

他是一个体育人,担任 NBA 总裁 23 年,建立自由球员制度、引入薪酬上限,使 NBA 发展成为全球备受瞩目的超级赛事。他又是一个生意人,去年 NBA 在美国的收益达到 35 亿美元,赛事节目分别以 43 种语言播放至 215 个国家和地区。

他更是一名社会公益事业的热衷者,支持义工服务,组织慈善活动,将体育精神和篮球快乐带给全世界。这就是大卫·斯特恩,满头银发,目光矍铄。昨天傍晚,斯特恩在波特曼丽嘉酒店接受了本报记者的独家专访,总裁先生表示,NBA 欲借这次中国赛,与 CBA 联手,进一步拓展中国市场,将 NBA 的比赛、理念和精神全面带给中国球迷。

中国赛

斯特恩的开场白,透露出浓浓的中国情结。“每一次来中国都让我感到愉快。”斯特恩回忆道,“1979 年,华盛顿子弹队来到中国,与中国队进行两场表演赛。1985 年,中国队首次去美国访问。20 年前,CCTV 首度同 NBA 合作。”而这一次,NBA 来到中国的规模最大。我们的话题,就从 NBA 中国赛说起。

问:记得 2004 年中国赛期间,您曾经表示,希望 2008 年之前能将正式的 NBA 比赛带到中国。请问,现在是否有具体计划?

答:前段时间,我在伦敦、伊斯坦布尔、罗马等地,也被人反复问到这个问题,每座城市都想举办更多的 NBA 赛事,我对此感到欣喜。当然,这也包括上海,这已是上海第二次举办中国赛。我敢说,上海的场馆设施等条件完全符合 NBA 常规赛标准,但现在,我仍无法给出一个具体的时间。但我当然希望能借奥运会东风,早日实现大家的愿望。你注意到吗?现在联盟中有 85 名国际球员,正是他们的加盟,促使世界各国都在掀起 NBA 热。看来目前,我们只能希望明年,NBA 在中国的比赛还能办下去。

问:同 3 年前相比,本次 NBA 中国赛有什么更为深远的意义?

答:借中国赛的平台,我们获得了同 CBA 对话的机会。这次来中国,我有两个目的,其一是同中国国家体育总局、CBA 建立合作伙伴关系。其二是在中国进一步发展篮球人口,倡导健康生活的理念。

■ NBA 中国赛的到来,沪上掀起一股篮球风暴

让篮球占领地球 给球迷享受快乐

本报记者独家采访 NBA 总裁斯特恩

拓展路

在斯特恩眼里,NBA 就像是他的孩子。自 1984 年他担任 NBA 总裁后,NBA 增加了 7 支球队、收视人数突破 10 亿、盈利增长了 15 倍……“我还是不满意,篮球人口不够多、球迷增长不够快。”斯特恩幽默了一记,“但是我也很满意,有 85 名国际球员加盟 NBA,NBA 得到了世界球迷的支持。”现在,NBA 触角伸到了中国。虽然他避谈常规赛何时来华,但拓展中国篮球市场的行动,正在有条不紊地推进。

问:到目前为止,NBA 中国计划中有哪些具体方案?比如,会在中国建造专业球馆吗?

答:对,NBA 中国计划已经有了雏形——首先是社区计划,数以千计的篮架将

在中国的大小社区架起;其次是发展电视、网络等新媒体,让年轻球迷看到最高水平的男篮和女篮比赛;另外还有,将 NBA 的训练模式、营养学和医学理论、教学理念带到中国。明天,我将同中国篮管中心主任李元伟先生见面,商讨更多细节。告诉你,我们将在中国不止建造一个球馆,而是很多球馆。

问:您如何看待中国篮球市场的前景?

答:我们目前在中国所做的,还仅仅是冰山一角。我听说中国有 4.65 亿年轻人,这就是 NBA 未来发展的目标人群。去年,NBA 在美国的收益达到 35 亿美元,而在全球收益当中,中国市场占据了相当大的份额。我希望看到,今后几年内能有 2 倍甚至 3 倍的增长。所以我在这里隆重推出 NBA 中国首



■ 斯特恩接受记者采访

席执行官陈永正先生。他曾经是微软和摩托罗拉的高层。别以为 IT 和篮球没有关系。陈先生的科学技术背景,能带领中国团队更好地拓展 NBA 业务。相信未来几年,NBA 在大中华地区能通过 3G 手机、网络、电视等新技术的推广,掀起一股篮球风暴。

问:目前为止,您感受到中国球迷的热情了吗?

