒声量同样受重大赛事影响，杭州亚运会及巴黎奥运会期间相关社媒互动量创新高，Y24至今互动量同比提升344倍+；
- 汪顺商业价值达71.03，位居运动员行业top12，其中带货力数值表现优异。

「汪顺」社媒声量趋势



71.03 (No.12)

商业价值&排名

69.73 (No.83)

专业热度&排名

77.42 (No.13)

关注热度&排名

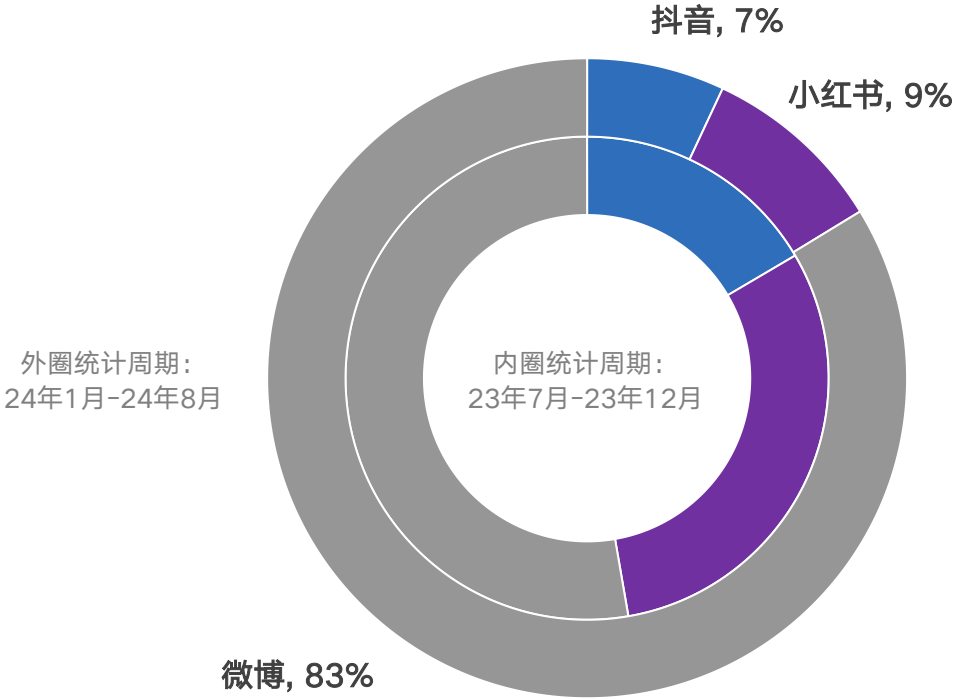
72.43 (No.3)

