



深度

评论

成为科比：一个商业体育偶像的生与死

全球化时代的商业体育受众期待在偶像身上感知到更多与“热血”和“拼搏”相连的纯粹特质，而经营者热衷的却是兜售更有噱头的产品。作为大众偶像的科比·布莱恩特，因此成为极其矛盾的存在。

刘怡 | 2020-02-25



当地时间2020年2月24日，美国洛杉矶，NBA巨星科比布莱恩特与女儿吉安娜追思会于洛杉矶湖人主场举行。
图：IC photo

【编者按】美国时间2月24日，因直升机事故逝世的美国篮球巨星科比·布莱恩特（Kobe Bryant）的追思会，在洛杉矶湖人队的主场斯台普斯中心举行，迈克尔·乔丹（Michael Jordan）登场并含泪致辞。本文回顾了NBA与科比这一代篮球运动员，是如何继乔丹的神话后，在互相塑造中将美国篮球联赛孕育为商业与梦想交织、汗水与金钱杂糅的全球性观赏盛宴。而科比，作为其中的灵魂人物，他一生的西西弗斯式挣扎——也将被覆盖上一层又一层的浪漫色彩，最终化身为某种长久的文化符号。

“1981年，3岁的科比·布莱恩特（Kobe Bryant）跑进自己的房间，抓起他的快船队球衣，把自己的脑袋套了进去。随后他穿上一条小短裤，抱起一只迷你小篮球，急急忙忙地冲进客厅去看快船队的比赛直播。当乔·布莱恩特（Joe Bryant）步入球场时，科比开始模仿父亲的每一个动作。当乔跳投时，科比就朝他的塑料小篮筐里投一次球。当乔骗过对手、摆脱防守时，科比也做出假动作，用滑步来对付想像中的防守者。乔坐下，拿起一条毛巾，科比也一一照做。最后，他还会按照父亲比赛结束后的习惯去冲个澡。虽然当时还只是个连走路都有些晃晃悠悠的孩子，科比却已经确立了自己人生的目标：做一个像他父亲那样的人。”

这是我曾经读过的关于体育人物的特写稿中最精彩的一个开头，它来自克里斯·巴拉德（Chris Ballard）的名篇“伟大从何而来”，刊登在2012年5月14日出版的美国《体育画报》（Sports Illustrated）上。彼时的科比·布莱恩特已经步入职业生涯的最后几年，在湖人队的年薪达到2784万美元，同时亦是运动装备品牌耐克（Nike）旗下商业价值最高的三位篮球巨星（乔丹、科比、勒布朗·詹姆斯）之一。巴拉德的长文试图挖掘这位体育偶像身上属于普通人的那一面，包括科比与父母之间漫长的情感纠葛、他对外界不信任心理的由来，以及为他那近乎偏执的自律生活方式寻找解释。文章的最终结论是司汤达（Stendhal）式的，也是大部分科比的崇拜者会愿意相信的：“科比·布莱恩特可能永远都不会快乐，但这也许就是他如此伟大的原因。”

但如果我告诉你，巴拉德从来都不是一个客观的记录者，而是科比本人某种意义上的“同谋”呢？

在科比曾经的队友“鲨鱼”奥尼尔（Shaq O'Neal）以及教练菲尔·杰克逊（Phil Jackson）的自传中，都记载了这样一段往事：当科比和奥尼尔组成的“OK组合”在2000年帮助湖人队拿

下第一个总冠军之后，冉冉升起的新星科比开始试图在队内获得更大话语权。他的做法不仅是继续经营与球队所有者巴斯家族之间的私交，还包括在媒体中扶植自己的发声人。

刚刚加入《体育画报》的年轻记者克里斯·巴拉德适时地充当了这个角色：湖人队的所有内部人员都清楚，科比很少会当面向奥尼尔和杰克逊宣泄他的不满；他总是通过巴拉德在舆论场里发声，让崇拜他的球迷用场边口号和标语向球队管理层施加压力。这种技巧对奥尼尔在2004年夏天最终被球队扫地出门起到了不容低估的作用。而巴拉德也因此被获准进入科比的“内层”圈子，与后者的家人、好友、商业伙伴做进一步接触，从而为他写出类似“伟大从何而来”这样的深度特写稿创造了条件。

