



CBA联赛表现力白皮书

德勤科技、传媒和电信行业
2019/09

卷首语

卷首语

目录

内容摘要

体育及篮球产业

数据CBA

联赛商业表现力



“作为中国最高等级的男子职业篮球赛事，CBA联赛即将迎来自己的第25个赛季。回望过去24年的辉煌历史，CBA联赛为中国篮球和中国体育的改革和发展都作出了重要贡献。近年来，随着相关政策的逐步完善，体育产业逐步升级，篮球粉丝数量不断增加，高科技在CBA生态体系中得到越来越多的应用，体育营销不断创新，我们相信，CBA联赛拥有极大的市场潜力和长期稳定增长的商业机会。未来五个赛季，CBA联盟将重点打造更精彩的赛事产品，提供更贴心的球迷体验和服务，塑造更年轻的品牌形象，打造全新的商业开发体系，并实施更合理的俱乐部准入，从而全方位升级CBA联盟和各俱乐部的运营水平，全面迈入CBA 2.0的新纪元。

CBA大家庭的20家俱乐部将携手所有的教练员、运动员、裁判员和工作人员，共同努力、勇于创新、集思广益、循序渐进，吸引社会各界的专业化人才，升级全联盟的经营理念 and 运营水平，加大赛事运营和品牌营销的投入。我们希望和众多合作伙伴和社会各界一道携手共进，为中国的篮球迷们打造一个真正属于我们自己的、心爱的、高水平的顶级篮球联赛，共同将CBA打造成中国最具社会影响力的体育联盟！”

--- 姚明

目录

卷首语	3	联赛商业表现力	35
目录	4	CBA联盟	36
内容摘要	5	转播方	37
体育及篮球产业	6	赞助商	39
体育行业增长可期	7	俱乐部	42
资本助力产业发展	9	球员	46
篮球IP商业潜力巨大	11	球迷及大众	49
联赛改革意义深远	13		
2019男篮世界杯红利	16		
数据CBA	20		
职业化的24个赛季	21		
联赛愈发精彩	24		
竞争日益激烈	27		
球员实力增进	29		
传播力度提升	33		

卷首语

目录

内容摘要

体育及篮球产业

数据CBA

联赛商业表现力

内容摘要

卷首语

目录

内容摘要

体育及篮球产业

数据CBA

联赛商业表现力



体育及篮球产业

在财政支持、政策驱动、资本助力等因素主导下，我国体育产业蓬勃发展，赛事职业化、市场化改革成果显著。篮球作为球迷基础最为广泛的体育项目之一，在近年呈现良好的发展态势，愈发受到资本关注。

CBA联赛作为国内顶级的赛事IP之一，在近几年持续深化改革的推动下，已在职业化进程、人才培养等方面有所收获。借着2019男篮世界杯在中国举办的东风，CBA和中国篮球都将赢来新的发展契机。



数据CBA

CBA联赛已经走过24个赛季，其赛制、管理、商业开发都已经过数次的改革洗礼全面步入“2.0”时代。

联赛更加激烈刺激，观赏性稳步提升，俱乐部间竞争也逐步加剧。本土明星球员不断涌现、外援明星纷纷加盟，CBA联赛已成为优秀国内、国际球员的共同竞技平台。在赛事质量提升的带动下，传统媒体、新媒体、社交媒体纷纷助力，进一步提升联赛传播力度，推动联赛商业价值提升。



联赛商业表现力

CBA联赛的价值不单单体现在CBA联盟本身的商业收入，其更为广阔的影响力透过转播方、赞助商、俱乐部、球员、球迷及大众五个重要关联方向外传递与扩散，带动联赛整体经济和社会价值的实现。

这五个重要的关联方已与CBA联盟形成“利益共同体”，相互影响促进，共同实现联赛的可持续发展。

体育及篮球产业



体育产业增长可期

国家文化体育与传媒支出持续增长，中国体育产业总值有望在2025年达5万亿规模，逐步追赶发达国家；近五年体育行业法律法规及指导意见密集出台，聚焦产业发展、赛事改革、人才培养等方面

资本助力产业增长

行业日趋成熟和规范，体育产业运作愈发市场化，资本回归理性的同时保持对头部项目的青睐；赛事赞助成为企业品牌塑造及曝光的重要渠道，职业化赛事IP的商业价值凸显，顶级联赛等稀缺赛事IP受到热捧

篮球IP商业潜力巨大

国内顶级联赛、其他头部篮球IP在过去5-10年间逐渐获得赞助商青睐，商业价值逐渐显现；庞大的篮球粉丝基数、明星球员的粉丝效应、以及积极的联赛改革将驱动篮球赛事价值继续攀升

联赛改革意义深远

为解决中国职业篮球面临的潜在挑战，在国家体育总局的领导下，2017年姚明接任篮协主席后积极推动联赛改革，在职业化程度、商业开发、青训建设和基础设施四个方面已取得阶段性成果

2019男篮世界杯红利

2015年，中国正式获得2019年男篮世界杯举办权，32支顶级国家队将在国内8座城市展开激烈竞争；通过举办男篮世界杯，基础设施将逐步完善、篮球热度将持续高涨、球员实力有望提升，对中国篮球影响深远

卷首语

目录

内容摘要

体育及篮球产业

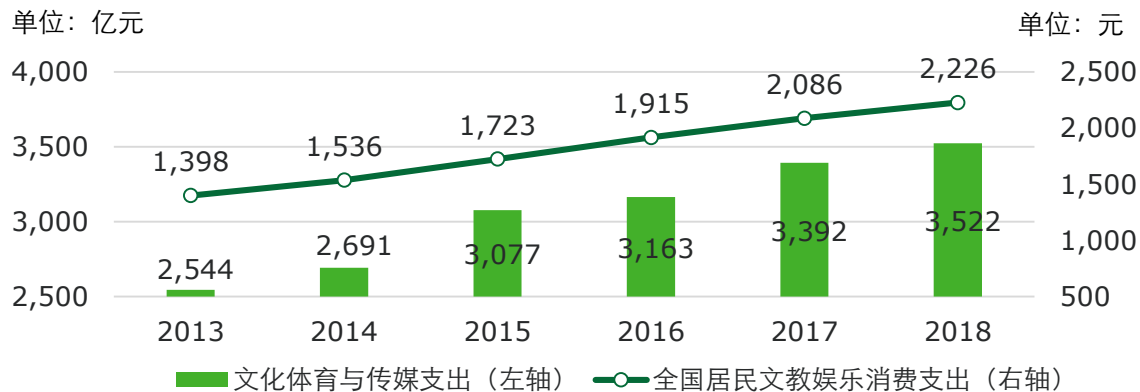
数据CBA

联赛商业表现力

体育产业增长可期

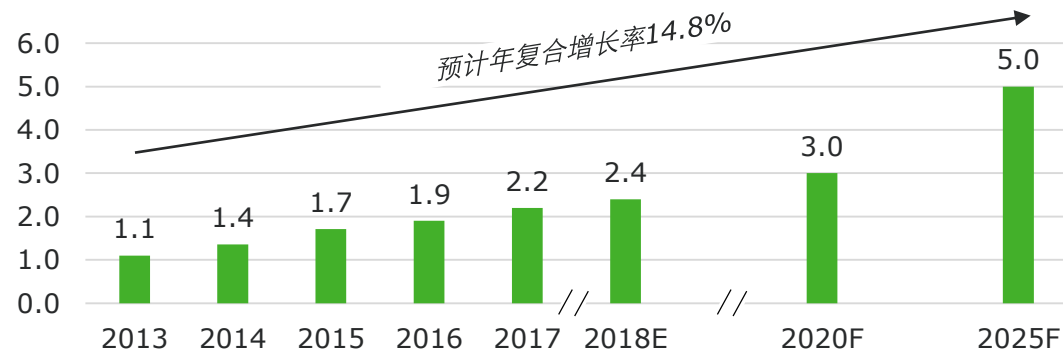
国家文化体育与传媒支出持续增长，中国体育产业总值有望在**2025年达5万亿**规模，逐步追赶发达国家

2013-2018年国家财政文化体育与传媒支出 & 全国居民文教娱乐消费支出



2013-2025F年中国体育产业总值

单位：万亿



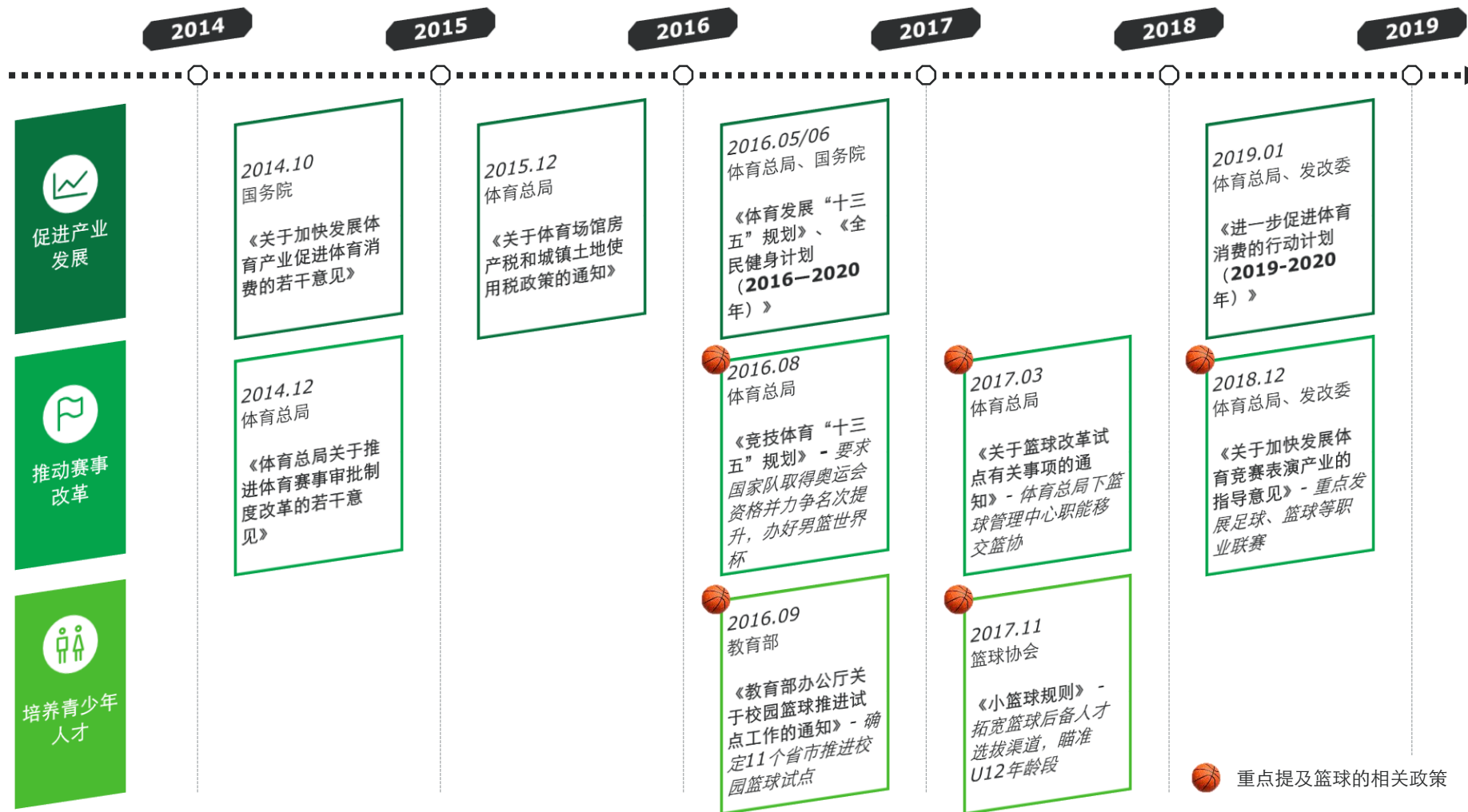
信息来源：国家统计局，国家体育总局；德勤访谈、研究与分析

2025年末体育产业总值将达到**5万亿**

- 2018年文体与传媒支出超过**3,500**亿，国家的财政支持是支撑体育产业蓬勃发展的根基
- 当前中国体育产业增加值占GDP比重（1.0%）与美国（3.0%）、日本（2.5%）等发达国家的差距在缩小。根据国务院及国家体育总局颁布的指导意见及相关规划，2020年和2025年体育总产值预计将达到**3万亿**和**5万亿**，全民日益增长的文教娱乐及体育消费将成为产业发展的重要驱动因素

体育产业增长可期

近五年体育行业法律法规及指导意见密集出台，聚焦产业发展、赛事改革和人才培养



信息来源：国务院，国家体育总局，教育部，发改委；德勤访谈、研究与分析

卷首语

目录

执行摘要

体育及篮球产业

体育产业增长可期

资本助力产业发展

篮球IP商业潜力巨大

联赛改革意义深远

2019男篮世界杯红利

数据CBA

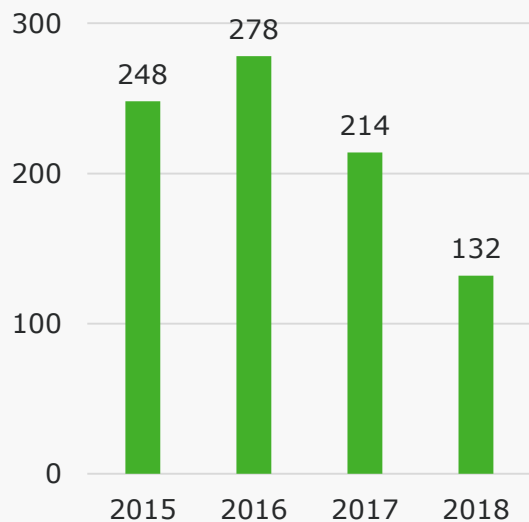
联赛商业表现力

资本助力产业发展

经历了**15-16**的热潮，体育投资回归理性，资本向头部项目集中，单笔平均投资金额创新高

国内体育产业投资概况（2015-2018）

单位：笔

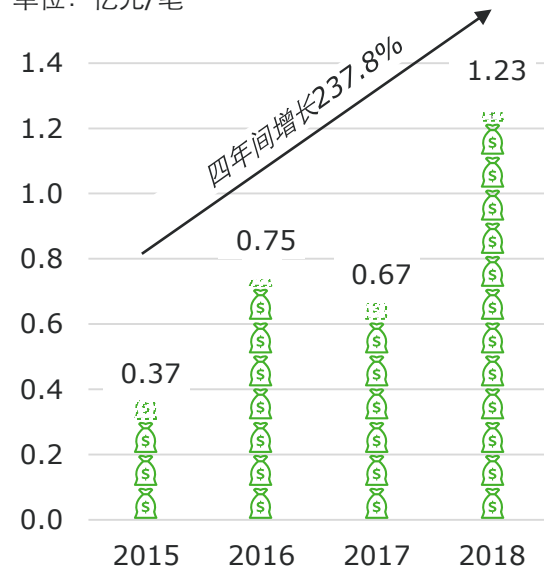


体育产业投资逐渐回归理性

国内体育产业投资数量从2016年起逐年下降，年复合增长率为**-31%**

体育产业项目平均投资金额（2015-2018）

单位：亿元/笔



头部项目愈发受到青睐

较之2017年，2018年国内体育产业单笔投资额上升了**85%**

体育投资渐趋理性，资本对头部项目的青睐愈发明显，**2018年**相关项目单笔平均投资金额达**1.23亿元**

- 在2016年，得益于政策和经济发展对体育消费的推动，体育产业投资数量和单笔投资金额快速攀升，并达到顶峰，其中平均单个体育项目的投资金额同比增长为**84%**
- 2017年起，资本市场逐渐恢复冷静，资本活跃度较之前两年明显下降
- 2018年，资本市场保持理性，但由于大环境向好，仍持续青睐体育产业，产业内投资回暖，**开始集中于头部项目**

信息来源：IT桔子；德勤访谈、研究与分析

© 2019。欲了解更多信息，请联系德勤中国。



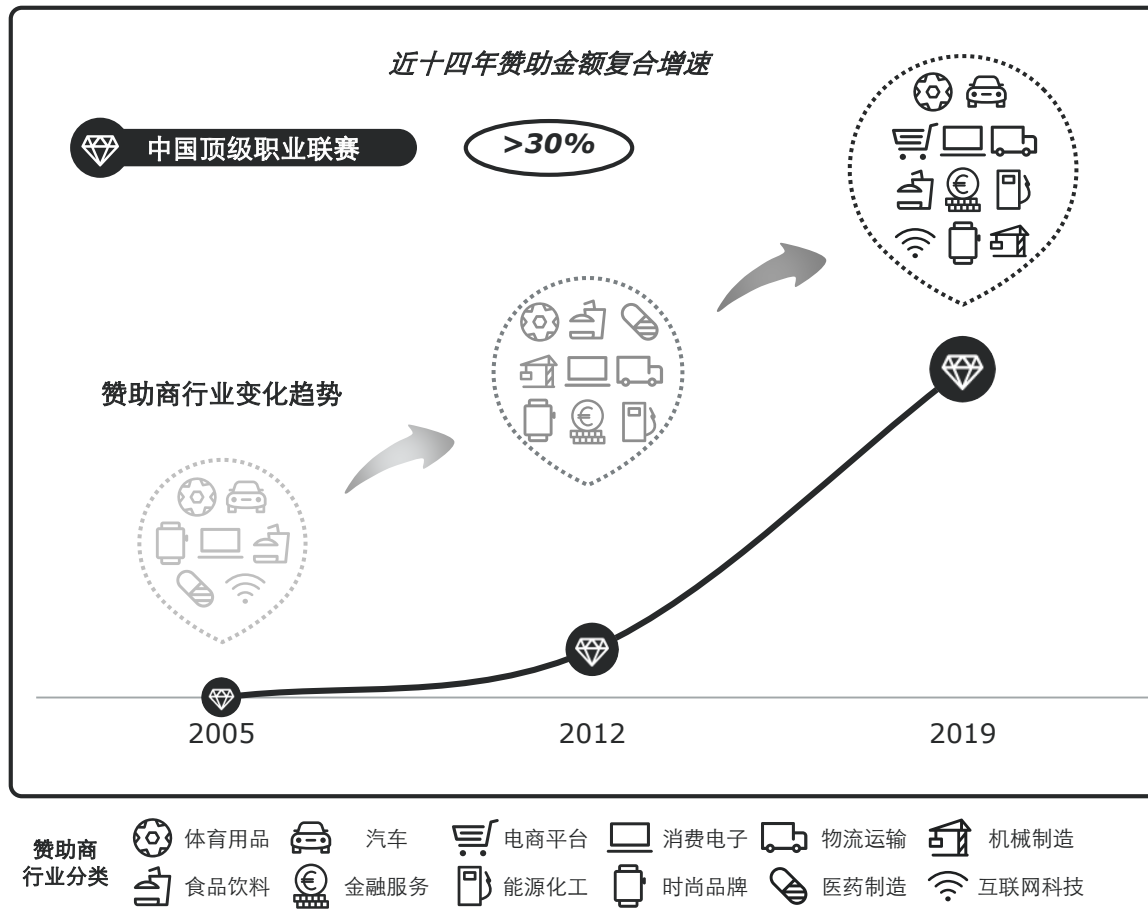
资本助力产业发展

赛事赞助成为企业品牌塑造及曝光的重要渠道，职业化赛事IP的商业价值凸显，顶级联赛等稀缺赛事IP受到热捧

中国顶级联赛赞助商数量、质量和金额不断攀升，赞助商所涉及行业持续延展，头部赛事的稀缺IP受到热捧

- 赞助商所涉及行业的多样性不断提升，赛事赞助的曝光途径愈发受到不同企业的认可。十四年前，国内主要顶级联赛的赞助商及合作伙伴仅涉及数个行业，2019年已覆盖**11**个不同行业
- 头部赛事IP受到热捧，根据德勤估算，足球篮球等热门运动的顶级赛事“吸金”能力显著，单这两项运动的赞助金额占中国体育赞助市场的**80%**以上

