



# 透视

如果说亚运会是一个大舞台,那么,在这个大舞台之后,总会衍生出很多话题。如今,在林丹、刘翔以及姚明这三个相当“红”的男人之间就正在上演一场人气与商业价值的PK大戏:我红、你红、他红,谁最红?

## 三大巨星PK人气商业价值 谁是中国体坛真正一哥?

### 姚明

#### 运作成熟今最牛

**形象展示:**姚明不帅,但是无论是在国际赛场上还是NBA赛场上,其幽默、坚韧不拔的品质却得到完美的诠释,另外,其极具爱心好男人的形象也深入人心。

**实力战绩:**放眼世界篮坛,姚明不是世界冠军,也不是奥运冠军,其在国家队的最好成绩也只是亚洲冠军和世界第八;在NBA赛场上,他和他的火箭队也从未突破季后赛第二轮这一大关。不过,由于篮球运动的国际性,以及姚明作为首位在NBA立住脚的亚洲球员,其在NBA赛场上的表现还是可圈可点;作为一名亚洲球员,姚明跻身了NBA联盟一线球星的行列……

**吸金能力:**除去工资之外,姚明在刚进

入NBA时就与美国某运动品牌签下了10年7600万美元的合同,他还从国内某通讯公司拿到3000万人民币的代言费,他还是国内一家保险公司的首位全球代言人,并与包括食品、饮料、手表、手机、IT等行业的十多家世界品牌联手……2009年姚明商业收入达到了2000多万美元,而当前,姚明有约在身的广告合同金额累计达到1.5亿美元。

**商业潜力:**从姚明目前的代言项目来看,其代言的产品绝对是“国际品质”,这与其“国际篮球巨星”身份相符。总之,姚明的商业价值依然是最好的,只要姚明继续比赛,且不闹出什么“退出国家队”之类的新闻,姚之队的操作仍然得心应手。



### 林丹

#### 活力无限潜力股

**形象展示:**从外形上,林丹俊朗的外表曾经让很多女粉丝为之折服。实际上,林丹的魅力更多的在于他君临天下的霸气,在这个男性气质正在逐渐丧失的时代里,很“Man”的林丹自然备受追捧。

**实力战绩:**正值巅峰的林丹是中国乃至世界羽毛球运动的代言人,他在赛场上霸气十足,犀利的后场劈杀是他的杀手锏。到目前为止,“超级丹”已经成为同时拥有奥运会、世锦赛、世界杯、全英公开赛、苏迪曼杯、汤姆斯杯六大满贯的国际羽坛第一人;2009年,林丹愈发显得势如破竹,如日中天。苏迪曼杯、世锦赛、中国羽毛球大师赛、十一届全运会,林丹囊括了全部单打冠军,取得了37胜2负的傲人战绩,其表现十分稳定;今年的广州亚运会,其又将冠军收入囊中,从而成为世界羽坛完成“全满贯”的第一人,并力压刘翔成为本届亚运会的MVP。

**吸金能力:**去年海德拉巴世锦赛赛膺男单三连冠后,林丹跻身费德勒、贝克汉姆、亨

利等世界顶尖运动员行列,成为某知名剃须刀第一个中国区代言人,并拿到了不菲的代言费。随后林丹还代言了国产某知名品牌的羽毛球球拍和汽车等产品,2009年度商业收入约达1475万元,本年度则有较大幅度增长。

**商业潜力:**超强的实力、俊朗的外形,以及超强的商业价值让林丹已经具备了体坛“一哥”必备的所有元素。略有不足的是,他所从事的运动项目限制了他的商业潜力,否则林丹将会大有作为,成为中国体坛毫无争议的“一哥”。



### 刘翔

#### 收拾残局重头来

**形象展示:**刘翔很阳光,这一点毋庸置疑。而其一直都像个大男孩儿般的随和也为他加分不少。当然,最为重要的还是其总是显得信心十足,即便是北京奥运的退赛,经过他之后的努力,也有了励志元素。

**实力战绩:**2004年雅典奥运会上,以12.91秒的成绩平了保持11年之久的世界纪录;2009年12月11日下午15时20分,在东亚运动会田径男子110米栏决赛中,刘翔以13秒66的成绩轻松夺得冠军,成就“三冠王”……很显然,在中国田径整体落后的大环境中,刘翔的横空出世给人们带来了惊喜,可谓一扫中国体育界一直以来的沉闷局面,堪称一个优质的运动偶像。

**吸金能力:**在雅典奥运会之前,刘翔一共签了四个广告,代言费从35万到40万人民币不等;雅典奥运会之后,刘翔的身价立刻涨到了500万元左右;而到北京奥运会举

办之前,四年间刘翔的身价每一年上涨幅度都超过100%,到了2007年刘翔的身价已经高达1400万元……很显然,面对这个运动偶像,商业界绝对表达了它们的惊喜,刘翔在最高峰时一度同时代言了12个品牌。

**商业潜力:**从2008年8月退赛到年底,刘翔无论是事业还是经济收入都陷入了一个低谷。北京奥运之后,刘翔的代言单价已经从巅峰时期的1500万元降至200万元,跌幅高达87%;其所代言的12个品牌也所剩无几。不过,亚运夺冠之后,刘翔的身价据说已经回到千万,而若在之后的世界大赛中再能与世界好手一争高下,他的商业价值仍将会有较大空间,毕竟,他还是国际明星。

据《三秦都市报》

