# NBA五篇

来源：网络 作者：九曲桥畔 更新时间：2025-06-27

*第一篇：NBA摘要：NBA进入中国已经二十年了，基本完成的对中国市场的初期培育，中国市场已经成为NBA最大的海外市场，他在中国的品牌影响力是任何一个国内的职业体育联盟所无法企及的。目前与NBA合作的中国企业也越来越多，他们通过NBA这个平...*

**第一篇：NBA**

摘要：NBA进入中国已经二十年了，基本完成的对中国市场的初期培育，中国市场已经成为NBA最大的海外市场，他在中国的品牌影响力是任何一个国内的职业体育联盟所无法企及的。目前与NBA合作的中国企业也越来越多，他们通过NBA这个平台进行国际化并塑造国际化品牌形象。NBA的娱乐营销对中国体育产业的发展有强烈的示范效应，本文通过对NBA在中国的营销策略分析，希望为我国体育产业特别是中国职业篮球联盟的发展提供借鉴和启示。关键词：NBA；中国市场；营销策略

一、NBA产品的特点

NBA产品包括实物产品和服务产品,都是为了向消费者提供某种满足和利益。体育产品是被设计出来给体育观众、参与者或赞助商提供利益的任何一种商品、服务或这二者的结合体。显而易见,体育场馆内外会出售有关比赛的有形产品,诸如篮球和球衣、纪念品等等。2025-2025赛季NBA联盟所销售的授权产品包括8 大类,它们分别是:T 恤类、头饰类、短袜类、专业商品类、附件类、赠品收藏类、运动品类、家庭办公类，而各项产品的价格从8美元到350美元不等。在中国市场，NBA主要通过授权商标使用权的方式，也就是在合作的企业中允许其使用NBA的LOGO，球员形象，球队标识等等来实现纪念品的销售。NBA产品的核心是服务产品，是篮球比赛等无形因素的活动、过程和结果,包括与顾客的互动过程和结果。具体来说，NBA产品为消费者提供的价值体现在这样几个方面：

（一）篮球比赛因素

体育产业的主要产品是体育赛事。NBA球赛在速度，力量，对抗，激情等方面更是首屈一指。为了保证比赛的吸引力，NBA有许多自己联盟的篮球规则,拿进攻时间来讲,由原来的30秒完成一次进攻改为24秒,这大大提高了攻防转换的速度,提高了比赛节奏,使比赛变得更加行云流水,更具观赏性。还有鼓励比赛扣篮、犯规数限制、极其完全的球员数据统计等规定都为提高比赛观赏性奠定了基础。

（二）娱乐因素

娱乐营销是通过一些新颖、形象的创意思路,通过多种多样、生动有趣的执行手段,来演绎与消费者的沟通技巧,令人赏心悦目。娱乐营销要求生动形象、趣味时尚,而不缺乏个性与互动,另外还对传播媒介的质量有很高的要求。NBA的娱乐营销主要包括三个方面：一是竞争激烈的季后赛采取七局淘汰制,各队会拼尽全

力去争取胜利,使比赛更具观赏性，这是争取票房的重要阶段,平均每场球赛带来的票房收入是常规赛的4～10倍；二是比赛现场的娱乐体验（包括比赛间隙美女拉拉队的劲舞和吉祥物的高难度、搞笑的动作表演,伴着激情的音乐和五彩闪烁的灯光）使观众得到一种全身心的享受；三是圣诞大战和全明星周末让球迷广泛参与其中，由全球球迷投票选出全明星阵容一定是球迷自己最喜爱的球星。

（三）球星魅力因素

NBA几代经营者都深谙球星对于市场的重要价值，无数球迷因为喜欢球星从而喜欢上NBA。90年代乔丹迷人的笑容、经典的吐舌头动作和神话般的技术征服了全世界的球迷，甚至包括其他国家的篮球球员，使得NBA成为真正国际化的联赛。因为乔丹，NBA运动用品的销售量、电视收视率、联赛观众人数、广告价值，以及录像带等与他有关的产品的销售量，都有显著的增加。乔丹退役后，NBA找到了新的代言人：奥尼尔、科比、艾弗森、麦迪、姚明等人都是NBA新的人选。NBA超级巨星对一支球队来说是至关重要的，从2025年姚明加盟火箭队后，火箭队的价值一路飙升，从当年的2.55亿美元直线上升到了2025年度的4.22亿美元。