带货力&排名

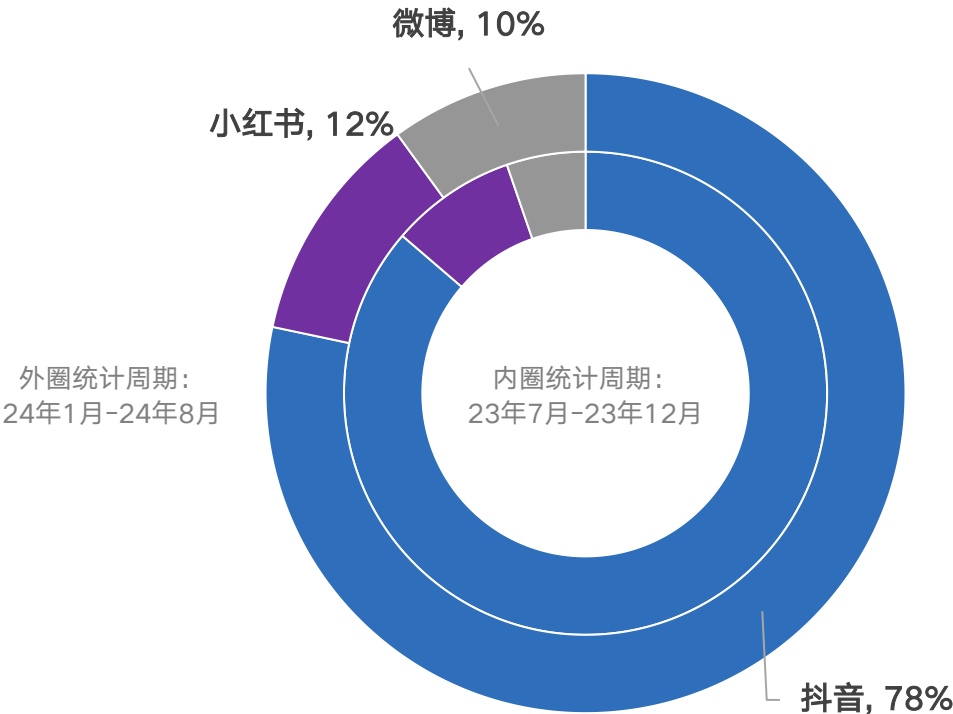
汪顺相关作品发布高度集中于微博平台，抖音互动贡献量更突出



「汪顺」社媒平台作品量占比



「汪顺」社媒平台互动量占比

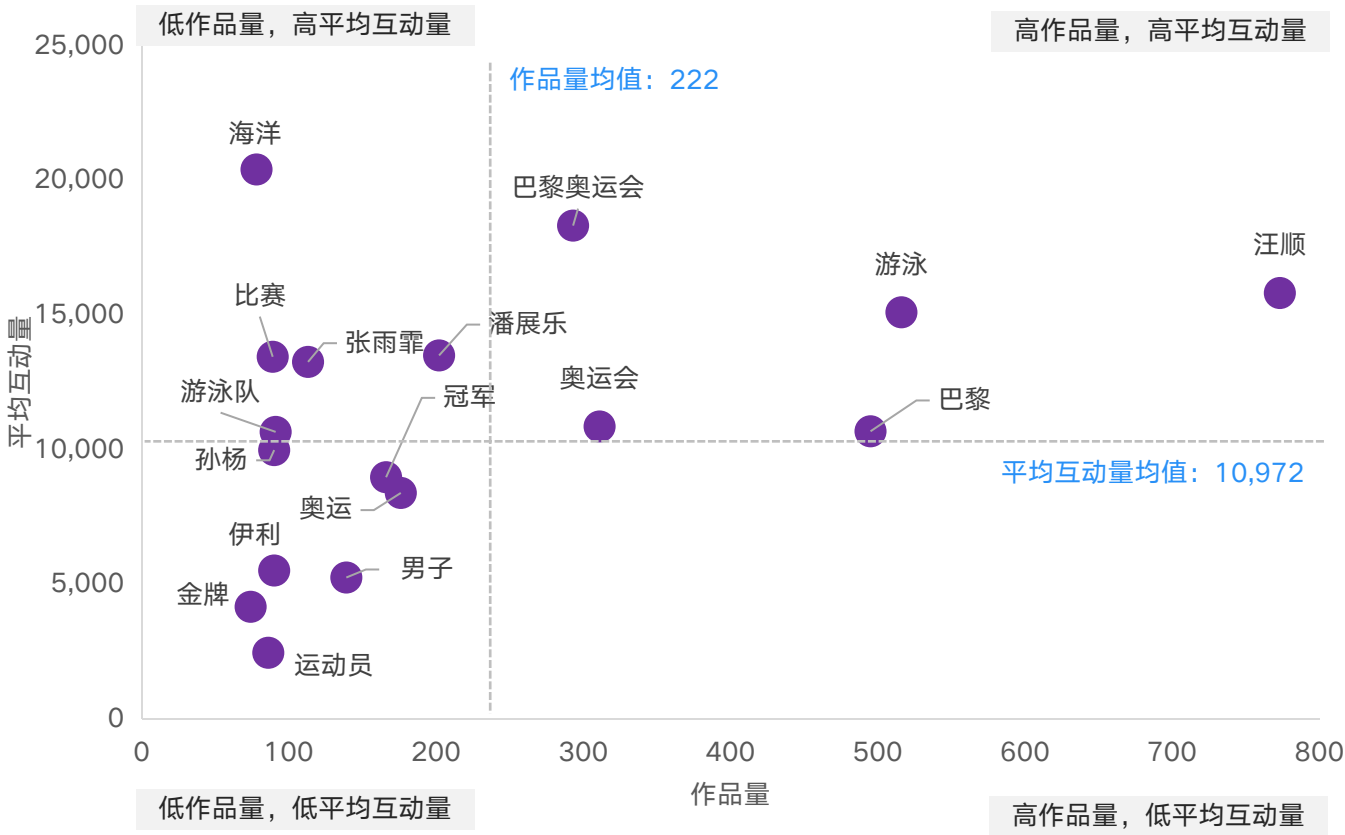


汪顺作为泳坛老将为国征战，泳队成员训练日常引发广泛关注



- 汪顺为国家泳队奏响奥运会旋律，凭借体育精神和高颜值外表激发国人热血关注，其中作相关代言品牌的伊利跻身top内容讨论场

「汪顺」相关热门内容提及词分布



高互动爆文示例

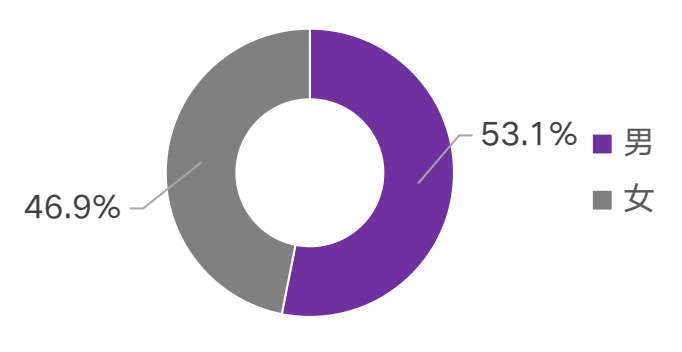
战绩盘点	国家队日常	团队传承
标题： 四战奥运，身披五星红旗，归来仍是荣光，太棒了！ #奥运精神	标题： 泳队，请勿随地大小抽象 #汪顺 #张雨霏 #国家游泳队	标题： 【微记录】汪顺 潘展乐，这就是中国飞鱼传承 #巴黎奥运会
互动量： 27.7w	互动量： 49.2w	互动量： 1.6w