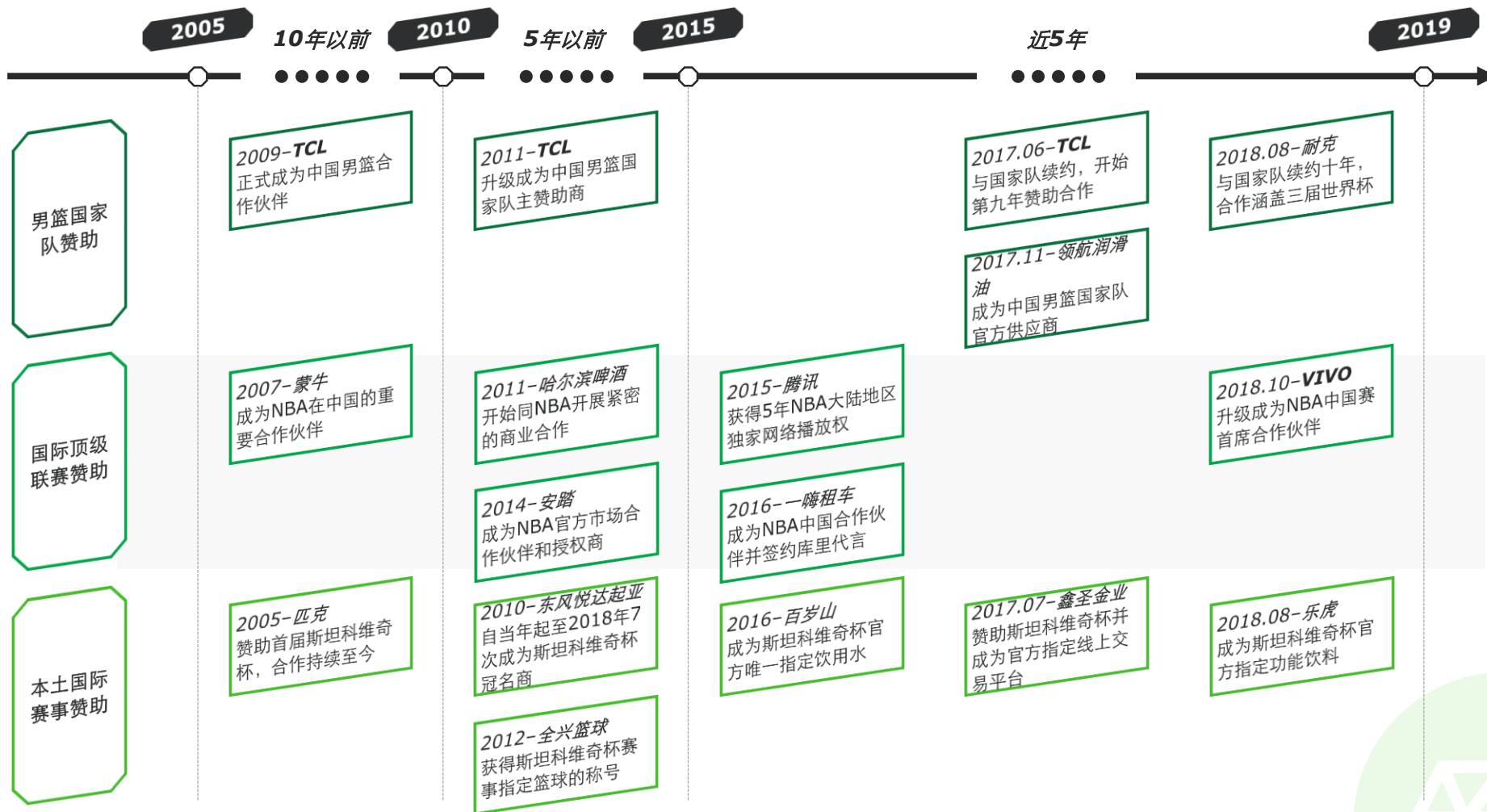
国内顶级职业联赛赞助商金额及覆盖行业趋势



信息来源：公开信息，CBA联盟；德勤访谈、研究与分析

篮球IP商业潜力巨大

除国内顶级联赛之外，国家队其他国际赛事也在过去**10**年间获得更多赞助商青睐，商业价值逐渐显现



信息来源：公开信息；德勤访谈、研究与分析

© 2019. 欲了解更多信息，请联系德勤中国。

篮球IP商业潜力巨大

庞大的篮球粉丝基数、明星球员的粉丝效应彰显篮球的巨大魅力及其商业潜力

01

篮球粉丝基数庞大



微博关注篮球相关赛事和俱乐部的粉丝总数超过

1亿



虎扑作为国内最专业的篮球论坛之一，月均活跃用户约为

5,500万



腾讯体育作为篮球赛事重要的版权所有方之一，其覆盖

4.82亿



独立用户

1.43亿



直播用户

1.33亿



收视峰值¹

注释：1. 2015-2016赛季NBA总决赛第7场

信息来源：全体育传媒，新浪微博，CBA联盟，国家体育总局，公开信息；德勤访谈、研究与分析

02

明星球员增添关注



易建联

- 4次CBA常规赛MVP
- 3次CBA总决赛MVP
- 5届CBA总冠军
- 2次男篮亚锦赛MVP
- 以第6顺位进入NBA
- 微博粉丝数为1,449万



郭艾伦

- 5次CBA全明星首发
- 1届CBA总冠军
- 1次世青赛得分王
- 1次亚青赛MVP
- 微博粉丝数为308万

卷首语

目录

执行摘要

体育及篮球产业

体育产业增长可期

资本助力产业发展

篮球IP商业潜力巨大

联赛改革意义深远

2019男篮世界杯红利

数据CBA

联赛商业表现力

联赛改革意义深远

为解决中国职业篮球面临的潜在挑战，在国家体育总局的领导下，2017年姚明接任篮协主席后积极推动联赛改革

中国职业篮球面临的潜在挑战以及“管办分离”改革的积极实行

中国职业篮球面临的潜在挑战

职业化程度不足

- 赛程较短
- 判罚争议
- 恶意犯规

商业化程度较低

- 品牌缺乏认知
- 球迷转化有限
- 专业人才不足

中国篮球水平受限

- 青训薄弱
- 人才匮乏
- 战绩不佳



姚明
现中国篮协主席、
CBA联盟董事长

“管办分离”改革正式启动

- 2016年11月，在姚明的倡导与牵头下，中篮联（北京）体育有限公司（CBA联盟）成立

改革稳步推进

- 2017年2月，姚明当选篮协主席，正式推动联赛改革

改革方针制定

- 2017年6月，CBA联盟制定《2017-2022赛季CBA联赛竞赛方案》，宣布未来5年发展规划

改革政策确实落地

- 2017年7月，姚明被任命为CBA联盟董事长，负责改革具体事宜的落地

“管办分离”改革初见成效

- 在职业化程度、商业价值开发、人才培养储备和基础设施建设方面已初见成效

信息来源：国家体育总局，中国篮球协会；德勤访谈、研究与分析

© 2019. 欲了解更多信息，请联系德勤中国。

联赛改革意义深远

在职业化程度、商业开发、青训建设和基础设施四个方面已取得阶段性成果



1

职业化程度显著提升

- 场次增加，年轻球员上场次数提升、各球队引援实力均衡，比赛精彩度提高
 - 常规赛增加到**46轮**，季后赛名额扩至**12个**
- 实行裁判报告制和升降级考核，新赛季争议哨减少，判罚认可度提升
 - 18/19赛季启用回放中心，协助裁判对争议判罚的把控
- 制定球员合同模板，保障球员的权益和职业发展



2

商业开发逐步优化

- 五级赞助商体系优化联赛商业开发
 - 赞助金额和数量大幅提升，新媒体合作伙伴数量增加，商业化价值进一步提升
 - CBA联盟整体收入挺进“**十亿**”时代
- 俱乐部盈利空间提升
 - 各俱乐部于17/18赛季所获分红较前一赛季提高**70%-80%**
 - 俱乐部新赛季商务开发权益增加至**9项**



3

人才储备得以强化

- 篮球青训体系得以重构，包括：
 - 与教育部学生体育协会签署合作关系谅解备忘录
 - 推出“小篮球”计划
 - 加强CUBA与CBA间联系
- 推行红蓝队制度，强化人才储备
 - 目前红蓝分队已挖掘出了多个原并不在中国篮协视线中的国家队队员



4

基础设施日趋完善

- 下发《CBA联赛俱乐部大场馆商务规范办法》，鼓励各家俱乐部进驻万人体育馆
 - 目前已有有**8家CBA俱乐部主场座位数超10,000**

信息来源：国家体育总局，中国篮球协会，CBA联盟；德勤访谈、研究与分析

卷首语

目录

执行摘要

体育及篮球产业

体育产业增长可期

资本助力产业发展

篮球IP商业潜力巨大

联赛改革意义深远

2019男篮世界杯红利

数据CBA

联赛商业表现力

联赛改革意义深远

18/19赛季后，CBA联盟协同俱乐部更换队徽、引入资深职业经理人，联赛品牌形象升级进入“2.0”时代



CBA联盟协同俱乐部进行品牌形象¹升级



部分俱乐部结合城市特色变更队名

北京控股翱龙	➔	北京紫禁勇士
深圳新世纪猎豹	➔	深圳领航者
天津荣钢金狮	➔	天津先行者
山东高速金星	➔	山东王者



第一批俱乐部队标与视觉形象升级



- 2019年5月，9支球队的新队标已正式发布，包括主标以及适用于不同场景的副标，解决队标动物系和颜色同质化的问题，推动“CBA 2.0品牌升级计划”
- 第二批队标更新升级预计将在2020-21赛季开始前完成

注释：1. 俱乐部队名和队标截至2018-19赛季
信息来源：CBA联盟；德勤访谈、研究与分析



CBA联盟引入资深体育职业经理人



王大为
CBA联盟首席执行官

- 2019年5月24日，CBA联盟宣布，经董事长姚明提名，公司董事会批准，聘请王大为担任CBA联盟第一位首席执行官，全面负责CBA联赛的各项工作
- 王大为先生在加入CBA联盟之前，在NBA中国担任高级副总裁兼首席营销官，在NBA中国任职超过10年，曾全面领导NBA在中国的多项核心业务，包括市场合作伙伴的开发与管理、媒体销售、商品授权、主题零售、互动游戏、品牌推广、数据战略和青少年发展等

王大为先生将与CBA各俱乐部和公司管理团队一道，努力从联赛的：



品牌形象



竞赛管理



粉丝培养

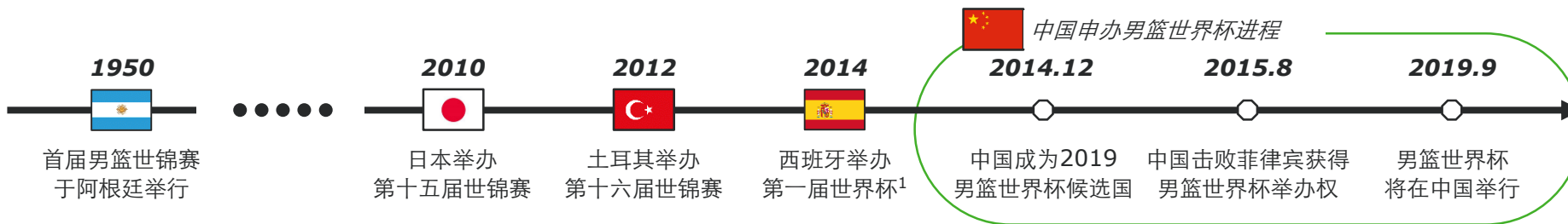


商业开发

等多个维度升级CBA联赛的整体运营水平，致力于中国篮球事业的长期、健康发展

2019男篮世界杯红利

2015年，中国正式获得2019年男篮世界杯举办权，32支顶级国家队将在国内8座城市展开激烈竞争

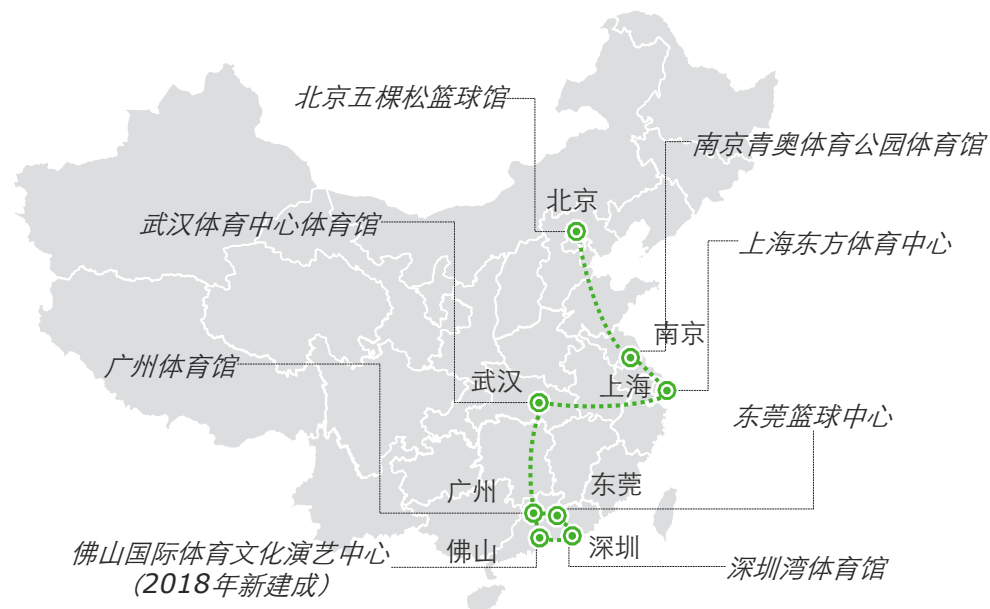


2019中国男篮世界杯参赛国家

亚太区												
欧洲区												
美洲区												
非洲区												

中国男篮世界杯首次将参赛队伍从24支扩充至32支

2019中国男篮世界杯举办城市及场馆

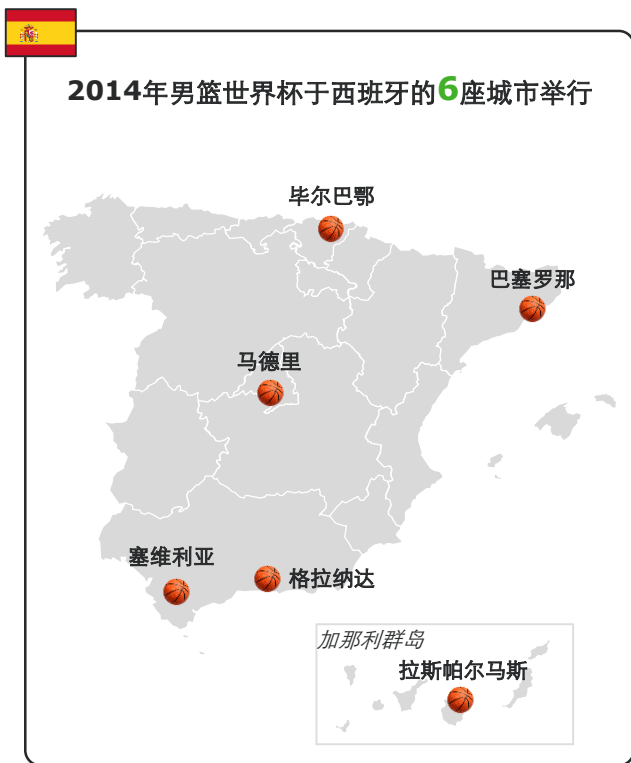


注释: 1. 2014年起男篮世锦赛更名为男篮世界杯
信息来源: 国家统计局, 国家体育总局; 德勤访谈、研究与分析

2019男篮世界杯红利

作为国际顶级赛事，男篮世界杯将激发巨大红利，据德勤统计**2014年世界杯**为主办国西班牙贡献总经济效益达**2.65亿欧元**，同时创造额外商业价值**2.12亿欧元**

男篮世界杯为西班牙带来约**2.65亿**欧元经济效益



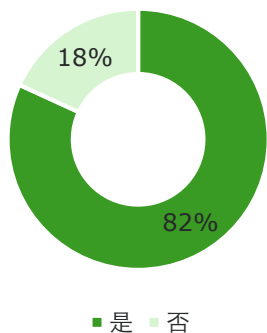
信息来源：FIBA，西班牙篮球协会；德勤访谈、研究与分析

© 2019。欲了解更多信息，请联系德勤中国。

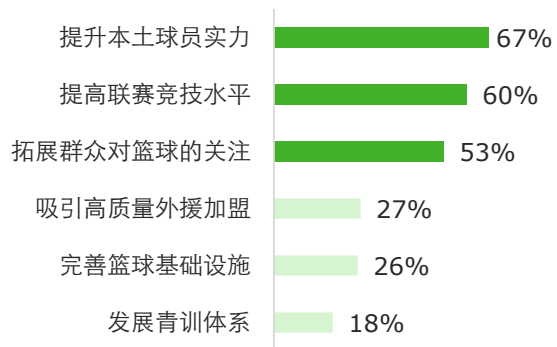
2019男篮世界杯红利

球迷对即将举办的男篮世界杯表示高度期待

您是否会关注**2019年**在中国举办的男篮世界杯？ (N=3,051)



您认为中国举办男篮世界杯对中国篮球有怎么样的促进作用？ (N=3,051)