**第二篇：NBA**

北京时间 8 月 5 日消息，据《ESPN》报道，美国 NBA 专家马克-斯登在第一时间爆出 2025-10 赛季的新赛 程，并在第一时间选出新赛季的“十大必看对决”。首先斯登遗憾的向所有火箭球迷宣布，非休斯敦本地的球迷新赛季将遭殃了，因为在两大核心姚明和特 雷西-麦格雷迪相继受伤，罗恩-阿泰斯特转会湖人后，这支球队被遗忘在了角落里，新赛季他们竟然没有一场 “全国转播”。当然，斯登表示没有火箭的比赛并不代表新赛季看点将会减少，他认为新赛季的 NBA 将会是一 个群雄并起的战国时代，有太多太多比赛球迷们不能错过，以下是精选的十大必看战役： 1。揭幕战：奥尼尔“处子秀”。揭幕战：奥尼尔“处子秀” 今年 10 月 27 日的揭幕战好似去年的续集，只是这一次凯尔特人并未黄袍加身手握冠军戒指，勒布朗-詹 姆斯将会心甘情愿的将第一男主角的位置让给身边的一个大个子，那就是“大鲨鱼”沙奎尔-奥尼尔。这场与凯 尔特人的比赛将是奥尼尔在骑士的“处子秀”，这成为了 NBA 官方再次敲定新季十大不容错过对决绿军对骑士 成为揭幕战的最大因素，奥尼尔将是这场“秀”的总导演。相信这也将是骑士和凯尔特人新赛季冲击总冠军的第 一枪，双方在休赛期都引进了一位全明星大个，奥尼尔和拉希德-华莱士的对决将是一大看点。当然这一天另外一大看点自然是湖人对快船，科比-布莱恩特和他的队友们将在这一天得到他们梦寐以求 的冠军戒指。另外，开拓者对火箭的复仇战也不容错过。日：故地重游+ 2.10 月 30 日：故地重游+冤家路窄 10 月 30 日，也恰是万圣节前夜，这一天 NBA 将迎来他们的第一次大戏，如果你对上赛季季后赛公 牛与凯尔特人的加时大战还记忆犹新，那么最好不要错过这一天公牛与绿军的对决，他们之间的对抗将为你 诠释什么是“冤家路窄”。另外，在这一天还有另一个冠军争夺者的比赛不能错过，那就是上赛季刚刚闯入总决 赛的奥兰多魔术对阵新泽西篮网。文斯-卡特，这个休赛季转会市场的风云人物将代表新东家首次故地重游，莱恩-安德森和易建联的对抗也会是另一个看点，毕竟篮网为了扶正阿联的主力位置，毅然将新秀赛季表现不 错的安德森交易离队。3.11 月 13 日：新科比终结者？ 又是上赛季季后赛的延续，11 月 13 日这一天 NBA 安排了湖人与掘金的比赛，这会是让所有丹佛人热血 沸腾的一天，因为自从输掉了西部决赛，他们就渴望有一天能够复仇。斯登表示，也许乔治-卡尔会安排新交 易来的攻击后卫阿隆-阿弗拉罗首发，是“终结科比”还是“被终结”，这是一个看点(上赛季，阿弗拉罗所在

的活 塞曾在 11 月大逆转湖人)…… 4.12 月 3 日：最热冠军争夺者

12 月 3 日这一天我们将看到马刺与凯尔特人的对决，这两支球队分别是新赛季东西部最热的冠军争夺 者，马刺在交易来理查德.杰弗森凑齐四大天王后，凯尔特人也因为华莱士的存在有了 F4 组合，两支老道的 冠军级球队对抗将非常有趣。5.12 月 25 日：圣诞大战 每一年的圣诞大战都是球迷的盛宴，今年圣诞节的主角当然是 NBA 最热的两位天皇巨星：科比对詹姆斯 的比赛已经有了足够的话题。6.12 月 27 日：哈姆雷特的复仇 球迷最热爱的话题之一就是复仇，12 月 27 日这一天的主角将是小牛，他们的对手是掘金。小牛在上赛 季季后赛中被掘金淘汰出局，休赛期痛定思痛后，马克-库班的小牛引进了“骇客”肖恩-马里昂，骇客将是对付 卡梅罗-安东尼最重要的武器。7.11 月 15 日：兄弟会，科比你怕了吗？ 特雷沃.阿里扎的火箭将在这一天客场挑战湖人，这也将是阿泰斯特和旧主火箭的一次照面，他们两人在 休赛期间接互换球队。阿里扎将在这一天得到他的总冠军戒指，“你抢我老婆，我抢你妹”的闹剧也将在这一天 有一个结果。8.1 月 8 日：强权与新贵 战罢火箭，湖人将在 1 月 8 日迎来新贵开拓者的挑战。年轻的开拓者在休赛期引进强援安德烈-米勒，球 队阵容更加完整的开拓者被看做是湖人最强劲的挑战者，过去几年湖人与开拓者的比赛都异常精彩。9.1 月 18 日：总决赛续 湖人与魔术的对决你肯定不会错过，过去的一个赛季里魔术迅速崛起并杀入总决赛，德怀特-霍华德和整 个奥兰多的冠军梦想最终破灭，18 日的这场比赛是他们复仇的好机会。10.2 月 11 日：魔兽 Vs 鲨鱼 2 月 11 日这一天骑士将迎来魔术的挑战，詹姆斯肯定没有忘记季后赛东部决赛被魔术淘汰的苦闷，霍华 德也将得到一次在偶像奥尼尔面前证明自己的机会，不要忘记上赛季奥尼尔不止一次在公开场合“羞辱”魔兽。