粉丝画像：

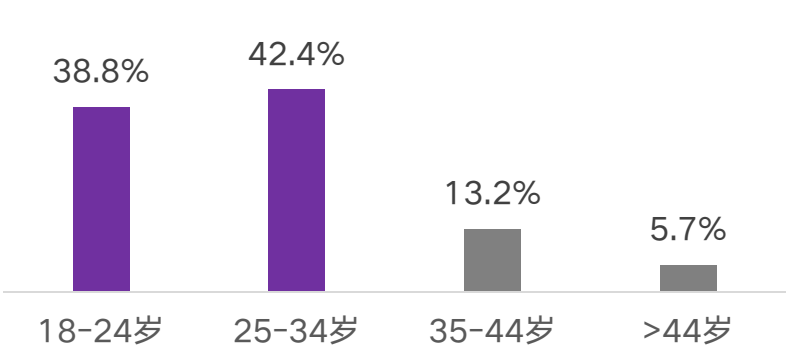
男性占比略高于女性，城市占比均衡，对摄影/运动健身最感兴趣



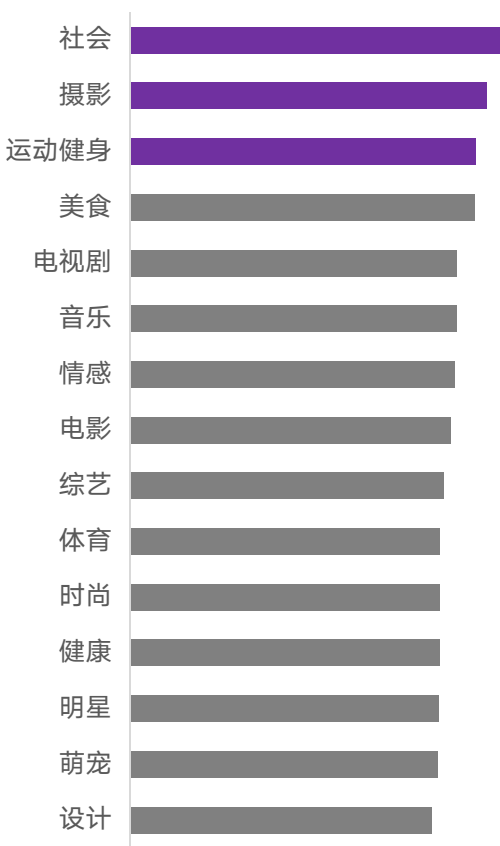
性别占比



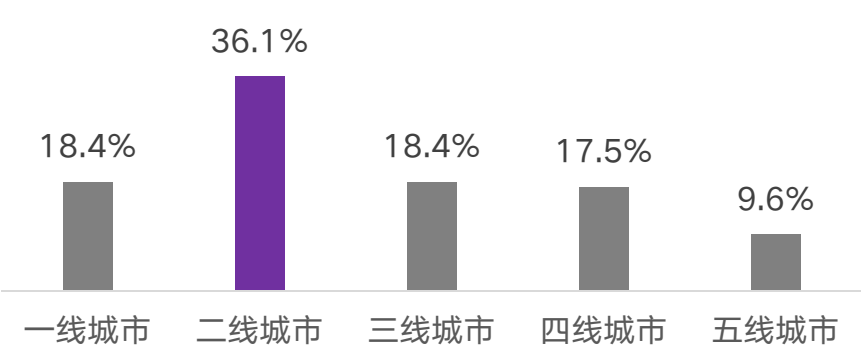
年龄分布



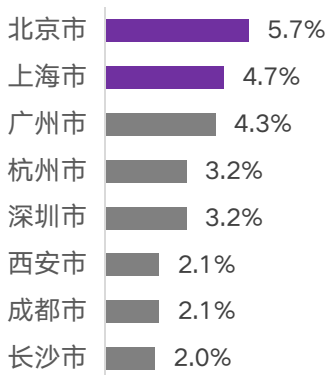
兴趣标签



城市级别占比



top城市分布



汪顺品牌商业合作集中个护/日用领域，碧欧泉互动表现更佳

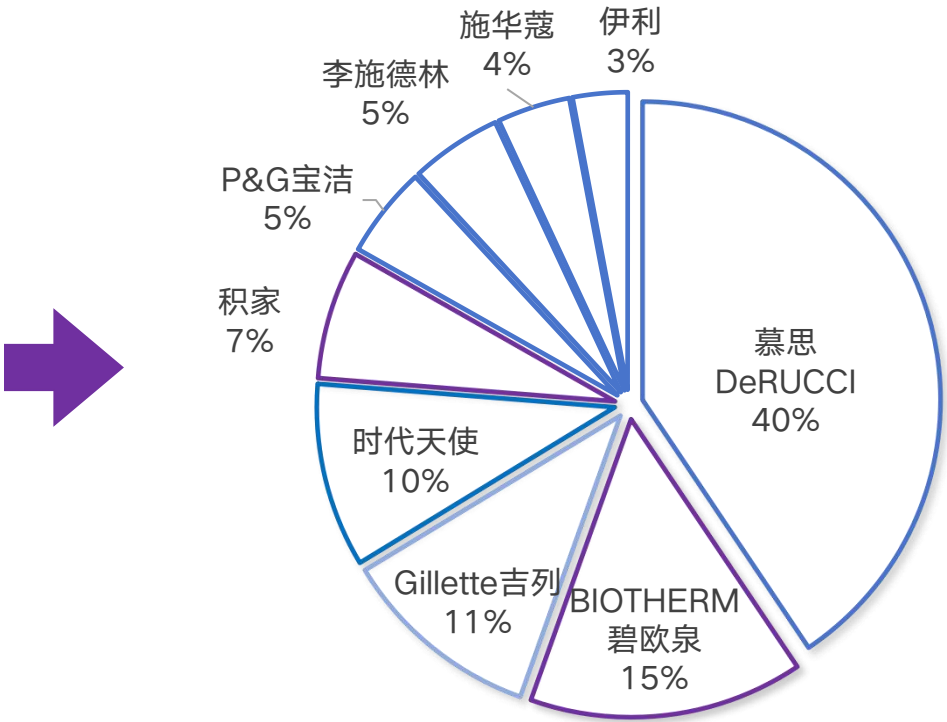


- 2024年汪顺商业合作品牌个数提升，代言领域丰富多元，其中美妆/个护品牌共计3个，主打日常必需品亲民路线；
- 汪顺X慕思品牌互动量占比超40%，碧欧泉品牌互动量占比15%，吉列、时代天使等品牌随其后。

2023-2024年「汪顺」商业合作品牌及领域分布

年份	代言品牌名称	品牌类型
2023年	Chopard萧邦	服装配饰,奢侈品
	京东	互联网
	LabSeries朗仕	美妆护肤
	淘宝网	互联网
	AudemarsPiguet爱彼	服装配饰,奢侈品
	Speedo速比涛	服装配饰
2024年	HugoBoss雨果博斯	美妆护肤,服装配饰,奢侈品
	伊利	食品,饮料
	P&G宝洁	美妆护肤
	Schwarzkopf施华蔻	美妆护肤,个护清洁
	慕思DeRUCCI	家居
	angelaalign时代天使	商业/服务性行业
	BIOTHERM碧欧泉	美妆护肤
	Gillette吉列	家用电器
	Jaeger-LeCoultre积家	服装配饰,奢侈品
	Listerine李施德林	个护清洁

Y2024「汪顺」商业合作品牌互动量占比



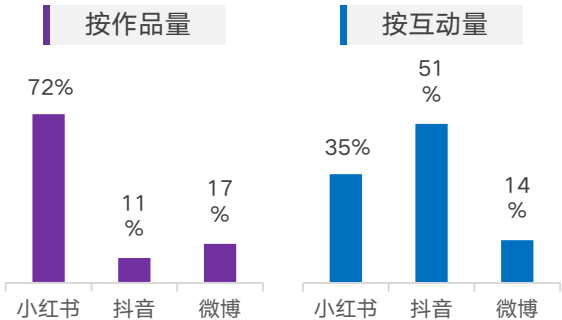
商业合作案例-碧欧泉： 汪顺凭实力&颜值双buff收割一众粉丝，加深品牌男士护肤心智



