



王利博制图

体育明星背后的财富故事

■ 本报记者 江雪

北京时间4月15日,NBA著名球星科比·布莱恩特发“推特”,表示“自己将会永远爱着篮球。”科比在谢幕赛中获得了60分4板4助的惊人成绩,他用“最科比的方式”为自己20年的NBA职业生涯画上了一个完美句号。科比满意了,粉丝们满意了,商人们也满意了。而中国的姚明、刘翔、郎平、李娜们,则多了一个伙伴和竞争对手。

科比,从球星到商人

科比在“推特”上描述了自己的心情:“昨晚的比赛就是故事的最终篇章,我平静地离开了,但我明白我对篮球和这座城市的热爱将永远不会改变。”

科比的退役,哪位中国企业家长最高兴? 答案似乎在一年前就已经显现。

事实上,阿里巴巴集团2015年就宣布与NBA明星科比成立个人同名公司,在中国推出品牌产品,并由阿里巴巴集团旗下淘宝和天猫平台销售。

阿里巴巴集团董事局主席马云表示,“科比是一个富有创新精神的企业家,在球场内外都建立了自己的

传奇,鼓舞着中国篮球爱好者和他的粉丝。我们很高兴与科比合作,共同鼓励全中国的年轻人。”

有网友感言:20年来,科比在训练场流下比别人更多的汗水;20年来,他在比赛中更认真努力;20年来,他获得了很多,那些应该属于他的东西,属于他与他的汗水的东西。

中国企业家能像马云那样懂得科比的并不多。阿里巴巴集团于2015年8月8日通过天猫魔盒独家上映科比传记纪录片《科比的缪斯》,这也是对2015年1月11日在nike.com上发售的“KOBE 9 Elite”最好的诠释。

科比在纪录片中分享了他的人生哲学以及起伏跌宕的球场经历。

科比和阿里巴巴还与新浪合作开设了一个社交媒体平台,提供全新渠道让中国年轻一代能够直接了解科比的人生哲学。

球员生涯中的收入积累以及这些年的广告所得,已经让科比拥有了巨额财富。美国媒体曾披露,科比的总收入达到6.8亿美元。而在退役后,科比的巨星效应不会很快散去,“飞侠”的财富积累仍会继续升高。

2016年4月16日,科比退役后的第一天很多媒体人盯住乘坐私人飞机上班的科比的消息,因为这不是玩耍而是“商业”。

“他并没有睡个懒觉,或是给自己放个长假,而是很早就起来完成了

训练,在早上8点半准时出现在了自己公司的办公室里。”是的,科比开始了自己的商业计划。

科比的商业资源得天独厚。科比说:“我经常没事时就给一些公司高管打电话,有时间的问题可能有些白痴,但是我就是要问,想听听他们的见解。”在科比打电话请教的公司高管中就包括耐克的首席执行官帕克、苹果的首席设计师伊夫等。

他幸福地感受到商业触角伸到不同领域。科比的第一个投资项目是一款运动饮料品牌。科比的商业观点是:“我们想要培养或帮助那些能够挑战、重新定义体育商业的创意和品牌。”

中国明星毫不逊色

根据巴里票务公司巴里·鲁丁的说法,直接去看科比比赛票价达到了26500美元。参团的游客在好几个月前就已经买了球赛票、定了酒店,只为了近距离地接触他。科比的国际影响力,可见一斑。

姚明并不嫉妒。2002年登陆NBA时,姚明就与火箭队签下了总额为1780万美元的合同,创下NBA新秀状元合同的最高额。之后的9年职业生涯中,姚明拿下了超过20亿人民币的净收入。从此,中国也有了“体育广告商宠儿”。

巅峰时期,姚明一年代言十多个广告,代言费用均超千万元。他的身价早就超过了30亿。

2011年7月,姚明正式宣布退役。在此之前,姚明早已开启了他从篮球明星向商人的转变。作为商人的姚明,与其说是人生角色的转变,不如说是正式转为“姚之队”小巨人的代言。

与科比相比毫不逊色的是:姚明

经纪人、姚之队总负责人章明基和中方经纪人陆浩,此前他们一个负责美国业务,一个负责中国业务,是让姚明从一个球星成长为老板的关键人物。

2008年,随着姚基金成立,姚明与中国人寿、海南航空、锐步、学大教育、匹克体育等众多赞助商联系在一起。

个人品牌的迅速变现,给姚明在其他行业投资打开“绿灯”。和文艺明星赵薇一样,姚明开始在重要场合悄悄地谈及他的姚家族葡萄酒公司(Yao Family Wines)。似乎一个风花雪月的姚明,并不遥远。

姚之队成为继中国体育明星李宁经商后的一个新模式:以体育产业为主要投资方向的PE;可以一举购入亿泰基金88%的股份,并将该基金更名为弘远基金。

既是董事长又是总经理的姚明,从此站上了博鳌论坛,和马云“神侃”互联网未来。对于体育产业的投资,

他依然有着自己的见解和带动作用。正如他所言,“不是所有得分的投篮都是好球,也不是所有没投入的球都是坏球,观众应该多看看全场48分钟的比赛,而不是最后几秒。”而姚明对于投资的理解是“投资第一要懂,第二要喜欢。”无疑,他已是体育产业里最懂体育的投资人。

