

雷軍速簽約招攬
借助奧運明星光環

中國飛人

蘇炳添

做小米生招牌



●小米宣布簽約蘇炳添為品牌代言人以後，網上讚聲一片。圖為雷軍。
資料圖片

昨日上午10點，小米（1810）官方微博及小米創辦人、董事長兼CEO雷軍微博雙雙發布消息，稱「熱烈歡迎小米品牌代言人，蘇炳添。」蘇炳添此前在東京奧運會上跑出9秒83成績、刷新亞洲紀錄，也是第一個跑進男子百米決賽的亞洲人，被冠以「中國飛人」美譽。消息曝光後，網友對此紛紛點讚，認為小米簽下蘇炳添速度同樣十分快速，亦向外界彰顯一個國產品牌突破紀錄的實力。業內認為，品牌找運動員代言，看重的是他們身上的榮耀光環和好口碑，雖然總體上運動員代言數量少於流量藝人，但關鍵時刻，一個好的體育明星代言可以大幅提升品牌形象。

■香港文匯報記者 孔雯瓊 上海報道

雷軍在微博中回顧了蘇炳添的經典瞬間，表示「8月1日晚，全網沸騰了，蘇炳添，9秒83，再次突破自己，刷新亞洲紀錄，成了第一個跑進男子百米決賽的亞洲人！中國飛人！」雷軍還稱，「這位大學副教授，依然奮戰在最激烈的男子百米賽場。這樣拚搏、不服輸、追求極致的精神，深深打動我。他說他喜歡小米，他願意代言小米品牌。」之後蘇炳添也以視頻的形式宣布這一消息，他表示：「成為小米品牌代言人，很高興也很自豪，希望大家能和我一起為小米加油。」並說：「小米的雷總10日晚有個演講，主題是我的夢想我的選擇，大家可以和我一起聽，為雷總加油。」

運動員影響力掛鉤商業價值

實際上，運動員的成績，除了事關國家榮譽和個人突破外，還有的就是商業價值。通常運動員的商業價值和受眾人群的廣泛程度和國際影響力掛鉤，據艾漫數據統計，在2015年到2021年有代言的運動員所屬項目榜單中，籃球、排球、乒乓球、跳水、游泳等項目這些國民度較高的項目運動員最受品牌青睞。今次東奧的電視廣告中，伊利廣告中出現中國乒乓球隊，貝殼、快手廣告中出現中國女排隊，韓束廣告中出現中國游泳隊。另據《財經》統計，內地籃球巨星姚明，在其運動員生涯期間的代言涵蓋了食品、運動、金融、數碼、通信、首飾等多個領域，代言品牌數18個。《財經十一人》統計到，2016年最具商業價值體育明星包括游泳運動員孫楊、寧澤濤；2020年最具商業價值體育明星包括排球運動員朱婷、張常寧等。

另外，就算部分體育項目受國民青睞度相對較低，可一旦出現了在賽事中表現極佳的強者，同樣會創造巨大商業價值。如田徑項目雖然在艾漫統計到的「有代言的運動員所屬項目分布」中僅位列第九，但根據《福布斯》雜誌的統計，劉翔從2003年至2012年的收入高達5.35億元（人民幣，下同）。此外，網球運動員李娜、羽毛球運動員林丹同樣因個人表現創造巨大商業價值，福布斯2015年中國名人榜，體育圈內上榜的只有李娜和林丹。

整體美譽度高於流量藝人

有業內人士認為，儘管近些年品牌開始逐步熱衷簽約流量藝人代言，且整體上運動員的代言數量少於藝人，但運動員最難能可貴之處，就在於口碑。蘇炳添一戰成名，網友認同他代表的是中國人積極進取、鍥而不捨的精神。反之，內地近期有某位流量藝人，因身陷網傳醜聞並被警方拘拘，原本和其合作的品牌代言全部解約。自小米宣布簽約蘇炳添為品牌代言人以後，網上讚聲聲一片。不少網友表示：「大公司不能一味求流量（藝人），蘇炳添一代言，小米的品牌硬氣陽光正能量很多！」「這比流量明星好多了，積極向上，寓意也好。」「強強聯手！這不比簽約娛樂明星強太多？」小米股價昨日或許也是受有關消息帶動，午後顯著上升，收升2.43%，報27.45港元，成交金額41.82億港元，是昨日港股第三大成交額的股份。



●「中國飛人」蘇炳添成為小米品牌代言人。
資料圖片



姚明 統計時間：2004年至2012年
籃球 收入：超過20億元



林丹 統計時間：2000年至2020年
羽毛球 收入：至少6億元

部分中國體育明星收入

資料來源：福布斯媒體公開報道
貨幣單位：人民幣
製表：孔雯瓊



劉翔 統計時間：2003年至2012年
田徑 收入：5.35億元



李娜 統計時間：1999年至2014年
網球 收入：超過4.5億元

奧運明星效應勁 相關消費仍火熱

香港文匯報訊（記者 孔雯瓊 上海報道）東奧雖然已落幕，但奧運帶來的消費卻持續火熱。打開電商平台，奧運同款運動服、運動鞋、配飾，冠軍金句設計款T恤等，目前仍處在熱銷狀態中。其中射擊冠軍楊倩同款小黃鴨夾夾是賣得最火爆的一款，有店舖在奧運期間賣出9萬件，至今仍有不少店舖需要讓廠家緊急加貨。此外，乒乓球比賽中奪金的許昕同款反手球T恤，劉國梁喊話的「別讓他活」同款文字衣服，中國女排頭像掛件，中國體育代