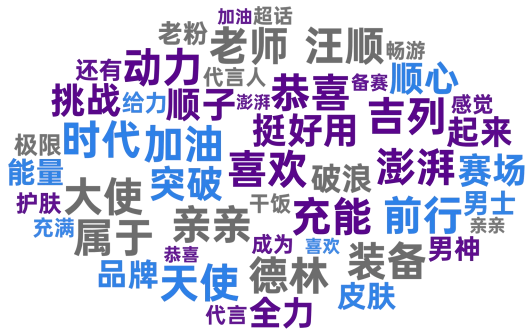
相关作品量 152

相关互动量 1.8万

小红书&抖音为传播发酵主阵地



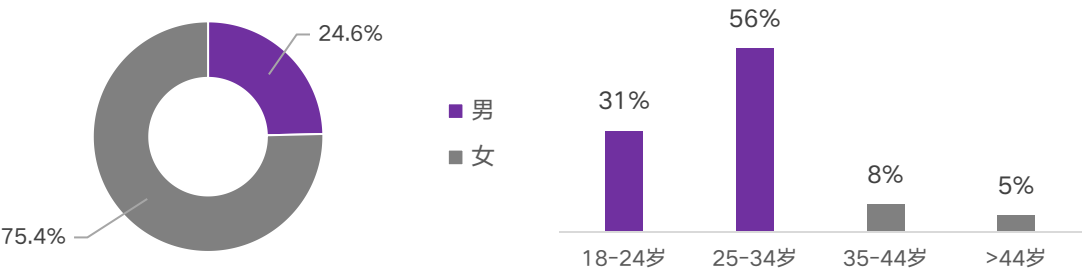
澎湃、能量、护肤等词反复提及



消费者跟随碧欧泉了解汪顺战绩及训练日常，并积极get同款获取品牌福利



获得新生代女性群体关注讨论，影响女性作为购买者&送礼者的心智



郑钦文

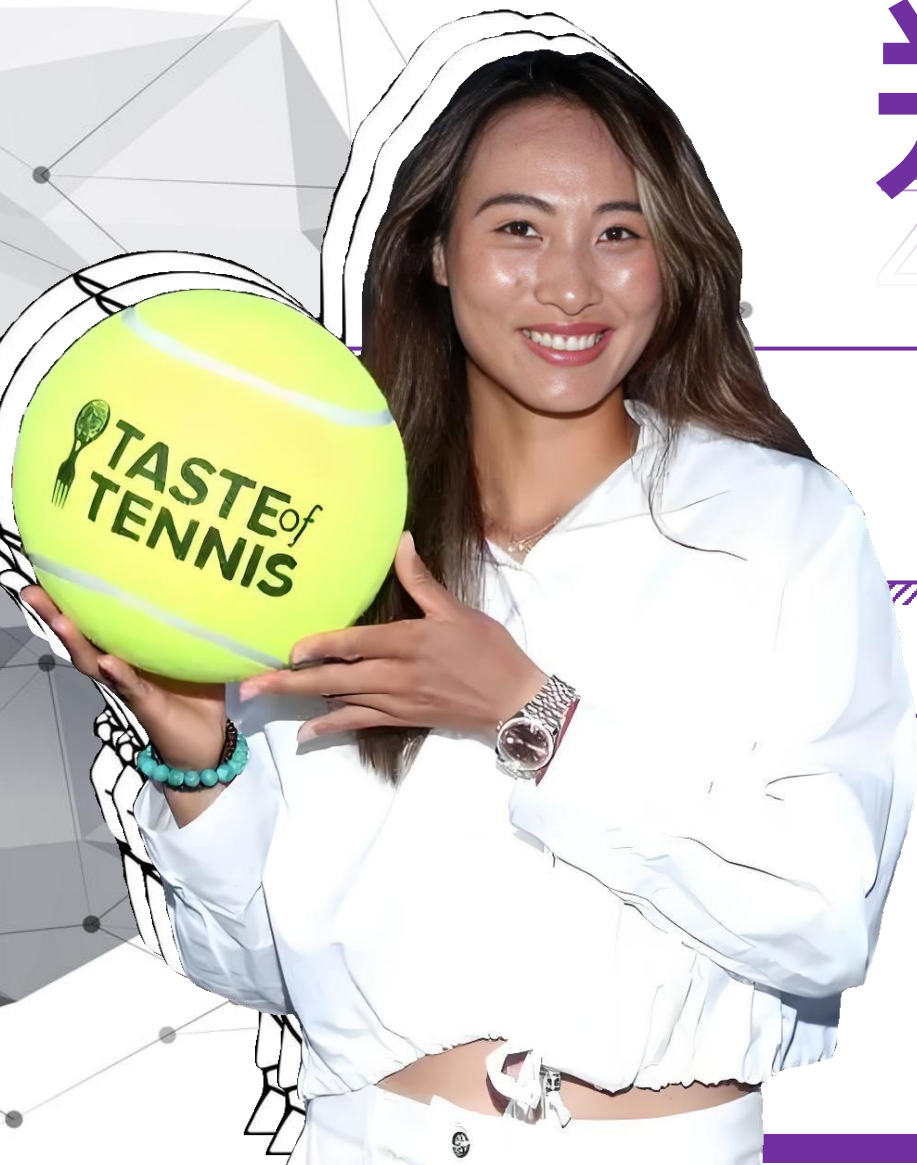
ZHENG QINWEN

个人简介

女，2002年10月8日出生于湖北省十堰市，国际级运动健将，中国网球运动员，中国首位奥运网球单打冠军。

获奖经历

- 2022年，四次获胜闯入澳大利亚网球公开赛女单正赛；在法国网球公开赛中，成为继郑洁、李娜和张帅之后第四位闯入到法网16强的中国金花，斩获WTA2022赛季年度最佳新人奖。
- 2023年，在多项国际赛事中取得佳绩，包括在四大满贯单打赛场上均取得胜利，并在美网中首次闯入女单16强。
- 2024年，在澳大利亚网球公开赛女单决赛中获得亚军，创造个人大满贯最佳战绩；在巴黎奥运会网球女单决赛中，成为中国首位奥运网球单打冠军，创造了中国网球历史。

