

台前幕后

你真刀真枪 我如痴如醉

——NBA 中国赛上海站火爆上演背后的故事

最好的库里、最好的勇士,还有最好的球迷,将昨晚的NBA中国赛上海站推向了一个新的高潮。勇士全队拿到142分,创造了中国赛的得分纪录,而库里、汤普森、杜兰特等球星真刀真枪的表演,更让球迷感叹,这票价贵一些或许也值了。

库里最火

汤普森说,库里是他见过的最厉害的球员,在中国到处都是身穿他球衣的粉丝,人气已经接近了2013年中国赛时的科比。在梅赛德斯奔驰中心,你会感觉到库里对中国球迷的巨大吸引力。在热身中搞怪上篮,跟杜兰特插科打诨,比赛中投出三分球后吐出牙套……都能引来球迷山呼海啸般的欢呼。在上海,库里用中国赛有史以来的首个40分,让中国球迷如痴如醉。

以往媒体称NBA中国赛只是表演赛。而昨晚勇士打出了总冠军的水准,让球迷大呼过瘾。第三节,库里彻底玩真的了,勇士的整体优势开始显现,森林狼屡次选择让维金斯单防库里,但收效甚微。库里多次在闲庭信步运球后三分命中。面对一次泰·吉布森的贴身盯防,库里杀入篮下面对唐斯高高举起的长臂,打三分成功,库里第三节轰下19分。

费德勒也是库里的粉丝,他不顾第二天有比赛,昨晚特地来到勇士更衣室问候库里。

一票难求

这是NBA的第24场中国赛,亦是最火爆的一场。球票史无前例地难买,中场休息时,仍有大批从全国各地赶来的球迷在球场外徘徊,试图能买到多余的球票。“你手里有票吗?我从东北赶来的,再买不到票只能去美国看了。”一位球迷用哭丧着的语气哀求记者。有不少球迷通过黄牛购票,两个身着勇士球衣的学生球迷告诉记者,3200元的票翻了一倍,再加上车旅费,这一趟上海之行至少花费1万元。

勇士大前锋格林赛后和记者分享了一则故事,“有个球迷问我要签名,我拍了拍他的肩膀,瞬间他就泪流满面了。我震惊了,简直不能相信这一幕。过去我为很多球迷签过名,他们也都热情,但这位球迷的眼泪感动了我。我意识到,我必须对球迷保持亲和力。”

汤普森说,“连续数年夏天来中国,这次中国赛之行是最棒的体验!”在美国时,曾有一名球迷脑洞大开,拿面包机请他签名,之后勇士开始连胜。这次有个中国球迷也拿来了面包机请他签名,汤普森乐坏了。“我特别喜欢‘中国汤’的绰号。”汤普森笑着说,“中国球迷对我们这么好,我们不能让他们失望。”

上海是家

对于勇士和森林狼来说,来到时差完全颠倒的中国打比赛,舟车劳顿。这一周他们只能打两场比赛,在上海只有一堂训练课。而且,今年季前赛季缩短,他们回去后很快就要备战常规赛了。但两队将帅异口同声说,“我们从未这么开心过,因为我们是NBA中国赛的一部分。”

“中国汤”掰着手指,一一数来,“我有四个家,中国是其中之一!”比赛结束后,他意犹未尽道,“无论是在上海逛街,在球场上比赛,和球迷互动,还是在夜店里跳舞,我都很享受。”有意思的是,一段他在上海某酒吧跳舞的视频还在网络上走红,兴奋的他甚至跳上了DJ台,像领舞一样。

对于NBA传奇球星、姚明的老朋友穆托姆博来说,中国赛是他每年不能错过的活动,“我爱中国赛,我爱上海,我希望每年都来。”他告诉记者,“无论是比赛质量,还是球迷人数和球迷对篮球文化的理解,中国赛一年比一年好,而我,是见证者。” 本报记者 陶邢莹



- ▲ 库里独揽40分
- ▶ 上港球星奥斯卡和妻子观战
- ◀ 影星邓超、孙俪一家观战
- ▼ 穆大叔(右一)率NBA名宿团到场助兴

本版图片 见习记者 李铭坤 摄



记者手记

最火爆的一届NBA中国赛,原因不仅仅是一个库里。

今年的中国赛,创纪录的由19家世界级合作伙伴携手NBA共同举办了一系列活动。“这展现了NBA中国赛的巨大市场价值。”NBA中国首席执行官舒德伟说道。

13年来,新民晚报一直都是NBA总裁专访中为数不多的获邀媒体之一。不难发现,从前任斯特恩到现任萧华,他们总喜欢将采访的主题提升到商业运作和全球推广上。

同时,NBA也非常注重媒体的影响力,无论是圆桌采访还是新闻发布会,他都会将提问机会给我们几家老牌媒体,在他们看来,媒体是NBA拓展中国市场的伙伴。如今,NBA每年转播费用从过去的年均9.3亿美元暴涨至20亿美元。

