



Tencent 腾讯

NBA 与腾讯再度携手五年，为中国球迷带来更丰富的观赛和互动体验

- 作为“NBA 中国数字媒体独家官方合作伙伴”，腾讯将继续通过创新科技服务中国球迷-

- 腾讯是 NBA 在美国以外地区最大规模的合作伙伴-

北京, 2019 年 7 月 29 日 – 美国职业篮球协会 (NBA) 与腾讯 (“Tencent”, HKSE: 0700) 今日共同宣布, 双方将再度携手五年, 腾讯将继续作为 “NBA 中国数字媒体独家官方合作伙伴” 至 2025 年, 为中国球迷带来包括 NBA 赛事直播、点播、短视频在内的全方位观赛和互动体验。

NBA 与腾讯的合作伙伴关系始于 2009 年, 双方于 2015 年签署了一项为期五年的合作伙伴协议, 腾讯通过移动端和 PC 等数字媒体平台, 每个赛季为球迷送上原汁原味的赛事直播及原创节目。此外, 双方也在 NBA 游戏、社交媒体及线下活动方面开展了广泛合作。刚结束的 2018-19 赛季中, 4 亿 9 千万球迷通过腾讯平台观看了 NBA 赛事直播和视频节目, 该数字是 2014-15 赛季的近 3 倍; 更有超过 2100 万球迷观看了 2018-19 赛季 NBA 总决赛第六场比赛的直播, 这也是中国数字媒体平台的单场 NBA 赛事收视人数之最。

在新的合作周期内, 腾讯将继续通过旗下腾讯网、腾讯体育、腾讯新闻、腾讯视频、QQ、微信、微视等数字媒体和社交平台, 为中国球迷带来赛事直播、点播、短视频等服务。另外, 腾讯和 NBA 还将在诸多领域开展合作, 如创新广告产品和服务, 以及 NBA 球迷圈小程序等。腾讯将继续利用其核心能力, 及多年运营消费者业务的成功经验和解决方案, 持续扩大 NBA 球迷群体, 为 NBA 全球球迷提供更多个性化体验和服务。

“腾讯对于 NBA 在中国的发展有着不可替代的价值,” NBA 主席亚当-萧华 (Adam Silver) 表示, “腾讯有着广泛的用户群体和广受欢迎的多种平台, 这对篮球的发展至关重要。我期待着通过我们本次扩展的合作, 进一步加深 NBA 与中国球迷的紧密联系。”

“我们相信, 此次 NBA 与腾讯深化合作, 会将双方多年来携手取得的巨大成功推向一个崭新的高度,” 腾讯总裁刘炽平 (Martin Lau) 表示, “我们将发挥多平台、多内容业态联动和新技术优势, 以更优质的体育内容和持续的体验创新, 更好地服务中国球迷, 与大家共享篮球运动的激情, 并将积极向上的生活方式带给更多的用户。”

关于 NBA

NBA 是一个国际体育和媒体集团，由四个职业体育联赛组成：NBA、WNBA、NBA G 联赛和 NBA 2K 联赛。NBA 赛事通过 50 种语言在 215 个国家和地区播出，NBA 的授权产品在六大洲超过 100 个国家和地区的超过 10 万个零售店有售。2018-19 赛季，NBA 共有 108 名来自于 42 个国家和地区的国际球员。NBA 是在社交媒体上最具影响力的职业体育联盟，联盟、球队以及球员在社交媒体平台拥有超过 16 亿粉丝和点赞。联盟也通过 NBA 关怀行动与众多国际组织合作，积极关注和参与青少年发展、教育以及健康相关的社会问题。

关于腾讯

腾讯以技术丰富互联网用户的生活。

通过通信及社交平台微信和 QQ 促进用户相连，并助其连接数字内容，网上及线下服务。通过定向广告平台，助力广告主触达数以亿计的中国消费者。通过金融科技与企业服务等，助力合作伙伴业务增长，实现数字化升级。

腾讯大力投资人才队伍和推动科技创新，积极参与互联网行业协同发展。腾讯于 1998 年在中国深圳成立，公司在香港联合交易所的主板上市。

###