

3年收入4.74亿元 郑钦文已超过李娜

巴黎奥运夺金后商业版图迅速打开 低谷期14份代言无一中止

10月11日晚,郑钦文以7:5、6:4直落两盘击败新科法网冠军、19岁的俄罗斯选手安德烈耶娃,持外卡夺得中网女单冠军,成为赛事20年来首位中国本土冠军,也首度问鼎个人首个女子网球协会(WTA)1000级别赛事。仅隔一天,10月12日她因右肩伤势退出2026年武汉网球公开赛。《福布斯》发布的过去12个月世界网坛收入榜显示,郑钦文以约2260万美元(约合1.5亿元人民币)位列全球第七,是收入前十名中唯一的中国选手,超97%的收入来自奖金之外。

郑钦文的商业版图 在2024年迅速打开

奖金决定运动员收入的下限,代言决定上限,其高低取决于成绩、荣誉、形象和身后市场。《福布斯》的统计数据显示,刘翔2003年至2012年累计收入约5.35亿元:2003年其年收入仅160万元,2004年雅典奥运夺金后跃升至2300万元,2007年触及约1.6亿元顶点。李娜走职业化“单飞”路线,凭借2011年法网、2014年澳网两座大满贯,巅峰期手握13个一线品牌的代言,整个职业生涯商业收入约4.5亿元。两人轨迹一致,高光时刻几乎与代言峰值重合,成绩一旦回落,合作随之收缩。

但进入当下,这套“看成绩下单”的逻辑正在松动。随着体育产业成熟,品牌投放已从单次夺冠的短期押注,转向个人品牌的长期经营:谷爱凌长期合作品牌15个、场外收入占比超99%,孙颖莎手握30个代言、在大众消费市场号召力突出;娱乐头部艺人则通常背负二三十个品牌,长于持续曝光和粉丝转化。相较而言,运动员凭硬成绩和国家荣誉赋予的高光时刻,成为高端奢侈品牌的另一类选择,二者分工各异。

郑钦文正是运动员中颇受关注的一位。她的商业版图在2024年迅速打开:8月夺得巴黎奥运会女单金牌,成为中国首位奥运网球单打冠军,而2024年年初的澳网她已收获亚军;此后奥迪、蚂蚁等品牌相继与她牵手;迪奥2025年1月任命她为全球品牌大使,这在中国体育明星中尚属首次。如今,据不完全统计,她名下14份长期代言已横跨运动装备、奢侈品、汽车、快消、科技、金融、航空等门类。

品牌密集下注,也直接改写了郑钦文的收入结构。《福布斯》榜单的2260万美元中,仅约60万美元来自奖金,其余约2200万美元来自场外,占比超



10月10日,郑钦文在比赛后庆祝。新华社记者 张晨霖 摄

97%,远超网坛常态。男子网球排名第一的辛纳场外收入占比约五成,女子顶尖选手多在七到八成。2024年至2026年,郑钦文的世界排名的奖金加代言约4.74亿元,已超过李娜整个职业生涯的约4.5亿元(数据均源自《福布斯》)。“品牌签下的不是某一场输赢,而是奥运金牌这枚不随状态失效的长期资产,以及中国市场和她的个人形象。”一位长期跟踪体育营销的专业人士表示。

低谷期14份代言无一中止 一座冠军奖杯含多重价值

排名跌入低谷往往意味着品牌离场,郑钦文却是反例。她最艰难时,耐克、劳力士、迪奥、奥迪等14份长约无一中止,霸王茶姬、兰蔻反而调高她的头衔,千问、土耳其航空等新品牌也在她低谷时入局。彼时是2025年,她因右肘手术休战近10个月,排名一度滑出百名之外,法网、温网均止步首轮。

品牌为何敢于在低谷留守?上述专家解释,这批合同多签于郑钦文奥运夺冠之际,议价锚点本是金牌而非当下排名,部分长约还为术后波动留了余地;中国女子网坛头部选手的稀缺性,也让品牌愿以低谷陪伴传递长期主义。不过,温情替代不了条款。一位业内人士

士透露,这类合同普遍写有排名与成绩考核线,跌破约定区间便可能降薪乃至重新谈判,近年品牌整体更偏好短约。“逆境反弹固然动人,可没有稳定战绩接续,热度退得也会很快。”

看清这份坚守与谨慎,这座中网女单冠军的回报价值便清晰起来,大致有三层。最直观的是约770万元奖金,但放进全年约1.5亿元收入中,占比不过5%;真正关键的是积分与排名:1000个积分让郑钦文的世界排名从赛前第54位升至第23位,而4个月前还在第160位,来年大满贯种子席位由此落定,既免去资格赛消耗,也降低早遇强手风险,这样的稳定亮相机会远非奖金可比;第三层作用于市场信心,决赛当晚10多家品牌第一时间发布祝贺海报、上线夺冠营销,此前的观望迟疑因这座奖杯趋于明朗。

“奖金总会花出去,积分也会随新赛季滚动,真正留下的是种子身份带来的持续曝光,以及谈判桌上更足的底气。”该业内人士说。这批早期长约将在2027年前后陆续到期,届时的续约行情才是真实定价。冠军头衔不会在合同上被单独标价,它改变的是下一份合约的期限与金额。