答:当然。空气中到处弥漫着热情。5 年前,姚明登陆 NBA,越来越多的中国球迷关注起了 NBA。5 年后,球迷更专业了,我想,即使没有姚明,他们也懂得欣赏篮球。你看,在阿迪达斯球迷中心,教练、球员与球迷互动,热火朝天。摩托罗拉 2 对 2 篮球挑战赛,吸引了数十万人关注的目光。

世界语

斯特恩不只是精明的生意人。昨天早晨一下飞机,他的日程表排得满满的:考察球迷中心、观摩球队训练、看望民工学校孩子、会见媒体记者……在他的任期内,斯特恩正在积极发起社会公益活动。“篮球是一门世界语言,通过发展 NBA,让全世界的人们都来感受快乐、享受人生。”

问:在您眼里,NBA 只是一项运动吗?

答:当然不是,我一直倡导,利用 NBA 影响力,倡导健康的生活方式,将不同文化融合到一起,在全世界架起一座桥梁。

今天下午,我和一些球员去鲁冰花民工子弟学校看望孩子们,我们捐助了一座图书馆、全新的篮球场和电脑房。众所周知,这几年我们举行了篮

本报讯(记者 陶邢莹)“我从上海的空气中,已经感受到中国球迷的热情。”昨日早晨,NBA 总裁大卫·斯特恩抵沪后,便迫不及待来到阿迪达斯 NBA 中国赛球迷中心,视察这座独一无二的水上篮球场。

10 月 15 日至 17 日 3 天,新天地太平湖上掀起一拨拨狂欢派对,体验新奇的篮球游戏、与魔术和骑士球星零距离互动,让上海球迷感受到原汁原味的 NBA 魅力。斯特恩表示,“中国球迷越来越热情、专业,除了目前的 3 亿篮球人口,我们希望同 CBA 合作,让更多中国人享受篮球的快乐。”

随后,斯特恩来到位于淮海路的阿迪达斯上海旗舰店,当场留下手模。他介绍说,未来几年内,中国将有 2000 家阿迪达斯专卖店出售 NBA 产品。

斯特恩感受中国赛的热情氛围



■ 斯特恩在上海留下手模的同时,也期待让更多的中国人享受篮球的快乐

大球星“不打不相识” 小队员“不打不兄弟”

趁着此次 NBA 中国赛的机会,阿迪达斯的球迷活动也进行得如火如荼,昨天下午的“不打不兄弟”活动,更是吸引 NBA 传奇巨星“冰人”格文和现骑士球星马绍尔的参与,两人的到场也让现场球迷引发一阵追星狂潮。

昨天格文和马绍尔抵达球迷中心之前,“不打不兄弟”的 20 名青少年正在教练的指导下苦练基本功,指导他们的不是别人,正是东方男篮助理教练陆智强和唐涛。下午 4 时 30 分,随着著名主持人吴大维的一声“我们的 NBA 球星来了”,场边的观众席一阵骚动,随即格文和马绍尔面带笑容出现在众人面前。

格文和马绍尔都是刚刚参加完“NBA 关怀行动”赶过来的,两人一到就进入正题,分别指导 5 名小队员练习投篮。当年格文打球时,马绍尔还是个孩子,他当然无缘与“冰人”在场上对阵。不过借着这次球迷活动,马绍尔也得以间接和前辈较量一下——看谁当教练的水平高。

在主持人的要求下,两队球员要比赛谁先完成规定的投篮次数,而格文和马绍尔就分别在一边充当技术指导。最后的结果是马绍尔赢,在他的示范下,5 名球员率先完成投篮,而格文指导的一队却总有人“关键时刻掉链子”,弄得“冰人”只有耸肩作无奈状。

不过随后和小球员的比拼,作为堂堂现役 NBA 球员的马绍尔却败下阵来。两人比赛谁先罚进 5 个球,没料到马绍尔只有一个球顺利进筐,另外 4 个都是力量太轻弹筐而出,他顺利地补投进 3 个,但最后一球却连补了 4 下都没进,最终只得败北。

投篮居然输给小队员,马绍尔多少有些不情愿,于是他给自己找了个借口:“今天上午,我已经练了 3 个小时,我太累了。”主持人当场宣布,这个理由不能接受,结果马绍尔和现场球迷都哈哈大笑起来,“不打不兄弟”的活动也在笑声中告一段落。

本报记者 李元春



有什么能比与 NBA 巨星零距离接触更令球迷欣喜?昨天,80 名普通的蒙牛消费者成为幸运儿。他们不仅可以免费获取今晚开打的 NBA 中国赛的门票,还能参加与 NBA 骑士队的拉里·休斯和传奇巨星里克·巴里的“零距离见面会”。一场以“健康的名义”进行的比赛,令在场球迷兴奋不已。

本版图片均为记者 周国强 摄