表團領獎鞋紀念版等，甚至運動員們用過的同款風油精、水杯、項鍊、手機殼等都廣受青睞，月銷售過千件的店舖不在少數。

電商體育用品銷售狂飆

從抖音電商發布的數據來看，7月21日至8月8日，抖音電商體育用品銷售額同比增長365%，鴻星爾克成為最受追捧的運動品牌，同為國貨的貴人鳥、李寧和安踏也躋身前五。除了一些大眾類體育產品外，

小眾運動亦因為隨着奧運進入人們視野，滑板、攀岩、衝浪、棒球相關商品銷售額同比激增，其中滑板更是高達353%。

除了內地銷售大熱，從事跨境電商的賣家更是大乘奧運的東風，據服務於亞馬遜跨境电商企業和個人賣家的Jungle Scout數據顯示，自4月以來貼有「2021年奧運會」標籤的產品銷量同比暴漲了202684%，另外和運動相關品類產品亦都銷售大漲。業內預測，因奧運熱情點燃的消費熱情，會從賽事前一直持續到賽事結

束後的很長一段時間。

帶挈體育股多次大漲

同樣獲益奧運經濟的當然還有體育股票，奧運期間中國運動健兒頻傳捷報，其間還有國家政策助力，這就使得A股體育板塊多次大漲。8月4日，國務院印發《全民健身計劃(2021-2025年)》，提及2025年經常參加體育鍛煉人數比例達到38.5%，縣（市、區）、鄉鎮（街道）、行政村（社區）三級公共健身設施和社區15分鐘健身圈實現全覆蓋，每千人擁有社會體育指導員2.16名，帶動全國體育產業總規模達到5萬億元人民幣。當天A

股體育股板塊暴漲近5%，創下近期以來最大單日漲幅。雷曼光電、金陵體育漲幅逾20%；萊茵體育、信隆健康、力盛賽車等集體掀起漲停潮。港股體育用品股亦集體高開，特步漲逾12%，滔搏漲7.84%，李寧漲5.65%。8月10日，體育總局公告關於認真貫徹落實《全民健身計劃（2021-2025年）》的通知，同樣引發體育產業股拉升。

證監：明年中推股票實名制

香港文匯報訊（記者 周紹基）證監會昨日就有關為證券市場引入俗稱「股票實名制」的投資者識別碼制度及場外證券交易匯報規定的建議，發表諮詢總結。在投資者識別碼制度下，持牌法團及註冊機構，須向聯交所提交在聯交所發出證券交易指令的客戶名稱，以及其身份證明文件資料。持牌法團及註冊機構亦須依據另一制度，就聯交所上市的普通股及房地產信託基金(REITs)的相關場外證券交易，向證監會匯報有關資料。

已推遲實施 讓業界作好準備

證監會表示，回應者普遍贊同有關建議。在考慮市場意見後，證監會將會着手落實上述兩套制度。投資者識別碼制度及場外證券交易匯報制度，預期分別會在2022年下半年及2023年上半年實施，但仍需視乎系統測試及市場演練情況而定。證監會指出，考慮到是次諮詢所接獲的意見，已推遲實施時間表，讓業界有更多時間作

好準備。

投資者識別碼制度俗稱「股票實名制」，訂定明年下半年才實施，主要是為了讓所有持份者有充足時間準備，例如提升系統，以及就收集投資者個人資料取得同意等。

可實時監控 即時應對違規交易

「實名制」是指設立和實施投資識別碼制度，以實名形式進行股票交易。現時銀行及證券行等代客落盤時，毋須輸入客戶資料。每當證監會對交易有所懷疑，便需向銀行及券商等中介機構，索取客戶的記錄。「實名制」生效後，證監會便可實時監控，一旦發現不正常、違規交易，能即時追蹤及應對。立法會金融服務界議員張華峰表示，內地股票交易很早已有實名制度，期望當局可給予業界充分時間準備，並提升公眾對「實名制」的認識。

港股兩連升 恒大證實引資

香港文匯報訊（記者 周紹基）內地官媒又再發文，題為「IPO上市，券商不能一薦了之」，指內地需進一步完善保薦人的激勵約束機制，促進保薦機構主動盡責。但文章未對券商股構成很大影響，中資券商股昨日普遍跟隨大市上行。連日被批的科技股，股價也見反彈，當中騰訊(0700)彈5.3%，美團(3690)飆8.4%，連阿里巴巴(9988)也升2.2%，帶動港股上升322點，收報26,605點。港股連升兩日，成交額回升至1,610億元，「北水」再流入逾54億元，連續第5日出現淨流入。

沈大師：港股已脫離危險期

匯豐證券行政總裁沈振盈表示，從技術走勢來看，港股現時在25,800至26,000點水平覓得支持，阻力位則在26,800點水平。由於市況仍有很大風險，壓抑恒指難以大升，但已脫離危險期，走勢會逐步回穩並向上。他指出，政策風險仍主導大市走

勢，個別不受政策影響的板塊表現卻突出，投資者可特別留意有關板塊。另一方面，美股續創新高，已到了位高勢危地步，加上美國疫情又重上高峰，有可能成為市場借機推低美股的主因。

恒汽盈警 無礙恒大系爆升

大市焦點放在重債股恒大(3333)身上，恒大昨公告，承認正接觸幾家潛在獨立第三方投資者，探討有關出售該公司旗下部分資產，包括但不限於出售恒大汽車(0708)及恒大物業(6666)的部分權益。而截至目前為止，尚未訂立任何具體計劃或正式協議。外電指出，恒大與一眾具實力的國資和民企談判出售恒大汽車和恒大物業股權，談判進展順利。資金炒起整個恒大系，即使恒大汽車發盈警，料半年虧損將擴大，但在引資的憧憬下，該股仍升8%；恒大物業更急升20.5%，母公司中國恒大升7.3%，恒騰(0136)亦爆升15.6%。