华西都市报-封面新闻记者 姚瑞鹏

近日,大批鱼友发帖称,国庆长假期间“沃尔达”智能插座深夜突然发生故障,断电导致鱼缸饲养的鱼类、珊瑚“全缸覆灭”,引发热议。多名鱼友告诉华西都市报、封面新闻记者,厂商发布通报称遭遇黑客攻击,拒绝理赔诉求。“我们不清楚,插座到底能不能被远程攻击,是不是插座自身出了故障。”

记者采访涉事品牌“沃尔达”,客服人员表示确有部分设备产品遭到远程攻击,公司已报警,但不方便告知涉事产品数量以及在哪里报的警。

智能插座突发故障断电 多地鱼友称“全缸覆灭”

厂商:服务器遭黑客入侵致部分设备异常,已报警

多地鱼友称插座故障而死鱼 品牌方称服务器遭黑客入侵

山东的张女士告诉华西都市报、封面新闻记者,她和爱人都喜欢养鱼,在自家公司里摆着4个大小不同的鱼缸,养着各种鱼。其中一缸,她耗费了一年多精力,养了漂亮的珊瑚和彩色的鱼。

“这缸养的是海鱼。温度、盐的控制比较苛刻。我专门买了一款沃尔达品牌的智能插座,通过手机APP可以随时调整设置。”张女士介绍,10月1日凌晨4点多,她的丈夫睡醒翻看手机时,刷到不少鱼友发的视频,称9月30日夜里沃尔达插座突发故障断电,不少人的鱼缸遭殃,养的鱼都死了。

张女士立即返回办公楼查看,发现公司里那缸海鱼也没能幸免:“断电之后,智能功能丧失。鱼全死了,珊瑚也蔫了。缸里的水全部沥到下层柜子里,又溢了出来,地板都被水泡了。”

记者注意到,社交平台上有不少使用沃尔达智能插座的

网友分享类似的遭遇。不少人原本9月30日晚上已经出发旅游,看到网络信息不得不折返回家,也没能避免“全缸覆灭”。

一位网友晒出的视频显示,20多条中等个头的鱼浮在水面。还有网友称,直到假期快结束才看到相关信息,“赶回家时家里已经臭了”。

张女士告诉记者,她曾向沃尔达客服询问,被告知是智能插座遭到黑客攻击。“10月1日,沃尔达正式发布通报,将事件定性为不可抗拒的外部因素导致。”

记者注意到,这份“官方通报”称,沃尔达智能插座服务器系统遭遇黑客入侵,导致部分设备异常,公司已连夜紧急修复服务器,并彻底拦截攻击,系统已全面恢复正常;公司已第一时间报警,正等待警方处理。这份通报声明中,以黑体大字强调“非产品质量问题,非操纵问题,是不可抗拒的外部因素导致”。

鱼友质疑“黑客攻击”真实性 客服称案件调查中不便透露

华西都市报、封面新闻记者注意到,不少鱼友发布视频称,曾向沃尔达客服询问理赔、善后方案,他们对客服给出的方案并不满意。

有人被告知产品过了质保期而无法退款,有人被告知可以免费补发一件插座产品,还有人被建议走诉讼途径索赔。

“一开始态度比较好,一直说抱歉,说帮我登记情况。过了两天,客服的话变得生硬,说给我补发一个插座,不接受就去起诉,但要提供证据,证明是插座故障导致鱼死亡,还要证明鱼的价值。”张女士说,她买的插座500多元,损失的一缸鱼和珊瑚价值远超

500元,更大的损失是这一年多精心饲养付出的心血。

张女士称,时间过去10多天,沃尔达一直没有通报案件进展,也没提供报警回执,不少鱼友开始怀疑“黑客攻击”的真实性。“大家都在猜测,是不是出事的设备太多,赔偿的话金额太高,所以找了个‘不可抗拒’的理由。”

10月11日,华西都市报、封面新闻记者采访沃尔达官方旗舰店客服,工作人员称确实有部分设备遭遇攻击,但案件仍在调查中,不方便对外透露。记者询问事件涉及多少产品、是向哪里的警方报警。对方表示不方便告知。

专家支招

选择可信赖产品,常更新APP版本

智能插座也能被黑客攻击、控制?消费者在选择、使用智能家电时,该如何防护?

网络安全专家介绍,智能家电越来越普及、种类越来越多,它们大多是借助服务器、手机APP通过无线网络连接设备,原则上很容易被远程攻击、控制。

“早些年常见的家用摄像头被黑客控制,泄露隐私,近些年的智能扫地机器人、冰箱、门禁,都可能被攻击。但黑客也会选择有价值的目标下手。”专家称,黑客一般不会逐个攻击、控制消费者这一端的设备,或者把智能冰箱、智

能窗帘这种不会产生严重后果的设备作为目标,消费者无需对智能家电产生恐慌。

黑客从厂家的服务器下手,是最容易的,一旦得手会产生大面积危害后果。从防护上讲,厂商需要不断提高、更新防护措施。消费者要时常更新APP的版本,也可以减少旧版本留下的安全漏洞。专家建议,消费者应选择联网类的智能家电,不要选择无牌、杂牌、小品牌产品,选择产品时可以查看、询问其网络安全数据、证书,选择可信赖的产品。

华西都市报-封面新闻记者 石伟