

中国赛,一只光鲜的“美国花瓶”

NBA中国赛十年,国人彻底沦为看客

一转眼,NBA中国赛已走过近十个年头。

十年前,姚明、麦蒂率领的休斯敦火箭启程来华之际,无数中国球迷曾有过热切期盼,期待在家门口吃道NBA大餐,更期待大洋彼岸的磨砺,让小巨人把中国篮球带向一个顶峰。十年后,NBA球队里没了中国人的踪影,中国元素在中国赛竟变成了稀罕物,欣赏着眼花缭乱的比赛,膜拜着无所不能的球星,如同吃过一个美式巨无霸汉堡,嘴里过瘾,肚子里却没啥营养。

中国赛,这个被斯特恩先生精心打磨的花瓶,十年里变成了一个摆设,供球迷们欢乐,供自己淘金,对低谷中的中国篮球,却可有可无。

本报记者 刘伟

“褪色”的中国元素

中国赛,是姚明进军美国后,NBA对外延伸的一项赛事。在上世纪90年代,NBA在亚洲先看重了消费能力更胜一筹的日本。早在1990年,他们就曾把常规赛揭幕战放在日本,然而日本狭小的篮球市场,让NBA的扩张未达到预期。而姚明的出现,为NBA开拓亚洲市场推开了另一扇大门。

2004年中国赛,NBA盈利两千万人民币,比赚钱更重要的是中国赛多赢的模式。球迷家门口看NBA比赛,一饱眼福,北京、上海借助中国赛打出了一张国际名片,美誉度提高。姚明在NBA的历练,也让中国篮球受益匪浅,至于斯特恩,几场无足轻重的季后赛就能赚个盆满钵满,何乐而不为?如果姚明能够保持健康,中国赛多赢的思路无疑会让各方受益,然而核心人物姚明饱受病痛折磨,中国赛也跟着每况愈下。尽管姚明之后,有阿联、孙悦在NBA效力,但哥俩儿征战之路颇为不顺,跟姚明无法同日而语,NBA中国赛急速堕落,甚至被贴上“三无”标签。

最近两年,为了保住中国这块大蛋糕,斯特恩不惜用当家花旦镇场,去年是卫冕冠军热火,今年是当红大腕科比,然而除了去年某国内品牌斥巨资同韦德签约外,NBA中国赛的中国元素早已少得可怜。如果不能借由中国元素实现中美篮球的共赢,观众对中国赛的热情,迟早有消磨殆尽的一天。

“分裂”的中国篮球

对NBA而言,中国是自己向全球扩张的一个市场,同NBA在其他国家的比赛不同的是,中国市场实在太突出。据估计,中国的NBA消费人群达三亿,谁会眼睁睁放弃这个蛋糕?球迷愿意掏钱看劲爆NBA比赛,膜拜仰慕的巨星,这是市场规律使然。然而更深层考虑,一边是对科比趋之若鹜的死忠球迷,一边却是陷入低谷的中国篮球,一个中国赛,对中国篮球现状的改观有多大意义很是个问题。

后姚明时代,中国男篮兵败马尼拉,跌入历史最低谷。新赛季CBA联赛,俱乐部悄然向欧洲篮球靠拢。上赛季联赛冠军与亚军,均保留了欧洲教练的配置,江苏南钢、吉林男篮也纷纷引入欧洲主帅。整个联赛,美国教练只剩下四川金强的普拉达,其他俱乐部多数保留了土帅配置。这种保守的倾向,实际上反映出整个CBA联赛从前两个赛季美国外援热中开始降温,理智地重新定位。

球迷热衷的是NBA,CBA联赛却在向欧洲篮球学习,即便不学习欧洲,也少有俱乐部在执教风格上坚持美式道路,中国篮球同NBA的联系实际上在弱化,观众看美国,俱乐部看欧洲,中国篮球实在有些分裂。说中国赛只是一个中看却不实用的花瓶,其实并不为过。



今年姚明助阵NBA中国赛。如今没有了姚巨人,NBA如何让中国赛的活力持久?

Osports 供图

记者观察

“花瓶”背后也有中国篮球的尴尬

本报记者 刘伟

十年之内,NBA中国赛到了第七届,“七年之痒”正在袭来。轰轰烈烈的赛事,倾注了即将卸任的斯特恩全部心血。卫冕冠军捧过场,科比走过秀,知名大腕都到齐了,就是不知道明年亚当·肖华再使什么幺蛾子。然而万变不离其宗,没有中国元素的更新,中国赛免不了“花瓶”的尴尬,这种尴尬,也影射了中国篮球目前的处境。

在家门口连续观看了两届中国赛之后,球迷们有了更高的要求。他们不满足于热身性质的季前赛,要求NBA将部分常规赛搬到中国来,吃原汁原味的美国大餐。不过肖华很快婉拒了球迷的要求,理由是舟车劳顿,直播也有难度。既然常规赛落户中国的可能性不大,未来一段时间,NBA拓展中国市场,只能从球星和中国元素上下功夫。

其实这些年,NBA也在努力建立同中国篮球的联系,他们同篮协合作,搞过基层教练的赴美培训。还同姚明合作,力争明年在北京建立起NBA姚学校,培养更多的青少年篮球爱好者。不过这些合作短期内很难见效,对中国赛摆脱尴尬处境,没有实质性帮助。

事实上,如果NBA能再有一位像姚明这样独挑大梁的中国球员,中国赛的尴尬也许就能甩掉,然而指望在亚洲沦陷的中国男篮短期内出现下一个姚明,又谈何容易?

NBA中国赛警惕“狼”来了

本报记者 刘伟

同中国球员在NBA唱衰不同,在欧洲篮球联赛,中国元素却在冒头。尚平的出现,让欧洲联赛头一次有了中国人的身影。10月份的欧冠中国赛,预示着硕大的中国篮球市场,欧洲人也想来分杯羹。尽管他们的市场开拓刚刚起步,还在赔本赚吆喝,然而同中国篮球理念上的契合、合作中的深入,还是会让斯特恩和继任者亚当·肖华,感受到一丝“狼来了”的紧迫。

2013年7月,尚平签约希腊劲旅帕纳辛奈科斯,成为登陆欧洲篮坛的中国第一人。9月份,希腊劲旅来华同佛山男篮进行了一场友谊赛,双方还签订了一系列合作意向,达成了战略合作伙伴关系。同时,另一支欧洲劲旅皇马也没闲着,他们在国庆节后造访中国,同首钢男篮进行了一场热身赛,真刀真枪地打了一场。尽管上座率不高,还是迈出了欧洲篮球进军中国市场的关键一步。

NBA吸引中国观众,在于丰富的娱乐性、劲爆的赛事,无所不能的球星,它用篮球换取了球迷的热情,进而成为口袋里的钞票。欧洲篮球逊色不少,在足球盛行的大陆,篮球只能充当配角,不过欧洲篮球绝非没有特点的泛泛之辈。欧洲人没有美国黑人强悍的身体素质,更注重篮球技术的雕琢和团队合作的培养,照样在世界赛场扳倒过梦之队,“这里有最纯粹的篮球。”在希腊呆过一段时间后,尚平感慨。最重要的是,眼下CBA同欧洲篮球是郎有情,妾有意,一拍即合。

有人曾这样概括,NBA在中国的扩张是娱乐换市场,因为水平的确有差异,咱们只能欣赏;而欧洲篮球的优势则在于,技术和身体更切合中国篮球的实际,也更能引起篮协和俱乐部的兴趣。如果欧洲篮球更有耐心,更充分地包装一下自己,或许不久后,NBA中国赛不得不去面对一个更强悍的对手。