



24亿欧元

C 总奖金3.31亿欧元 与2016法国欧洲杯持平

除非再有“黑天鹅”事件发生，否则今年欧洲杯必将收入大增。不过，足球与世界格局一直息息相关，所以欧足联也不敢太过大胆地调整资源分配，这或许也是德国欧洲杯奖金方案沿用过去方案的主要原因。

2021欧洲杯的奖金池为3.71亿欧元，虽然后来有消息称，受疫情影响，欧足联最终未能完全按照预定额度把奖金发完，而是给所有参赛队打了九折，但这仍然是历届欧洲杯总奖金最高的一次。今年的欧洲杯总奖金预计比三年前要低，总额度为3.31亿欧元。

对于彼时遭受疫情冲击的欧洲足坛来说，欧洲杯参赛收入是帮助各国足协度过时艰的“救命钱”。所以，当时欧足联“勒紧裤腰带”发钱，对于欧洲各地区恢复足球运动，尤其是支持草根足球、低级别职业足球俱乐部来说，有非常重要的意义。

如今，欧洲杯收入有望重上正轨，欧足联却在奖金分配方面不失审慎。对比2016欧洲杯，2024欧洲杯的收入增加26%。如果奖金增幅

比例相同，2024欧洲杯奖金池可达3.78亿欧元。然而，欧足联最终还是敲定为3.31亿欧元奖金。

欧足联一直以非营利性组织自居，其收入会再分配用于草根足球发展、青少年足球发展、女子足球发展、裁判员培训、社区球场建设等以基层发展为主的项目上，可能相关项目面临的挑战有一定持续性，需要审慎调配资金。

最终，2024年欧洲杯的奖金方案与上一届赛事维持一致。所有晋级正赛的球队至少获得925万欧元参赛奖金，之后每场小组赛胜利、平局，以及晋级至每一个不同的淘汰赛阶段，均有相应的叠加奖金收益。其中冠亚军可分别获得800万欧元和500万欧元的叠加奖金。假如有球队以全胜战绩夺冠，其理论奖金总额为2825万欧元。

从欧足联的赛事预算规划来看，欧足联将历史性地把接近一半的欧洲杯收益分配到“足球贡献”板块中。所谓的“欧洲足球贡献”，其实质就是欧足联向旗下成员国和地区的财政拨款。

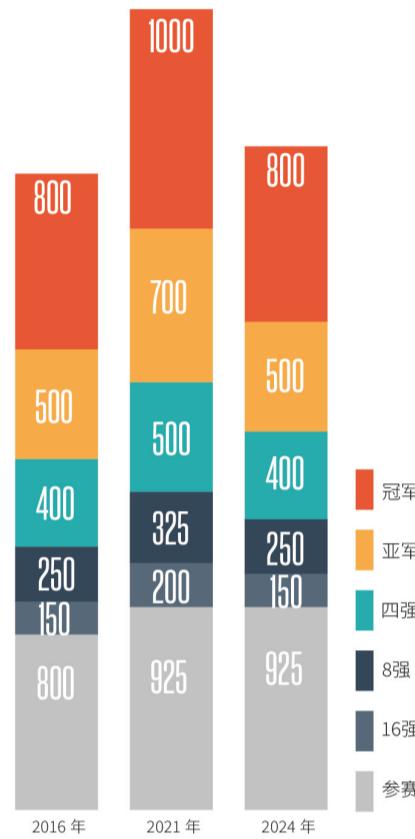
最近3届欧洲杯小组赛奖金方案

(单位:欧元)

赛果	2016年	2021年	2024年
胜	100万	150万	100万
平	50万	75万	50万
负	0	0	0

最近3届欧洲杯名次奖金方案

(单位:万欧元)



2024欧洲杯球衣商分布

品牌	球队	数量
1 耐克 (美国)	克罗地亚 斯洛文尼亚 英格兰 波兰 荷兰 法国 斯洛伐克 土耳其 葡萄牙	9支
2 阿迪达斯 (德国)	德国 苏格兰 匈牙利 西班牙 意大利 比利时	6支
3 彪马 (德国)	瑞士 塞尔维亚 奥地利 捷克	4支
4 马克龙 (意大利)	阿尔巴尼亚 格鲁吉亚	2支
5 荷马 (西班牙)	罗马尼亚 乌克兰	2支
6 大黄蜂 (丹麦)	丹麦	1支