信息来源：球迷调研；德勤访谈、研究与分析

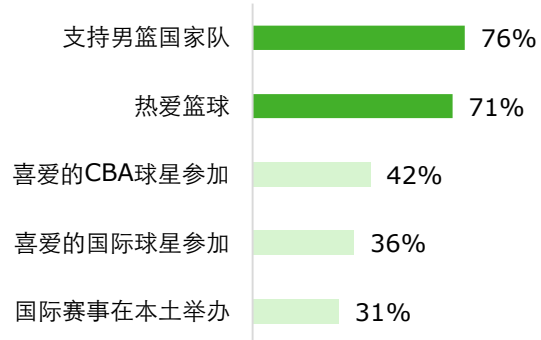
超过80%的调研用户表示将关注男篮世界杯

其中篮球球迷对世界杯的关注比例达到96%，30%非球迷也将因为男篮世界杯的举办从而关注篮球赛事

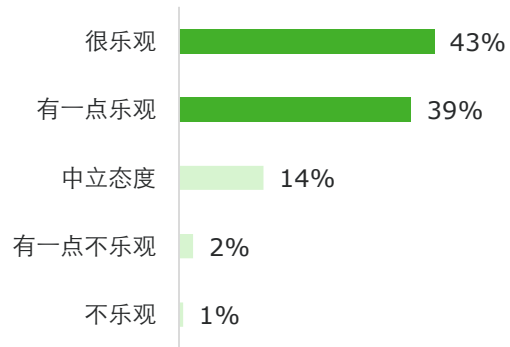
球迷认为本土举办的国际赛事将对中国篮球有多方面的提升

其中认为能够提升本土球员实力的球迷比例达到67%

您选择关注**2019男篮世界杯**的原因是什么？ (N=2,497)



您对于中国国家队在本次男篮世界杯的表现预期是？ (N=2,497)



支持男篮国家队是球迷关注世界杯的主要原因

同时热爱篮球也是促进关注世界杯的重要因素，选择该原因的球迷比例达到71%

超80%的球迷对国家队在世界杯上的表现持乐观态度

随着本土球员实力提升及近期国家队成绩好转，大部分球迷对国家队在此次赛事的表现有较高期待

卷首语

目录

执行摘要

体育及篮球产业

体育产业增长可期

资本助力产业发展

篮球IP商业潜力巨大

联赛改革意义深远

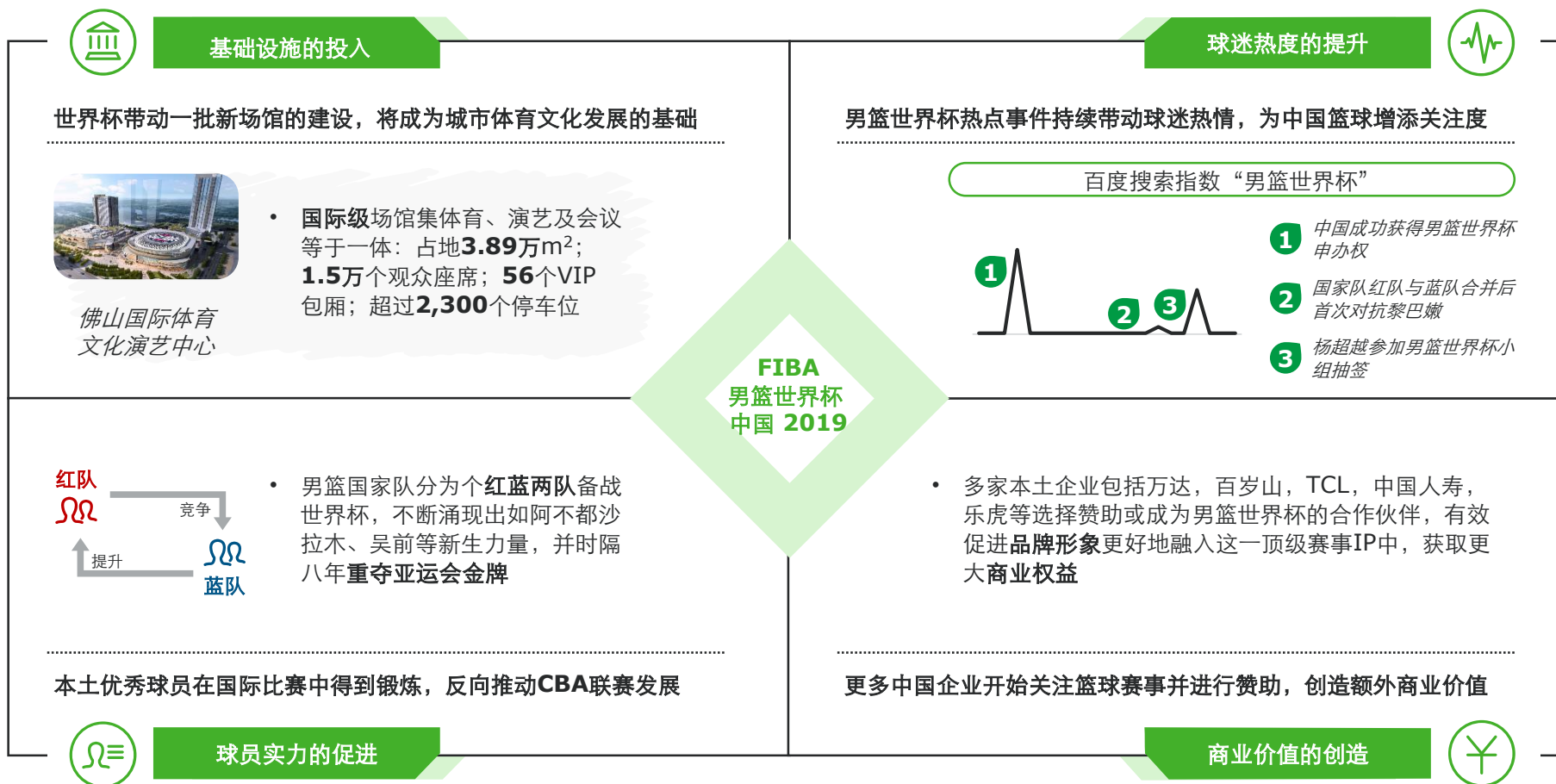
2019男篮世界杯红利

数据CBA

联赛商业表现力

2019男篮世界杯红利

本土举办男篮世界杯将带动国内篮球基础设施、球迷热度、球员实力、商业价值等多维度的进步，影响深远



**FIBA
男篮世界杯
中国 2019**

球员实力的促进

红队



竞争 ↓

提升 ↑

蓝队



- 男篮国家队分为个**红蓝两队**备战世界杯，不断涌现出如阿不都沙拉木、吴前等新生力量，并时隔八年**重夺亚运会金牌**

本土优秀球员在国际比赛中得到锻炼，反向推动**CBA联赛**发展

商业价值的创造

- 多家本土企业包括万达，百岁山，TCL，中国人寿，乐虎等选择赞助或成为男篮世界杯的合作伙伴，有效促进**品牌形象**更好地融入这一顶级赛事IP中，获取更大**商业权益**

更多中国企业开始关注篮球赛事并进行赞助，创造额外商业价值

信息来源：百度搜索指数；德勤访谈、研究与分析

数据CBA

卷首语

目录

内容摘要

体育及篮球产业

数据CBA

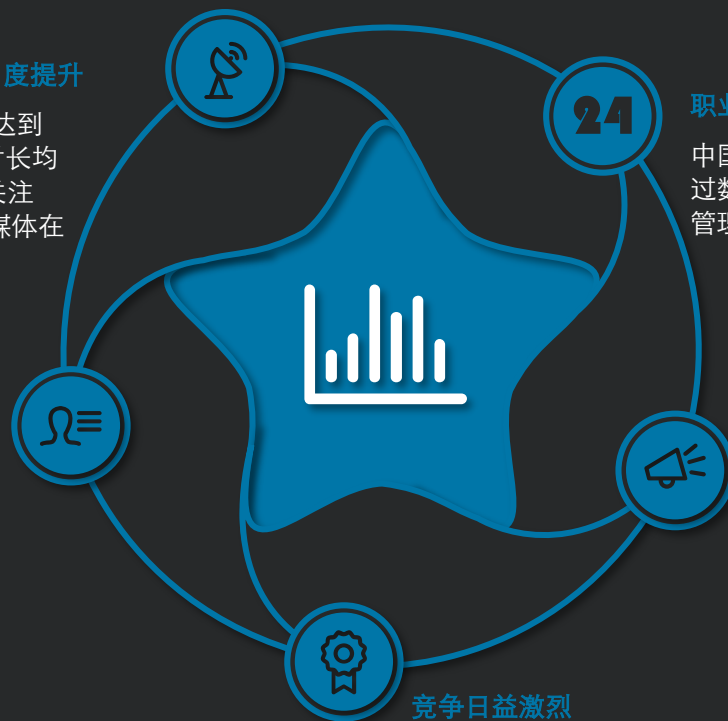
联赛商业表现力

传播力度提升

2018-19赛季CBA联赛累计收视人次达到10.79亿，为历史最高，播出场次、时长均稳步提升；社交媒体已逐渐成为球迷关注CBA的主流渠道，CBA联赛官方社交媒体在球迷心中已有一定影响力

球员实力增进

CBA联赛逐渐成为国际优秀球员的竞技平台，外援数量和质量稳步成长，且多数球员正值“当打之年”；联赛内本土优秀球员不断涌现，伴随联赛发展而成长，年轻球员在赛制改变的同时，也迎来更多的锻炼机会



职业化的24个赛季

中国男子篮球联赛职业化的24个赛季影响力遍布中国，经过数次赛制改革，联赛的公平性、激烈性上有了很大提升，管理运营更加市场化，在职业化的道路上越走越远

联赛愈发精彩

联赛紧跟现代篮球发展趋势，总得分、场均回合数都有所增加，得分效率保持高位，比赛愈发精彩激烈；三分球趋势明显，促进进攻空间的拉扯，突破、空切、反跑等技战术执行效率提高，提升比赛观赏性

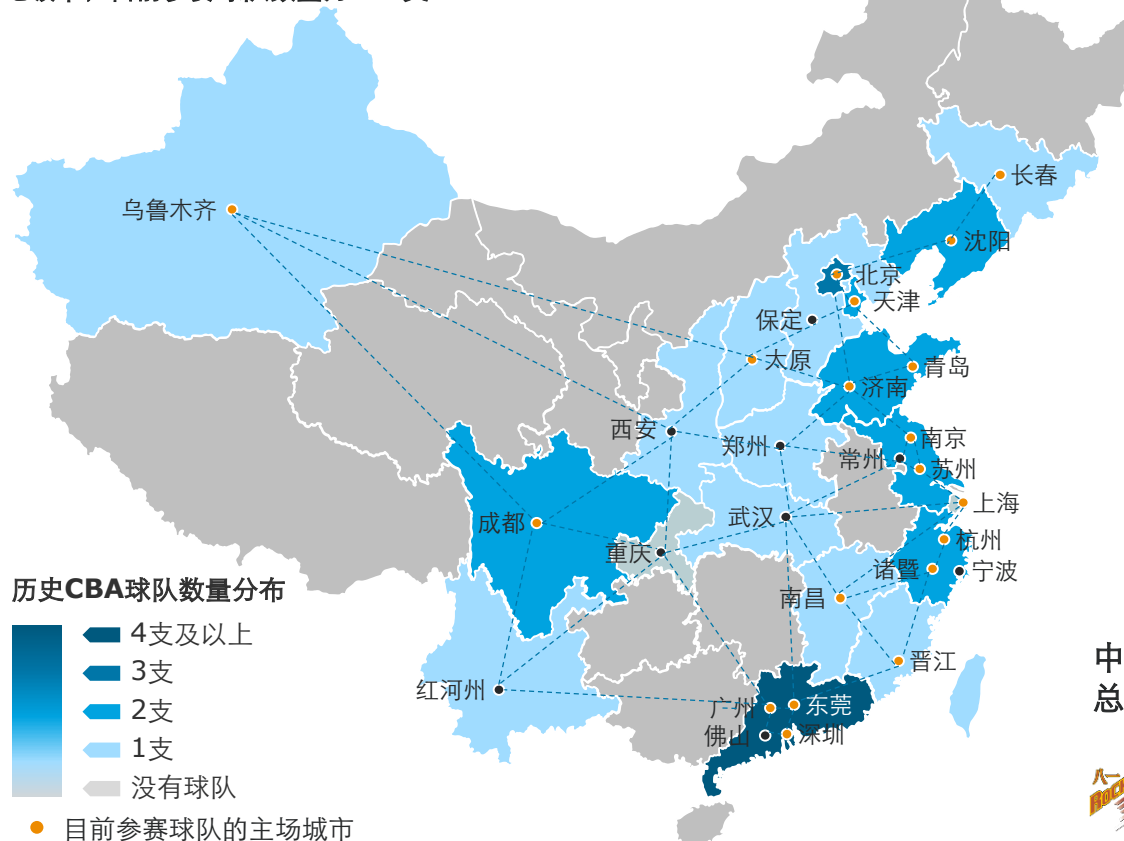
竞争日益激烈

常规赛不同梯队的俱乐部之间差距不断缩小、胜率接近，为联赛增添热点；季后赛抢五或抢七比赛频次增多，焦点比赛持续引发球迷观赛热情

职业化的24个赛季

中国男子篮球联赛职业化的**24**个赛季影响力遍布中国，共有**28**个城市拥有过自己的主队，总比赛场次达到**6,761**场

CBA历史中先后共有**31**支球队参加，覆盖全国**21**个省级行政区，**28**个地级市，目前参赛球队数量为**20**支



注释：1. 不包含保级赛 2. 俱乐部队标截至2018-19赛季
信息来源：贝泰科技，公开信息；德勤访谈、研究与分析

总比赛场次¹ **6,761**场
 ➔ 常规赛场次 **6,140**场
 ➔ 季后赛场次 **621**场

累计得分 **1,390,500**分

累计篮板 **543,366**个

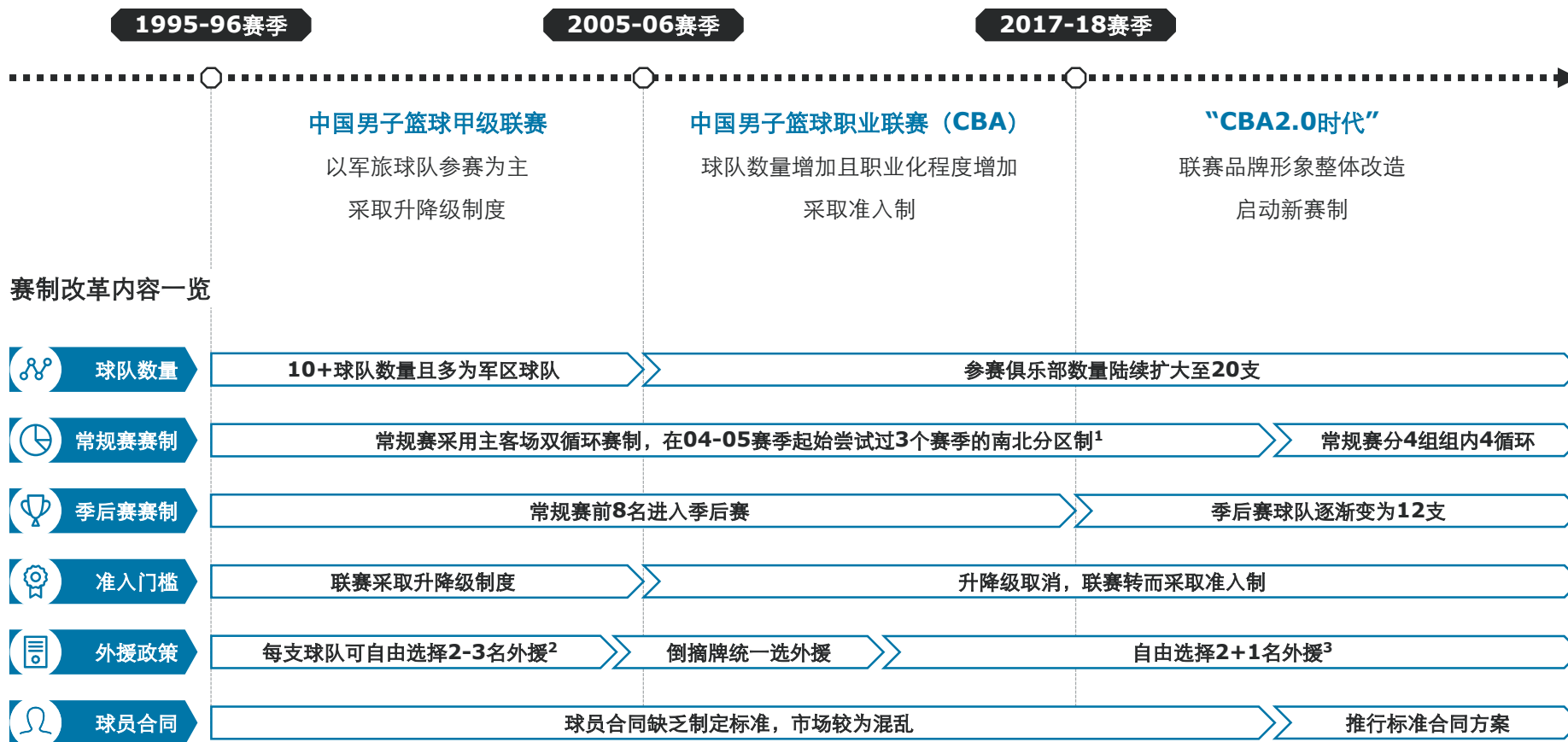
累计助攻 **206,579**次

中国男子篮球职业化的**24**个赛季中，共诞生**7**支总冠军球队，分别是²：



职业化的24个赛季

经过数次赛制改革，联赛的公平性、激烈性上有了很大提升，管理运营更加市场化，在职业化的道路上越走越远



注释：1. 06-07赛季以及07-08赛季为了给奥运会让路，南北分区制暂停，08-09赛季恢复，也是最后一个南北分区赛季 2. 军旅球队不可选择外援 3. 常规赛排名较后的球队可以额外选择一名亚洲外援

信息来源：公开信息；德勤访谈、研究与分析

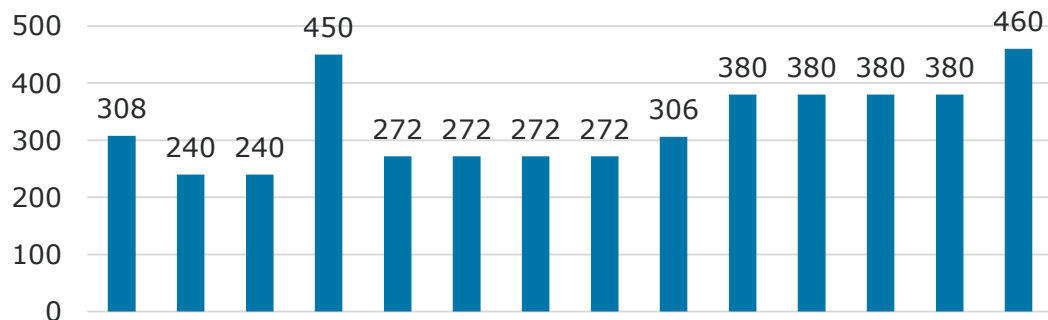
职业化的24个赛季

比赛场次随着赛制改革增多，推动俱乐部和球员实力提升，同时赞助商及媒体获得更多曝光机会

2005-06赛季至2018-19赛季常规赛总场次数与季后赛赛制变迁



常规赛总场次数（场）



季后赛赛制变迁 18-19改制后新增对阵 传统季后赛对阵 & 常规赛排名



注释：1. 05-06赛季常规赛采用南北分区的赛制，季后赛为南北分区前四共8支队伍交叉淘汰的赛制
信息来源：贝泰科技，公开信息；德勤访谈、研究与分析

随着CBA联赛赛制的不断改革和完善，常规赛与季后赛的场次数都有所增加，球员得到更多比赛机会，赞助商获取更多曝光

- 从09-10赛季起，常规赛总场次数逐渐上升；刚结束的18-19赛季首次实行根据上赛季名次决定小组划分的制度，4个小组组内采用主客四循环和不同组主客双循环的比赛办法，总场次数为460场

