

Vuelve La Liga y crece el interés del RCD Espanyol de Barcelona en China

El RCD Espanyol de Barcelona ha desarrollado un carné internacional que es un éxito. Un total de 11.754 socios chinos siguen de manera continuada el día a día del club. La tecnología del RCDE Stadium y la publimentas virtuales permiten al club reforzar las relaciones comerciales y la visibilidad de las marcas en el mercado asiático

El RCD Espanyol de Barcelona se ha convertido en un puente entre las economías de China y España desde que Chen Yansheng asumiera la presidencia del club. El club blanquiazul está de moda en China y ahora, además, con el regreso de la Liga, el equipo quiere seguir explotando su imagen e historia para alcanzar nuevos segmentos y aumentar su rentabilidad en todo el mundo, especialmente en las relaciones comerciales dentro del mercado asiático.

Junto a los intereses comerciales, el interés por el conjunto blanquiazul en China, no ha dejado de crecer. Muestra de ello es la nueva modalidad de carné internacional que el club ha desarrollado a través de un acuerdo con la plataforma MIGU, plataforma de contenido de entretenimiento de China Mobile, que ofrece productos y servicios de contenido digital. Actualmente, el club tiene 11.754 socios chinos (140.000 en el acumulado total) en la modalidad de carné internacional, los cuales pueden disfrutar del contenido Premium más destacado del día a día del Club y del primer equipo, a través de videos y noticias, además de la retransmisión de los partidos en el país.

La tecnología en el RCDE Stadium y la visibilidad para las marcas: la UTV

La llegada de las publimentas virtuales es una de las últimas transformaciones tecnológicas del RCDE Stadium que permite reforzar las relaciones comerciales con el continente asiático, en la retransmisión de los partidos por televisión. Desde principios de temporada, el estadio del RCD Espanyol ha implementado el uso de la U televisiva virtual (UTV) para todos los partidos de La Liga, siendo así uno de los dos únicos en España que dispone del sistema para todos sus encuentros como local. La UTV permite personalizar de forma geolocalizada la publicidad que se exhibe en las perimetrales digitales del estadio. De esta manera, cada retransmisión del RCD Espanyol muestra mensajes comerciales diferentes dependiendo de la zona donde se emite.

Wu Lei, clave para patrocinadores y seguidores

El fichaje de Wu Lei al RCD Espanyol durante el mercado invernal de la temporada 18/19 fue una de las claves de la expansión del club en China. Sin ir más lejos, el gol de Wu Lei ante el FC Barcelona a principios de año, fue visto en directo por 50 millones de chinos.

Además de ser una pieza clave para atraer el interés de los patrocinadores más internacionales, la presencia de la estrella de la selección china ha provocado que se dispare el seguimiento al RCD Espanyol en redes sociales chinas. Los nuevos followers procedentes del país asiático suponen alrededor del 40% del total de aficionados a nivel mundial en los diferentes perfiles del club en redes sociales.

Datos de contacto:

Clàudia Martínez

93.832.46.02

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#)

Categorías: [Internacional](#) [Nacional](#) [Fútbol](#) [Entretenimiento](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>