**第三篇：NBA**

新浪体育讯 连续的错误致使热火[微博]95-97主场遭到勇士绝杀！是菜鸟德拉蒙德-格林神奇建功，也是热火五大杀手集体哑火所致。

在这场比赛最后11秒，双方95-95战平，勇士掌握球权。经过暂停布置，勇士让今天状态出色的贾雷特-杰克控球，而不是第一得分手斯蒂芬-库里[微博]。这一布置绝对是妙招，因为热火把全部精力都放在杰克、克雷-汤普森[微博]和库里这三人身上，同时也会照顾大卫-李，但奇就奇在场上的第五人——格林。这位菜鸟在关键时刻被主教练马克-杰克逊留在场上，这位2.01米的前锋目前21场比赛最高分不过9分，场均仅仅2.5分，这麻痹了热火的神经。最后杰克送出手术刀一传，而篮下的格林身边竟无人防守，他轻松得到2分，只给热火留下0.9秒。

最后0.9秒的故事想必大家都知道了，勒布朗-詹姆斯转身跳投不中，热火败北。但詹姆斯不是唯一应该承担责任的人，应该说詹姆斯、德维恩-韦德[微博]、克里斯-波什[微博]、雷-阿伦都要为今天的输球负上责任。因为热火在最后3分17秒时间里的得分竟然是0分！加上肖恩-巴蒂尔[微博]，热火五人总共5投0中，全都“歇菜”，让勇士菜鸟一战成名。

从还剩2分41秒开始，先是阿伦投丢了一记完全空位的三分，然后韦德传球失误被库里断掉，然后波什失误，接着詹姆斯被逼接近24秒强投三分三不沾，马上阿伦又是空位三分不中。这之后通过暂停布置，热火打出了一个不错配合，韦德控球为巴蒂尔拉开空间并传球到位，可惜巴蒂尔也没投进。最终被格林反超，让詹姆斯被迫去投生死球。

本赛季热火胶着的比赛(最后5分钟分差在5分以内的比赛)前9场全胜，客场输给奇才这一良好趋势被中断。其实断得并不意外，虽然硬实力是第一决定胜负因素，但概率这东西也必须计算在内。前9次关键球全进，而到了今天，最后3分17秒5次出手全丢，也不能全怪罪球员，毕竟机会造出来了，投不进和手感和运气都有关系。这场失利告诉热火，如果有足够实力，最好不要把比赛耗到最后。大好赢面被翻盘，这球对士气的打击必定不小。

**第四篇：NBA**

NBA（全称National Basketball Association），是全球性的运动及媒体企业，旗下拥有三个职业体育联赛，分别是美国职业男子篮球协会(NBA)、美国职业女子篮球协会(WNBA)以及NBA发展联盟(NBA Development League)。简称“美职篮”。是世界上水平最高的篮球联赛、美国四大职业体育联赛之一。

NBA成立于1946年6月6日。成立时叫BAA，即全美篮球协会（Basketball Association of America），1949年BAA和NBL合并为NBA。[1] 1976年ABA被美国NBA吞并。[1]

联盟以47种语言向215个国家及地区转播赛事及节目，有来自36个国家和地区的85名国际球员在联盟效力。超过6000万美国家庭可以收看到NBA电视台（NBA TV），NBA是社交媒体上最受欢迎的体育联盟，联盟、球队以及球员的社交媒体平台拥有超过3.65亿的关注人群和粉丝。[