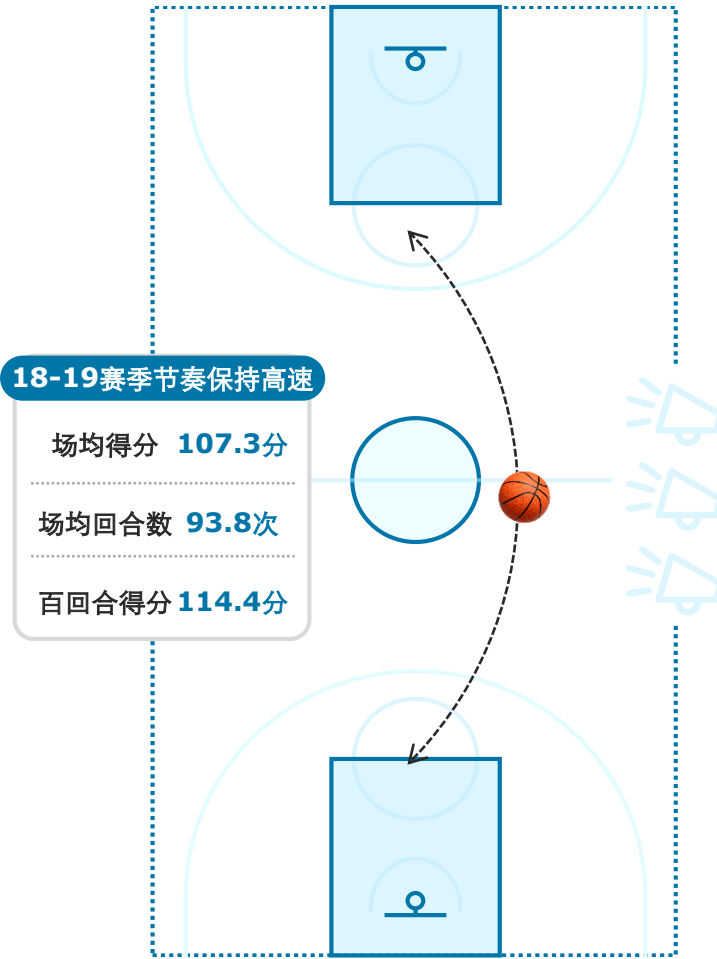
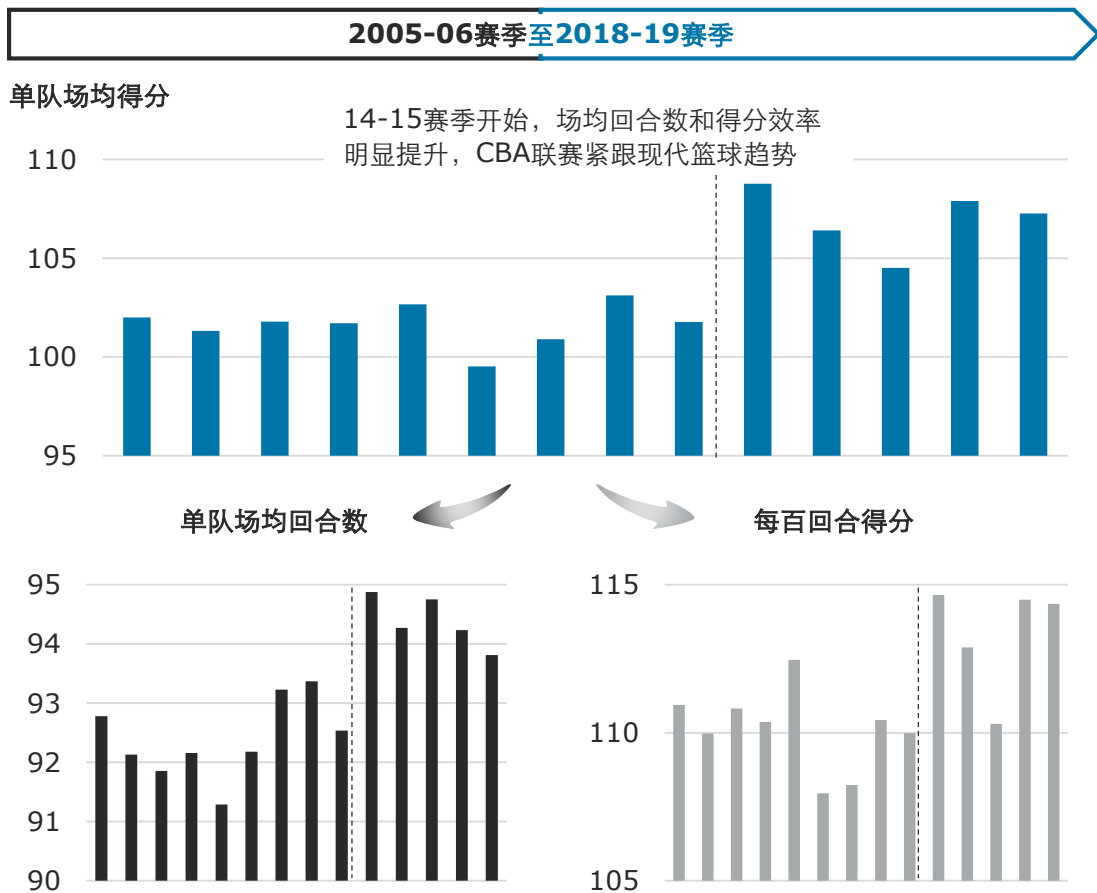


- 17-18赛季前的季后赛使用常规赛前8两两进行淘汰赛的赛制¹；而17-18赛季则为常规赛前10进入季后赛，前6首轮轮空，7-10名先进行一轮淘汰赛，胜者进入第二轮；18-19赛季为常规赛前12进入季后赛，前4直接进入第二轮，5-12名进行淘汰赛，胜者进入下一轮

联赛愈发精彩

14-15赛季起，联赛紧跟现代篮球发展趋势，掀起“进攻浪潮”，比赛节奏、得分效率保持高位，愈发精彩激烈

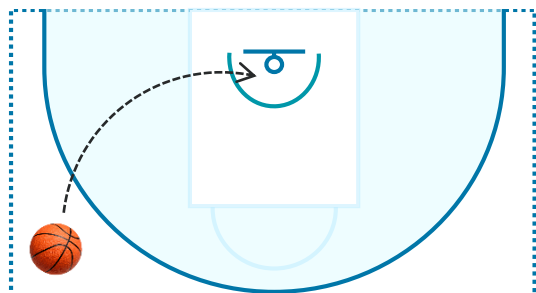
2005-06赛季至2018-19赛季常规赛场均总得分及回合数趋势



信息来源：贝泰科技；德勤访谈、研究与分析

联赛愈发精彩

三分球趋势明显，带动进攻空间的拉扯，突破、空切、反跑等技战术执行效率提高，提升比赛观赏性



18-19赛季三分创新高

三分总出手 **9,591**次

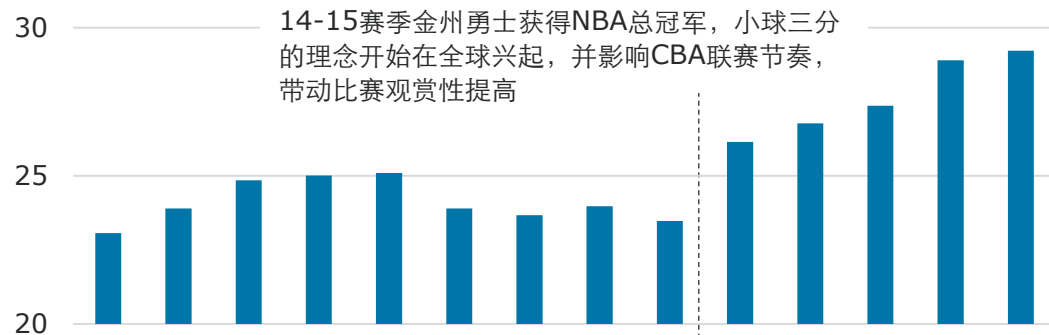
三分总得分**28,773**分

三分命中率 **35.7%**

2005-06赛季至2018-19赛季常规赛整体三分出手数与三分出手占比

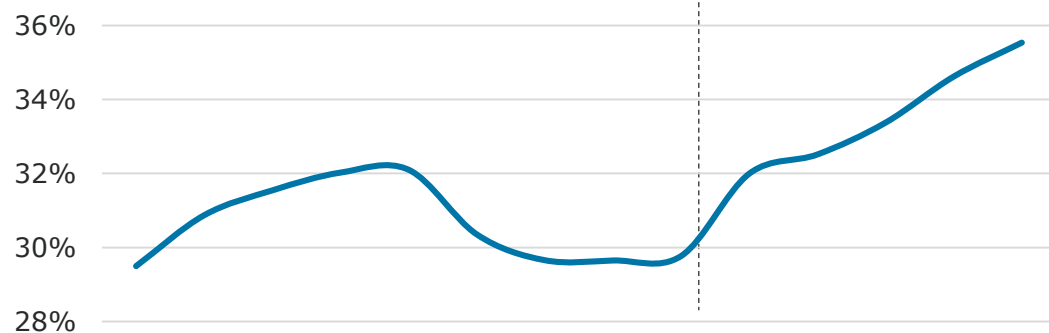
2005-06赛季至2018-19赛季

单队场均三分出手数（个）



14-15赛季金州勇士获得NBA总冠军，小球三分的理念开始在全球兴起，并影响CBA联赛节奏，带动比赛观赏性提高

三分出手占所有运动战出手比重（%）



信息来源：贝泰科技；德勤访谈、研究与分析

© 2019。欲了解更多信息，请联系德勤中国。

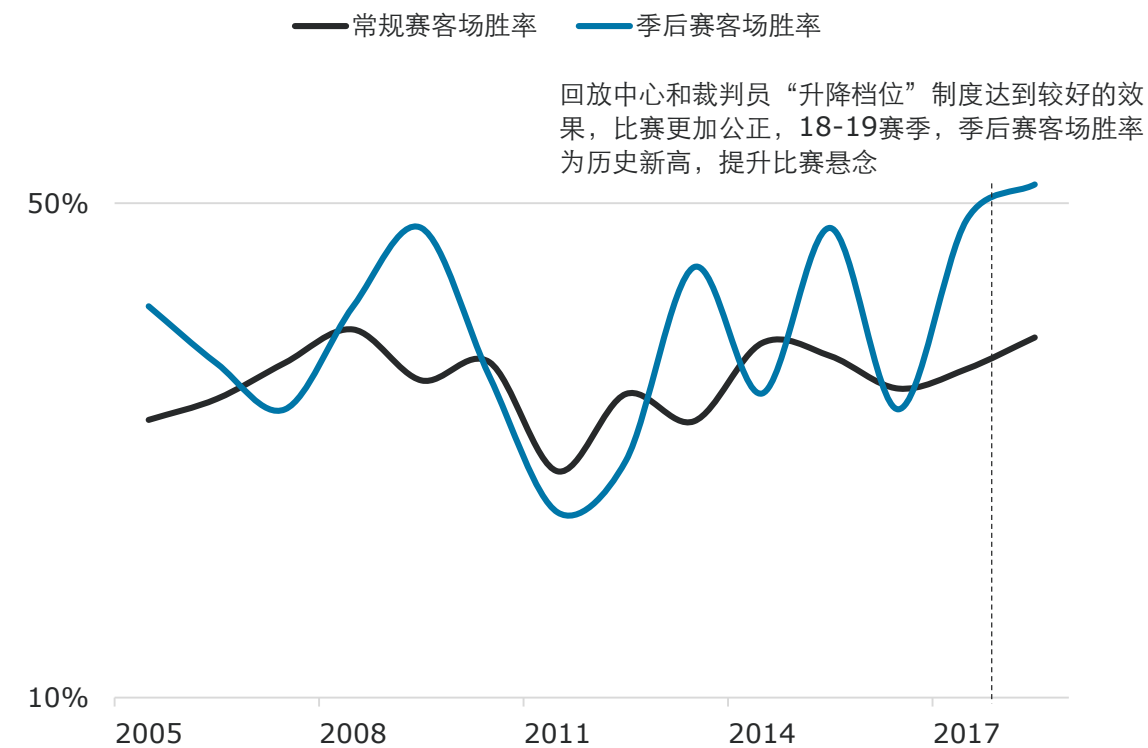
联赛愈发精彩

裁判员“升降档位”制度初显成效，比赛公正性、悬念性有所提升

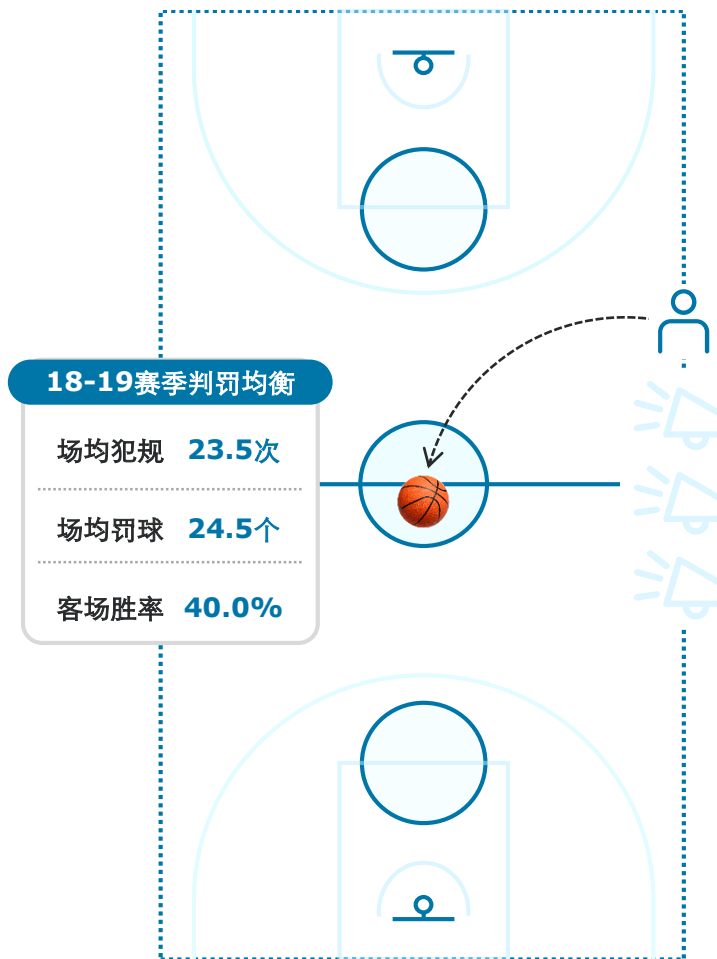
2005-06赛季至2018-19赛季客场胜率统计



客场球队在常规赛与季后赛的胜率



回放中心和裁判员“升降档位”制度达到较好的效果，比赛更加公正，18-19赛季，季后赛客场胜率为历史新高，提升比赛悬念

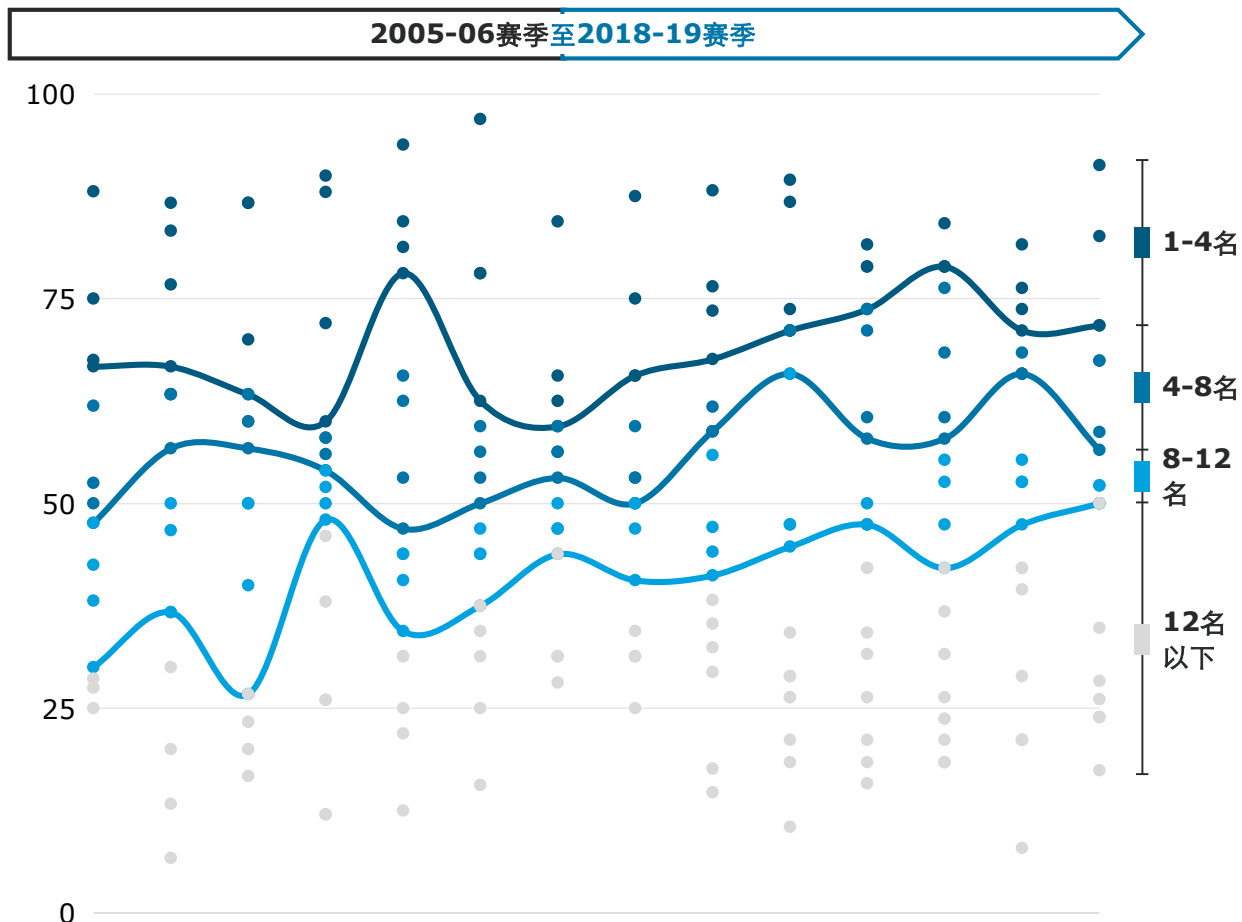


信息来源：贝泰科技；德勤访谈、研究与分析

竞争日益激烈

常规赛不同梯队的俱乐部之间差距不断缩小、胜率接近，竞争愈加激烈

2005-06赛季至2018-19赛季各俱乐部胜率分布



从05-06赛季至今，俱乐部竞争日益激烈，在新赛制下，不同梯队之间胜率接近，为联赛增添热点

- 在刚刚结束的18-19赛季，第12名（即季后赛俱乐部）胜率达到**50%**，为近十五年最高，季后赛参赛门槛逐步提高
- 不同梯队之间的球队胜率接近，18-19赛季季后赛名额竞争异常激烈，第9名与第13名**仅差一个胜场**，是过去十五个赛季中最激烈的赛季

