

十字路口的国产篮球

本报记者 柯国笠 张晋福



国内篮球爱好者在这个夏季经历了情绪的两重天:在以安踏“要疯”淘金联赛、361°触地即燃等主导的品牌赛事之外,各路“村BA”也点燃了国内数以万计的村镇的篮球热情;而在2023男篮世界杯上,以一胜四负、排名第29名的中国男篮创下参加篮球世界杯(世锦赛)历史最差战绩。

这也成为国产品牌在篮球“赛场”上的精神折射:面对国际两大品牌的角逐,在“内卷”中,部分产品已然重出重围;在更高维度的篮球文化、品牌精神等层面,仍然长路漫漫。

何去何从,不只是中国男篮之问,对于国产品牌而言,充分内卷之后,也到了关键的十字路口。

02 “新的故事在不断诞生”

就在上周,安踏“要疯”草根篮球赛事总决赛在成都打响。

这是“要疯”迎来的第七个年头。今年,“要疯”终于迎来了发起人之一、安踏篮球代言人、NBA球星克莱·汤普森,也迎来了来自全国各地的篮球爱好者。

“对球迷们来说,篮球不只是一项运动,更是一种信仰。”作为“要疯”赛事的掌舵人,蔡之本这样描述“要疯”背后的精神内涵。

8月26日、27日的“要疯淘金联赛全国总决赛”都是从下午3点开始。但在上午11点多,球场外就陆续聚集起球迷,他们以年轻人为主,年龄多在10岁到17岁。

观赛是不收费的,但进场的话需要提前排队,场地观赛名额有限,也因此,很多年轻人很早就开始排队。不少人随身带着一件签满名字的白T恤和一个签满名字的背包。这些签名都来自草根球员。而在抖音直播中,透过小小的手机屏幕,数十万观众涌入其中观赛。

有趣的是,在以女性用户为主导的社交平台小红书上,“要疯”等篮球IP也显露头角,掀起了新的讨论和话题。

“军哥是我偶像!”还在上高中的篮球爱好者戴继扬说,在他们的同学中,“军哥”“赖总”等的成长经历早已被许多球迷熟知。

黄宇军有着700多万粉丝,人称“军哥”。在国内野球界,军哥几乎无人不晓,一手背身投篮更是绝活。在这次总决赛

现场,黄宇军站在中场,球迷们就会高呼“背投”。

黄宇军身体条件并不出色,身高只有171厘米,从高中才开始打球。起初,他只是随便玩玩,但一玩就上瘾了。上大学后,他开始进行系统性训练——下载了许多NBA视频,到球场上将这些动作一遍遍重复。最终,他在“路人王”赛事中,以一记精彩的多次转身晃人后仰中投成名,并走向了篮球自媒体的职业道路。

如今,更多的“新生代”开始崭露头角。在浙江温州,绰号“小菜鸡”的黄皓铭早已在抖音平台上火起来,拥有抖音粉丝数十万。这个8岁男孩在刚刚结束不久的浙江省小篮球U8总决赛上上演了“2+1”绝平,并以强大的心理素质完成了定点投篮绝杀,赢得冠军。

而“小菜鸡”互为对手的陈亿也是抖音上的青少年篮球热门人物。不少球迷将两人当作未来的“一生之敌”。

不只是“小菜鸡”和陈亿的故事,“中国最强篮球高中生李俊”“中国最强初中生”等故事也在抖音、B站上不断上演,越来越多青年篮球爱好者为人所看见。

“在‘要疯’赛场上,我们挖掘了许多新的草根篮球爱好者,不断有新的故事涌现。”蔡之本说,故事的背后多是对篮球的热爱和执着,这是“要疯”的精神所在,也是感动所在。“我们希望引发的是中国篮球文化、篮球氛围的兴起。”

如今,越来越多的国产品牌加入草根篮球赛事之中。无论是361°的触地即燃,或是安踏“要疯”,又或是鸿星尔克牵手贵州“村BA”,都在书写着中国篮球的新故事。

03 “还有很多可能待挖掘”

