



# “地表最强12人”72秒票抢光 刘国梁把国乒赛办成演唱会

粉丝的疯狂呼喊和眼泪还是没能换回在场上无所不能的张继科。

在以三连败结束3月5日的赛程后，国乒已于3月6日早晨宣布，张继科因脚伤退出第一阶段国乒杜塞尔多夫世乒赛选拔赛。

这次，我们不提粉丝购买门票总计200万元的张继科，而是聊聊他参加的这个直通赛——如今被称为“地表最强12人”赛。在不少球迷看来，这一赛事的激烈程度甚至比世乒赛奥运会等大赛有过之而无不及。

72秒票抢光，优秀的收视率，络绎不绝的赞助商，越来越专业的转播和配套活动……在乒乓球的商业推广上，那个球打得一流的“胖教练”刘国梁，同样展现出了自己灵敏的商业嗅觉。

## 刘国梁推出的精品赛事

追溯“地表最强12人”赛的源头，最开始，这其实只是国乒队伍的内部选拔。

2004年雅典奥运会前，为了在王励勤/阎森和马琳/陈玘中选出一个男双名额，国乒进行了一次封闭的内部“生死战”，最终胜出的马琳/陈玘也如愿拿到了参赛资格。

当时这场比赛的紧张气氛，令刘国梁久久不能忘怀。如此激烈的比赛，为何不能让所有人来欣赏？

本次和国乒合作的腾讯体育总经理赵国臣告诉记者，合作意向一开始便是刘国梁主动向他们提出来的。

“刘国梁说，每年的直通赛都是内部赛事，只有重要的赛事电视台才会做偶尔的直播，今年他想变个方式。”

## 比赛精彩，不怕赚不到眼球

不得不承认，作为乒乓球的“超级大国”，国乒的队内选拔赛，在比赛水准和竞争激烈程度上并不比那些重要的世界大赛差，甚至更强。

加上里约奥运会之后，国乒又乘上了“网红”的东风，这又令这项赛事吸引了更多的眼球。

据透露，在“地表最强12人”赛的首日预售球票开放购票之后，仅仅72秒钟，网上放出的球票就被“光速”抢购一空。球迷们的观赛热情可见一斑。

看得到的良好前景，让合作方也打定了继续推广这项赛事的主意。赵国臣透露，腾讯体育至少还会和国乒合作4年，直到2020年东京奥运会。

“国乒队员是太稀奇的资源了，这块未来的商业化前景是非常好的。”

事实上，本次“地表最强12人”赛的诞生有些“仓促”，国乒宣布与腾讯体育合作之时，离正式开赛仅仅只剩下了一个多月。

然而赵国臣说，虽然筹备期间正值春节，许多客户都已准备休假，但很快，“就有两家赞助商与我们签约，比赛后半程还将有几家赞助商会进来，还有客户已经预订了明年比赛的赞助。”

从比赛关注度来说，“地表最强12人”赛有着绝对的实力。这是吸引商家的最大保证。

而赛事举行的时间，也是大赛稀缺的体育“淡季”。这个时间段，也正好契合了转播方和商业合作方的需求。



## 各种“包装”，赛事再升级

其实，在往年央视转播国乒直通赛时，这项赛事就已经在收视率上得到了肯定。虽然单场收视率不如NBA，但总体来说却是最高的。

赵国臣也坦言，乒乓球这个商业化程度并不那么高的项目，却是值得开发的“富矿”，“除了CBA和中超，在国内几

乎没有什么好看的比赛，我们中国用户也总看NBA、英超这些国外比赛，赛事丰富度太缺乏了。”

对于“地表最强12人”赛这个热门赛事，围绕在比赛周围的“包装”也并没有被忽略。

一直以来，除了紧张激烈的比赛之外，国乒每年都在娱乐方面下心思。比如队员在现场表演歌舞，甚至还搞过类似于“超女”的网上人气投票。

而在今年的比赛上，开幕式专门打造了一个炫酷的“地表最强12人”入场仪式。刘国梁还亲自上场，配合完成了一个魔术的表演。

为了给比赛创造更多的眼球度，今年的比赛还引入了高科技助阵。



## 现在国乒赛就像演唱会一样

对于商业合作方来说，“地表最强12人”赛是个好平台。而对于国乒来说，这样的推广开发也是有利无害。

此前，刘国梁就曾坦言，想要通过世锦赛、奥运会去发展乒乓球运动现在已经有点难了，“何不将它变成一项让年轻人喜欢、觉得很酷的运动呢？”

如今为了达到这个目标，国乒直通赛的新尝试或许也可以成为一个助推。

激烈的赛程，热情的观众，比赛现场的刘国梁也不禁感叹道，“这一推广、一包装，看球的心情都比以前紧张多了，比赛也更精彩了。”

而另一位在现场解说的前国手王楠，也对国乒如今的高人气感慨万千，“在张继科的人气带动下，乒乓球成为一种时尚，我的朋友说现在乒乓球就像演唱会一样。”

对于队员来说，专业激烈的比赛气氛无疑能够起到更全方位的考验。就像刘国梁所说，当年封闭选拔赛时“就像在自己家里比着玩”的场景已经不复存在。

而对于乒乓球运动的人气提升，这样“热闹”的形式更是好处多多。国乒领队黄飏对记者表示，这样的“变化”正是乒乓球项目发展的需求。

“这是职业化、市场化的一次尝试，我们正在朝着这个方向走。为了项目发展的需要，市场品牌的提升，以后我们会继续拓展思路，把赛事办好的同时，也把乒乓球项目宣传推广好。”

■来源：澎湃新闻