新赛季CBA本周开赛

敢梦敢当　本土赛事当自强

本报记者　**刘　峣**

本周五（11月1日），2019—2020赛季CBA联赛将拉开帷幕，卫冕冠军广东队将在主场对阵辽宁队。由于中国男篮兵败篮球世界杯，本赛季的CBA不免多了些沉重的气氛。然而，中国篮球发展环境的需要，又赋予了CBA联赛更多自立自强的责任。

敢梦敢当，这是CBA联赛为自己定下的宣言。面对可以预见的严峻挑战，中国篮球需要梦想，更需要担当。

北京首钢队球员林书豪在比赛中组织进攻。　新华社记者　**张　龙**摄

打造国人最喜爱的联赛

近日，CBA联盟在北京召开新闻发布会，公布了新赛季在赛事运营、球迷体验、商务开发和品牌推广四大板块的全面升级举措，这也标志着CBA2.0的首个赛季正式启动。

CBA联赛进入第25个年头，驶入了“奔三”的快车道。既要为中国篮球的未来积蓄力量，也要为本土赛事的成长扎好根基，CBA联赛的压力不小。

中国篮协主席、CBA联盟董事长姚明直言，新赛季CBA联赛所承载的期望，是过去很多个赛季都无法比拟的。“CBA联盟要做的事情很多，更要对每一个环节从长计议。我坚信，CBA联赛在所有人的共同努力下，一定能够成为国人最喜爱的职业体育联赛。”

为了“国人最爱”的目标，新赛季的CBA联赛推出了诸多举措。为了照顾球迷观赛，减少并发开赛时间，将部分场次提前到晚7点或推迟到晚8点；在常规赛部分场次中，试点主队球衣采用主场色调，强化主场氛围和球迷归属感。

与此同时，CBA联盟还合作推出了中国职业体育联赛的首个官方票务平台，共同打造串联线上线下、主场客场的全新观赛体验，实现全新CBA新生态。此外，新赛季CBA还将在年轻人喜闻乐见的快手、微博、虎扑等平台上进行互动，与真人秀、音乐节等跨界合作，实现“破圈”。

重视青训和人才培养

在今年的篮球世界杯后，姚明曾在总结时表示，这是又一次“睁眼看世界”。“我们必须去努力地爬，从职业联赛到培训，再到青少年的体教结合，必须更为坚定地走下去，必须向着世界先进的水平去看齐。”

瞄准世界先进水平，未来CBA联盟将在国内球员工资帽、外援政策、青训准入和俱乐部及球员爱国主义教育和价值观培养等多方面推出诸多举措。在工资帽方面，自2020—2021赛季开始，国内单一球员最高合同工资限额为该赛季工资帽基准值的25%，2020—2021赛季为900万元；为增加国内球员出场时间，挖掘年轻球员潜力，打造国家队储备人才，自2020—2021赛季开始，每支球队外援上场为2人4节4人次，每节最多一人次。

在当天的新闻发布会上，孩子成为其中的主角之一。从开场的小篮球表演，到小记者的现场采访姚明和林书豪，足见中国篮球对未来、对青少年的期待。目前，中国男篮在青训和后备人才方面遇到危机，重建青训体系、提供更多高水平比赛机会刻不容缓。

为此，在青训和篮球普及方面，CBA联盟也在持续发力。为进一步夯实俱乐部人才培养基础，为CBA联赛和各级国字号队伍输送高水平后备人才，各俱乐部将逐步完成两个梯队的青训体系，参加CBA青少年赛事，建立俱乐部长期运营的青训基地。青少年发展，也将成为CBA新赛季品牌升级的主要方向。

赛事运营和商务开发提速

在赛事运营方面，新赛季的CBA联赛也有不少看点。在争议较多的裁判方面，新赛季将试点专职裁判，并加强监评和培养体系。联赛的荣誉体系也将逐步完善，新增设最佳第六人、最佳阵容、年度社会公益贡献奖等奖项。