上周,“回家之旅”的汤普森在深圳为来自安踏运动营湖北乡村的小学生们上了一堂篮球训练课。

这是安踏苗壮成长计划的重要一课,也是安踏儿童在篮球领域积极布局的一个缩影。

在“小菜鸡”黄皓铭的抖音视频中,他与姐姐的对决中总有两人穿戴不同篮球装备的镜头。

而在专业儿童篮球比赛中,给青少年配置一双专业篮球运动鞋也成为家长们的必选项。

这也带动青少年篮球鞋及相关装备的迅速增长。

在安踏儿童官方旗舰店,记者看到,安踏儿童专门为青少年研发了专业篮球鞋装备。和成人篮球鞋类似,防滑、防侧翻、缓震等中底技术应用其中,同时,在鞋面、绑

带系统上,针对性地做了调整。

而在价格上,相比于成人篮球鞋的售价,折后价300元起跳的安踏专业青少年篮球鞋并不愁卖。“给小孩子买比较舍得花钱,而且专业少儿篮球鞋也比较少,安踏这款还是很契合我的需求。”许先生告诉记者,自己给孩子报了篮球培训班,除了球馆配置的球服外,专业篮球鞋还需要家长自己购买。

与此同时,女性篮球爱好者也在带来增量。

在今年,安踏、匹克等国产品牌都相继签约女篮国手,今年大运会上,女篮的表现也在小红书上引起热议。越来越多的女性群体参与到篮球运动中来。

“相比于国外的参与人群,我们在男性成人篮球市场板块上虽然内卷,但是,在女性篮球参与度上与欧美国家之间的差距仍然很大,而且儿童对专业篮球产品的需求也有很大的空间。”蔡之本说,无论是成熟板块或是兴起新板块,国内篮球都还有很大的挖掘空间,给了不同品牌发展机会。

专访



蔡之本：从『要疯』到一起『疯』

作为国内最具有影响力的草根篮球赛事之一,安踏“要疯”今年来到了第七届,也迎来了疫情之后线下赛事的重新起航,并迎来了“要疯”“元老”——安踏篮球代言人克莱·汤普森的重新回归。

走过七届,“要疯”迎来“七年之痒”?站在新的篮球环境中,国产品牌何去何从?签约NBA巨星凯里·欧文之后,安踏篮球还有多少畅想?……带着众多关注国内篮球的读者的疑问,我们来到安踏,采访了安踏篮球事业部总经理蔡之本,从他的口中,我们获得了诸多解答。

晋江经济报:“要疯”作为一场民间赛事举办了七年,保持初心已属不易,而新鲜感的保持更是难上加难。这是“要疯”的困局——这是现实问题,也是发展问题。安踏是如何破局的?

蔡之本:的确,“要疯”已经七年了,尽管我们每年都力求创新,但是,也看到越来越多的品牌参与进来,观众、参与者也会有新的期待,同时,作为主办方,也面临着不同的内外部变化调整。我们重新反思并找寻“坚守初心和创新变化”中的平衡点。今年,我们就做出了更大的改变,我们一改过去在数十个城市举办联赛的做法,而是在成都、重庆等主要城市开展淘金联赛。我们通过和商场的联动,吸引草根球员来到城市比赛,让赛事在城市生根,深度触达篮球爱好者,

财说道

篮球不“悲”

还在进行中的男篮世界杯已经没有中国男篮的身影。尽管心理上难以接受,但许多国内篮球爱好者似乎早已预见这样的结果。

竞技体育就是如此残酷,但这也是魅力所在——无论成败,背后的故事足以引发热搜、引发激烈探讨。成者有成者的传说,败者有败者的故事。

但这样的探讨,其范围在这个暑假逐渐扩大:从广东工业大学战胜清华大学首夺联赛冠军,陈国豪成就冠军梦想,到云南“直升机”、“草根扣篮王”矣进宏被CBA球队北京队选中,圆梦职业赛场;从数以万计的“村BA”赛事如火如荼,到“要疯”“触地即燃”等IP赛事的接二连三;从“小菜鸡”浙江U8总决赛的巨星式绝杀,到安踏签约欧文创下国产品牌历史;从抖音、微博,从虎扑,到得物,甚至是小红书……