与姚明相似,刘翔的职业生涯中,也一直伴随着中国企业的身影。

其中,杉杉集团是见证刘翔一路辉煌的公司。企业家至今难忘刘翔代言品牌“中国有我,杉杉有你”的佳话。

当刘翔2004雅典奥运会夺冠后,10月杉杉第一时间与“飞人”签约,成为其全球代言的唯一服装品牌。从此,不断超越的奥运冠军,不断创新的服装品牌,成为中国的世界骄傲。

总部位于上海的杉杉和上海人刘翔,代表着不同的上海故事,而“速度”是他们共同的注释。2006年1月

21日,杉杉与刘翔在上海再度续约,杉杉不断创新、追求卓越的精神和态度,同刘翔对田径跨栏事业一样——不断跨越障碍、挑战更高目标,从此佳话续写。

全球收入最高的女运动员中,有中国的李娜。身价过亿的李娜被视为有故事的女人,无论是爱情还是商业。

她和丈夫姜山结婚七周年纪念日时,泰康人寿、奔驰找到了商业结合点,“李娜左臂一个品牌、右臂一个品牌。”微博粉丝超过1500万人的李娜,比赛时两家企业的商标“无数次掠过直播镜头”。

2016年4月13日,获得“2016年感动中国”人物的郎平,携女排助阵中华V3二代上市。当日,中华V3官方战略合作伙伴中国国家女子排球队主教练郎平及女排主力队员朱婷、曾春蕾、袁心月、魏秋月等人现身活动现场,对中华V3二代的全新升级给予了高度评价及美好祝愿。

江湖



王卫表态捍卫员工权益

4月17日,北京市东城区一小区内,一名骑三轮送货车的顺丰快递员在派送过程中与一辆黑色京B牌照小轿车发生轻微碰撞。事后,顺丰老板王卫表态,捍卫员工权益。



解读:
低调的王卫,因为捍卫员工权益和企业名声,而第一次高调起来。

企业家处理公关事件,能够看出“德行”的积累。“我们的快递小哥大多是二十几岁的孩子,他们不论风雨寒暑穿梭在大街小巷,再苦再累也要做到微笑服务。真心希望发生意外时大家能互相理解,首先是尊重。我们已找到这个受委屈的小哥,顺丰会照顾好这个孩子,请大家放心。”这样的表态,谁不为此而感动?

韩寒宣布新片计划

4月13日,“韩寒携手亭东影业&ONE发布会”在上海举行,老板韩寒宣布了新片计划,叫兽易小星、王思聪助阵。发布会上,韩寒公布了由他执导的两部电影《天空制造》和《三重门》。



解读:
韩寒已经不是单纯的作家了。因为商业投资,他获得了新的人生角色。

两年来,商人韩寒很困惑。餐饮业小试锋芒后,他将何去何从?

品牌价值韩寒是懂得的。于是,他决定改编、翻拍自己的第一部长篇小说《三重门》。理由是“《三重门》非常难改编,弱故事冲突、强语言风格,是电影改编最头大的事情。”

事实上,他是有企业团队的。“团队将全力以赴,让大家18年前的青春再次沸腾”,让“粉丝们”看到一个影视公司老板的韩寒。

他总结的商业经是:要让这个世界更好,更多是科学和商业。科学让社会进步,让信息通畅;而商业能给科学最好的支撑。

任正非的独行

4月16日下午,微博认证信息为“智慧云创始人兼CEO,前《哈佛商业评论》中文版社群总监”的陈雪频发微博称:一个朋友在虹桥机场等出租车排队时拍了一张照片,他觉得像是任正非,事后确认就是72岁的华为创始人。



解读:
这样的消息,已经是第二次了。

去年,是机场的摆渡车上任正非微笑着的身影。据说,企业家任正非对拍照者没有表示不满。但是,这张照片一出来,很多网民真心开始关心企业家健康以及出行安全了。

从历史走来,再向历史走去的任正非,心中更多的是企业 and 市场以及消费者的利益。而个人的行事风格,毕竟只代表个人。

他的独立精神已经融入骨血。即便是4月19日来北京参加“互联网大佬大会”,他也是一个。

也许,这就是老一代企业家的幸福感。

刘军将出任村村乐董事长

4月18日消息,曾任联想集团执行副总裁、移动业务集团总裁及摩托罗拉管理委员会主席的刘军,将出任村村乐董事长。



至此,这位昔日“联想二号人物”的动向终于尘埃落定。

解读:
一个好听的名字村村乐,和联想前高管联系在一起。

据悉,“村村乐”是一个集中国农村网上社区、农村分类信息以及农村交友的综合性互联网平台。

这样的事业交给“见证了联想的成长与辉煌”的刘军,是幸事。

在他眼中,有巨大优势的村村乐网络众包模式,区别于传统IT行业。“村村乐更适合现在的经济环境,而农村市场无疑是一片待开发的蓝海。”刘军的解读,让更多跟随者有信心。

村村乐创始人胡伟表示:“刘军的加入,可以说是用实际行动对我们商业模式的肯定。”

一度被业界视为联想集团董事局主席杨元庆“接班人”的刘军,是在2015年6月1日宣布不再担任移动业务集团总裁以及摩托罗拉管理委员会主席等职务的。

看得出来,离开联想集团后,他一直关注新经济、新模式的行业,也做了一些尝试性投资。

(本报记者江雪整理、点评)