总决赛MVP NBA总决赛MVP即总决赛最有价值球员，是为了表彰在总决赛中表现最突出的一名球员所设立的奖项，是NBA球员毕生追求的最高荣誉之一。NBA总决赛MVP奖杯又称比尔·拉塞尔奖杯是以前凯尔特人队球星比尔·拉塞尔的名字命名的。[7]

NBA总决赛MVP在获得总冠军一方中选出，通常是总决赛期间表现最突出、对球队贡献最大的球员当选。当选的一般是大家公认的球队的核心球员。但也有例外，假如非核心球员在总决赛中突然爆发，大放异彩，带领球队获胜，那么他即使不是球队的绝对核心也可能当选为总决赛MVP。选秀

NBA选秀是NBA联盟为促进球队齐头并进采取的均衡政策，保证了联盟的竞争性和可持续发展。NBA选秀拥有储备雄厚的人才保障。参加“选秀”的新人一般是全美各大学的学生，他们通常是全美大学生篮球联赛NCAA的佼佼者。2025年之前，受功利思想的影响，有很多高中球员就参加了“选秀”，大学没有毕业进入NBA的更比比皆是。[28]

2025年开始，参加选秀的条件提高为至少年满19岁，同时要求高中毕业一年以上。国际球员参加选秀的前提条件是在本国打过职业联赛，如国际球员在美就读高中或者大学，则参照本土选手的参选条件。对于参加选秀的年轻球员，NBA根据他们在大学期间（或高中阶段）的比赛表现打分排名，当然这个排名不决定球队在选秀大会上的选择，只供参考。[28] 通过抽签，避免球队故意输球，因为常规赛倒数第一也未必就意味着状元签。前三个签位确定后，取得高排位签位的球队就可以从供选新秀中选择心仪的球员，补充球队最需要强化的位置。在非季后赛球队首轮挑选出前14名新秀后，接下来的16个顺位留给季后赛球队，这16支球队的抽签顺序依据常规赛战绩倒序确定，也就是常规赛战绩越好的球队选秀位置越靠后。第二轮选秀的顺序完全按照上赛季的战绩倒序进行，NBA球队可以在赛季球员交易中将选秀权作为筹码。因此，在实际选秀过程中，战绩排序未必同选秀排序一致。[28] 季前赛

NBA季前赛是NBA各支队伍的热身赛，因为在每个赛季结束后，每支球队在阵容上都有相当大的变化，为了让各队磨合阵容，熟悉各自球队的打法，确定各队新赛季的比赛阵容、同时也能增进队员、教练员之间的沟通，所以在每个赛季开始之前，NBA就举办若干场季前赛，使他们能以比较好的状态投入到漫长的常规赛的比赛当中。为了扩大NBA在全球的影响，季前赛有约三分之一的球队在美国以外的国家举办。[2] 赛程

从总体上看，NBA的赛程安排分为常规赛、季后赛和总决赛。常规赛采用主客场制，季后赛和总决赛采用七场四胜制的淘汰制。[29]

NBA常规赛从每年的11月的第一个星期二开罗，到次年的4月20日左右结束。在这期间，30支球队总共要进行1189场常规赛，每支球队要打满82场比赛，主客场各占一半。季后赛从4月下旬开始进行，直到6月中旬决出总冠军为止。[29] NBA分为东西两个联盟，每个联盟各有三个赛区。在常规赛中每支球队与同一赛区的球队要打四场，与同一联盟不同赛区的球队打三到四场，与另一联盟的球队打两场。一个赛季每支球队在自己的主场至少与其它29支球队进行一次交锋。[29] 常规赛的赛程比较紧凑，球队在每个星期有三到四场比赛，而且每个赛季都有不同程度的“背靠背作赛”、连续客场作赛等难度赛程。在常规赛中，有两个日子的比赛是NBA联盟经过精心安排的，那就是第一天的揭幕战和圣诞节的圣诞大战。在这两个特殊的日子里，联盟往往会刻意安排最具人气的球星之间进行对垒，以最大限度地吸引观众的眼球。[29] 全明星赛

NBA全明星赛是一项表演性的赛事，最初提出这个创意是的当时的NBA总部公关部负责人哈斯克·科恩的，而创意则源自于全美职业棒球联赛全明星赛，目的自然是为了进一步宣传NBA。1951年波士顿成为了首届赛事的举办城市，当时的全明星赛只有全明星对抗赛一项活动。第一届扣篮大赛始于1984年丹佛全明星赛。1986年达拉斯全明星赛，三分远投大赛产生。1994年明尼亚波利斯全明星赛，新秀挑战赛首次加入。技巧挑战赛开始于2025年。2025年全明星赛有了混合投篮赛。[30] 季后赛（总决赛）

