

小巨人转战商业江湖

商报记者 李冰 孙聪颖

姚明给自己关上了一道门，又打开了一扇窗。昨日，篮球巨星姚明宣布正式退役，中国篮球的‘姚时代’由此落下帷幕，但姚明商业帝国的大幕才徐徐开启。姚明的价值与意义早已经不止于体育，而人们更关心的是，失去了竞技价值的姚明未来如何延续和延伸自己的商业价值。正如他自己所说：‘我的篮球职业生涯结束了，我希望那只是个逗号，不是句号。我还是姚明，我还有很多事情要做，远远没有到画上句号的那一天。’

小巨人退役

昨日上午开始，就有大批媒体记者守候在上海浦东嘉里酒店门口，为的只是在下午2点举行的新闻发布会上，听满30岁的姚明亲口说出“退役”二字。据“姚之队”介绍，有来自100多家媒体的300余名记者向他们报名参会，其中还有众多国外媒体，包括CNN、美联社、路透社、法新社等重量级媒体。而中央电视台体育频道更是从昨日下午1点起进入“姚明时间”，直播时间长达5个小时，这是央视史无前例地报道运动员退役发布会。

事实上，姚明退役对于中国篮球和世界篮球来说都是一件大事。时下，正值NBA停摆期，按规定，球队禁止与球员有任何形式的私下接触，但是这一次，NBA破例为姚明开绿灯，允许火箭队总经理莫雷出席退役发布会，并代表NBA、休斯敦和火箭队为姚明送上祝福与感谢。

姚明退役其实早有风声，只是他本人迟迟没有回应。在这场题为“明谢”的新闻发布会上，姚明除了证实“退役”消息并念了一份长长感谢名单之外，他也强调，作为职业球员退役后，除了不打NBA外，也将不会参加国家队的比赛。“我只是离开了赛场，而不会离开我心爱的篮球。”

在昨日姚明宣读的声明中，他这样介绍自己与篮球的缘分：“4岁我有了第一个篮球，9岁进入徐汇区少体校，14岁进入上海青年队，16岁背上父亲当年的号码，代表上海队比赛。篮球使我延续了家庭的传承，每每看到父母欣慰的眼神，我都无比自豪；也非常幸运能和上海大鲨鱼队的队友们一起为上海赢得了又一次CBA总冠军。同样在CBA夺冠的2002年，我进入NBA。”或许也正是从那一年开始，姚明的价值远远超越了体育竞技本身。

资料显示，姚明加入NBA后，其商业价值一路飙升，坚韧、顽强、力争上游的形象，使其成为全世界知名的篮球巨星和全球品牌的宠儿，包括锐步、可口可乐、苹果电脑、中国人寿、麦当劳、VISA等代言的商业合同总值高达1.5亿美元，而其每年的代言收入约为2100万美元。2010年的《胡润百富榜》中，姚明身价更是高达10亿美元。

而姚明9年的NBA生涯中的收入也不菲，净收入超过20亿元人民币。2003年福布斯中国名人榜数据显示，NBA状元姚明以1.2亿元排名第二，仅次于李连杰的1.4亿元。之后，从2004到2010年，姚明一直名列福布斯中国名人榜首位。2008年达到一个顶峰，收入高达3.87亿元。2010年，即使整个赛季因伤免战，姚明的收入仍高达2.5亿元。

姚明商业价值不会贬值

在中国的现役运动员中，姚明可谓吸金能力最强。但在姚明退役后，关于他商业价值的不同说法也开始涌出。

人们或许还记得，“飞人”刘翔因雅典奥运会的神奇夺冠到刷新世界纪录，一时间成为广告代言新宠，瞬间成为十几个大品牌的代言人。但是2008年8月18日北京奥运会上，刘翔退赛后，原本铺天盖地的代言品牌刹那间集体变脸，虽然许多赞助商发表声明表示继续支持刘翔，但是“刘翔版”广告却难以再见。有机构统计显示，因外部舆论环境的恶化，刘翔的商业价值由巅峰时期的千万级别大幅度缩水为几十万元。

同为体育界商家的宠儿，刘翔仅因一次退赛，其个人商业价值就出现翻天覆地的变化，姚明此番彻底告别赛场，是否会对个人商业魅力产生颠覆性的冲击呢？在网民的讨论中，一位由姚明代言的品牌企业员工就在自己微博中发出疑问：“姚明退役，我们公司是不是要换代言人了？”

对此，体育营销专家许云峰认为，姚明的商业价值缩水是肯定的，伴随着姚明的退役，他作为球星带来的精神力量会逐渐减退。姚明称他不会离开篮球事业，可能再运作一些商业项目比如篮球俱乐部等，但姚明的形象将从一个体育精神领袖转换为一个投资人、老板和商人。“这和李宁的路线一样，李宁曾经是中国体育界‘教父’一般的精神领袖，然而时过境迁，李宁之于商业品牌的个人魅力和精神价值也逐渐缩水，这也是李宁品牌目前危机四伏的原因之一。”