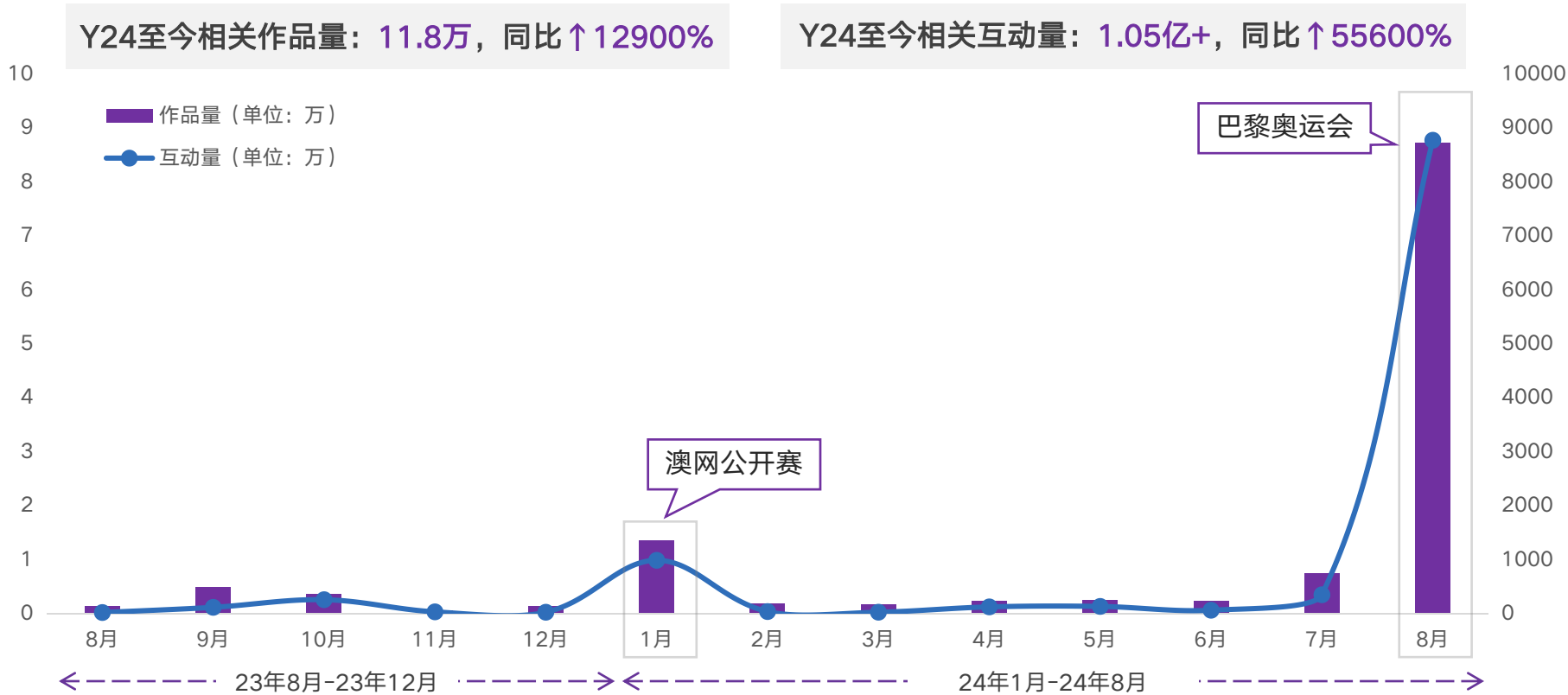


郑钦文凭借澳网公开赛一战成名，巴黎奥运会夺冠引爆全网声量



- 郑钦文的社媒声量受网球赛事影响，巴黎奥运会创造中国网球历史，Y24（尤其8月）社媒作品量及互动量持续飙升；
- 郑钦文商业价值达59.19，超短期跻身运动员行业前100，带货力及排名表现优异，商业价值高。

「郑钦文」社媒声量趋势



59.19 (No.97)

商业价值&排名

57.41 (No.396)

专业热度&排名

60.48 (No.137)

关注热度&排名

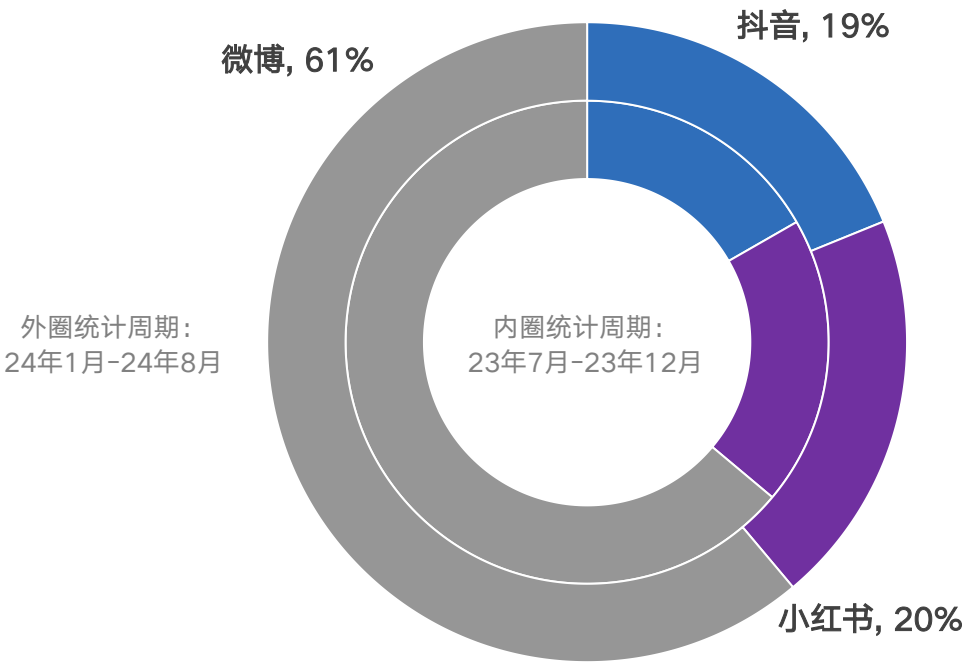
67.45 (No.11)