世界足坛赛事品牌价值Top10

(单位:亿欧元)



数据来源

国际足联、欧足联、德国足协、转会市场、足球天文台等

●链接

六大运动品牌竞争 最多的与9支球队合作

上一届欧洲杯，24支参赛队的运动品牌赞助商由六大运动品牌瓜分——耐克(9支)、阿迪达斯(8支)、彪马(4支)、荷马、大黄蜂和雅科各1支。本届欧洲杯，24支参赛队的运动品牌赞助商还是六家，但没了雅科，多了马克龙。不过，最多球队选择的品牌还是耐克，耐克的球队依然是9支。

今年，耐克的9支参赛队分别为：英格兰、法国、葡萄牙、荷兰、克罗地亚、斯洛文尼亚、波兰、斯洛伐克和土耳其。其中，英格兰队和法国队是两大夺冠热门球队。事实上，耐克近些年在足球资源的投入正在逐届增多，2012年才5支队，2016年才6支队，但从上一届开始，就达到了9支球队。

随着耐克在足球资源逐步加大投入，那么此前以足球为大本营的阿迪达斯自然有不少份额被竞争对手“蚕食”。要知道，在最巅峰的时期，比如2016年法国欧洲杯，阿迪达斯赞助的球队数量为9支，三年前也有8支球队穿阿迪达斯。然而，本届欧洲杯的一个明显的变化在于阿迪达斯赞助的球队明显变少，只剩下6支——德国、西班牙、意大利、比利时、苏格兰和匈牙利，总占比为25%。在这里面，意大利是阿迪达斯最新签下的重要球队。

彪马继续稳坐第三位置。与上届欧洲杯一样，今年彪马依然保持着4支球队的赞助阵容，分别是瑞士、奥地利、捷克、塞尔维亚。尽管数量没有变化，但是彪马在本届欧洲杯最明显的变动，无疑是失去了合作已经有20年的意大利。毕竟，意大利队作为卫冕冠军，却在2022年结束了与彪马的合作。

事实上，彪马在2016年以来已经在欧洲杯赛场投入了不少的资源。在2012年欧洲杯上，彪马的赞助数量仅仅排在第四位，只赞助了2支球队。而到了2016年欧洲杯，彪马赞助球队的数量开始增多到5支，排在第三的位置。在失去了卫冕冠军意大利队之后，彪马在本届欧洲杯上只能寄希望于“黑马”——欧洲杯新军塞尔维亚队。

●知多D

德国举办欧洲杯 大概能赚多少钱？

借体育大赛来吸引游客，促进旅游消费，赋能城市发展，已成为大赛举办国的主打牌之一。欧洲杯作为世界顶级赛事，对当地经济的提振十分显著。

2016欧洲杯帮助法国吸金约12.2亿欧元，共吸引超过60万名游客，平均每人逗留8天，每天花费154欧元。2006德国世界杯，仅统计汉堡市的餐饮消费情况，球迷们就干掉了“28万升啤酒以及8万多根香肠”。

调研报告显示，今年3—4月，eBay德国站上德国国家足球队用品(+400%)、球迷商品(+147%)和观赛用品(+98%)等商品销售较去年同期实现了快速增长。柏林地方管理机构预计，当地将在欧洲杯期间迎来约250万名游客，为城市酒店、餐饮业和旅游业带来可观红利，柏林方面正在全力提升接待能力。

2006年，德国凭借世界杯实现了20亿欧元的净收入。2022年的卡塔尔世界杯，卡塔尔全国一共收入了170亿美元(约156亿欧元)。据德国《图片报》预算，虽然欧洲杯赛事本身大概只有24亿欧元的收入，但在今年的欧洲杯期间，整个德国有望收入100亿欧元。相比旅游业的收入，赛事本身其实不是大头。



(请点击“数据”频道)