当地时间2020年1月26日上午，41岁的科比·布莱恩特乘坐的直升机因为大雾坠落于加州卡拉巴萨斯市附近的山中，从而为这位21世纪前十年最成功的篮球巨星短暂的一生添上了最后的传奇色彩。意味深长的是，就在当天，耐克旗下的在线运动装备售卖网站Nike.com宣布所有科比代言鞋款皆已售罄；而在中国球鞋售卖app“得物”上，科比代言的签名鞋一度被炒卖至发售价的3倍以上，直观反映出了这位商业体育偶像的“带货”能力。

可以肯定的是，真实的科比·布莱恩特远比崇拜者眼中那位孤高卓绝的球星来得复杂：他早早便已习得利用巴拉德这样的记者影响大众舆论的技巧，也在NBA走向全球化的过程中，顺势实现了个人商业价值的最大化。某种意义上，那个活跃于聚光灯前的科比已经成为一种产品，一种试图将球迷的原初期待与竞技体育的商品化趋势黏合到一起的产品。他的生与死、荣与辱，都无法脱离这两者间的张力和缠搏。



当地时间2020年2月24日，美国洛杉矶，NBA巨星科比布莱恩特与女儿吉安娜追思会于洛杉矶湖人主场举行，迈克尔乔丹致辞追忆科比。图：IC photo

“恰到好处”的叛逆

“谁会是迈克尔·乔丹（Michael Jordan）的接班人？”

1996年夏天，当包含科比、阿伦·艾弗森（Allen Iverson）以及史蒂夫·纳什（Steve Nash）在内的“96一代”准备好进入NBA联盟时，全世界正在关心的却是另一个问题的答案。从棒球场上归来的乔丹刚刚完成了空前绝后的72胜赛季，重登联盟之巅；但他毕竟已是33岁的老将，职业生涯正在走向尾声。联盟执掌者斯特恩（David Stern）需要的不仅是在竞技成绩上追赶乔丹的青年才俊，还需要一个人来承接“飞人”退场后留出的商业价值真空——Air Jordan球鞋的成功已经成为不折不扣的商业奇迹，所有运动品牌都渴望复制它。

但“乔丹接班人”很难是“飞人”本人不折不扣的复制品。包括菲尔·杰克逊以及前ESPN知名体育记者比尔·西蒙斯（Bill Simmons）在内的资深观察家曾经不止一次强调：第一次复出之后的乔丹在精神属性、尤其是领导能力方面已经达到臻于化境的高度，这一点根本无法为初出茅庐的年轻人所模仿。反过来，在地垄沟（Cornrows）发型、Oversized服饰以及2Pac和The Notorious B.I.G.的说唱音乐熏陶下成长起来的年轻球员们也无意让自己变得“主流”：张扬跋扈、蔑视规则才是他们呈现给外界的最初面相。麻烦人物艾弗森在这方面最为突出——从中学时代的入狱到进入联盟后制造的一系列话题，他俨然已经成为“叛逆”一词的化身。

这显然不符合斯特恩为整个NBA设定的发展目标。1984年出任联盟总裁之后，他花费了将近8年时间才使这项被毒品、性丑闻和场上暴力阴影笼罩的运动重新回到主流观众的视线中，并使NBA的商业价值从谷底开始反弹。1984年，整个联盟的单赛季总收入不过是1.64亿美元；到1992年，全国广播公司（NBC）为每个赛季的电视转播支付的费用就已经达到1.88亿美元，并且此后每签一份新合同都能获得50%以上的递增。而在1995~96赛季，每支NBA球队的工资帽（约占当赛季各队篮球业务收入的将近一半）第一次突破了2000万美元大关。对NBA未来商业价值的期待使得斯特恩不能容忍它变成一项底层黑人街头运动：联盟期盼的下一代巨星，在价值观和生活方式上应当更接近那些付得起现场票价的白人