也有专家指出，通常来讲，运动员退役之后，其商业价值只能维持2-4年，但姚明不同。“他退役后，商业价值短期会下降，但未来仍将是中国最具商业价值的球星。”有观点认为，虽然姚明今后不再是篮球运动员，但他仍然是一个全球偶像，这些独有的气质将转变为内在的无形价值，保证他退役后仍具有可观的商业价值，并能够继续开发。

“退役后竞技价值的消失并不代表商业价值的消失。运动员的生命周期分成四个阶段，专业能力阶段、个性化发展阶段、综合性表现阶段、职业精神阶段。”北京关键之道体育咨询有限公司CEO张庆认为，最后一个阶段，运动员的顶峰时期，其内在精神阶段形成变化为其内在无形价值，这也为运动员退役形成持续的商业价值做了准备。

“姚之队”负责人章明基也向记者直言，姚明还远没有达到商业高峰，“未来姚明商业帝国的稳定，不会过多地依托运动本身，而是依赖姚明本人的特质，独一无二的特质”。外界也普遍认为，姚明不是奥运会冠军、不是世界冠军，也没有夺得过NBA总冠军，但这无碍于其世界体坛超一流巨星的地位，这就是

姚明独一无二的特质。因此，在不少人眼中，退役的姚明还是摇钱树。

不过，失去了姚明的NBA也会这么幸运吗？1998年乔丹退役后，NBA曾经历过一次滑坡，全球关注度持续下降。如今姚明的退役是否也会给NBA带来负面影响？据新华社此前报道，除了美国本土，NBA只在中国开了专卖店，NBA中国公司是NBA在海外的唯一一家公司，目前签约的中国赞助商达到19家。中国是NBA本土之外最大的海外投资来源，数十名NBA球员与中国企业有赞助合同。“只要是姚明在火箭队的队友，即便是只合作了一个赛季，也能从中国企业那得到一份球鞋的赞助合同，还会在退役之后被中国篮球俱乐部疯抢。而这一切，在姚明退役之后都会受到巨大的冲击。”

姚明商业路径将慢慢浮出水面

其实早在姚明退役之前，姚明授权的“姚之队”就未雨绸缪地意识到对于他职业生涯的生命周期问题，章明基曾表示，“从几年前，就已着手让姚明进入新的品牌周期。这个新周期的目标会让品牌特征更加丰富，更有深度和美誉度，不仅超过了运动领域，还要超越运动员的运动周期”。

为此，从2006年开始，“姚之队”先后投资了巨鲸音乐网、北京通州太阳花酒店、加州健身姚明俱乐部，这都可以看做是姚明转型的试水。2009年7月15日“姚之队”又和上海东方大鲨鱼俱乐部达成一致，双方正式签订了股权转让框架协议，算是这笔长期投资。不过双方至今都没有透露

最终的转让金额。

然而，未来姚明在哪里做什么，才是人们此刻更为关心的问题，也引发了网络上热烈的讨论和猜测。有评论认为，姚明可以转型娱乐业。“体育明星转战娱乐圈早有先例，跳水世界冠军田亮、体操奥运冠军刘璇等都在娱乐圈有不俗成绩。在全球范围内拥有超级影响力的姚明，如果想找一位国际知名导演为其量身打造一部叫好又叫座的体育电影并不难。或者，姚明可以自己投拍并主演，在电影中将篮球进行到底，也可借电影之力传承运动精神。”

而姚明的回答似乎证明这种猜想并非不可能。他已经从音乐开始，触电娱乐文化产业。“我从五六年前就已开始做巨鲸音乐网了，它是基于正版数字音乐的新媒体，目前正在与华润文化产业基金洽谈合作。”

“我要与我的朋友打造中国最好的数字音乐产业。”对于未来是否会涉足动漫产业，姚明不置可否，他仅称，为动画片《马兰花》配音纯属机缘巧合，但是仅此一次，下不为例。

当有记者问到，有没有规划像李宁一样做自己的个人品牌时，姚明打趣地说：“我的个人品牌嘛，我得先从其他人手里拿过来才行。”姚明所指的“其他人”正是市面上已经有公司注册的姚明一代、姚明一组等产品。他也明确透露，自己更多的商业计划会慢慢浮出水面。

对于姚明未来的商业道路，张庆表示，姚明日后开拓商业疆土的方式跟在NBA时也许完全不同，他更有时间来做商业投资的事情，还可能通过职业球员的嗅觉、人脉、资源投入到与体育相关的产业，比如运动食品、健身俱乐部、体育地产等。

即将彻底转型为老板身份的姚明，也毫不讳言地透露自己的计划：“在这方面我是一个新手，又是从头开始，我要进修，已经在几个班报名了。”

焦剑/制表 新华社/图