NBA季后赛（NBA Playoffs）在每年4月下旬开始，东西部各有八支球队获得季后赛资格。东西两个联盟中各个赛区的冠军加上成绩最好的赛区的第二名组成前四号种子，这四支球队再按照常规赛的成绩依次排为一到四号种子。剩余四支球队则按成绩依次排为五到八号种子。季后赛采用七场四胜制，采用2-2-1-1-1的主场分配方法，拥有四个主场的一方将会在第一、二、五（如果需要）、七（如果需要）场比赛坐镇主场，第三、四、六（如果需要）场则是征战客场。对阵双方的主场优势并非均衡。

季后赛包括总决赛一共有四轮，第二轮叫分区半决赛，第三轮叫分区决赛，获胜球队称为分区冠军，东西部分区冠军晋级总决赛，七局四胜者为当赛季总冠军，总冠军球队中表现最优秀的球员获得总决赛MVP荣誉。

**第五篇：Nba**

N B A

中 国 广 告 案 例 分 析

新闻与传播学院

广告一班

杨坤朋

学号：

20094000134

NBA中国广告案例分析

--Where amazing happens简介

NBA（全称National Basketball Association）是美国第一大职业篮球赛事，代表了世界篮球的最高水平，其中产生了迈克尔·乔丹、魔术师约翰逊、科比·布莱恩特、姚明、勒布朗·詹姆斯等世界巨星。NBA是美国四大职业体育组织――棒球联盟、橄榄球同盟、冰球联盟和篮球联盟中的首富，年收进超过40亿美元。

全球化推广是NBA的主要经营策略之一，NBA在成功推广NBA品牌的地区通过出售转播权，授权品牌使用，获取运动品牌赞助，开设NBA直营店，出售比赛录像带、光盘、音乐、其他多媒体产品等方式盈利。在电视产业发展成熟后，NBA还可以通过进入付费频道盈利。所以拥有13亿人口的中国自然是NBA全球推广的重要地区。产品介绍

比赛转播权。

授权品牌使用:NBA虽然是一个体育联盟，但其对相关体育产品产品并未进行深度开发。以NBA品牌出售的商品，也仅限于NBA球星球衣，相关纪念品等。

各种友谊比赛，季前赛，交流赛：通过不定期的指派NBA球队到中国比赛，或是指派NBA球队与中国地区球队比赛，不仅可以推广扩大NBA在中国地区的品牌影响力和号召力，同时还可以通过这些比赛盈利。NBA直营店：主要出售NBA球星球衣，相关纪念品，比赛录像，关盘，音乐等盈利。环境分析 1．营销环境分析

根据业界普遍认同中国篮球市场的现状，目前中国篮球市场的开发率还不到30％。这就意味着，中国篮球还有巨大的市场空间。中国有13亿人口，在中国的篮球迷甚至比美国总人口还多。随着本土篮球明星姚明进入NBA，NBA在中国的关注度更是直线飙升。CCTV5转播休斯顿火箭队比赛的收视率一度位居央视单个节目首位。08年奥运会的时候，中美之间的那场篮球赛，中国地区观看人数达到史无前例 的1亿8300。两名中国球员的姚易大战观看人数甚至超过2亿。由此可见NBA品牌在中国的号召力。中国改革开放三十年，是中国经济迅猛发展的三十年。中国的基础设施在这三十年里得到了很大程度的改善，在2025年的官方调查数据中，篮球场地约有57万块，占整个室外场地的60%，篮球训练学校与业余篮球训练学校也在成倍地增长，一切都表明篮球在向中国第一运动靠拢。2．消费者分析