新赛季，CBA联盟在商务开发方面卓有成效，诸多知名企业加入CBA联盟大家庭当中。这也意味着CBA联赛的品牌价值得到了广泛认可。据介绍，国潮、青少年发展、公益和社群营销将是CBA新赛季品牌升级的主要方向，包括构建CBA公益平台，关注青少年成长、关爱特殊群体和环境保护，通过“CBA你我TA”“小小CBA”和“少年CBA”等项目践行CBA联盟的社会责任；启动CBA篮球公园，通过全年不间断的篮球草根赛事和赞助商品牌活动，增强社群仪式感和粉丝忠诚度等。

综艺，展示体育『硬核』魅力

本报记者　**孙亚慧**

近年来，不少聚焦青年潮流文化的篮球类综艺节目引发关注，腾讯视频推出的《我要打篮球》、优酷打造的《这！就是灌篮》等节目都拥有不少粉丝，凭借“明星效应”与娱乐化更强的传播方式，让篮球走入更广泛的人群。

对于已走入第4个年头的“超级企鹅联盟”来说，借助于搭建文体跨界的平台，一场“篮球+娱乐”深度融合的尝试正在进行。不只有单一赛事，通过建设含综艺节目和体育赛事的多维内容矩阵，腾讯体育也在努力打造一个覆盖面更广泛的“体娱结合IP”。今年，腾讯自制的全明星篮球竞技真人秀《超级企鹅联盟：Super3星斗场》正式上线，通过娱乐明星球员与专业球员分队搭档的形式，吸引更多观众。若是篮球爱好者、“铁杆”球迷，可以在其中看到趣味性更强的篮球对抗；而对于被娱乐明星吸引而来的粉丝群体来说，也能在观看综艺节目的同时领略体育运动汗水与泪水夹杂在一起的魅力。

跨界节目里，文体明星之间“真刀真枪”的比拼一直都是赛事的看点之一，纵然娱乐明星与职业运动员的客观实力差距难以避免，但若赛场上双方拿出真本事对决，同样能为观众送上一份视觉大餐。

今年的超级企鹅红蓝大战，李晨、萧敬腾等娱乐明星与职业篮球运动员的对抗令人大呼“过瘾”。数据显示，通过网络平台收看比赛的人数超过3500万，而像《Super3星斗场》这样的综艺节目，则获得了8亿全平台播放量的不错成绩。

对于口味越来越“挑剔”的观众来说，单纯靠明星阵容已很难让节目获得持久关注，节目内容是否丰富、“玩法”是否多变、赛事呈现是否专业等因素都是影响观众“用脚投票”的重点，而国产赛事若想要赢得观赛水平日趋专业的观众的青睐，就必须要在打磨内容上花更多心思。

从真人秀和综艺节目的展示角度来看，篮球运动具有先天优势：爱好者基数大、场地易获得、话题性更强……竞技对抗中的团队精神和拼搏闯劲也容易让观众产生共鸣。事实上，以体娱结合的方式打造赛事，对于很多平常并不关注篮球赛事的观众来说或许更具吸引力，也向非球迷打开了一扇展示篮球的窗口。今年，2019超级企鹅联盟全赛季共吸引了超过7500万独立用户的关注，其中有超过40%的女性，与关注NBA的人群重合度只有12%，显示出对非篮球爱好者人群的广泛触达。

在业内分析人士看来，打造文体结合的跨界赛事，是否具有专业态度仍是获得球迷认可的关键。尊重体育，尊重篮球，把专业性做深做细，由此才能获得向非球迷群体扩散与外延的保障。

中国足球名宿走进湖南娄底

本报电（**立风**）由中国男足前国家队主教练、现上海足协主席朱广沪领衔的足球名宿团，日前同媒体记者共同走进湖南娄底，开展公益行活动。湖南茵浪体育再度携手中华足球种子计划公益基金会，捐赠32万元足球装备，用于帮扶贫困地区的校园足球开展和支教行动。

活动中，由胡云峰、张效瑞、张然、季铭义、邱钟辉、李彦、朱琪、王赟等前国家队队员组成的足球名宿团与上百名娄底市青少年足球队员进行了一次亲密的互动，让孩子们得以有机会和前国足名将近距离交流和学习。