产阶级观众，而不是混迹于贫民社区、嘴里随时会冒出带有暴力和性暗示嘻哈歌词的街头混混。简言之，他可以叛逆，但必须恰到好处。

按照这项标准，科比显然比艾弗森更符合联盟对于“乔丹接班人”的暗藏标准。他的雄心勃勃和妄自尊大与艾弗森别无二致，但成长于中产阶级家庭的背景又使他更早明了顺应和利用规则的重要性。科比以西海岸大球市（洛杉矶）老牌强队（湖人队）新星的身份崭露头角，在2000~2003年三连冠的征程中跻身联盟一线球星之列，随后逼迫球队甩掉奥尼尔、将斯台普斯球场变为他一人的舞台。2005~2007年，科比将他无与伦比的个人攻击力释放到了极致，以“81分奇迹”宣示了自己作为仅次于乔丹的联盟历史上第二号得分后卫的地位。接着在2008~2010年，通过施压球队管理层引援补强，他带领湖人队连续三年重返总决赛，拿下两座冠军奖杯，不仅在夺冠次数和个人荣誉方面最终压倒了奥尼尔，也正式被认可为乔丹的唯一继承者。

高度商业化之后的竞技体育有着一套内在矛盾的运行法则：它需要这项运动的受众为一切噱头付费，但付费的动机又是使受众相信在赛场上有着最纯粹的热血、拼搏和勇气。科比的性格特质和职业生涯轨迹，恰好与这套法则密切相联；甚至连其中的弱点和缺憾，也能对应上法则的内部张力。他从来都没能成为像乔丹那样的完美领袖，甚至如同西蒙斯所言，是“唯一一个了解篮球的真谛却对它不屑一顾的伟大球员”。很少有几位历史级球星在职业生涯进行到后半程时还会被教练担心出现情绪问题；而按照杰克逊的说法，直到2008年，在已经拥有3枚总冠军戒指、并且进入联盟将近12年之后，科比还是会在场上乱发脾气。他会因为求胜心不足和态度散漫与“死神”帕克这样的不知名球员打上十几年嘴仗，全然不认为这会有损自己的体面。

不过这种缺点，终究是可以被原谅的：它和任何普通人都会犯下的错误毫无二致。事实上，在通过巴拉德塑造的那个关于“伟大”的媒体形象中，科比唯一愿意暴露的缺点也是常人式的：他承认自己对外界做出的评价过于敏感，承认自己有时会斤斤计较。但科比在克服这种缺陷时采取的对策，又刚好合乎人们对于英雄和偶像的期待——牺牲一切业余爱好，只剩下几乎会在任何时刻见缝插针般进行的训练，为的是随时能在上场比赛时输出最强战力。“凌晨四点的洛杉矶”由一个段子变成了科比本人的化身，并最终传播到全世界。

就连科比和他的竞争者之间的微妙关系，也在相当程度上塑造了他在联盟内部的口碑。与乔丹同时代的巨星们曾被《SLAM》杂志称为“被偷走的一代”（The Stolen Generation）：由于乔丹神话的存在，从尤因、巴克利到马龙、米勒在内的一整代球星终身都与总冠军绝缘。科比则不然。即使是在他作为湖人队头号球星连夺两冠的2009~2010年，关于“谁是联盟第一人”的争论依然热烈至极。他和邓肯、詹姆斯等同一时代或者更年轻一代的巨星在绝对实力以及个人荣誉方面的差距，从来都没有大到令人绝望的地步。这使得年轻一辈球员和科比之间的关系，无须像上一代人面对乔丹那样保持仰视。由此我们也可以理解，在失去科比之后，包括詹姆斯、奥尼尔在内的一众球星表现出的震惊和哀伤：逝去的是一个有缺点的英雄，一位他们的同类。



当地时间2020年2月24日，美国洛杉矶，NBA巨星科比布莱恩特与女儿吉安娜追思会于洛杉矶湖人主场举行。
图：IC photo

时势造英雄

无需否认，长达20年的NBA生涯成就了科比在竞技荣誉、薪资收入以及商业进账方面的三重得利；而这首先应当归功于大卫·斯特恩对整个联盟的经营。1984~2014年，斯特恩治下的NBA在经营收入方面累计递增了32.54倍，其中最主要的是转播收入的增长。2002年，当ABC、ESPN和AOL三家联手从NBC手中竞争到联盟全部比赛的电视转播权时，报价达到了4年26.4亿美元。而2014年最近一次续约时，全媒体平台的转播总价已经变成了9年240亿美元。更多的转播收入意味着各支球队的入账也将水涨船高，他们可以为顶级球星开出更诱人的合同，并借助明星效应和战绩提升来获取曝光率。首要受益者便是科比这样的头部巨星。