热议的背后是关注,是支持、鼓励、期待、未来。热议背后,是国人对篮球的热爱、热情和篮球运动带来的多巴胺。

篮球不“悲”。或许,从这个夏天开始,中国篮球“命运的齿轮开始转动”。

而对于国产体育品牌而言,背靠全球最多的篮球运动参与者,在国内篮球发展中,值得抓住每一次“齿轮”转动的微小瞬间。

木可

深耕城市篮球社群,并产生更多的链接,挖掘出“要疯”新的可能。

晋江经济报:我们也看到越来越多的品牌、主理人、篮球KOL发起了更多的线下街头赛事,你怎么看待这样的变化?

蔡之本:我们当然非常欣喜会有这样的局面产生。实际上,在“要疯”诞生之初,我们很多关于街头篮球的文化、讨论都还局限在“东单”等非常小的物理空间内,但是,通过“要疯”,我们辐射到了更多的草根篮球爱好者,也将他们串联起来,并且挖掘了非常多的故事,通过多年的坚持,带动形成了现在众多品牌、球员共同参与的国内篮球生态圈、文化圈。我们看到现在国内篮球整个讨论度、参与度已经呈现出完全不同的量级变化。我很高兴越来越多的资源、资本加入进来。从“要疯”到“一起疯”,我也为参与其中而感到自豪。

晋江经济报:作为“要疯”的元老之一,今年克莱·汤普森也回来了,与安踏的团队、国内的粉丝也有了深入的互动。这是安踏与克莱的第九年合作,堪称经典,应该也是目前国内品牌中少有的能够与NBA顶级球星合作九年的品牌。你们双方如何看待这样的关系,以及未来有什么新的期待?

蔡之本:的确,我们与克莱的合作已经到了新的高度,包括今年我们已经推出了第九代的签名鞋KT9。应该说每一代签名鞋都很成功。对于安踏篮球而言,克莱作为我们的品牌门面定位是不会变的。和代言人长期牵手,不仅对于产品线的延续性、品牌的故事性有重要意义,对于代言人来说也是如此。

我们过去的合作尽管双方各有起伏,包括克莱遭遇了重大伤病,我们也是坚持陪伴在身边,最后迎来回归。这是相互的关系。这种关系和“结婚”很像,而不是谈恋爱。

晋江经济报:今年,安踏篮球新增了欧文作为首席创意官。这是一个新的代言人,也赋予了新的、有别于以往的代言身份,我们如何考虑和欧文的合作,背后的挑战是什么?

蔡之本:和欧文的合作当然是我们今年的最大动作,应该说是国产品牌签约的重磅球星之一,所以我们做了很多计划和设想。欧文的国际影响力应该是很多球迷有目共睹的,因此,这对安踏篮球的国际化来说是一个全新的考验,包括对国外市场的探索,也会是一个新的挑战。当然,这是安踏篮球进一步发展必然要面对的问题,欧文的加入相信是一个很好的开始。和球迷一样,我们也很期待双方会有一个很好的化学反应。

中国品牌之都 领军品牌榜

发布平台: 15880722026

HUB LILANZ

361°

盼盼食品集团
PANPAN FOODS GROUP信泰集团
SinceTech
信泰·网布科技领航者JINLONG 晋工
取胜源于可靠
WIN WITH RELIABILITY

KELME 卡尔美国国际

舒华
让运动更高单凤竹纺织
FYNEX TEXTILES

小样! 搭膳

MACHINERY
HAINA 海纳机械产业周刊 企业最新资讯权威发布平台
15880722026

中国品牌之都

优秀供应商

发布平台: 15880722026

MAOTAI SOLES 茂泰鞋底

源泰皮业
Sourcetai
服务热线: 0595-85685062星达鞋材
TPU热熔胶、高低温膜
服务热线: 0595-85127511

JILONG 佶龙机械

JIANYOU 健友皮革

产业周刊 企业最新资讯权威发布平台
15880722026