带货力&排名

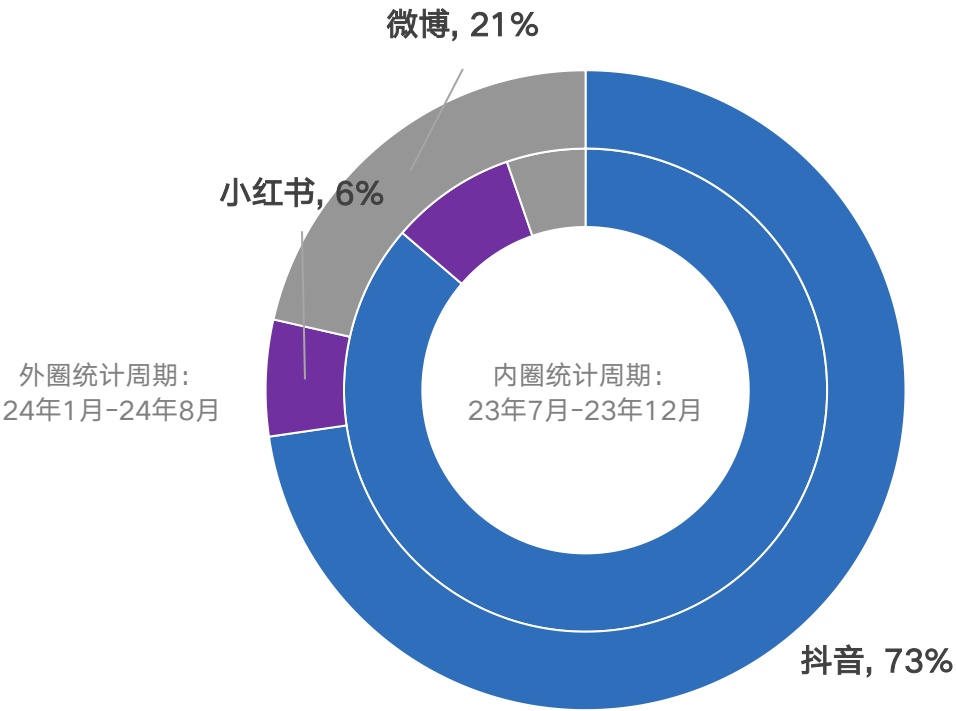
微博是郑钦文相关作品发布核心平台，抖音平台互动量占主导



「郑钦文」社媒平台作品量占比



「郑钦文」社媒平台互动量占比

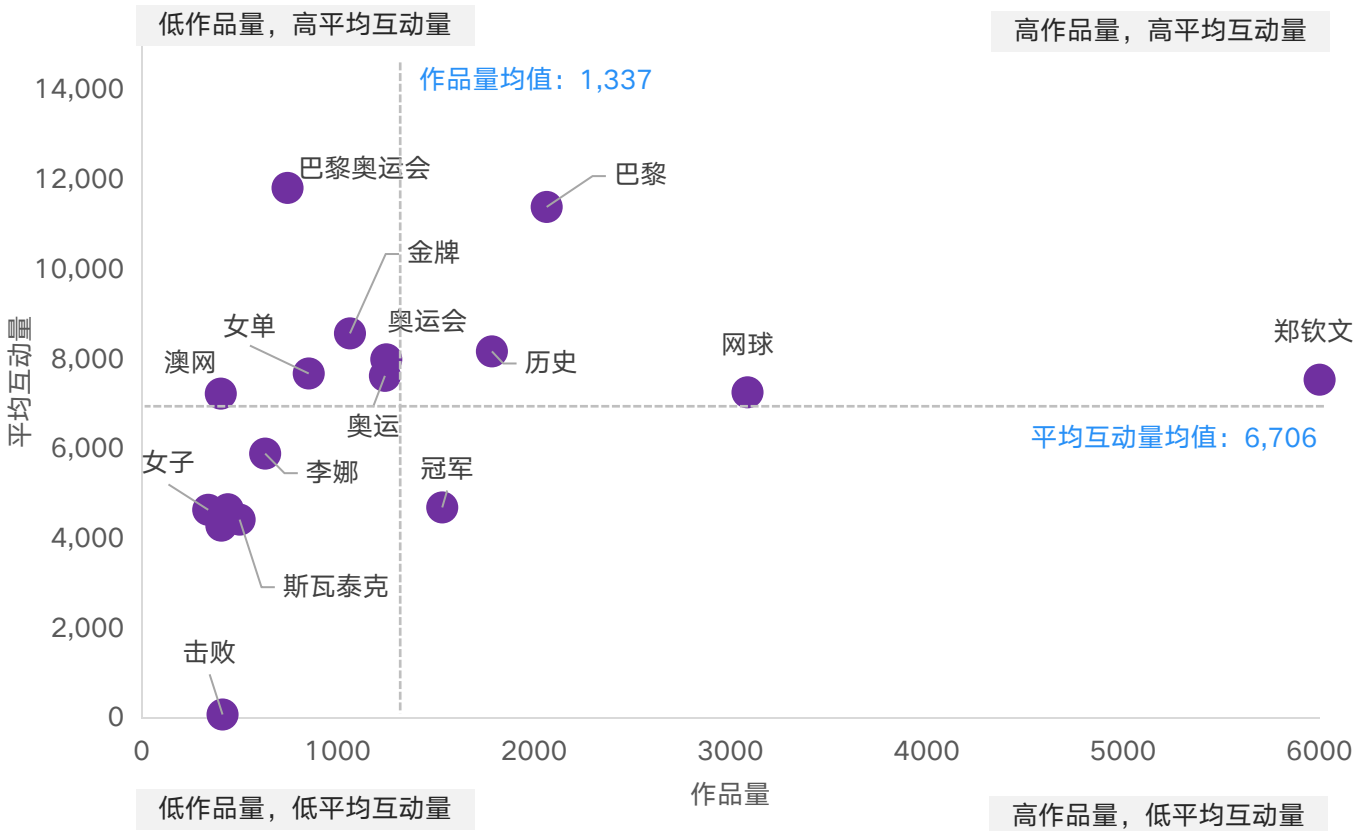


热门内容与网球赛事强相关，关注点延伸到女性/新生代力量



- 郑钦文作为在澳网、巴黎奥运会中斩获佳绩创造历史的网球运动员，受到社媒用户极高关注和反复提及；
- 郑钦文夺冠后，用户深挖其采访表现、个人事迹等内容，并拓展至郑钦文所代表的女性运动力量、00后崛起等相关话题。