在高收入的推动下，从1996赛季到2006赛季，NBA各支球队的“工资帽”由2300万美元一路上升到了4950万美元；而从2006赛季到2016赛季，新一个10年周期内的“工资帽”又进一步递增至7000万美元。在这20年中，科比除去第一份新秀合同（三年350万美元）外，始终能留在“千万年薪俱乐部”的名单里。早在“OK组合”时代，他那份6年7090万美元的大合同就已经与费城76人队的头号球星艾弗森价码相当。而从2004年起，科比连续签下三份带有交易否决权的顶薪合同（分别为七年1.36亿美元、三年8350万美元和两年4850万美元），整个职业生涯的总薪资超过3.4亿美元，位居同时代球星之冠。顶级球员优异场上表现—高曝光率—高薪水的相互加成效应，同时也促进了湖人队经营收入和市值的持续上升——2009~2010年后两冠时代，湖人队的主场票价一直是全联盟球队中最高的，大部分球迷显然是为见证科比的表现而来。

除去来自本土的转播、门票和商业开发收入外，斯特恩的全球视野无疑值得被反复提起，尤其是他对中国市场有针对性的开发。1990年，这位资深律师宁可在CCTV总部大堂枯坐数小时之久，也要免费向中方赠送每周NBA赛事集锦录像的播放权。而在1999年王治郅赴美后，NBA在央视已经有了固定的转播场次。姚明在2002年成为联盟第一位外籍选秀状元，更是彻底打开了中国市场的大门；仅他个人带来的国际转播场次收入和广告赞助，每年就能为NBA净增近1亿美元的收入。到了2020年的今天，来自中国大陆市场的进账已经占到联盟每年净利润的10%以上，这意味着几乎没有哪位NBA球星可以忽视中国市场带来的商机。

毫无疑问，科比具有洞察这类机会的敏锐嗅觉。克里斯·巴拉德曾经在某篇文章里暗示，大多数体育明星会在自己的巅峰时代找枪手代笔一本自传，但科比不会，因为他很清楚：把秘密留到最后可以获得更高的出价。可以肯定的是，科比从2003年夏天那场令自己名誉扫地的鹰郡性侵丑闻中吸取了足够重要的教训——由于性侵案引发的法律诉讼，阿迪达斯（Adidas）没有与他续签球鞋赞助合同，麦当劳和费列罗终止了他的代言人资格，与耐克达成的新赞助合同也被推迟了相当长时间才开始生效。或许是为了和此前的一系列历史作出切割，2004年夏天之后，科比为自己选定了一个怪异的新绰号“黑曼巴”（Black Mamba）。这是一种攻击力和毒性都极为惊人的非洲大蛇，也是科比希望为自己营造的外部形象：场上的杀手，场外酷感十足的偶像。

时来天地皆同力。“96一代”进军NBA之际，恰好也是国际运动装备巨头在亚洲市场发力的开端。早在1998年，作为阿迪达斯旗下新生代签约球星代表的科比就曾抵达中国举办篮球训练营。彼时，联盟一线巨星与购买力不足的中国大陆消费者之间尚远隔千山万水（迈克尔·乔丹第一次访华是在他二度退役之后的2004年），只有初出茅庐的新人会把这里当成适应明星角色的起点。但随着科比的竞技表现和中国观众对NBA的欢迎程度同步攀上高峰，历史上第一次，中国球迷拥有了一位“亲眼看着他成长”的美国篮球偶像。

科比的新装备赞助商耐克显然注意到了这当中蕴藏的商机：2005年，科比第一次杀入现役NBA球员在华球衣销售榜的前四位；从那时起，他前往中国大陆参加商业活动和比赛的频率出现了显著上升，平均每两年就有一次，这无疑有效带动了球衣和签名球鞋的销量。2007～2015年，科比在华的球衣销量五度位列现役球员榜首，还有两次排名第二，与“小皇帝”勒布朗·詹姆斯（LeBron James）不相上下。而中国球迷的“恋旧”情结，尤其值得一提（这种情形也曾经被艾弗森观察到过）：在他正式退役三年后的2019年，科比系列签名球鞋依然创造了全年1900万美元的不俗销售成绩，而主要的购买者便是来自中国市场。这意味着尽管科比在篮球装备方面的商业表现未能达到乔丹的水平，但至少可以稳居历史第三位，这对一位中途更换了赞助商的球员已属不易。