中国的篮球迷不再只是在看球的穷球迷，现在中国的球迷通过电视，广播，报纸，网络各种不同渠道了解NBA比赛信息，各种与篮球相关的消费更是势头迅猛。篮球鞋，球衣，等体育用品的消费增速迅猛。根据调查NBA中国区的主要消费群体是广大在校学生，都是白领，及光打篮球爱好者，年龄主要分布在从5岁到60岁之间。据调查，阿迪达斯2025年在大中国区销售额9.67亿欧元，预计到2025年，在中国的销售收入将达到14亿欧元。而耐克耐克大中国区实现收入12.77亿美元。这还不包括广大的中国本土体育品牌。可以说中国篮球迷的消费潜力绝对惊人。3．竞争对手广告分析 NBA在中国最大的竞争对手是本土的CBA，而本土的 CBA及其俱乐部虽然已有10余年的春秋，但发展还很不完善。其发展的“软肋”主要表现在：产权不清晰，俱乐部没有真正成为联赛市场运作的主体；相关体育法规还不健全，约束机制没有真正建立；CBA的发展没有完全走上产业化、市场化之路，市场机制不健全；资金来源单一，制约了俱乐部的拓展；缺乏专业的经营管理人才，支撑俱乐部发展的高水平球员来源没有实现社会化。

定位

产品定位：NBA品牌及其附属的转播权在中国定位于广大中国球迷，及各家电视台，网络媒体，体育产品生产企业，以及各类望借助NBA品牌提升自身品牌号召力的各类企业。广告语：Where amazing happens 广告语解析：可以翻译成奇迹在那里发生，或者奇迹发生之地。NBA从来不缺奇迹，湖人球员费舍尔0.4秒投入制胜一球绝杀马刺，火箭球星麦克格雷迪比赛最后35秒得13分逆转比赛，科比单场81分。一个又一个奇迹将NBA带到一个又一个高潮，给球迷留下了一个又一个精彩瞬间。NBA赛场上是从来不缺乏奇迹的。广告语简单明了，短促有力，短短一句话能让无数篮球迷热血翻滚，勾起篮球迷们巨大的热情。篮球的魅力正在于此，NBA的魅力在于此。广告的目标市场：

注重品牌形象，对NBA赛事有较大的热情，并拥有进取，自信、激情的价值观的年青热爱篮球的人群 广告诉求对象：

主要是中国热爱年轻人，男性为主，他们热爱生活、热爱篮球，渴望变得不平凡，渴望取得成就, 充满激情，积极进取，自信。并对NBA赛事有较多的关注。包括在校大中学生，普通白领，高收入经理阶层和高级政府官员，一定文化基础、并对NBA有较多关注的工薪阶层，生活较为富裕、思想较为前卫、并对NBA有较多关注的个体户、农民等。广告媒介选择

1、电视广告

明星广告

播放NBA宣传片，进行形象宣传 公益广告

在cctv5播放NBA比赛时，大量插播电视广告，用大家所熟知的明星做代言人，提升形象和知名度。作为全国性的体育频道中央五台是我们的首选，我们可以把广告安排在赛事的间隙。篮球迷一般都不会在那段时间转台，这个时段广告效果最好。另外，各大城市主要体育频道也会配合投放广告。

2、网络广告

（1）、网络直播NBA赛事，拉拢球迷。（2）、视频插播广告 进行形象宣传。

（3）、与各大网站强强联合，与腾讯，新浪等知名网站联合，借助它们的力量进行宣传。

3、户外广告

在地铁或者公共汽车这两大交通工具上，在各大体育场馆周围，投放平广告。对手中进行广告轰炸。

4、报纸广告

主要投放于体育类报纸。如《篮球报》，《篮球先锋报》，受众多为篮球爱好者，宣传针对性强。

5、产品配合

配合特殊比赛，推出纪念版球衣，比赛录像限量发售退役篮球明星球衣，球鞋等。

选择多种媒介进行立体式广告宣传，能过增强宣传效果，实现广告目的和营销目标。广告形式

明星代言、记录宣传片、形象宣传片、公益广告等。

针对中国市场，他们更倾向于使用中国本土已登录NBA的球星。如姚明、易建联、孙悦等。

“每个人都是一个篮筐。世上最难投的篮，其实是自己。往上走，即便一小步，也有新高度。做最好的球员，我能！” 其他宣传策略

（1）、举行NBA 中国赛

使球迷能够近距离感受NBA，扩大影响力。（2）、举办NBA中国训练营，与中国体育爱好者进行互动。

（3）、NBA球星中国行

每年都会有一些著名球星来中国参加一系列活动，进一步提升了NBA在中国的影响力。

（4）、NBA关怀行动

举办慈善活动等。向中国灾区或贫困地区进行捐助，向灾区青少年奉献爱心

提升了联盟形象和美誉度。广告效果

提升了NBA在中国的知名度，越来越多的中国球迷关注NBA，观看NBA比赛，一些著名球星也开始被中国球迷所熟知。很大程度上激发中国地区球迷对NBA的热情。中国也成为NBA第二大市场。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！