智能船艇“海上争锋”

本报电（记者**赵树宴**）“海上争锋”2019中国智能船艇挑战赛近日在山东日照举行。本次比赛是我国首次在实际海域海况条件下举办的无人智能船艇比赛，设有遥控绕标赛、自主绕标赛、穿越险阻赛、海上争锋赛、新型智能船艇功能展示竞赛5个类别，重点考核智能船艇的性能、能效、自主航行、障碍规避、目标搜索与识别、任务规划和协同策略等水平，共有30余支队伍、120余人参赛。

北京冬奥推介会走进萨拉热窝

10月28日，北京2022年冬奥会、冬残奥会推介会在波黑萨拉热窝城市中心广场举行，吸引了数百名萨拉热窝各界人士参加。北京冬奥组委有关人士向来宾介绍了北京2022年冬奥会的吉祥物、比赛项目、场馆规划等相关情况。　**新华社**发

西班牙人队——

中资球队是怎样炼成的

欧兴荣

西班牙人队球员武磊在比赛中。　**新华社**发

西班牙人是地处西班牙巴塞罗那市的一家著名足球俱乐部，成立至今已经有接近120年历史。中资企业星辉娱乐在2015年底入主控股西班牙人之后，始终强调以“尊重”为基础的运营理念，促使中西文化深度融合。2019年1月，西班牙人引进中国球员武磊，让球队在中国获得了巨大的关注度。数据统计显示，上赛季在中国市场收视率最高的11场西甲比赛，8场都有西班牙人参与。

日前，星辉娱乐董事长、西班牙人俱乐部主席陈雁升接受了人民体育专访，深入介绍运营西班牙人的点点滴滴。

在2015年底中资入驻前，西班牙人的财务状况颇为糟糕，不仅已连续两个赛季陷入亏损，其总负债额更是高达1.9亿欧元。入主球队后，陈雁升对俱乐部的运营展开全方位扫描，有针对性地做出相应的改革。2017—2018赛季，俱乐部收入已达到7375万欧元，盈利也稳定在了638万欧元。

想让一家俱乐部恢复健康运转，治标之外，更要治本。陈雁升回忆说，“我们对俱乐部的软件实现了全面升级，让标准当家、数字说话。”为此，陈雁升将俱乐部划分为体育部和企业部两大块，两个部门各司其职，两种文化相互融合。

西班牙人是一家拥有出色青训系统的俱乐部，中国管理层的到来并没有改变这一定位。陈雁升说：“入主以来我们每年都在加大青训的投入。目前我们青训体系中的球员大概有20人进入了西班牙国家队的各级梯队，去年我们还被评为整个西班牙最重视男足青训的俱乐部。”

从执掌这家俱乐部第一天开始，陈雁升便想向西班牙人输送中国球员，通过这一平台助力中国足球水平的提高。

陈雁升强调，“入主之后我们有一个专门的技术团队来分析国内的球员。比如武磊，我们就整整考察了他3年，对他的每一场球赛都有评估。我们希望这样的引援能达到双赢的效果：在满足俱乐部竞技需要的同时，让球员的水平在这里得到提升。”

今年1月，武磊带着中超金靴的荣誉来到西班牙人。武磊到来后，西班牙人的每一场比赛都能在中国社交媒体上引发巨大的关注与讨论，一些场次在中国地区的收视率甚至超过了巴萨与皇马的“国家德比”。

“武磊只是一个开始。”陈雁升说，俱乐部未来还将继续尝试引进更多中国球员，“我希望武磊能给中国足球做出表率，也相信将来会有更多中国球员以他为标杆，去更高竞技水平的平台锻炼，在五大联赛立足。”

借助武磊效应，西班牙人也加快了面向中国市场的全面开发。俱乐部从足校、青训、教练培养等多个领域入手，向中国市场展开技术与品牌的输出。陈雁升说：“我们这3年半来跟国内俱乐部和足球行业的各个领域逐渐加强了合作。我想把西班牙的优秀青训体系复制到中国。”