2008年夏天在北京举行的奥运会尤其值得一提。彼时正值科比的NBA生涯迎来第二个高峰；而他作为美国男篮“梦之队”的主将，不仅在小组赛中与中国男篮有过正面交手，在对阵西班牙队的决赛中更是尽显杀手本色，完全统治了第四节的最后3分半钟，也令整个中国的观众为之倾倒。从那时起，科比之于中国球迷的特殊重要性便再无旁人可以挑战。他本

人对此亦做出了直接回应：2009年，科比与中国宋庆龄基金会合作成立的“科比中国基金”向一年前遭受地震的四川省捐资500万元人民币，用以建设篮球运动设施。在2015年《外交政策》杂志评选的“影响中美关系50人”名单中，科比是唯一入选的体育界人士，影响力可见一斑。



当地时间2020年1月29日，菲律宾马尼拉，马尼拉贫民窟现巨幅壁画，缅怀传奇球星科比及其女儿。图：IC photo

忠诚的价格

十年一周期。以科比·布莱恩特作为灵魂人物的21世纪前十年，前承属于乔丹的上世纪90年代，下启詹姆斯大出风头的2010年代，也在不经意间见证了NBA巨星价值观的嬗变。从“魔术师”约翰逊、“大鸟”伯德直至“飞人”乔丹，联盟顶级巨星在职业生涯的巅峰期几乎没有变更母队的传统。“犹他二老”之中的卡尔·马龙（Karl Malone），以40岁高龄转投湖人队、欲求一枚总冠军戒指而不可得，至今仍被视为“晚年失节”的反面案例。

科比差一点就背离了这项传统——2007年夏天，针对湖人队补强不利的状况，他曾公开在媒体上表态希望自己被交易走。不过随着次年春天加索尔（Pau Gasol）的到来，这一意向最终被打消，科比也以“一人一城”的姿态在洛杉矶度过了整个职业生涯。继他之后，新一代年轻球星在规划职业道路时已经全然不受“忠诚”观念的桎梏，而乐于光明正大地追求有助于实现利益最大化的方案。无论是詹姆斯的两次“决定”，还是杜兰特在2016年夏天的“最艰难的路”，都足够精明和冷酷，从而彻底撕去了温情脉脉的面纱。

商业体育的内在悖反性，再一次在这里凸显了出来。看客们当然清楚，凯文·加内特（Kevin Garnett）在2010年忠告詹姆斯的那句“忠诚有时会伤害你”是全然正确的——身处先天“双小”（小城市、小球市）不利位置的骑士队要想招徕到足够冲击总冠军的强援，希望当然远远不及湖人或者尼克斯这样的老牌“双大”（大城市、大球市）球队。坚守母队固然合乎传统价值观，对球员有限的职业生涯却是事实上的消耗。然而球迷再度将“忠诚”这项道德律令强行灌注到竞技体育中，企图以之约束本身已经高度商品化的偶像。于是矛盾进一步激化：詹姆斯在2010年夏天的第一次换队“决定”（The Decision 1.0），反过来伤害了他在球迷心目中的形象。科比“一人一城”的履历则被当作正面案例反复提起，并在他身故之后再度成为媒体褒扬的对象。

不过，忠诚也是有价格的。回看过去20多年的NBA历史，科比的坚守在相当程度上建立在两项基础条件之上：到2016年夏天为止，工资帽的增长速度决定了大部分球队即使愿意缴纳适度的奢侈税，也只能同时拥有两名顶薪球员。在此前提下，“双大”球队的头号球星最容易实现薪资收入的最大化：只要留在母队，他们在续签新合同时的起薪和工资涨幅就会是最接近上限的标准。科比那3.4亿美元的总薪资正是这种模式的缩影。但恰恰是在他宣布

退役的2016年，工资帽一举由7000万美元上涨到9414万美元，等于凭空多出了签约一名顶级球员的薪资空间，这就促成了联盟中现有巨星的分布发生剧烈变动。杜兰特的换队便是因此发生。