信息来源：贝泰科技；德勤访谈、研究与分析

© 2019。欲了解更多信息，请联系德勤中国。

竞争日益激烈

2011-12赛季季后赛决胜场的焦点比赛频次增多，并在2017-18赛季迎来CBA历史上首个抢七

2005-06赛季至2018-19赛季季后赛系列对阵结果¹

单位：组

从05-06赛季至18-19赛季共出现过**10次**抢五²或抢七，11-12赛季后抢五抢七频次明显增多，决胜场的焦点比赛引发持续热点讨论



虽被逼入绝境但有惊无险 - 6轮

有一队在领先的情况下被逼入决胜场，但曾领先的队伍获得最终的胜利

17-18赛季 --- 1/4决赛

浙江 107 : 98 深圳
决胜场比分

13-14赛季 --- 半决赛

广东 102 : 110 北京
决胜场比分

12-13赛季 --- 1/4决赛

新疆 115 : 110 辽宁
决胜场比分

11-12赛季 --- 1/4决赛

新疆 109 : 88 东莞
决胜场比分

11-12赛季 --- 半决赛

北京 110 : 98 山西
决胜场比分

07-08赛季 --- 1/4决赛

江苏 113 : 108 福建
决胜场比分

曾面临赛点但顽强逆转取胜 - 4轮

有一队曾面临输球的赛点，但顽强拖入至决胜场并逆转取胜

18-19赛季 --- 1/4决赛

深圳 118 : 107 北京
决胜场比分

17-18赛季 --- 半决赛

浙江 105 : 95 山东
决胜场比分

16-17赛季 --- 1/4决赛

上海 95 : 102 深圳
决胜场比分

06-07赛季 --- 1/4决赛

辽宁 102 : 88 福建
决胜场比分

抢五或抢七有趣小知识

- 决胜场中，**80%**的比赛都是主队获胜
- 18-19赛季的**深圳**，是唯一一支在**0:2落后**的情况下还能逆转的球队
- **深圳**是唯一一支完成过**两次**逆转的球队
- **浙江**是唯一一支在同年季后赛中经历两次的抢五或抢七的球队
- 过去十五年**总决赛没有**打过抢五或抢七
- 历史上唯一一场**抢七**，并不是由赢下“天王山之战³”的球队取胜

注释：1. 不包含17-18赛季的10进8系列赛以及18-19赛季的12进8系列赛 2. 不包含非决胜场的抢五 3. 7局4胜制系列赛打成2：2平局之后的第五场关键比赛

信息来源：贝泰科技，公开信息；德勤访谈、研究与分析

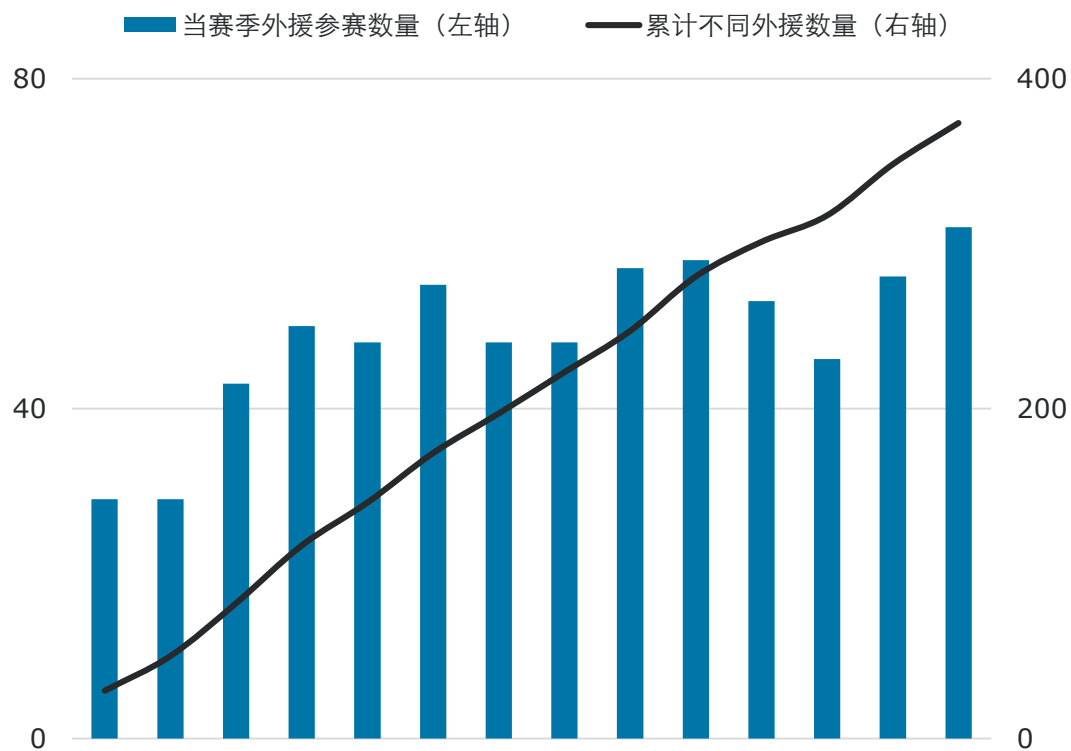
球员实力增进

CBA联赛的海外影响力显著提高，不断吸引“当打之年”的优秀外援加盟，已逐渐成为国际优秀球员的竞技平台

2005-06赛季至2018-19赛季外援数量



CBA联赛参赛外援数量（个）



信息来源：贝泰科技；德勤访谈、研究与分析

© 2019。欲了解更多信息，请联系德勤中国。

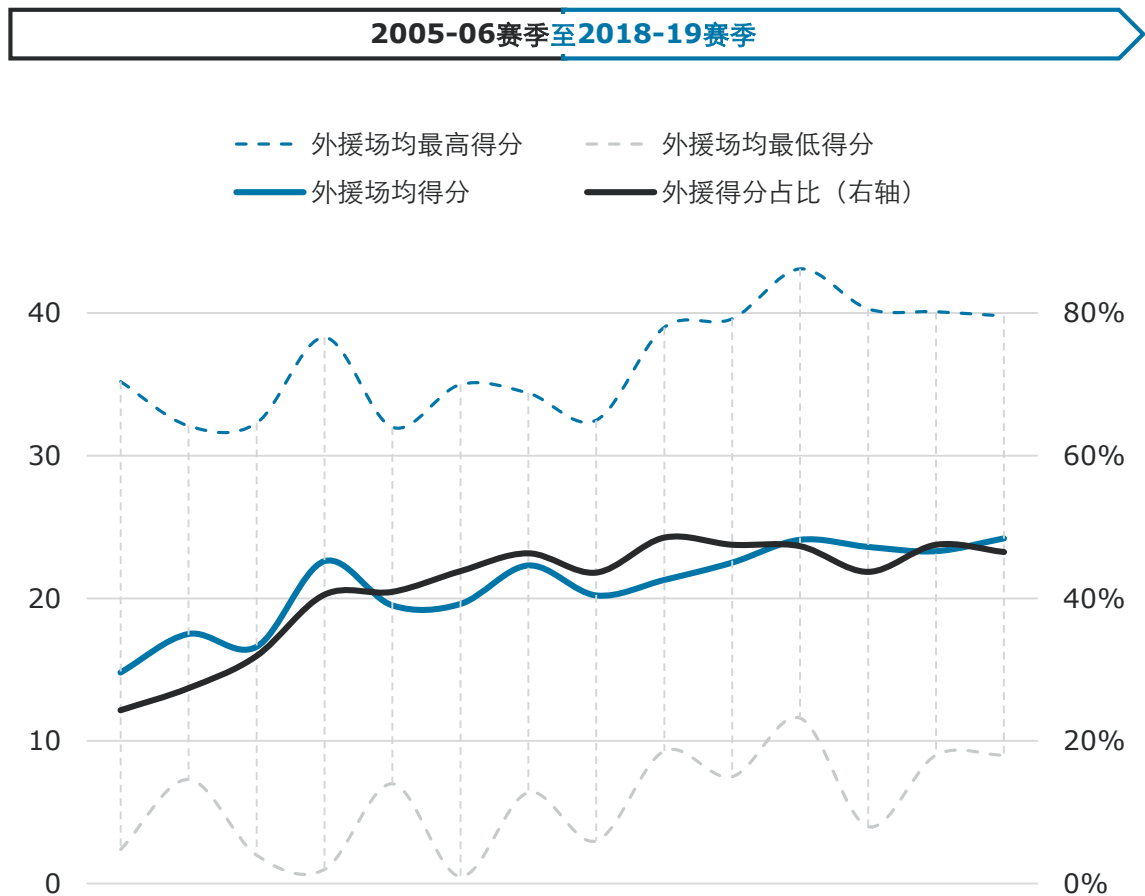
CBA联赛逐渐成为国际优秀球员的竞技平台，近十五年共吸引**370**余名外援，多处于**23-32**岁的“当打之年”

- 当赛季外援参赛数量多受制于联赛的外援数量政策，但每年联赛中均有**20-30**名新的外援面孔，CBA逐渐成为国际优秀球员的竞技平台
- 28-32**岁的篮球运动员通常身体素质还未衰退，且同时累积足够的实战经验，为国际上公认的球员黄金年龄。在**18-19**赛季，CBA外援平均年龄为**29**岁，且黄金年龄段的外援比例在最近的两个赛季持续保持在**70%**以上

球员实力增进

外援实力呈现稳步增长，带动联赛竞技水平提升

2005-06赛季至2018-19赛季外援得分分布

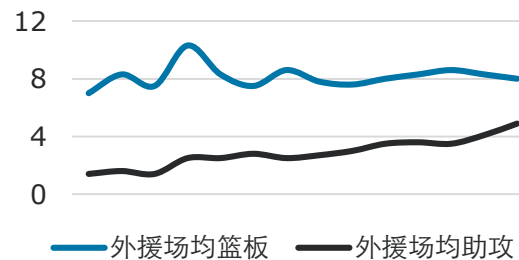


信息来源：贝泰科技；德勤访谈、研究与分析

外援实力稳步增长，带动联赛竞技水平提升，在刚刚结束的**18-19赛季**，外援平均得分达到**24.2分**，为历史新高

- 外援实力呈现整体增长的同时，外援实力相对更加接近，外援场均最高分和最低分均逐步提升
- 除得分之外，在其他基础技术统计上在近年也有所提高，反映出**外援整体质量的提升**

外援其他技术统计的趋势



- 但整体外援得分占球队总得分平稳，在**18-19赛季**为**46.5%**，是12-13赛季以来第二低，本土球员实力得到充分体现

卷首语

目录

内容摘要

体育及篮球产业

数据CBA

职业化的24个赛季

联赛愈发精彩

竞争日益激烈

球员实力增进

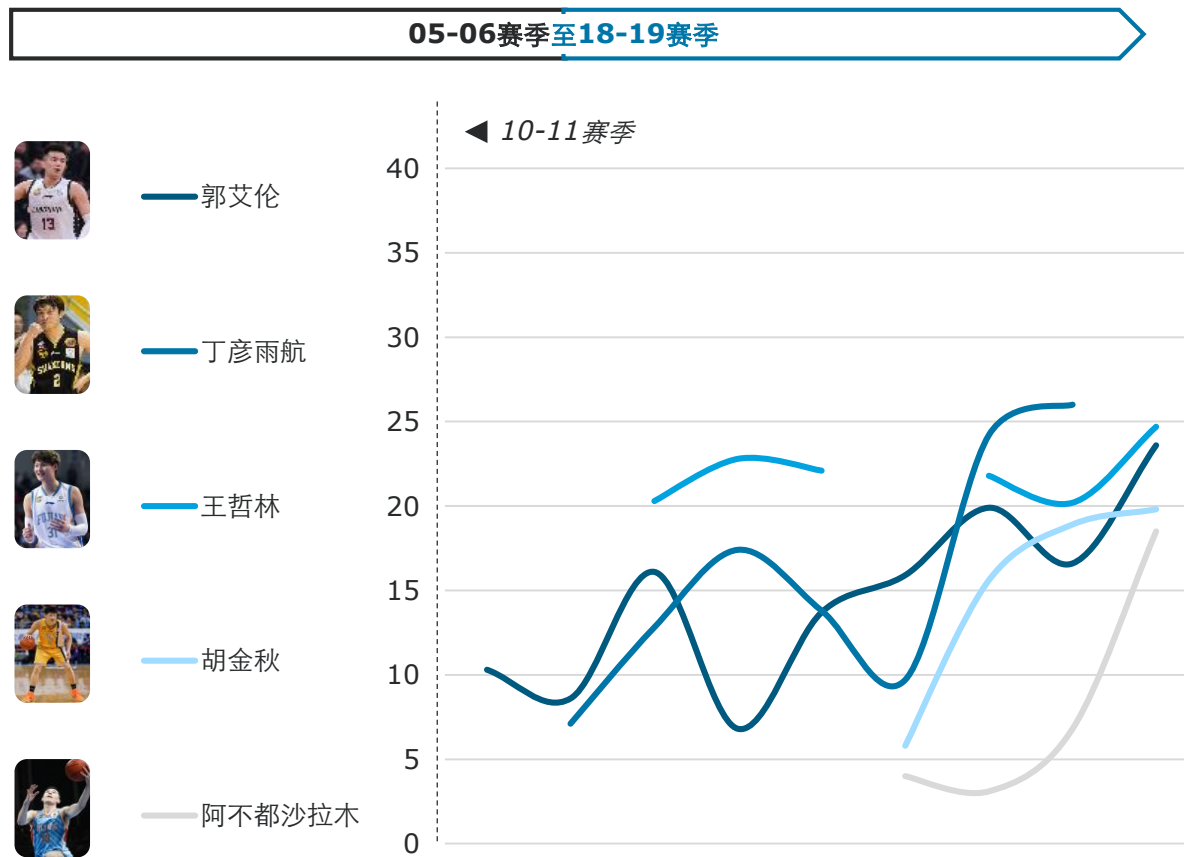
传播力度提升

联赛商业表现力

球员实力增进

本土年轻优秀球员不断涌现，伴随联赛发展而成长成为中坚力量

18-19赛季代表性全明星球员¹成长历程

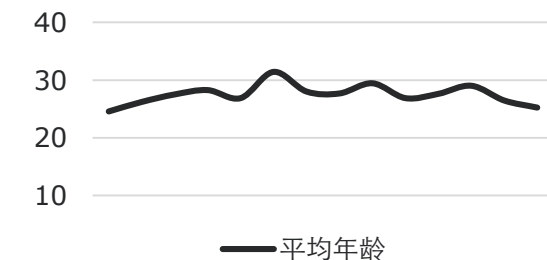


注：1. 选取18-19赛季年龄小于26岁的代表性球员，王哲林于2015-16赛季由于伤病修养，缺席80%的赛事，因此数据不计入统计
 信息来源：全体育传媒，公开信息；德勤访谈、研究与分析

CBA联赛本土明星球员年轻化，联赛人才培养体系逐渐成熟

- 本土优秀球员在联赛内逐步成长，在近几个赛季平均得分稳步提升，联赛人才培养体系逐渐成熟，支撑中国篮球未来的发展

本土全明星球员年龄趋势分析



- 入选每个赛季全明星赛的本土球员年龄近几年有下降趋势，18-19赛季平均年龄下降到**25岁**，为06-07赛季至今最低

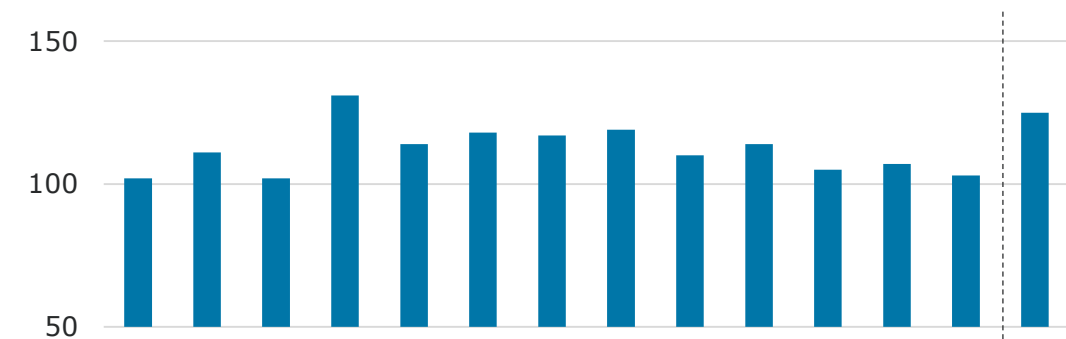
球员实力增进

随着赛制改革，年轻本土球员获得更多出场机会，与国内外优秀球员同场竞技，推动中国篮球进步

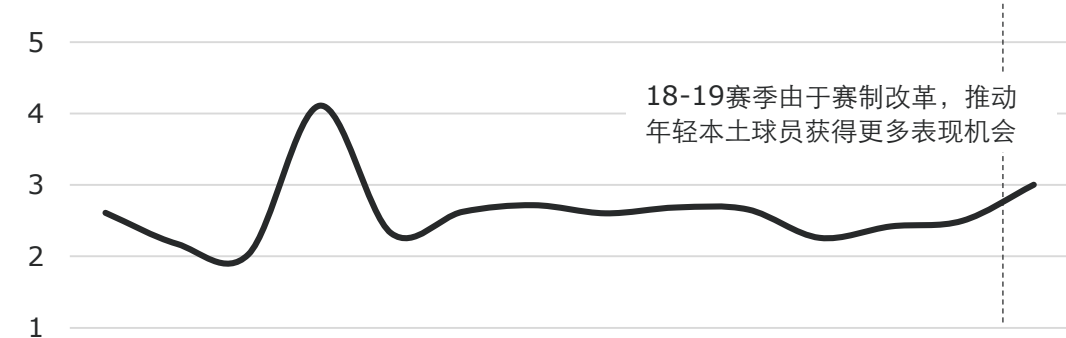
2005-06赛季至2018-19赛季24岁以下本土球员人数及出场次数



24岁以下本土球员人数（人）



24岁以下本土球员总出场次数（千场）



18-19赛季由于赛制改革，推动年轻本土球员获得更多表现机会

常规赛场次变多，年轻本土球员获得**更多出场和表现机会**，推动中国篮球进步

- 刚刚结束的18-19赛季中，年轻本土球员获得充分的表现机会，以24岁以下的本土球员统计为例：

- 年轻本土球员人数**125名**
历史第二高
- 总出场次数**3,004场**
近十个赛季最高
- 人均出场次数**24.0场**
历史第三高
- 场均出场时间**14.0分钟**
较16-17赛季增长5%