「郑钦文」相关热门内容提及词分布



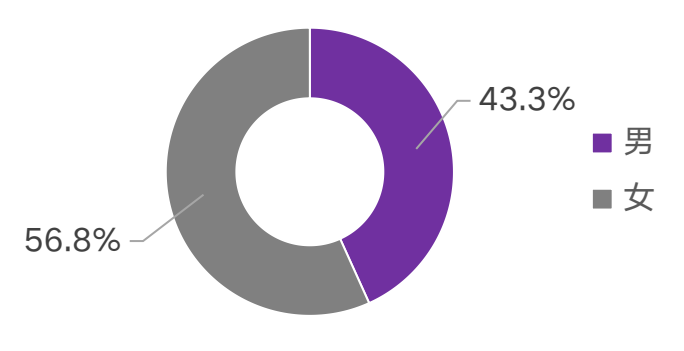
高互动爆文示例

夺冠时刻	女性身材/健身	00后新生力量
		
标题: 看奥运第五条——恭喜郑钦文创历史拿下了奥运金牌，真的太棒了! ...	标题: 粗腿是女性的基本盘，宽肩是女性的靠山。 #肌肉女生 #肌肉	标题: 这届00后挑大梁的奥运，真是把我看燃了，看哭了！骨子里的自信从容
互动量: 131.8w	互动量: 6.7w	互动量: 4.4w