争着来中国

这13年里,总冠军勇士、姚明的母队火箭、乔丹的黄蜂等在中国人气颇高的球队,每年都争先恐后向联盟申请来中国参赛。2013年勇士第一次来沪比赛后,一口气谈下了至少5家中国企业的合作,并开始建立了官方中文网站。这令他们尝到了甜头,3年后再次递交来华参赛的申请。就这样,顶着总冠军的光环,勇士上下三军用命,用总冠军的表现回馈中国粉丝,并在东方明珠电视塔下为上海的特奥儿童送去关怀。他们说,上海是这个夏天海外旅行中最棒的一次体验。

这无疑是一种双赢,明星球队争着来,中国球迷大呼过瘾。今年的NBA中国赛大幕已经落下,无数球迷已经开始期待明年的中国赛。

陶邢莹

喜欢同现代科技不断接轨的NBA总裁亚当·萧华是一个改革派,昨天的圆桌采访中,他同本报在内的全国6家媒体,畅谈了NBA在中国的美好远景。“第一届NBA中国赛就是在上海举办的,已经整整13年了。”萧华感慨道,“球迷的热情,是我们推动篮球发展的动力。我们的求新,一直在路上。”

记者:您特别喜欢提到在上海举办的第一届中国赛,NBA当时是如何想到试水中国市场的?

萧华:1984年,时任NBA总裁斯特恩意识到可以借助媒体的力量扩张NBA,从而将NBA带入中国。于是,1987年,他同CCTV谈下了第一个中国的NBA电视转播权。

然后就是姚明,成为了第一个登陆NBA的中国状元,他是一个如此杰出的人,将篮球运动带进一个新高度,成为中美篮球的桥梁,此后我们在中国设立了两家办公室。

记:当姚明当选为中国篮协主席时,您的反应是什么?这次在上海,你们是否商谈了中美篮球的发展蓝图?

萧:我听到姚明当选时非常开心和兴奋。今天下午,我们坐下来聊了聊,我认为,他的当选会对中国篮球的发展带去很多益处,无论是精英篮球还是草根篮球,他都有远见。我相信将来NBA会跟中国篮协有更多的合作。

记:这几年NBA在中国推广Jr.NBA(少年NBA)计划,是不希望找寻下一个姚明?

萧:我们不仅要寻找下一个姚明,更是去挖掘并培养下一个像姚明一样的球员。在Jr.NBA计划中,不仅培养孩子的篮球技能,还帮助培养他们健全的心智,或许有一天,他们会进入CBA、中国国家队以及NBA。此外,并非所有人都能成为专业篮球运动员,我们希望通过这个项目,能推广篮球。篮球要从娃娃抓起。迄今为止,已经有15个省、超过2000所学校的200万学生,参与到了Jr.NBA活动中来。

记:NBA上海站每年一场,NBA如何做到常办常新以吸引球迷?

萧:我非常关注新技术的发展。今天这场NBA中国赛,我们首次运用了VR技术(虚拟现实),没法来到现场的球迷也能在家通过VR看到精彩的比赛内容。我们正在同中国的合作伙伴商谈,未来在AR(增强现实)VR领域进一步拓展。

这次上海站,不只是1场比赛。你看,我们首度开辟了NBA球迷特区,在东方明珠电视塔下,球迷玩了整整两天的篮球游戏。NBA球迷日,我们进行了现场直播,并首次邀请到中国本土娱乐明星一起参与。整整一周,我们希望运用丰富多彩的形式,让篮球深入球迷群体。

记:今年NBA更换了球衣赞助商,在球衣设计方面有什么新变化?

萧:在球衣外观的细节上,耐克只是做了微调,但在高科技方面,球迷有福了。球衣中植入了芯片,球迷只要用手机扫一下,就能得到该球队的数据、集锦、球员信息等。在我看来,这款新球衣的灵感来自于中国消费者。

本报记者 陶邢莹

十三年中国赛怎么常办常新

访NBA总裁亚当·萧华