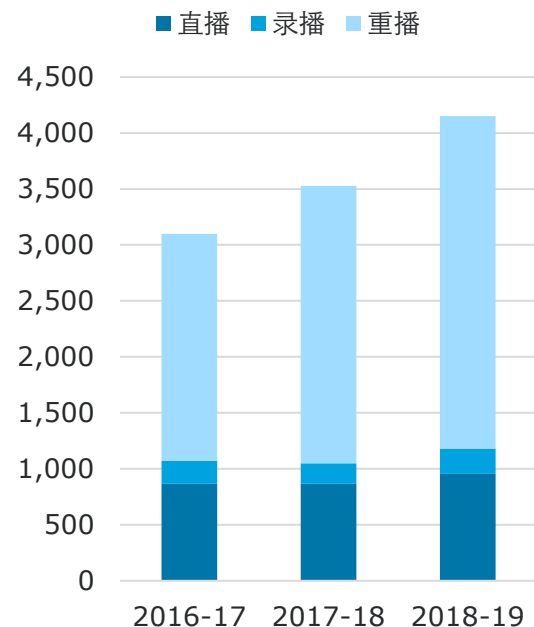
信息来源：贝泰科技；德勤访谈、研究与分析

传播力度提升

2018-19赛季CBA联赛累计收视人次达到**10.79**亿，创历史新高，播出场次、时长均稳步提升

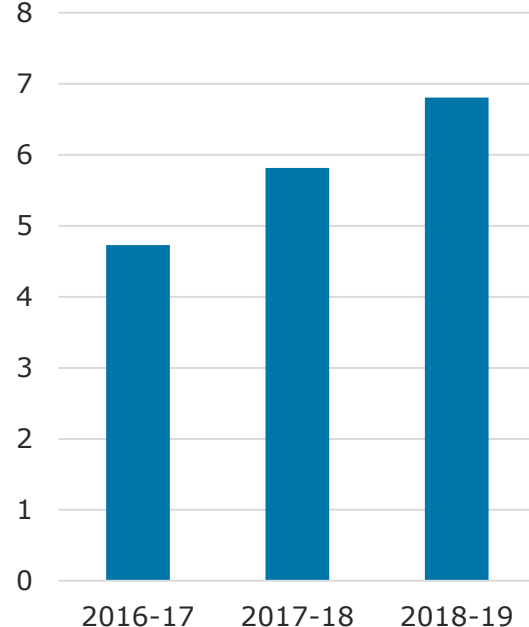
2016-17赛季至2018-19赛季总播出¹场次

单位：场



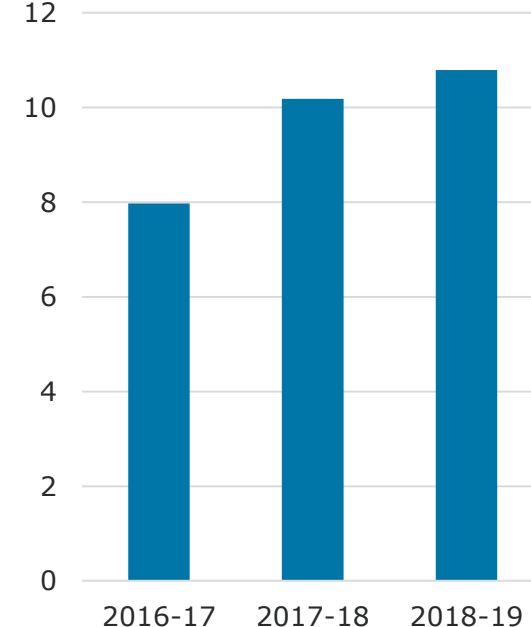
2016-17赛季至2018-19赛季播出累计时长

单位：千小时



2016-17赛季至2018-19赛季累计收视人次

单位：亿人次



赛制改革促进CBA联赛传播力度显著提升

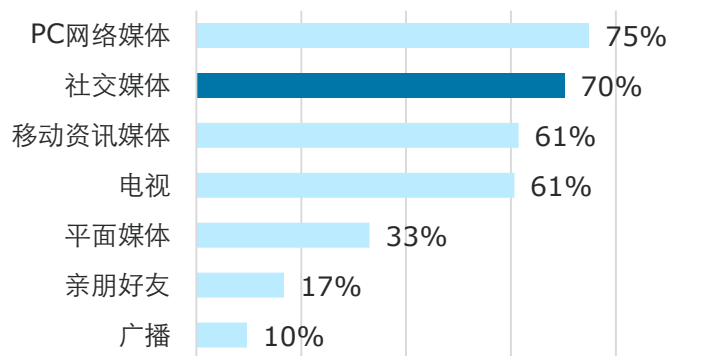
2018-19赛季，CBA联赛在央视与地方频道的总播出场次达到4,151场，累计播出时长为6,809小时，累计收视人次超10.79亿次，创造历史新高。CBA联赛的传播力度提升显著，促进联赛品牌形象提升，赞助商获得更多曝光机会，创造更高的商业效益

注释：1. 统计口径为央视和地方频道合计，不含新媒体转播平台
信息来源：CBA联盟；德勤访谈、研究与分析

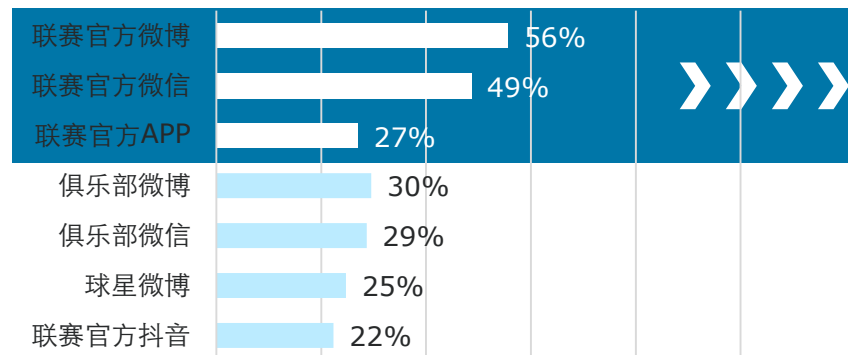
传播力度提升

社交媒体已逐渐成为球迷关注CBA的主流渠道，有超过半数的球迷通过联赛官方微博关注CBA

球迷关注CBA信息的主要渠道



球迷关注CBA的主要社交媒体



联赛官方社交媒体使用现状 (2019.05)



信息来源：球迷调研；德勤访谈、研究与分析

卷首语

目录

内容摘要

体育及篮球产业

数据CBA

职业化的24个赛季

联赛愈发精彩

竞争日益激烈

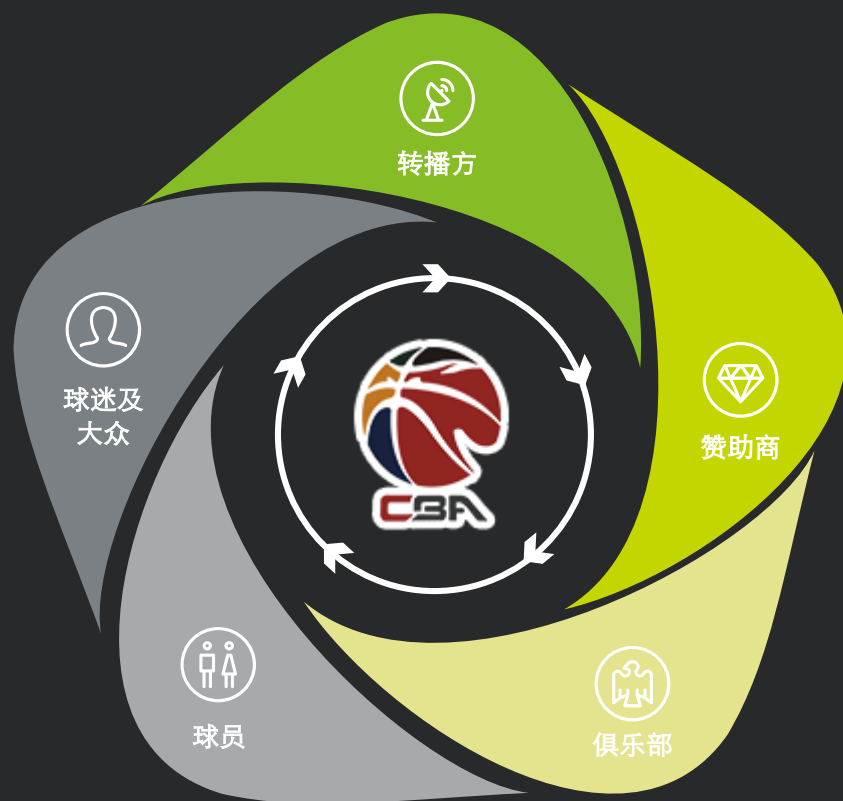
球员实力增进

传播力度提升

联赛商业表现力

联赛商业表现力

CBA联赛的出现与发展，价值不单单体现在CBA联盟本身的商业收入，其更为广阔的影响力透过转播方、赞助商、俱乐部、球员、球迷及大众五个重要关联方向外传递与扩散，带动联赛整体经济和社会价值的实现



CBA联盟

CBA联盟是联赛的组织管理方，促进联赛整体有效进行



转播方

转播方是联赛的传播媒介，推广传播并扩展联赛辐射及影响



赞助商

赞助商是联赛市场化的支撑，通过联赛实现品牌曝光和价值转化



俱乐部

俱乐部是联赛的参与主体，与联赛协同发展推动产业升级



球员

球员是联赛的核心资产，决定联赛质量并带动球迷及大众关注



球迷及大众

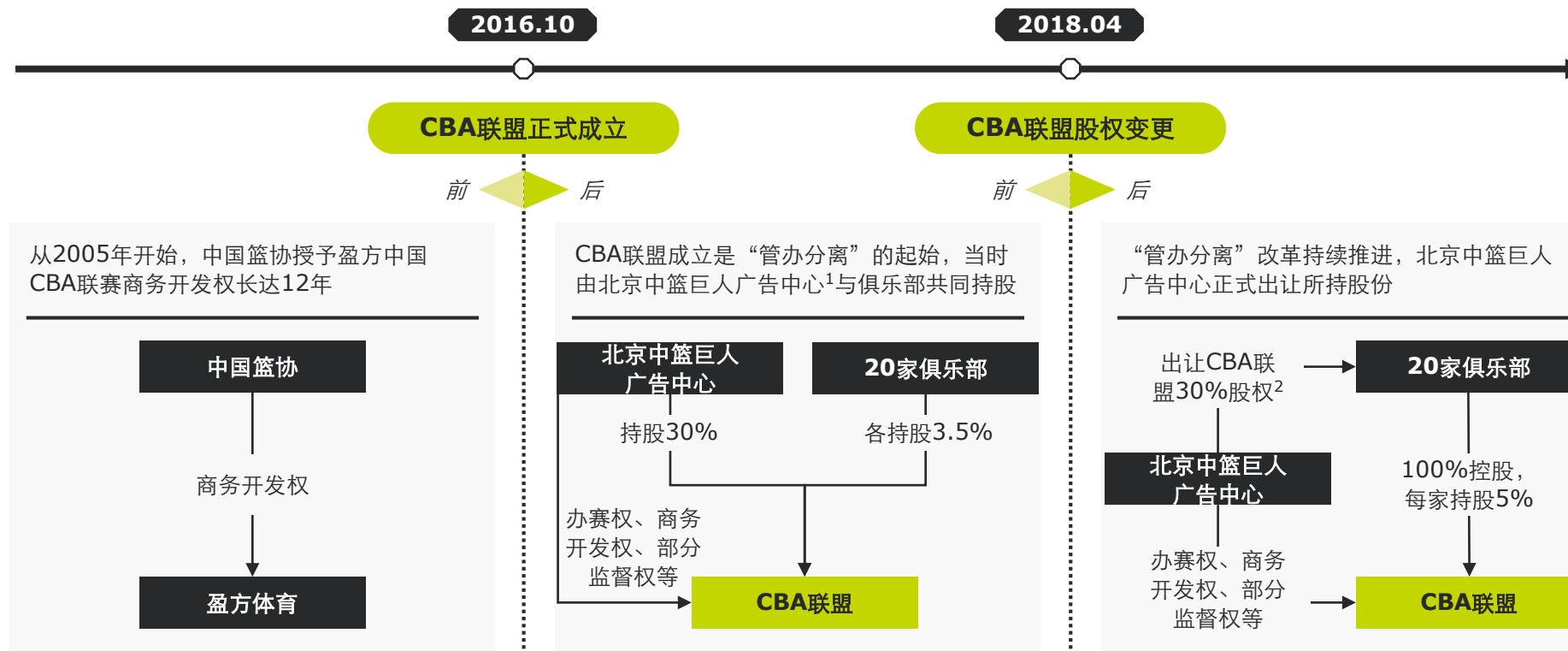
球迷及大众是联赛的终端消费者，是联赛经济社会影响力的体现

CBA联盟

CBA联盟是联赛的组织管理方，管理分配联赛各项权益，保障联赛有效进行



CBA联盟是联赛的组织管理方。CBA联盟的成立，意味着联赛正式实行“管办分离”，是中国职业篮球联赛迈向商业化和市场化重要的一步。CBA联盟被授予联赛办赛权、商务开发权、部分监督权和处罚权，在中国篮协的监督和指导下，共同推动联赛发展，为市场创造经济价值。18-19赛季，CBA联盟实现创收超过十亿，同比增长21%



注释：1. 北京中篮巨人广告中心为国家体育总局篮球运动管理中心下属企业 2. 实际采取减资完成股权退出
信息来源：CBA联盟，国家市场监督管理总局；德勤访谈、研究与分析

- 卷首语
- 目录
- 内容摘要
- 体育及篮球产业
- 数据CBA
- 联赛商业表现力
- CBA联盟
- 转播方
- 赞助商
- 俱乐部
- 球员
- 球迷及大众

转播方

转播方是联赛的传播媒介，联赛发展拉动收视率增长，为转播方创造收益，同时通过转播方进一步扩散影响力



转播方是联赛的传播媒介。联赛竞技水平及关注度的提升拉动收视率增长，转播方内嵌广告价值得以提升，付费人数得以增长，转化为转播方的直接经济效益，吸引更多转播方入驻。同时，联赛通过转播方在上游行业、就业、宣传等方面的支出，带动社会整体经济发展



联赛对转播方的直接商业影响



内嵌广告价值提升

联赛的发展带动转播方收视率上升和收视群体扩张，从而提升其内嵌广告价值并吸引更多广告投放，广告收益得以增加



付费内容购买人数增加

联赛观赏性的增强会促使更多球迷购买转播方的付费内容或成为其会员，内容收入上升



版权分销收入增长

联赛整体价值及关注程度的提升将吸引更多转播平台的参与，并从中获取更高商业价值



创造其他潜在效益

同联赛的合作也可为比赛转播方带来潜在的品牌价值提升以及与相关节目内容的协同效应等其他效益



联赛通过转播方产生的间接商业影响



推动转播媒体上游行业发展

转播方为了提高其转播质量以及观众体验会加大对于其他相关行业（如转播设备）的投入，从而推动这些行业的发展



促进媒体行业就业机会及就业人数

联赛的转播产生对专业团队及人员的需求，而相关行业的发展也会促进其他岗位的就业情况



转播方收入增长带动相关税收贡献

转播联赛为转播方带来的直接经济收益将转而提高各传统及新媒体的税收贡献



促进体育文化的传播并提升体育热度

转播方对于联赛的转播与宣传将大力推进体育文化的传播，提升群众的体育热度，扩大联赛的潜在球迷基础



信息来源：德勤访谈、研究与分析

© 2019。欲了解更多信息，请联系德勤中国。

转播方

传统媒体与新媒体形成互补，加速联赛影响力扩张，各转播方对与**CBA**联赛的合作给予了高度认可

转播方对**CBA**联赛发展评价



信息来源：CBA联盟；德勤访谈、研究与分析

传统媒体转播

CCTV.

+ 18个地方频道

新媒体转播

腾讯体育
为热爱加冕

咪咕视频

YOUKU 优酷体育

66

“...CBA联赛的播出一直属于优先级最高赛事之一，近年在央视的收视情况稳中有升，播出时段的广告价值也随之提升，同时联赛在近期的一系列变革促进双方合作更加顺畅...”

--- CCTV5

99

66

“...CBA联赛是中国最顶级的体育赛事之一，CBA联盟化运营和系列改革，积极推动了新媒体与CBA联赛更加深度的合作。近两赛季来，CBA在平台上的流量有明显地增长...”

