

北京时间10月7日，詹姆斯在社交媒体发布了一个名为“第二次决定”的短视频预告。推文一出，瞬间引爆全球球迷情绪。人们屏息以待，猜测这是否意味着已经40岁的老詹将正式宣布退役，开启职业生涯的告别巡演。不过，球迷等来的事实却是“决定二”和篮球没什么关系，只不过是老詹和一个酒类品牌达成的合作。

从篮球命运的十字路口到商业营销的秀场，詹姆斯这次“决定”引发了轩然大波，留下的一地鸡毛的讨论与复杂的情感回响。当竞技英雄变身商业巨子，谁在享受这场流量狂欢，谁又在暗夜中叹息？



詹姆斯的“决定”引部分球迷反感。资料片 新华社发

“决定二”，有点“一”

以为是告别宣言，竟然是商业代言，詹姆斯这次“决定”引发轩然大波

冯子涵 报道

玩梗不可怕 这次有点“尬”

2025-2026赛季，詹姆斯将迎来NBA生涯的第23个赛季，NBA球员征战联盟的最长赛季纪录，将由詹姆斯亲手写就。尽管已步入不惑之年，詹姆斯依然保持着令人惊叹的竞技水准。但谁都无法否认，那个曾经飞天遁地的“小皇帝”，已悄然走近职业生涯的黄昏。可每当被问起退役的打算，詹姆斯总是轻巧地绕过确切答案。

今年夏天，湖人的动向似乎又为这场“告别猜想”添了把火：球队并未送上续约合同，詹姆斯选择执行那份价值5260万美元、最后一年的球员选项。这一举动，让越来越多人相信：接下来的这个赛季，或许真会成为詹姆斯的“最后一舞”。

在NBA历史最长职业生涯的关口，还用上了分量极重的“决定”字眼，外界下意识的反应，就是

这位老将有了归隐田园的想法。

广告视频中的詹姆斯，穿着一件粉色系的短袖衬衫，那是他在2010年做出离开骑士，加盟热火“决定一”时的同款衣服。还有那句“把自己的天赋带到迈阿密”，也被套用在了广告词中。

一件熟悉的衬衫，一句暧昧的文案，詹姆斯用最擅长的方式，让世界瞩目，却用最商业的答案“闪了大家的腰”。

其实，推广品牌无可厚非，作为世界级巨星，詹姆斯早已超越单纯运动员的身份，成为商业世界的重要玩家。据福布斯今年5月公布的数据，詹姆斯在2024-2025年度12个月收入是1.33亿美元（含税和经纪人代理费），而他的实时财富是13亿美元，其中打球的收入不到6亿，其他都来自公司经营和品牌代言。

这次的商业活动如此“兴师动众”，反倒给人一种用力过猛的感觉。当悬念被拉满、期待被推至顶峰，最终揭晓的却不过是一则商业广告，那一刻涌上心头的并非震撼，而是一种难以名状的尴尬。

过度消费情感 球迷又爱又恨

与“决定一”让不少球迷感到气愤一样，当詹姆斯公布“决定二”后，依旧逃脱不了一场舆论的风暴。这次“决定”更招致大量批评，因为前者是体育前途的选择，后者却像是对球迷情感的消费。

这种赤裸裸的商业营销与詹姆斯在球场上的老将形象，产生了某种断裂。

球迷对职业生涯末期运动员的期待，往往更多集中在体育精神的传承、职业生涯的总结与对比赛的纯粹热爱上。想当初，湖人名宿科比的“退役巡演”之所以成为佳话，正是因为它完全围绕篮球本身，是对二十年职业生涯的庄重告别。詹姆斯此次将可能的本应庄严的退役讨论，转化为商业营销的噱头，不可避免地让部分球迷感到失望。

这种失望背后是更深层的信任危机。当运动员的每一个公共行为都可能成为商业营销的伏笔

时，球迷将难以分辨哪些是真实的情感表达，哪些是精心计算的商业策略。这种不确定感会削弱球迷与运动员之间的情感联结，使得未来的真诚时刻，也可能被先入为主地视为营销手段。

不过，当所谓的“决定二”悬念揭晓后，一些“真爱粉”倒也松了口气：本赛季不是詹姆斯的“最后一舞”，还能继续看他打球。

流量背后 谁是赢家

支持“商业价值最大化”也好，抨击“浪费球迷情感”也罢，詹姆斯这次“假动作”，是真真切切带来了巨大的流量，也给不同的参与者带来了不同的收益。

最大赢家无疑是詹姆斯合作的酒类品牌。他们以相对有限的合作成本，获得了全球性的曝光和讨论：先通过悬念营造吸引全网关注，再在关注度巅峰时揭晓答案，确保品牌信息被最大范围的受众接收。这种营销效果若通过传统广告渠道实现，需要投入

数倍甚至数十倍的预算。

对詹姆斯而言，除了收获直接的商业合作报酬外，此次事件再次证明了他无与伦比的商业号召力和媒体影响力。在职业生涯末期，这种影响力的展示有助于其维持和提升市场价值，为退役后的全面商业转型铺平道路。同时，这种引发争议的营销也在不断强化詹姆斯“商业传奇”的公众形象，与他的商业帝国愿景相契合。

“决定二”甚至让球票贩子也获利不少。在詹姆斯发布那条暧昧推文后的数小时内，NBA二级票务市场经历了一场罕见的情绪性波动。湖人本赛季常规赛最后一个主场的比赛门票，最便宜的票价都从85美元涨至445美元。哪怕是“决定二”公布后，票价有所回落，但仍数倍于最初的价格。

2010年，詹姆斯成为联盟第一个通过直播对外宣布自己职业规划的超级巨星；2025年，詹姆斯仅用一条短视频便把流量玩得明明白白。15年间，两次“决定”，詹姆斯依旧吸引着最多的目光，这并不意外，这很“老詹”。

编辑：马纯潇 组版：颜莉



“讲文明 树新风”公益广告

水无形而有万形，水无物能容万物
请珍惜每一滴水