

记者 | 李木圳

比特币暴跌却没有影响加密货币在体育领域的活跃度。

北京时间2022年7月12日，英超曼城俱乐部确认，加密货币公司欧易（OKX）正式成为俱乐部2022-2023赛季官方训练装备赞助商。OKX品牌标识将出现在曼城男、女一线队的训练装备上。

这笔赞助OKX将花费超2000万美元，部分曼城球员将在OKX制作的虚拟内容中担任主角。

今年3月，OKX正式与曼城达成长期官方合作伙伴关系，合作涵盖曼城俱乐部的男女一线队和电竞业务。双方计划共同打造曼城粉丝NFT产品，NFT是代表媒体所有权的数字资产，通常是数字艺术品、个人资料图像或音乐。这将使俱乐部能够与粉丝进行更直接的互动。

OKX在国际上拥有180多个市场，超过2000万用户。按衍生品和现货交易量计算，它是世界第二大加密货币交易所。据悉，在2021年，欧易的交易平台处理了超过250亿次交易，交易量超过21万亿美元。

加密行业与主流体育赛事的合作开始于2014年，比特币支付提供商Bitpay与ESPN签约，为美国大学橄榄球赛事——圣彼得堡碗（St. Petersburg Bowl）提供赞助。尽管该赛事规模不大，但极具标志意义，成为加密行业赞助体育界的首个里程碑。

此后，来自加密和区块链行业资金也不断涌入体育行业。

2021年，NFL纽约巨人队与全球最大的加密资产管理公司灰度投资信托（Grayscale Investments）达成赞助合作。

2021年4月，NBA迈阿密热火队与加密货币交易所FTX签署了独家冠名权协议，将其主场更名为“FTX球馆”。据了解，这笔冠名协议为期19年，交易价值达到1.35亿美元。

法国足球俱乐部巴黎圣日耳曼获得了球迷代币供应商Socios.com和交易平台Crypto.com的赞助。今年6月，为庆祝俱乐部第10个法甲冠军，巴黎俱乐部和亚洲巨星

周杰伦合作推出了10000个独家系列的NFT。

不仅有众多球队获得了加密和区块链公司的赞助，不少顶尖运动员也签约为其代言。仅FTX旗下就有汤姆·布雷迪（Tom Brady）、斯蒂芬·库里（Stephen Curry）和大谷翔平这样的超级巨星作为品牌代言人。

随着Crypto.com成为2022年卡塔尔世界杯的独家加密货币交易平台赞助商，不可否认，加密和区块链已经成为体育赞助市场最具活跃度的品类。

重大赛事赞助、体育场冠名、与俱乐部合作提升粉丝服务水平，乃至与体坛巨星深度合作，加密货币在体育的世界里已经无处不在。

数据统计和市场计量公司Nielsen预测，到2026年，加密和区块链公司的体育赞助将达到50亿美元以上。

近期全球经济下行压力增大，加密货币市场低迷，比特币的价值在6月暴跌至2万美元以下，这使人们对该领域的未来产生了怀疑。

目前，已有多家加密公司紧急叫停了与体育领域的合作。

尽管经济不景气，OKX仍在推进扩张计划。除了与曼城的合作外，该公司的金融市场总监表示，它计划将其员工人数增加30%，目标是达到5000名员工。