--- 腾讯体育

99

卷首语

目录

内容摘要

体育及篮球产业

数据CBA

联赛商业表现力

CBA联盟

转播方

赞助商

俱乐部

球员

球迷及大众

赞助商

赞助商支撑联赛市场化运营，在赛场的曝光直接转化为赞助商品牌形象及收益的提升，进一步带动体育产业投资



赞助商是联赛市场化的支撑。通过赞助联赛获取更多曝光，企业的知名度、品牌价值与产品销量都将有所提升；而联赛通过赞助商所获得的直接经济贡献，转而带动赞助商等社会资本对于其他体育联赛、赛事及相关产业的投资热情，促进我国整体体育产业的发展



联赛对赞助商的直接商业影响



企业知名度提高

企业通过赞助联赛可以获取更高的知名度，而随着联赛的发展以及球迷群体的扩大，该效益将持续升级



产品销量增长

通过赞助联赛，赞助商产品将在各类渠道得到足够的曝光，此外与明星球员的合作代言都将推动其产品销量的增长



品牌溢价提升

联赛的发展和进步也将拉动赞助商品牌价值，随着品牌美誉度和忠诚度的提升，赞助商产品及服务的品牌溢价也将增加



创造其他潜在效益

赞助商同联赛共同举办的各类线上线下活动可以为其带来额外的潜在经济收益



联赛通过赞助商产生的间接商业影响



拉动赞助商对于上游行业的投资及消费

赞助商通过与联赛合作获取更大市场份额与经济效益，企业的发展也将推动其对于上游行业的投资消费



增进赞助商企业自身所处行业的就业情况

随着赞助商的产品销量及业务增长，其公司内部以及所处行业的劳动力需求都将有所提升



收入增长带动国家税收贡献

赞助联赛为企业带来的直接经济利润将带来更多的国家税收，并推动政府在文娱行业相应的支出



刺激整体体育产业的投资热情

联赛对于赞助商经济效益的提升将进一步带动企业对于其他体育联赛及赛事的投资热情，刺激体育产业的整体发展



信息来源：德勤访谈、研究与分析

© 2019。欲了解更多信息，请联系德勤中国。

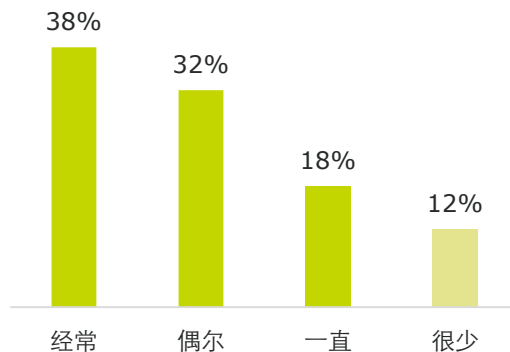
赞助商

CBA联赛为赞助商提供商业权益曝光，赞助商品牌获得了球迷广泛的关注和支持，认知度获得提升

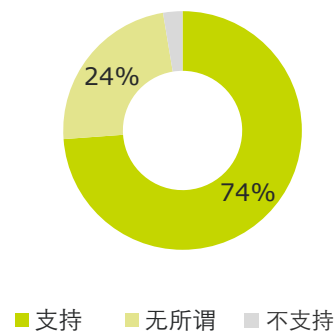
赞助CBA联赛的商业权益

- 品牌权益**
 - 授权称谓及标识
 - CBA联赛官方授权称谓、赞助品类排他权
 - 制作和销售CBA联赛与赞助商联合标识的产品
 - 比赛门票获赠权
 - 纪念品促销使用权
- 曝光权益**
 - 赛场广告及推广活动
 - 广告资源包括LED屏广告、啦啦棒广告
 - 在赛场外、节间或中场休息时举办推广活动
 - 官方制作物和自媒体
 - 官方宣传手册、自媒体平台、新闻采访背景板等显示赞助商标识
- 球员权益**
 - 球员肖像使用权
 - 3人及以上球员集体肖像权
 - CBA联盟拥有版权的比赛图片及视频资料
 - 球员广告活动
 - 邀请球员拍摄广告，以及在其主场城市参加赞助商品牌或市场推广活动

在关注体育赛事，体育明星或者参与体育活动的时候，您是否留意到赞助商品牌？
(N=3,051)



您如何看待赞助商品牌出现在体育赛事或者体育活动中？ (N=3,051)



球迷及大众对于赞助商在赛事中的曝光保持较高关注

近90%的调研用户持续关注体育赛事的赞助商品牌

球迷及大众对于赞助商体育赛事曝光活动较为支持

74%的调研用户表示支持赞助商品牌曝光，球迷对于赞助商品牌曝光的支持将吸引更多的赞助商入驻，提升其品牌商业价值和影响力

信息来源：CBA联盟，球迷调研；德勤访谈、研究与分析

- 卷首语
- 目录
- 内容摘要
- 体育及篮球产业
- 数据CBA
 - 联赛商业表现力
 - CBA联盟
 - 转播方
 - 赞助商
 - 俱乐部
 - 球员
 - 球迷及大众

赞助商

赞助商称赞近期联赛的发展与改革成果，认可赞助CBA联赛的价值与效益

卷首语

目录

内容摘要

体育及篮球产业

数据CBA

联赛商业表现力

CBA联盟

转播方

赞助商

俱乐部

球员

球迷及大众

2018-19赛季CBA联赛赞助商

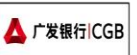
官方主赞助商
Official Main Sponsor



官方战略合作伙伴
Official Strategic Partner



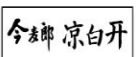
官方合作伙伴
Official Partners



官方赞助商
Official Sponsors



官方供应商
Official Suppliers



媒体合作伙伴
Media Partners



官方计时
Official Timer



66

“...近年赛制改革驱动赞助商获得更多曝光，宣传效果也更好；同时联赛积极引入比赛对战主题，引发球迷关注，也促进企业品牌形象提升...”

--- 某赞助商

99

66

“...CBA联赛一系列的改革动作，所带来的是职业化水平的提高、年轻球员的不断涌现以及带动了我国职业篮球整体水平和成绩的提升，也为TCL树立了更为正面的品牌营销形象，巩固了双方的合作...”

--- TCL

99

66

“...CBA赛事播出时间友好，球迷更多属于泛体育人口，呈现年轻化态势，球迷对于主场的归属感高、参与度高，对企业有独特的商业价值...”

--- 某赞助商

99

66

“...CBA联赛整体上发展态势好，“管办分离”成立独立的商业公司符合市场商业规律，对CBA和赞助商品牌都有积极促进作用...”

--- 泰格豪雅

99

信息来源：CBA联盟；德勤访谈、研究与分析

© 2019。欲了解更多信息，请联系德勤中国。

俱乐部

俱乐部是联赛的参与主体，在联赛改革下获得更多商业权益，带动了场馆经济、俱乐部衍生经济的发展



俱乐部是联赛的参与主体。随着联赛改革的不断推进和联赛与俱乐部品牌价值凸显，俱乐部在联赛经费收入、广告赞助和门票等方面的收入得以提升。同时，俱乐部有效的经营、管理与投入将为社会创造更多的就业机会与税收价值，并联动其他产业带来多元经济效益



联赛对俱乐部的直接商业影响



俱乐部联赛经费收入增长

俱乐部作为联赛的参与方及CBA联盟的股东，每年获取的联赛经费收入随着联赛商业权益价值的提升而增长



广告赞助收入提升

联赛进步将赋予俱乐部更高的曝光价值，俱乐部获得更多社会资本注入，赞助商数量和金额逐年提升



俱乐部门票收益增加

联赛竞技水平提高拉动现场观赛热情，场馆上座率和利用率提升，带动俱乐部门票收入增长



俱乐部衍生经济联动发展

联赛的商业化和资本化推动俱乐部衍生经济发展，促进衍生品销售额增长



联赛通过俱乐部产生的间接商业影响



推动场馆等基础设施建设

联赛的品牌效应以及曝光率的提升带动俱乐部比赛场馆及训练设施的新建维护，刺激基础设施建设



完善青训系统并推动国家队水平提升

俱乐部收入提升将刺激培训支出以完善俱乐部青训体系，同时为国家输送更多的优质体育人才，推动国家队水平提升



创造就业机会及税收价值

俱乐部经营与管理的专业人员的需求将创造更多的就业机会，俱乐部盈利能力增强将创造更多的税收价值



打造“体育新生态”并促进产业升级

俱乐部携手成立中国篮球俱乐部电竞联赛，促进了电子竞技与传统体育的深度融合，发展“体育+电竞”新生态

卷首语

目录

内容摘要

体育及篮球产业

数据CBA

联赛商业表现力

CBA联盟

转播方

赞助商

俱乐部

球员

球迷及大众

俱乐部

俱乐部积极改造升级场馆，提升赛事体验，主场馆位于市中心的俱乐部同时带动周边流量

卷首语

目录

内容摘要

体育及篮球产业

数据CBA

联赛商业表现力

CBA联盟

转播方

赞助商

俱乐部

球员

球迷及大众



地处市中心的CBA场馆



四川省体育馆

四川金强蓝鲸俱乐部主场四川省体育馆，其地理位置优越，位于成都市中心，离市政府仅3公里，同时离宽窄巷子、武侯祠等著名旅游景点不超过5公里，与地区内其他地产资源形成互补，吸引并带动周边流量

天河体育馆

天河体育馆为广州龙狮俱乐部的主场，是广州天河体育中心的主场馆之一，位于广州市城区。其历史悠久，是当地著名的体育商业综合体，能够充分吸引周边流量，并提升周边地产商业价值



俱乐部积极改造升级场馆，提升赛事体验



辽宁衡润飞豹俱乐部¹

2018年3月，由于原本溪体育馆容量限制和联赛资源向中心城市转移的需求，辽宁衡业飞豹俱乐部入驻**辽宁体育馆**



四川金强蓝鲸俱乐部

2018年8月，由四川篮球协会主席、金强集团董事长周仕强参与投资的四川金强国际赛事中心在成都温江正式开建；场馆将参照NBA金州勇士队主场修建，未来将成为四川男篮主场场馆



广州龙狮俱乐部

2019年4月，龙狮俱乐部正式运营天河体育馆，为目前CBA唯一一个直接运营主场体育馆的俱乐部。场馆经营权的获取可以提升场馆利用率和专业运营水平，提升赛事体验



吉林东北虎俱乐部

2019年，吉林东北虎俱乐部投资约1500万元建设改造东北虎体育中心，目前已竣工投入使用，其建筑面积约10000平方米，拥有室内标准篮球场六片，专业羽毛球场地十片，打造体育综合体

注释：1. 俱乐部队名和队标、场馆信息截至2018-19赛季
信息来源：公开信息，高德地图；德勤访谈、研究与分析

俱乐部

越来越多的俱乐部开始自建青训梯队和体系，强化人才培养，稳定人才输送



1

广东宏远¹青年队

国内第一支建立职业青训体系的球队，青训的选拔方式主要依托球探或篮球夏令营等

成立时间: 1996年

青训基地: 与厚街尚峰文体合作建立训练营

师资力量: 现任主教练曲绍斌，引进欧洲篮球优秀的青训理念，挖掘顶级后卫人才

主要成就: 培养出杜锋、朱芳雨、王仕鹏、陈江华、易建联、刘晓宇等国手



2

深圳领航者²青年队

专注于青训体系的培养，自费送球员去美国特训，同时与深圳体校合作，为青年队输送优秀球员

成立时间: 2003年

青训基地: 投资3亿人民币自建训练基地

师资力量: 先后聘请张勇军、马跃南、李群、王建军及澳大利亚篮球教父戈尔等名帅执教

主要成就: 培养出顾全、李慕豪、贺希宁等国手；全国青年篮球联赛三次冠军（2009、2012、2016）



3

浙江广厦青年队

俱乐部主动投资，并与浙江省内的地市体育局合作，以高标准引进高潜质的年轻球员

成立时间: 2005年

青训基地: 投资建立诸暨市骏马篮球训练基地

师资力量: 目前聘用国内出色的本土主教练李春江

主要成就: 获得17-18赛季CBA俱乐部预备队赛冠军，U19联赛冠军；完成中国篮协主办的所有青年赛事冠军的全满贯



4

新疆广汇青年队

新疆青训梯队近年日益成熟，教练班子和队员储备均为较高水准，为一线队输送人才

成立时间: 2006年

青训基地: 在东部建设了2个训练基地

师资力量: 先后聘请郜树敏担任青年队总教练兼二队主教练，邀请原韩国国家队主教练姜正秀加盟

主要成就: 培养出可兰白克、西热力江、阿不都沙拉木等国手；2014年全国青年俱乐部篮球联赛冠军和全国青年篮球联赛冠军

卷首语

目录

内容摘要

体育及篮球产业

数据CBA

联赛商业表现力

CBA联盟

转播方

赞助商

俱乐部

球员

球迷及大众

注释：1. 俱乐部队名截至2018-19赛季 2. 原深圳新世纪猎豹
信息来源：公开信息；德勤访谈、研究与分析

俱乐部

俱乐部认可联赛改革成果，看好联赛未来，期待与联赛协同发展

卷首语

目录

内容摘要

体育及篮球产业

数据CBA

联赛商业表现力

CBA联盟

转播方

赞助商

俱乐部

球员

球迷及大众

俱乐部对CBA联赛发展评价



当前CBA联赛的参赛俱乐部¹



66

“...CBA联赛在近年不断完善制度，包括球员合同、教练合同、注册等方面，一直在不断进步，看好联赛未来发展...”

--- 上海久事大鲨鱼俱乐部

66

“...经过一系列改革，联赛走向职业化、市场化、规范化，联赛的核心价值观、品牌影响力以及各俱乐部的商业价值都得到了大幅提升...”

--- 吉林东北虎俱乐部

66

“...联赛对于球员的规范将促进人才流动和交流，年轻球员将获得更多机会，俱乐部也会加大青训力度，带来更多商业机会，并协同促进中国篮球发展...”

--- 新疆广汇俱乐部

66

“...竞赛层面上，CBA近两赛季的比赛观赏性和吸引力都有明显提高，而商业层面上，CBA联盟对待赞助商也越来越职业化，联赛的品牌价值和赞助商吸引力显著提升...”

--- 广东宏远篮球俱乐部

注释：1. 俱乐部队标截至2018-19赛季
信息来源：德勤访谈、研究与分析

球员

球员是联赛的核心资产，决定联赛质量并带动联赛影响力的扩大



球员为CBA联赛核心资产，也是决定联赛观赏价值的关键因素之一。联赛对球员的培养投入将转化为球员职业技能和价值，使球员在获得基础薪水、奖金及代言收入等直接收益的同时，提升个人影响力。而具有较强个人能力和形象的球员将成为联赛推动体育精神传播的重要媒介



联赛对球员的直接商业影响



球员收入增长

联赛与俱乐部对于球员的锻炼与培养提升球员职业技能，且联赛平台价值带动球员价值提升，驱动球员整体收入增长



个人商业价值凸显

明星球员的个人商业价值逐步凸显，通过品牌合作代言等，提升其他经济收入增长空间



个人影响力提升

球员通过联赛转播获得更多的媒体关注度，从而参与更多的商业活动和体育推广活动，个人媒体曝光度提升，影响力进一步扩大



退役后事业转型助力

球员在役时积累的财富和名誉助推其退役后的事业发展，例如转型当教练、创办个人体育品牌、开办篮球学院等



联赛通过球员产生的间接商业影响



带动体育衍生产业发展

职业运动员为保持高水准的竞技状态，在装备、器械、膳食、培训等方面有较大投入与支出，带动相关产业发展



推动篮球运动传播

球员在赛场上的精彩表现影响更多人对篮球运动的热爱，弘扬体育精神，激励全民运动的发展



强化社区文化建设

俱乐部球员在参与自身文化建设的同时带动社区其他运动和文艺活动，推动社区和谐及社区文化发展



扩大体育行业经济影响力

球员开展的其他体育相关事业（包括娱乐活动、消费品牌建立等）在整个社会经济的占比提升，促进行业发展并扩大影响力



信息来源：德勤访谈、研究与分析

卷首语

目录

内容摘要

体育及篮球产业

数据CBA

联赛商业表现力

CBA联盟

转播方

赞助商

俱乐部

球员

球迷及大众

球员

CBA联盟为球员制定标准合同，球员价值得以规范和体现，促进联赛积极健康发展

卷首语

目录

内容摘要

体育及篮球产业

数据CBA

联赛商业表现力

CBA联盟

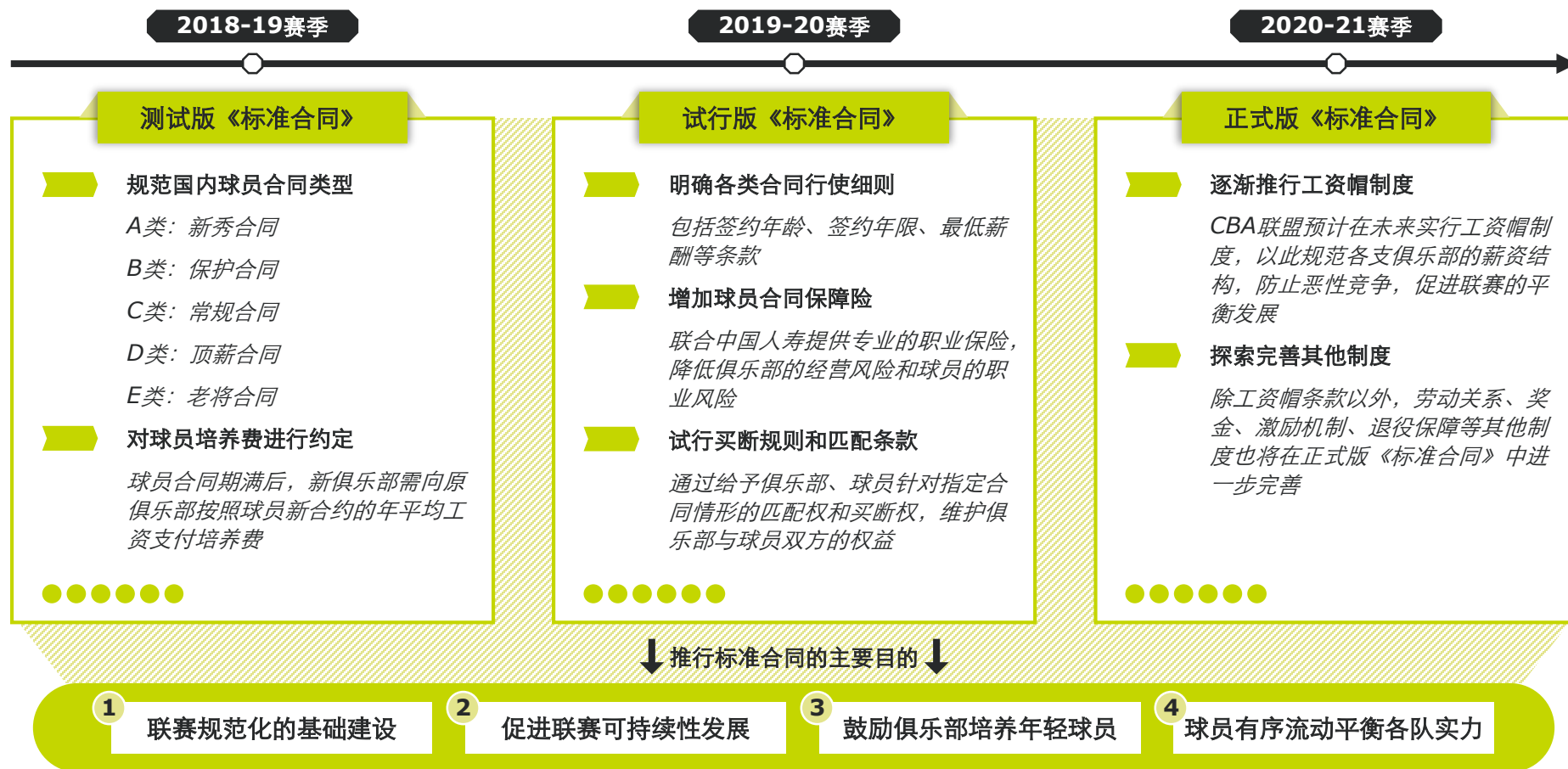
转播方

赞助商

俱乐部

球员

球迷及大众



信息来源：CBA联盟；德勤访谈、研究与分析

© 2019。欲了解更多信息，请联系德勤中国。

CBA联赛表现力白皮书

47

球员

球员借助联赛平台投身并参与公益事业中，带动篮球文化传播，引领全民健康意识的提升，彰显联赛社会价值



CBA全明星周末始于1996-97赛季，全明星期间所举办的各类场内外赛事、表演、公益等活动有助于提升观赛体验感、带动篮球文化传播，同时增加球迷和大众对CBA品牌的认可度和关注度，进一步推动联赛社会价值