反过来，经历了本世纪前十年的全球化征程，今天的NBA顶级球星在收入结构上也发生了相当显著的变化。当球鞋赞助合同、肖像权乃至个人商业经营等进账主要来自全美甚至全球市场时，一位场上表现优异的顶级球星完全可以接受稍低一些的工资，通过争夺MVP（最有价值球员）奖杯和夺冠带来的额外收益加成弥补区区几百万美元的薪资让步。在2010~2014年迈阿密热火队连续杀入总决赛的四年中，詹姆斯并不是全队工资最高的球员。史蒂芬·库里（Stephen Curry）在与勇士队续签合同时，也在薪资问题上做出了牺牲。特权明星和他们的经纪人已经发现，相比一份4~5年长度的顶薪合同带来的收入增长，夺冠能获得的竞技和商业利益才是更全方位、也更可观的。

这一代年轻球星从进入联盟的第一天起就拥有每年上千万美元的球鞋赞助合同以及多样化的收入来源，也早早懂得了参与风险投资的必要性。一份“仅仅”增加了数百万美元进账的新合同对他们形不成刺激。但夺冠对场外收入和个人形象带来的改变却是决定性的，这一点对于致力于打造个人品牌的年轻球星们意义尤其重大。“一人一城”的吸引力，已经无法企及“我是赢家”这项新目标。

而这种代际价值观的差异，也是逝去的科比·布莱恩特与同样选择终老湖人队的詹姆斯最大的区别。在长达20年的职业篮球生涯中，科比只为湖人这一家具乐部出战，他的全部个人荣誉和数据也因此与湖人队的团队荣誉纪录牢牢捆绑到了一起。而詹姆斯在克利夫兰和迈阿密度过了大部分巅峰期，也在那两支球隊拿到3枚总冠军戒指，随后带着充分开发职业生涯“剩余价值”以及规划未来商业道路的期待落户洛杉矶。无论他最终是否能为湖人队带来新的冠军，人们最终记住的都只会是一个孤零零的个人。而那个由种种机缘巧合组成的关于“曼巴”的传奇——以国士之遇相待的巴斯家族，洛杉矶这座篮球名城以及湖人队的赢家传统，乃至科比本人短暂一生中的西西弗斯式挣扎——却将被覆盖上一层又一层浪漫色彩，最终化身为某种长久的文化符号。从这个意义上说，科比·布莱恩特无须完美；矛盾的不仅是他，也是这个世界。



邀請好友加入端會員
成功訂閱同享優惠

如果你喜歡
就分享給更多人吧



热门头条

1. 剃发、哺乳与卫生巾：“抗疫”中，被展演、挪用与牺牲的中国女性身体
2. 钻石公主号之疫：1337个房间，14个惊恐日夜
3. “中医抗疫传说”是如何打造的？
4. 缺席的领袖身体：关于“亲自”的笑话与灾难中的政治奇观
5. 社会学家周雪光谈肺炎危机（上）：中国官僚如何失去了主见和能动性？
6. 阎连科：经此疫劫，让我们成为有记性的人
7. 武汉病人
8. 武汉作为“朋克之城”：自由的头脑如何面对瘟疫、谎言与封城
9. 对话刘绍华：“防疫”中国内部，缺乏伦理的医疗技术与政治文化
10. 沙青青：疫症危机与安倍体制，战后最集权的首相如何陷入困境？

编辑推荐

1. “万家宴”落幕后，百步亭发烧了
2. 医疗旅游、国际合作与赤脚医生：泰国、越南和印度的防疫故事
3. 口罩与哨声、行动与恐慌：疫症下的欧洲华人
4. 成为科比：一个商业体育偶像的生与死
5. 从模范开局到全境失守：韩国防疫的不确定未来
6. 陈信仲：怎样的政治文化，令日本社会无法对政府形成压力？
7. 李文亮去世那夜，在口罩上写“言论自由”的年轻人后来经历了什么
8. 病毒笼罩世界工厂：谁在越南庆幸，谁在湖北困守愁城？

9. 奉俊昊的奥斯卡与韩国电影的疯狂秘密

10. 沙青青：疫症危机与安倍体制，战后最集权的首相如何陷入困境？

延伸阅读

抵制与反转：与NBA“割席”的一周，改变了谁的利益？

在中国有8亿观众、1亿7千万社媒粉丝的NBA，早与中国的体育产业和商业发展深度绑定。

张康静：科比·布莱恩特的汗水你见到吗？

“你知道凌晨四点的洛杉矶是什么模样的吗？（Have you seen Los Angeles at 4am？）”

科比告别战独取60分，以胜仗结束20年职业篮球生涯

身体不堪重负，科比宣布赛季后退役