



向来低调的杭州绿城足球俱乐部,竟然在地铁站做起了形象广告

这座城市需不需要足球 昨天开始,杭州人或许会思考这个问题

本报记者 曹林波

昨天,你的朋友圈,被一组“九宫格”的绿城足球海报刷屏了吗?

昨天上午开始,绿城球迷纷纷发微博或朋友圈,奔走相告他们在杭州地铁一号线定安路站的新发现,原来向来低调的杭州绿城足球俱乐部,竟然在地铁站做起了形象广告。



扫码下载钱江晚报浙江24小时APP

绿城“九宫格”刷屏朋友圈

杭州绿城足球俱乐部一直很低调,除了每轮比赛前的加油海报,以及黄龙体育中心票房门口的海报,很少有看到绿城在这个城市的其他地方投放广告,所以也难怪球迷们会那么激动,纷纷针对地铁海报中的那句“这座城市不需要足球?”的宣传词表态,“早就应该这么宣传了。”“终于有一点点足球的气息了。”“点赞,增加一点足球文化也是极好的。”

很快,记者的朋友圈就被这9幅地铁海

报刷屏了。9幅地铁海报除了一张是球员的大合影外,还有为邹德海、拉蒙、加比奥内塔、孙正傲、陈柏良、陈晓、葛振、程谋义等8名队员单独设计的海报,每一个人的主题色不同,而且还有属于他们的介绍和心声。

钱报记者在地铁定安路站看到了最早被球迷拍到的那两张海报,一张大合影,一张陈柏良的海报,就位于地铁进站的窗口,不仅仅等待地铁的乘客能够看到,就连地铁里的乘

客路过也能够看清楚。

在地铁站,记者遇到一群杭四中放学路过的学生,虽然他们没空看球,有些同学不太关心足球,有些同学则自称是“伪球迷”,不过对于绿城足球,他们还都是知道的。

几个大男孩七嘴八舌地评论起来,“这样当然会扩大一些影响啦。”“这里来来去去游客那么多,让外地人也多知道知道绿城队。”“只有两张海报太少了,要多放一点,多几个站。”

准备了两个月,要让杭州拥有足球的气息

为什么向来低调的杭州绿城这一次会想起在地铁站上推出这样一系列广告?昨天下午,钱报记者采访了负责杭州绿城足球俱乐部相关品牌宣传的浙江双城文化创意有限公司总经理许勇。

许勇告诉记者,这一系列的地铁广告按原计划是在4月20日才全面铺开推广,应该是个别地铁站点提前张贴出来了,没想到引起了大家的刷屏。他这一天也被不少人询问这个事儿,就连省足协的领导也打来电话。

许勇告诉记者:“我们去年就想做这个事情,因为公司一直都在做绿城的品牌宣传,我们觉得这个城市的足球元素和足球文化实在是太多了,今年我们下决心要做好这方面工作。”

在地铁站做球队的宣传广告,在其他地

方不乏先例。球队也是一个城市的象征,会让来往的外地人加深影响,也会引起本地人的共鸣,而这正是目前绿城所需要的。

虽然有一群即使球队降级依然不离不弃的死忠球迷,但不得不承认,即使在踢中超时,绿城主场的上座率也不高,普通杭州市民对于绿城的认同感和热情度始终不强。

这正是许勇他们做这个推广的原因:“我们就是想在泛球迷的范围引起关注和讨论,省足协的领导也给了我们不错的评价,觉得这个城市逐渐开始有了足球的气息。这恰恰是我们这次推广想达到的目的,逐步给城市带来‘绿色’,不要再说杭州是足球的沙漠了。”

这次推广的口号“这座城市不需要足

球?”也很扎心。许勇也承认,这个口号非常犀利,“因为我们想达到语不惊人死不休的效果。之前太多的宣传都很正面,大家也都麻木了,不来点重料,也无法引起大家的专注。”

为了这个策划,从今年刚入春的时候开始,许勇和他的同事就开始策划了,经过了两个月的准备,总算是成功推出了。“我们想在品牌宣传上做一些尝试,在地铁投放平面广告就是其中一个步骤,后续还会有一些户外的广告。武林广场的国际大厦有一个大广告屏,在五一前后,我们还会在那里做一些俱乐部宣传。另外,我们还在和俱乐部沟通,希望球队能够配合我们的宣传,进到社区,或者公共场合,做一些和普通老百姓互动的活动。”许勇说。

莱茵体育运动生活馆亮相杭城 篮球名将郑武已率先在那里“驻点”

本报讯 作为莱茵体育的综合型运动生活馆,莱茵体育运动生活馆华媒馆于昨天正式在下沙开馆亮相,这一综合了多种运动项目和功能的体育活动中心,在开馆的第一天就吸引了众多体育爱好者前来体验,连浙江篮球名宿郑武都带着他的团队前来捧场。

区别于一般的健身房和运动馆,莱茵体育运动生活馆融合了体育运动、休闲娱乐和

文化生活,可以为大众提供综合性场馆服务和体验。在华媒馆里,7000㎡的运动面积融合了健身俱乐部、篮球馆、羽毛球馆、笼式足球、乒乓球、台球、庭院咖啡、健康轻餐、多功能厅、少儿成长中心、商务洽谈及企业素质拓展等多属性功能空间。

在运动馆的篮球馆,记者看到了一个熟悉的身影,那就是浙江篮球名宿郑武,目前已

经受聘成为安徽文一男篮助理教练的他,正在辅佐恩师宫鲁鸣。不过昨天,他是带着他所创办的郑武篮球课堂的团队前来捧场的:“我们的篮球训练营将和莱茵体育运动生活馆合作,在这里搞一个培训点,这里的场地多数是半场的场地,作为培训的场所非常合适,所以我们会一起合作,为篮球爱好者提供专业性的辅导。” 本报记者 曹林波