

花十一万美元看科比的背影?

NBA圣诞大战「篮筐响叮当」

一张球票上周在二级市场被炒到 110002 美元,体现的是 NBA 圣诞大战的魅力。12 月 26 日,卫冕冠军热浪做客斯台普斯中心挑战“紫金军团”湖人,这张圣诞球票所属的座位,在湖人替补席身后,正好能看到科比西装革履的背影。

收视节节高

全世界体育范畴,NBA 圣诞大战的名声最响、历史最悠久。1947 年,NBA 的第二个赛季,在纽约麦迪逊花园广场,尼克斯以 14 分的优势战胜蒸汽压路机,从此有了 NBA 圣诞大战的传统。除了 1998 年停摆,NBA 和圣诞老人一样,成了美国人不可或缺的一部分。

票价创新高

炙手可热的球星,是圣诞大战的台柱子,是票房全线飘红的保证。
复仇主题,对阵双方为前一个赛季的季后赛对手;巨星相遇,从早几年的 OK 重逢(科比和奥尼尔)到近几年的热浪三巨头轮番被挑战;同城德比,洛杉矶快船 VS 湖人或纽约尼克斯 VS 篮网……
今年圣诞大战,湖人主场迎战热浪,打出了科比 VS 詹姆斯的旗号,被认为是最热门的一场比赛。在二手票市场,最贵的球票高达 110002 美元,且不是内场座位,是湖人替补席后的看台位。而好莱坞明星喜爱的内场座位

NBA 圣诞大战,步入第 66 个年头,原本万众期待的这场焦点战,因为科比于上周五宣布再度伤停 6 周,缺少了悬念。创历史的高价票本应当是 NBA 圣诞营销的最好体现,但随着科比的伤退,这张球票的实际价值显然将大打折扣。

从 2008-2009 赛季开始,NBA 将圣诞大战的场次从 2 至 3 场增到 5 场,比赛时间全部错开,方便球迷全天观看。过去 4 年里,圣诞大战的收视率一直在提升,2011-2012 赛季,有超过 3800 万美国人收看了 5 场圣诞大战。

的票价也达到 14837 美元。

另外 4 场圣诞大战,分别为在纽约上演的尼克斯 VS 雷霆,在圣安东尼奥举行的马刺 VS 火箭,在布鲁克林举行的公牛 VS 篮网,以及在旧金山进行的西部新贵勇士 VS 快船。
遗憾的是,人算不如天算。众多球星纷纷遭遇不可预知的伤病。首当其冲的就是湖人和热浪的比赛,科比和纳什铁定无缘,热浪取胜几无悬念。尼克斯和篮网已成东部烂队,公牛的头号球星罗斯再次伤退的遭遇比科比还惨。



5 场 NBA 圣诞大战

(主队列前 北京时间)

篮网vs公牛
时间:12 月 26 日凌晨 1 时
二 手 票 市 场 :38.8 - 11001.4 美元
NBA 有史以来最贵球队篮网,开赛前被寄予无限期望,却在东区底部徘徊,公牛头号球星罗斯复出没多久再度伤退,全队士气大挫。这或许仍将是一场势均力敌的比赛,但水平不被看好。
尼克斯vs雷霆
时间:12 月 26 日凌晨 3 时

时 30 分
二 手 票 市 场 :87.5 - 12271.1 美元
尼克斯和雷霆分别拥有当今 NBA 最出色的外线得分手兼小前锋——安东尼和杜兰特。上赛季常规赛后半段,甜瓜突然发力并最终从杜兰特手中夺走了“得分王”头衔。不过尼克斯本赛季军心涣散,已沦为烂队,雷霆则为西部强队,双方实力悬殊。
湖人vs热浪
时间:12 月 26 日早晨 6 时

二手票市场:170-110002 美元
詹姆斯叫板科比,后者缺席。除了科比,包括纳什在内的球员也纷纷伤停,湖人只能以残阵应对卫冕冠军热浪。比赛悬念不大。
马刺vs火箭
时间:12 月 26 日上午 9 时
二手票市场:37.7-1073.1 美元
对中国球迷而言,这将是今年圣诞大战的重头戏。火箭今年引入霍华德,被认为是总

冠军有力争夺者之一,且林书豪背靠巨大亚洲市场,中国球迷对火箭拥有一份情结。得州地区,火箭对马刺输多胜少,马刺目前排名亦在火箭之上,欲打翻身仗的火箭,令人期待。
勇士vs快船
时间:12 月 26 日中午 11 时 30 分
二 手 票 市 场 :44.95 - 2532.5 美元
快船和勇士是 NBA 两支新贵球队,勇士控卫库里叫板 NBA 头号控卫保罗,将是本场比赛的最大亮点。



■ 霍华德身着圣诞球衣很性感

球衣很热销

性感 NBA,是今年圣诞大战的主题。今年的球衣,突出了胸前的 BIG 标志,首次采用了短袖和鸡心领的设计,且为紧身质地,号码则被移到了左袖上。“这球衣看上去真的很性感,甚至能够凸显出我的胸毛。”热浪球员巴蒂尔戏言,“但是作为一名投手,穿着感觉有些奇怪。”不少球迷纷纷吐槽,说是史上最难看的圣诞球衣,看起来像是球迷穿着球队的纪念 T 恤。即便如此,109.95 美元的一件圣诞球衣,由于是限量发售,仍旧深受球迷青睐。
目前,湖人已经选定身穿白色款,因为湖人认为白色是幸运色,近几个赛季,白色球衣会出现在湖人周末的主场比赛中,尤其是 2008-2009 赛季,湖人穿白色球衣的比赛就没输过。
此外,NBA 官网还适时推出了一款女式情趣内衣,球队 LOGO 和标志出现在内衣上,内衣颜色为球队主打色,共有 30 款主题,是男性球迷送礼佳品。

广告效应大

时长 30 秒的圣诞宣传片《篮筐响叮当》,创意十足。詹姆斯、杜兰特、罗斯、库里、哈登和纳什 6 大球星齐上阵,通过投篮“弹奏”《铃儿响叮当》,曲末,“小皇帝”突然从侧翼杀出以一记空接暴扣结束。《篮筐响叮当》播出第一天,YOUTUBE 点击量就超过 800 万次。
前年,ABC 电视台圣诞大战期间每 30 秒的广告费超过 35 万美元,去年则上涨到 50 万美元,单场比赛带来的广告收益达近 1000 万美元。尽管美国四大电视转播机构每年要为 NBA 支付 12 亿美元的转播费,但这样的广告效应足以让他们赚得盆满钵满。
不过,话说回来,今年的广告效应是否能超越去年,无疑打了个问号。 本报记者 陶邢莹

运动汇 数字说话

5	本赛季得分榜前 6 名球员中,有 5 人参与圣诞大战
11	10 支球队中共有 11 名最有价值球员(MVP)
35	共有 35 名国际球员参与圣诞大战,来自于 24 个不同的国家和地区
36	共有 36 名全明星球员亮相圣诞大战
49	这是尼克斯第 49 次参与圣诞大战,居全联盟之首
215	圣诞大战将在 215 个国家和地区通过 47 种语言进行转播
3300 万	过去 3 年,每年有超过 3300 万美国观众观看圣诞大战
275000	NBA 球员走近 275000 个孩子和家庭的身边,共同庆祝圣诞节



■ 科比只能在圣诞大战中作壁上观
本版图片 〇