16-17

北京



赛场活动

明星球员献唱CBA全明星周末主题曲

翟晓川、阿不都沙拉木、胡金秋和周湛东在全明星赛开幕式上演唱CBA全明星主题曲，增强球迷和大众对CBA品牌的认可程度



场外活动

全明星期间组织明星球员参与与小球迷互动的公益活动

当届全明星票王马布里领衔，与其他明星球员如丁彦雨航、周琦等在场外与小球迷互动，传授球技，推动篮球在青少年中的传播

17-18

深圳

扣篮王现场与青少年篮球赛的小球员代表互动

当届全明星赛扣篮王张建豪在全明星赛现场与来自中国人寿冠名的NYBO青少年篮球赛的小球员代表互动，并鼓励他们：“未来是属于你们的”

全明星周末校园活动在港中大（深圳）成功举行

活动中近百名师生参与了三分和技巧大赛，而来自深圳队的三名明星球员：顾全、孟铎和于德豪，也来到现场与师生进行零距离互动

18-19

青岛

小篮球联合CBA全明星星锐赛举办垫场赛

CBA全明星赛首次在星锐赛中安排了小篮球赛事，为小球员搭建职业竞技平台，明星球员陶汉林、吴前及时德帅做赛场指导，推广小篮球运动发展

青岛海昌极地海洋世界借助赛事平台倡议保护海洋环境

明星球员翟晓川、王哲林和弗雷戴特在青岛海昌极地海洋世界与动物亲密互动，分享对于海洋环保的看法，倡导社会各界积极参与海洋环保事业

信息来源：CBA联盟，公开信息；德勤访谈、研究与分析

卷首语

目录

内容摘要

体育及篮球产业

数据CBA

联赛商业表现力

CBA联盟

转播方

赞助商

俱乐部

球员

球迷及大众

球迷及大众

球迷及大众是最终消费者，球迷经济将带动消费产业多元发展和促进全民体育文化传播



球迷及大众是联赛的终端消费者，球迷通过观赛满足其情感和社交需求等，最终联赛的进步对于球迷体现在幸福感和愉悦感的提升。同时联赛通过球迷的积极参与来推广全民体育健身，促进全民体育文化传播，带动其他产业消费并联动发展



联赛对球迷的直接商业影响



优质观赛体验引发球迷愉悦感

联赛提升场馆建设，打造更加丰富的观赛场景，通过引入VR等技术满足球迷全面的观赛体验



球迷会活动提升球迷幸福感

联赛和俱乐部定期举办线上线下活动，为球迷带来与偶像近距离接触互动的机会，提升球迷幸福感



满足球迷对城市归属感

联赛愈发精彩激烈，球迷现场观赛热情提升，支持所在城市的球队，增强对其所在城市的归属感



结伴观赛满足球迷的社交需求

以观赛为契机满足球迷休闲及社交需求，提高球迷群体间的认同感



信息来源：德勤访谈、研究与分析

© 2019。欲了解更多信息，请联系德勤中国。



联赛通过球迷及大众产生的间接商业影响



促进实物性消费的增长

观赛将拉动球迷实物性消费，带动不同品类消费品销量增长，例如酒水饮料、电子产品等



带动体育旅游消费多元化发展

球迷观赛可带动当地旅游业及其他服务业的发展，涵盖餐饮、酒店、交通等领域，促进体育消费



推动全民健身和体育文化传播

球迷受到篮球赛事影响而积极参与篮球等体育和全民健身活动，并推动全民体育文化传播



提升民众健康指数并减少政府医疗支出

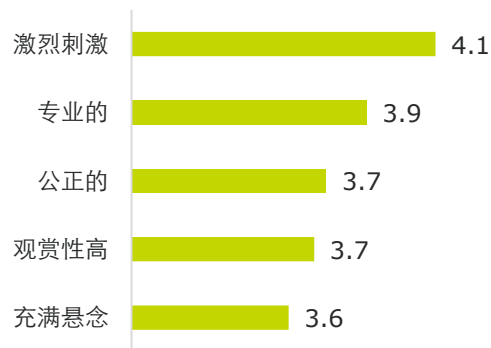
民众积极参与全民健身活动，带动民众健康指数的提升，同时减少潜在的政府医疗支出



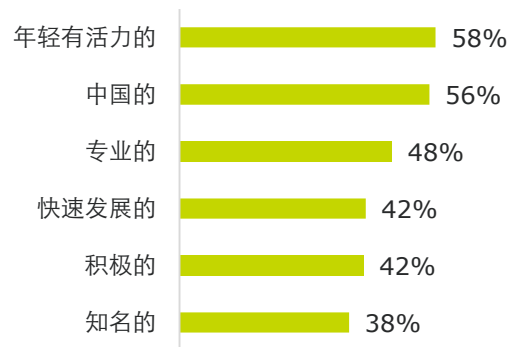
球迷及大众

联赛发展与进步得到球迷肯定，品牌知名度和联赛的专业程度得到认可，球迷对联赛的未来发展持乐观态度

您认为CBA的比赛符合以下的哪些关键词¹?
(N=3,051)

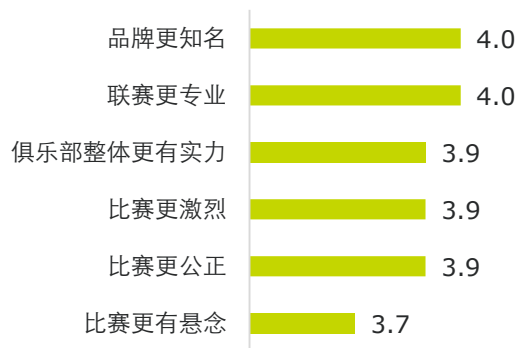


CBA给您的印象或者给您带来的品牌联想符合以下的哪些关键词? (N=2,404)

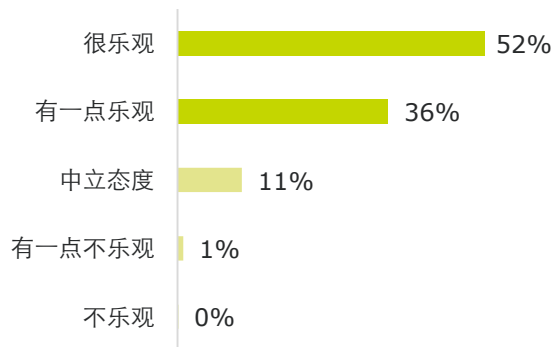


注释：1. 满分为5分，最终得分通过球迷选项的加权平均算出，后续评分题计算逻辑相同
信息来源：球迷调研；德勤访谈、研究与分析

自1995年CBA联赛成立至今，您认为CBA联赛是否在以下维度有所进步? (N=2,404)



对CBA联赛的发展前景，您的态度是乐观还是不乐观? (N=2,404)



球迷及大众对于CBA联赛的激烈程度给予认可

球迷同样认可联赛的专业性、公正性、观赏程度以及悬念程度

球迷对于CBA整体品牌形象持积极向上的态度

随着“CBA2.0品牌升级计划”的不断推进，未来CBA品牌在球迷认可下有望快速发展

球迷认为联赛的不断改革推动联赛在多个维度的进步

其中品牌知名度、联赛专业程度等维度得到了最多球迷的认可

近90%的球迷对CBA联赛未来的发展前景持乐观态度

随着各项改革的实施推进，球迷对联赛未来发展持乐观的态度

卷首语

目录

内容摘要

体育及篮球产业

数据CBA

联赛商业表现力

CBA联盟

转播方

赞助商

俱乐部

球员

球迷及大众

球迷及大众

CBA的忠实球迷更愿意让自己和家人参与到篮球等全民健身运动中来

卷首语

目录

内容摘要

体育及篮球产业

数据CBA

联赛商业表现力

CBA联盟

转播方

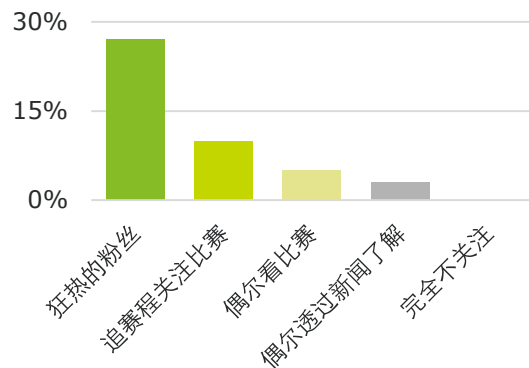
赞助商

俱乐部

球员

球迷及大众

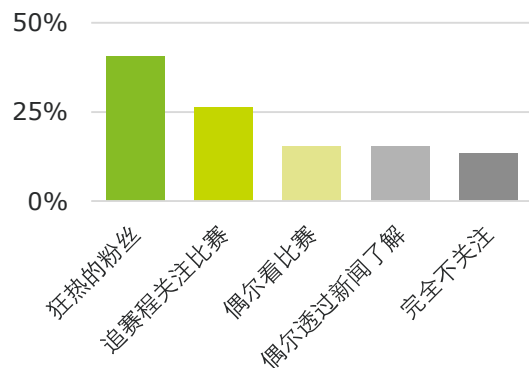
球迷每周参与篮球运动的时间在6小时以上的比例 (N=2,930)



CBA球迷忠诚度越高越偏好参与篮球运动

CBA狂热球迷每周参与篮球运动在6小时以上的比例近30%

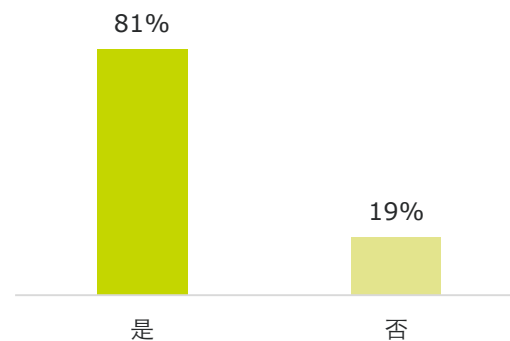
球迷每天关注运动相关的新闻或社交媒体的时间在1小时以上的比例 (N=2,543)



忠实球迷对运动相关社交媒体关注度较高

CBA核心球迷每天关注运动相关的新闻或社交媒体的时间在1小时以上的比例近70%

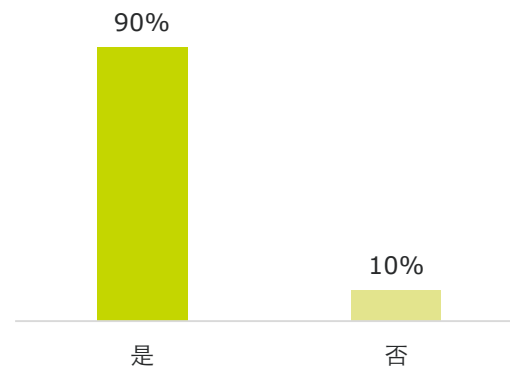
您是否会主动带动亲朋好友进行锻炼? (N=3,051)



近80%的调研用户表示会主动带亲朋好友进行体育活动

运动健康意识的提升和社交需求的增加促进全民健身的推广

您是否会支持您的孩子培养篮球作为业余爱好? (N=3,051)



90%的调研用户表示会支持自己的孩子培养篮球作为业余爱好

小篮球、校园篮球等运动的开展激发青少年对篮球的热爱，培养其对篮球的兴趣

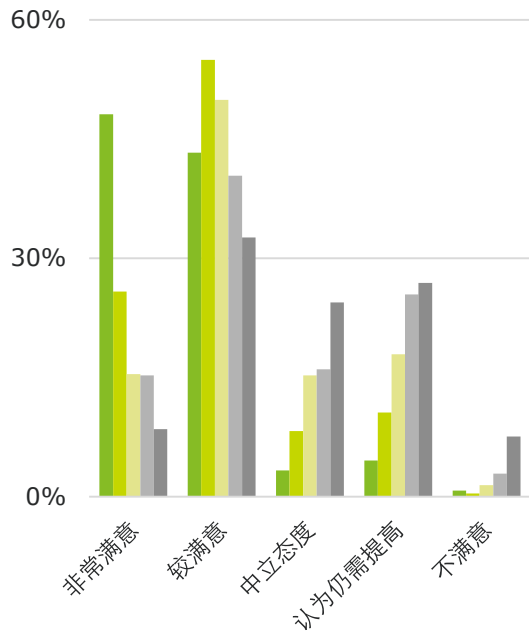
信息来源：球迷调研；德勤访谈、研究与分析

© 2019。欲了解更多信息，请联系德勤中国。

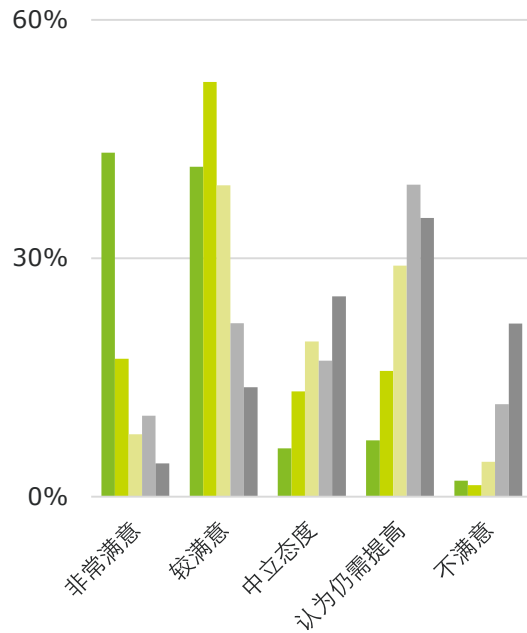
球迷及大众

对联赛关注程度越高的球迷群体，对生活状态也感到更加满意

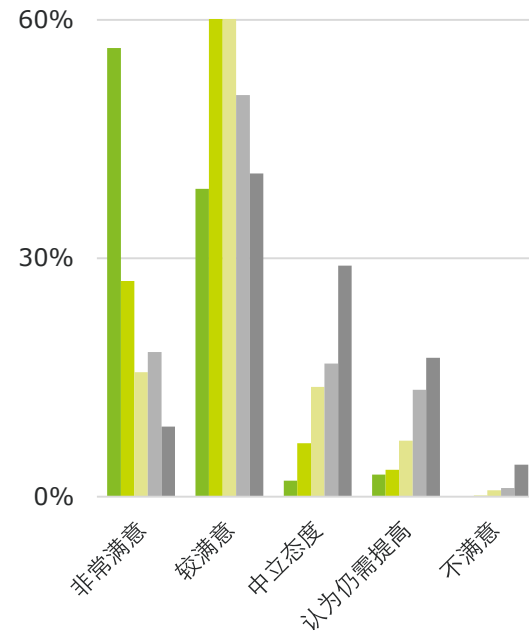
您对身体状况的满意程度是？
(N=3,051)



您对收入的满意程度是？
(N=3,051)



您对您当前人际关系（如同事关系、朋友群体等）满意程度是？
(N=3,051)



■ 狂热的粉丝 ■ 追赛程关注比赛 ■ 偶尔看比赛 ■ 偶尔透过新闻了解 ■ 完全不关注

CBA联赛关注程度越高的球迷收获更多幸福感

对CBA联赛的关注程度越高，对于身体健康、收入状况和社交需求的满意度越高。CBA的狂热粉丝群体中有近90%表示对身体健康状况满意，85%表示对收入状况满意，95%表示对人际关系满意

信息来源：球迷调研；德勤访谈、研究与分析

权利声明:

本《CBA联赛表现白皮书》（“本白皮书”）中的全部内容（包括但不限于其中所有的文字、图片、图形、表格、说明、描述）均受《著作权法》、《商标法》、《反不正当竞争法》以及其他法律法规、国际公约之保护，未经中篮联（北京）体育有限公司（“CBA联盟”）的书面许可，任何组织或个人不得以任何形式使用、复制、翻印、再版、上传、转贴、传播或散发。未经许可非法使用本白皮书或其内容的，CBA联盟保留向有关责任人追究民事、行政或刑事责任的全部权利。如果您认为本白皮书以任何方式对您的合法权利造成了侵害，请在采取有关行动前联系向您提供本白皮书的CBA联盟工作人员。CBA联盟将根据相关法律法规认真处理您的意见，并适时给予反馈。

免责声明:

本白皮书所述内容（包括但不限于其中的行业数据、产品数据、调研结果、分析结论、市场预测和评论观点）仅为一般性信息参考用途。受可能的主客观因素（如信息来源、统计技术、调研方法、样本局限性、合作方原因等）影响，CBA联盟不就本白皮书内容之正确性、完整性、有效性、可用性等提供任何承诺或保证。如您有意依据本白皮书做出任何重大决策、行为，请务必事前与CBA联盟取得联系，并由双方另行达成书面一致；否则，CBA联盟（以及其董事、职员、雇员、分包商、代理商、继承人、受让人、关联方或下属机构等）对任何第三人因使用或未能使用本白皮书而引起的任何直接、间接损害或损失不承担任何责任。

关于德勤

Deloitte（“德勤”）泛指一家或多家德勤有限公司，以及其全球成员所网络和它们的关联机构。德勤有限公司（又称“德勤全球”）及其每一家成员所和它们的关联机构均为具有独立法律地位的法律实体。德勤有限公司并不向客户提供服务。请参阅 www.deloitte.com/cn/about 了解更多信息。

德勤亚太有限公司（即一家担保有限公司）是德勤有限公司的成员所。德勤亚太有限公司的成员及其关联机构在澳大利亚、文莱达鲁萨兰国、柬埔寨、东帝汶、密克罗尼西亚联邦、关岛、印度尼西亚、日本、老挝、马来西亚、蒙古、缅甸、新西兰、帕劳、巴布亚新几内亚、新加坡、泰国、马绍尔群岛、北马里亚纳群岛、中国（包括香港特别行政区和澳门特别行政区）、菲律宾与越南开展业务，并且均由独立法律实体提供专业服务。

德勤于1917年在上海设立办事处，德勤品牌由此进入中国。如今，德勤中国为中国本地和在华的跨国及高增长企业客户提供全面的审计及鉴证、管理咨询、财务咨询、风险咨询和税务服务。德勤中国持续致力为中国会计准则、税务制度及专业人才培养作出重要贡献。敬请访问 www2.deloitte.com/cn/zh/social-media，通过我们的社交媒体平台，了解德勤在中国市场成就不凡的更多信息。

本通信中所含内容乃一般性信息，任何德勤有限公司、其成员所或它们的关联机构（统称为“德勤网络”）并不因此构成提供任何专业建议或服务。在作出任何可能影响您的财务或业务的决策或采取任何相关行动前，您应咨询合资格的专业顾问。任何德勤网络内的机构均不对任何方因使用本通信而导致的任何损失承担责任。

Designed by CoRe Creative Services. RITM0316713

© 2019。欲了解更多信息，请联系德勤中国。