

主教练可申请录像回放

CBA 一新规则国际首创

CBA 新赛季新闻发布会昨天在北京举行,篮协在会上公布新赛季执法规则上的八大变化,包括抢进攻篮板球后计时回表到 14 秒,技术犯规处罚改为一罚一掷,主教练可以申请回看比赛录像等,其中“教练可申请录像回放”为国际篮坛首创。

据篮管中心竞赛部主任张雄透露,新赛季 CBA 规则的大部分改变都是遵循国际篮联新规则,只有主教练申请录像回放这个特殊规定是 CBA 独创。“国际篮联新的篮球规则是从 10 月 1 日开始实施的,新规则变动的地方非常大,主要是改变加快了进攻的节奏,鼓励对抗和进攻,为了能够使比赛更加公平公正,国际篮联也增加了录像回放的范围。”张雄解释道:“同时中国篮协为了加强判罚的准确性和公平性,新赛季将实行主教练申请录像回放这么一个特殊规定。我们也在试图通过这样一个特殊规定,能给我们具有中国特色的 CBA 联赛带来新的面貌。”

说起申请回看录像的规则改变,球迷最先想到的可能就是上赛季辽宁队的遭遇。在季后赛新疆队主场对阵辽宁队的比赛中,终场前辽宁队韩德君被对手以“抱摔”方式犯规,但裁判却视而不见,这让辽宁队最终失利。当时比赛结束时,郭士强提出要求让裁判看比赛录像,但被当场拒绝。赛后,辽宁队全队滞留赛场抗议半小时没有离开,但最终仍然没能改变比赛结果。

在昨天会议现场郭士强表示,新规则可以避免一些误判给比赛造成的影响,如果再遇到像上赛季那样最后时刻关键误判,教练就可以使用这个规则帮助球队:“不管是从裁判的角度,还是从教练的角度,对裁判判罚的尺度,可能都有不同,通过录像回放来看肯定会更加清晰。”

本报记者 李元春



■ 上赛季辽宁与新疆一役辽宁主教练郭士强(左四)和当事人韩德君(右)围着裁判讨说法,这一幕令人印象深刻

图 CFP

CBA 新赛季

参赛队:20 支
2014 年 11 月 1 日 常规赛开始
2015 年 1 月 17 日-18 日全明星赛
2 月 1 日 常规赛结束
2 月 6 日 季后赛开始
3 月 10 日-24 日 总决赛

蹦床高手沪上练兵

本报讯(记者 陶邢莹)今天,2014 年全国蹦床锦标赛在上海国际体操中心开幕。世锦赛冠军、上海小将高磊领衔出战,演绎 18.4 的当今世界最高难度系数动作。

本次比赛共有来自上海、江苏、安徽等 13 支运动队参加,运动员、教练员 242 人,将产生男子和女子网上个人、单跳个人、网上同步以及团体共 8 枚金牌,比赛将于 18 日结束。

由于此次比赛是中国蹦床队出征 11 月美国世锦赛前的最后练兵,国家队派出最优秀的运动员参赛。以高磊为例,不管成功与否,已经确定将在比赛中使用 18.4 的难度系数,以达到练兵目的。

不过,奥运会和世锦赛双料冠军何雯娜此番并不参赛,由于此前受伤病影响,休养调整了一段时间,这次来沪以学习、恢复训练为主。

国家体育总局体操运动管理中心蹦床部部长李舸还介绍,为了推广和宣传蹦床运动,赛事组委会在室外开设了一个供青少年儿童“尝鲜”的娱乐性蹦床项目。



扫一扫添加新民体育微信公众账号



■ 何雯娜(右)与高磊 本报记者 周国强 摄

与 NBA 攀亲,安踏志在—— 当上国内篮球市场老大

数月前,NBA 在中国做了一次周年纪念球鞋的微信抢购,1946 双鞋子,9 分 16 秒内一抢而空。NBA 之于中国篮球市场的吸引力,可见一斑。

今晚,NBA 国际系列赛北京站开打,借中国赛十周年之际,NBA 中国与安踏体育用品有限公司在北京宣布双方结成长期合作伙伴,安踏正式成为 NBA 官方市场合作伙伴以及 NBA 授权商。

对于双方而言,此次合作都希望改变各自在中国市场上的局面,安踏希望一两年内执篮球市场牛耳,而 NBA 则期待能推动 NBA 产品在中国消费者中的占有率。

提升形象抢占市场

虽然双方对金额讳莫如深,据说,NBA 同匹克结束合作,安踏付出了每年两亿元的代价,可谓最近几年中国体育产业投资之中的一个大手笔。“现在国内的体育产业呈现出这样一个特征,有限的体育资源越来越集中在几个大品牌之下,包括这次安踏和 NBA 签约也是这样。”资深体育产业专家张庆指出。

安踏最近出手阔绰,从竞争品牌中抢下硬骨头:8 月与国家体育总局体操运动管理中心签署合作协议,9 月又与举摔柔运动管理中心成功签约。与上述两项体育资源“举国体制”不同,篮球是一项大众运动。数据显示,中国有 3 亿人参与和关注篮球运动,这其中有 80% 的人喜欢 NBA,在中国市场很难找到一个比 NBA 影响力还大的品牌。

大多数国产体育品牌,相比较国际体育品牌巨头,还有差距。从对国内体育资源的争夺拓展到争夺国外体育资源,这些国产体育品牌实际目标仍是瞄准国内。安踏这次和 NBA 签约,目的就是希望通过 NBA 这个在中国深入人心的品牌,寻找经营业绩新的增长点。安踏董事局主席兼



■ 安踏期待与 NBA 合作实现双赢

图 TP

CEO 丁世忠介绍,此次与 NBA 中国合作,“有助于提升安踏篮球的专业度和影响力,增加消费者对安踏篮球的归属感。”他明确表示,希望通过签约 NBA 提升安踏在中国篮球市场的占有率,最终将安踏打造成中国篮球第一品牌。

授权商标笼络球迷

而对于 NBA 来说,这也是一次全新尝试。除了共同推广篮球运动,安踏史无前例地被允许进行 NBA 授权商品的开发,这其中不仅包括 NBA 的徽标,还包括各球队的商标、吉祥物,甚至 NBA 全明星赛商标等。

在中国篮球低潮期时,谁能跟 NBA 沾上光,并能获得独一无二的权益,是盘活市场的关键,安踏拿下的可是整个联盟。

张庆指出,“最近几年,体育品牌对体育资源的争夺,已日趋理智。大家都很

冷静,都很明确自己的目标,体育资源的争夺,呈现出集中度提升的趋势。”

跟安踏一样,NBA 对中国篮球市场同样志在必得。蒙牛、哈尔滨啤酒等产品包装上,都可以醒目地看到 NBA 的标识。但这还不够,后姚明时代,如何站稳中国市场,并进一步拉拢球迷?毕竟此前,NBA 中国的实体店专卖店并不算成功,最终转向网店发展。

NBA 总裁萧华接受采访中强调:“在选择安踏时,实际上同时还有不少可以选择的对象,经过各方权衡,最终选择了安踏。”他甚至说,这个过程中还有自己的个人感情因素,“这些年与他们共事,觉得他们是可以信任的。”萧华口中的信任,更多是希望通过安踏 2000 多家门店来全面推广 NBA 品牌。

本报记者 陶邢莹

央视五套今天 19 时 30 分将转播 NBA 中国赛北京站篮网与国王比赛实况。