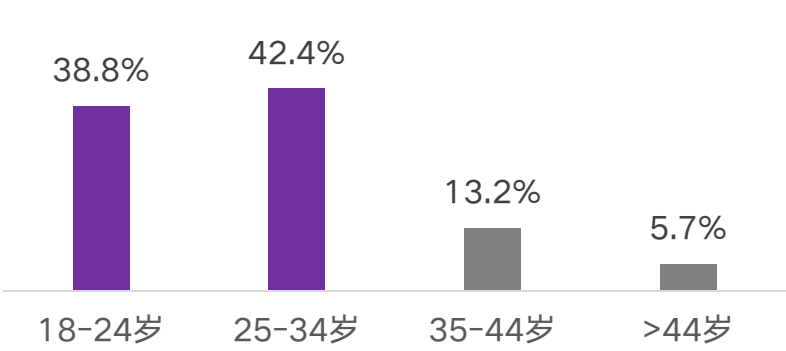
粉丝画像： 男女比例均衡，更集中一二线城市，对体育/影视/美食感兴趣



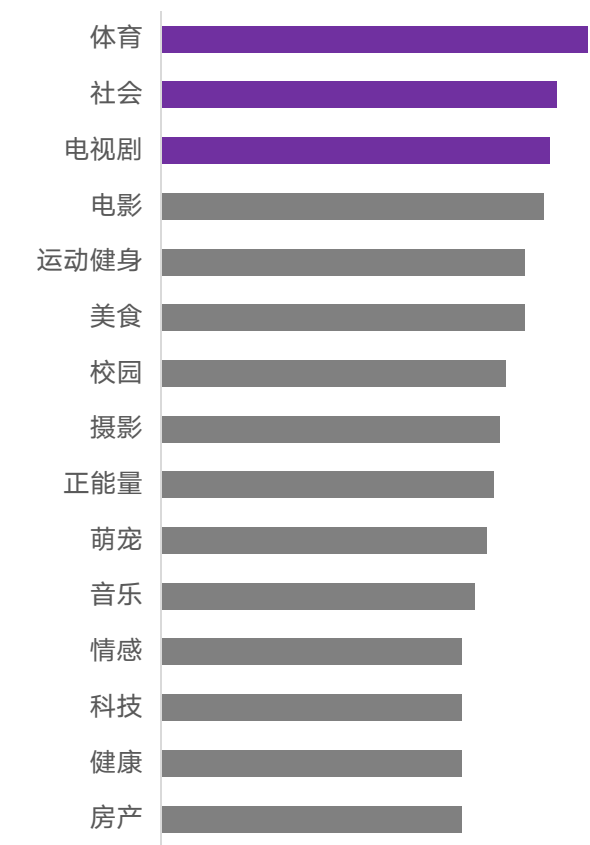
性别占比



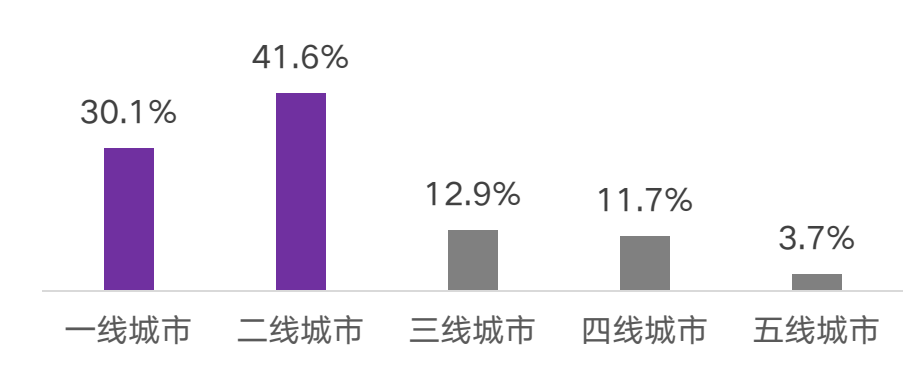
年龄分布



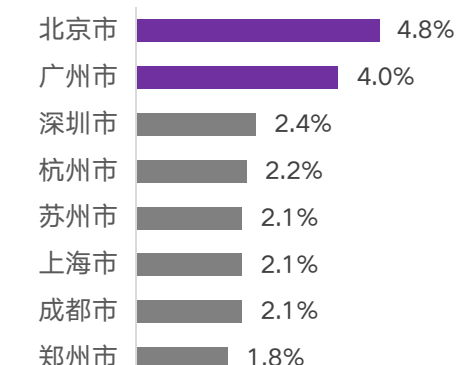
兴趣标签



城市级别占比



top城市分布



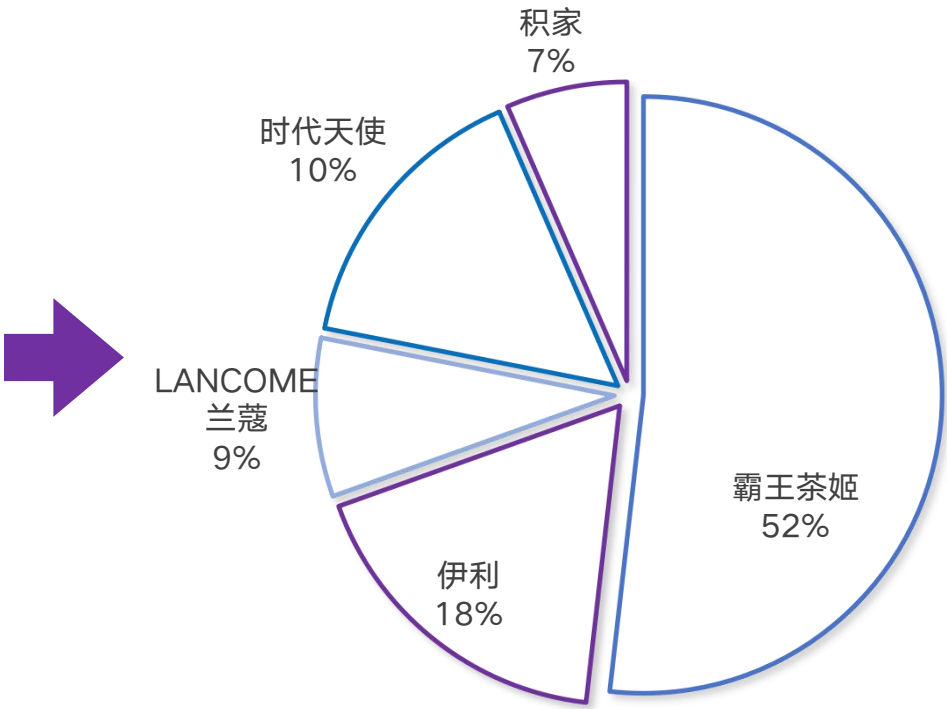
郑钦文更受奢侈品/美妆品牌青睐，霸王茶姬代言内容互动贡献大

- 2024年郑钦文商业合作品牌领域集中以女性为核心目标消费者的行业，加持品牌生活方式和生活理念；
- 郑钦文X霸王茶姬品牌互动量占比超50%，伊利品牌互动量占比约20%，食品饮料/快消品牌互动量表现佳。

2023-2024年「郑钦文」商业合作品牌及领域分布

年份	代言品牌名称	品牌类型
2023年	伊利	食品,饮料
	Swisse斯维诗	医疗保健
	Nike耐克	服装配饰
	京东	互联网
	Gatorade佳得乐	饮料
	HugoBoss雨果博斯	美妆护肤,服装配饰,奢侈品
2024年	霸王茶姬	商业/服务性行业
	伊利	食品,饮料
	LANCOME兰蔻	美妆护肤,奢侈品
	Swisse斯维诗	医疗保健
	BALENCIAGA巴黎世家	服装配饰,奢侈品

Y2024「郑钦文」商业合作品牌互动量占比



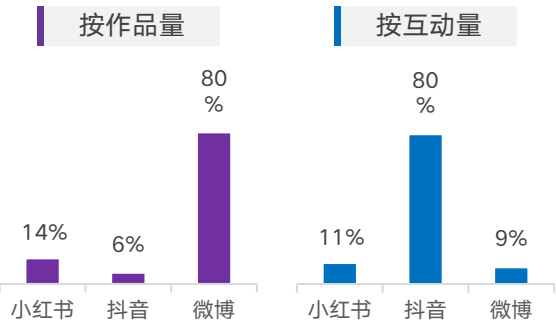
商业合作案例-霸王茶姬：Queen Wen引领年轻一代生活方式，让运动&健康成为新潮流



相关作品量 **5,527**

相关互动量 **493.6万**

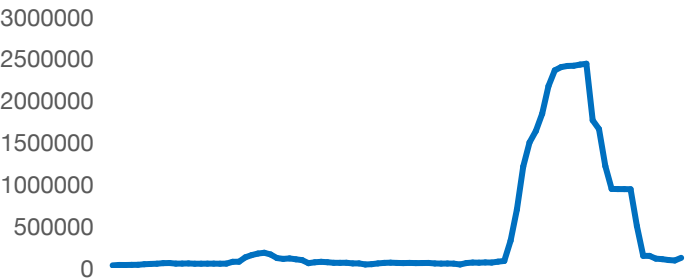
微博&抖音为传播发酵主阵地



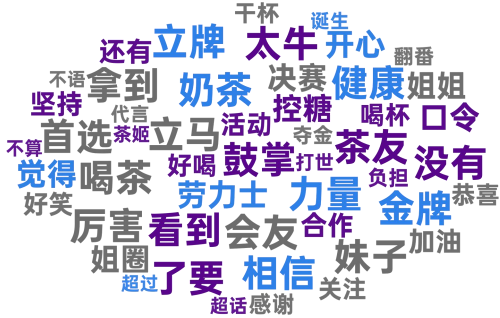
消费者与郑钦文一同享受夺冠时刻，并积极输出生活&运动方式，get同款



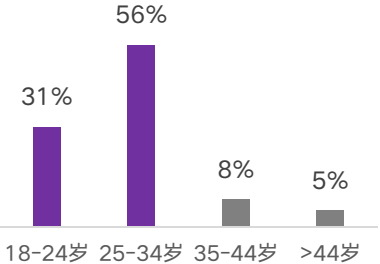
官宣后90天内配合奥运夺冠迎来讨论爆发期



健康/控糖产品卖点深入人心



收割一众Genz喜爱





www.endata.com.cn

