



Tencent 腾讯

NBA 與騰訊再度攜手五年，為中國球迷帶來更豐富的觀賽和互動體驗

- 作為「NBA 中國數字媒體獨家官方合作夥伴」，騰訊將繼續通過創新科技服務中國球迷-

- 騰訊是 NBA 在美國以外地區最大規模的合作夥伴-

北京，2019 年 7 月 29 日 – 美國職業籃球協會（NBA）與騰訊（香港聯交所股份代號：00700）今日共同宣布，雙方將再度攜手五年，騰訊將繼續作為「NBA 中國數字媒體獨家官方合作夥伴」至 2025 年，為中國球迷帶來包括 NBA 賽事直播、點播、短視頻在內的全方位觀賽和互動體驗。

NBA 與騰訊的合作夥伴關係始於 2009 年，雙方於 2015 年簽署了一項為期五年的合作夥伴協議，騰訊通過移動端和 PC 等數字媒體平台，每個賽季為球迷送上原汁原味的賽事直播及原創節目。此外，雙方也在 NBA 遊戲、社交媒體及線下活動方面開展了廣泛合作。剛結束的 2018-19 賽季中，4 億 9 千萬球迷通過騰訊平台觀看了 NBA 賽事直播和視頻節目，該數字是 2014-15 賽季的近 3 倍；更有超過 2100 萬球迷觀看了 2018-19 賽季 NBA 總決賽第六場比賽的直播，這也是中國數字媒體平台的單場 NBA 賽事收視人數之最。

在新的合作週期內，騰訊將繼續透過旗下騰訊網、騰訊體育、騰訊新聞、騰訊視頻、QQ、微信、微視等數字媒體和社交平台，為中國球迷帶來賽事直播、點播、短視頻等服務。另外，騰訊和 NBA 還將在諸多領域開展合作，如創新廣告產品和服務，以及 NBA 球迷圈小程序等。騰訊將繼續利用其核心能力，及多年經營消費者業務的成功經驗和解決方案，持續擴大 NBA 球迷群體，為 NBA 全球球迷提供更多個性化體驗和服務。

「騰訊對於 NBA 在中國的發展有不可替代的價值，」 NBA 主席亞當-蕭華（Adam Silver）表示，「騰訊擁有廣泛的用戶群體和廣受歡迎的多種平台，這對籃球的發展至關重要。我期待通過我們本次合作拓展，進一步加深 NBA 與中國球迷的緊密聯繫。」

「我們相信，此次 NBA 與騰訊深化合作，會將雙方多年來攜手取得的巨大成功推向一個嶄新的高度，」騰訊總裁劉熾平（Martin Lau）表示，「我們將發揮多平台、多內容業態聯動和新技術優勢，以更優質的體育內容和持續的體驗創新，更好地服務中國球迷，與大家共享籃球運動的激情，並將積極向上的生活方式帶給更多的用戶。」

關於 NBA

NBA 是一個國際體育和媒體集團，由四個職業體育聯賽組成：NBA、WNBA、NBA G 聯賽和 NBA 2K 聯賽。NBA 賽事通過 50 種語言在 215 個國家和地區播出，NBA 的授權產品在六大洲超過 100 個國家和地區的超過 10 萬個零售店有售。2018-19 賽季，NBA 共有 108 名來自於 42 個國家和地區的國際球員。NBA 是在社交媒體上最具影響力的職業體育聯盟，聯盟、球隊以及球員在社交媒體平台擁有超過 16 億粉絲和點贊。聯盟也通過 NBA 關懷行動與眾多國際組織合作，積極關注和參與青少年發展、教育以及健康相關的社會問題。

關於騰訊

騰訊以技術豐富互聯網用戶的生活。

通过通信及社交平台微信和 QQ 促进用戶互相連繫，并助其連接數字內容，网上及线下服務。通过定向广告平台，助力廣告主觸達數以億計的中國消費者。通过基礎設施、金融科技與企業服務，促進合作夥伴业务增長，助力實現數字化升級。

騰訊大力投資於人才及推動科技創新，積極參與互聯網行業共同發展。騰訊於 1998 年在中國深圳成立，騰訊的股份(00700.HK)於 2004 年在香港聯合交易所主板上市。

###