

市场经济条件下开发体育市场的新视域

文/开卫华

高校体育是实施全民健身计划的重要场所，又是培育体育良性消费的潜在市场，高校体育产业作为一个新兴产业和朝阳产业，它是扩大内需，拉动经济增长的动力，有着广阔的市场发展前景。

1. 当前高校体育市场开发的现状透析

目前，我国高校体育产业规模小，体制僵化，体育产业经营项目少，场馆经营策略方式单一，市场面窄，市场占有率低，效益不高，体育产业投资渠道不畅，远远不能满足人们日益增长的体育需求，对高校体育产业的市场分析研究不够，高校的体育场馆与师资资源大部分时间处于闲置和浪费状态，缺乏市场经济条件下先进的产业化经营理念，经营决策的灵活性和应变性差，高校体育没有依靠市场规律来进行运作，现行的高校体育产业不能适应市场经济发展的要求，高校体育产业化道路步履维艰，困难重重。美国1998-1999年高校体育产业拨款平均600-800万美元，而我国对高校体育产业软体投入几乎为零。我国高校高水平运动队以及体育科技产业等方面的经济功能和优势利用和开发力度不足，高校与社会之间的沟通与协作特别是与企业、新闻媒体合作不够紧密，高校体育竞技市场的宣传力度与影响力严重不足，未能获得更多的赞助。教学、创收双赢的良性循环机制未能有效形成。高校体育产业的经营网络未能有效建立，上述瓶颈严重扼制着高校体育产业化的健康与稳步发展。

2. 高校体育产业化经营创新策略

2.1. 立足市场需求导向，以特色服务扩展社会消费。

随着市场经济的发展，人们生活水平的不断提高，全民健身、社区体育的不断普及与深入，花钱买健康的观念深入人心，群众体育消费的意识出现了空前的高涨。健身、娱乐和休闲趣味体育已成为人们新宠。社区居民迫切需要体育健身指导和健身场地器械，而我国目前社会体育指导员的数量以及健身场地器械还远远不能满足需要，据初步统计，在全国近千所高校有室内体育馆的占60%，而广东，上海，江苏等地达到90%以上，一校多馆和田径场拥有率过95%以上，游泳馆，羽毛球馆，乒乓球馆，网球馆场地的普及率都达到50%以上的学校诸多。另据相关调查表明：我国97%的体育场地设施属企业、学校所有，其中21%的学校人口占用了67.7%的体育场地设施，高校内人均占有体育场馆面积要远远高于社区，这就为高校体育产业化发展提供了无限商机。因此，吸引居民参加高校体育健身俱乐部是一种很好的方式，不仅可以解决健身场地的问题，还解决了健身技术指导的问题。在体育产业大国—美国，校内体育产业已成为学校支柱产业，学校25%的经费来自体育。我国高等院校经过长期的发展和积淀，拥有体育界高学历、高知识、高职称的知识技术密集型师资专业群体，掌握了科学锻炼的理论与方法，具有先进的体育场馆、设施仪器、较为完备的图书资料及档案，尤其是近年来，各地区新建高校园区，学校基础建设发展更加迅速，为体育产业奠定了物质基础。我国高校普遍分布在大中城市，且多数高校地处市区，具有良好的外部环境，大部分高校体育场馆、器械设备较为完善，许多高校特别是一些新校区，体育场馆的数量明显增加，质量也有明显的提高，有许多场馆还能够满足大型国际体育比赛的需要。在非教学时间有组织地、合理地对外开放高校的体育场馆，吸引社会人员到高校来进行体育消费，会对高校体育产业的发展起到极大的促进作用。为最大限度地提高资源的利用率，为自身的持续发展寻求经济来源，在合理安排好教学需要的前提下，根据社会体育需求和健身发展热点，敞开社会健身之门，开发和推广全民健身新项目，创办相应的体育产业，灵活开发新的适销对路的服务项目、特色体育产品和市场，遵循市场规律，制定科学合理的收费标准，扩大经营创收，实现综合效益的提高。高校体育产业的经营者，要建立市场意识、服务意识，与社会建立密切的联系，了解社会对体育消费的需求，以“全民健身计划”和“奥运争光计划”为依托，积极挖掘学校体育资源优势，有目的、有重点地开发体育时尚优势项目，积极推行如街舞、拉丁舞、踏板操、有氧搏击、瑜伽、滑板、羽毛球、台球、网球、溜冰、太极拳、保龄球、游泳、乒乓球俱乐部等俱乐部制，实行会员制，按体育市场运行规则进行有偿管理。建立各种形式的，设立运动减肥、体育康复、体育旅游、体育舞蹈、体育信息咨询中心，以满足不同群体的不同需求，开展多渠道、多形式、多层次的有偿服务，建立以高校为核心的与周边企事业单位、社区街道密切联系的体育健身、康复、诊断、娱乐、休闲为一体的综合服务网络。此外，大力开发体育教师队伍技术服务市场，为社区开展健身、娱乐活动的技术培训，社会团体开展各种竞赛、文体活动的技术信息咨询、策划、承办、裁判咨询等提供有偿服务，多渠道、多形式地发展体育产业，利用高校的人力科研优势，大力开发科技含量高的全民健身

器材、全民体质测量器材及运动竞赛器材等，积极开发特色化的体育休闲服装厂、创建体育健身产品超市，体育竞赛表演市场、体育中介市场、体育旅游休闲市场、体育信息媒体市场、体育专题刊物等经营性实体，以先进的场馆资源与优质的人力资源科研优势来吸引企业资金来共同开发体育设备与产品，健身食品，成立专门的舞龙表演公司或舞龙职业俱乐部，在给广大商家、企事业单位和政府部门带来表演和祝福的同时，能够获得可观的经济收入。与当地文体、教育部门合作，组织承办大型文体活动与人才招聘会，促进体育消费的发展，形成立体的、全方位的开拓体育服务市场的新局面，获得社会和经济的双重效益，提高高校体育的造血功能，从而实现高校体育产业的可持续发展。

2.2. 联建高水平运动队，实现校企互惠双赢。

高水平的竞技体育比赛是体育产业的一个核心组成部分，发展体育竞赛表演市场是高校体育产业的重中之重。体育赞助是高校体育市场运作中的基本要素之一，作为体育和经济之间的一个平等互助的结合点，它对于高校体育的发展和各运动的市场经营有巨大的资金保障作用，能起到促进体育和经济共同发展的双重作用，因而倍受青睐。如何发挥高校体育资源的优势，吸收社会资金，实现经济效益和社会效益的双赢，是加快高校体育产业发展的关键所在。举办一些高水平的竞技体育比赛，可吸引大批观众到现场观看比赛，获得一种旺盛的人气，不仅在门票的收入方面有较大的收益，最主要的是在寻求赞助、广告效应、电视转播等方面会有更大的发展空间，从而扩大比赛的规模，提高比赛的社会影响力，使高校体育赛事产生自身造血机能，走上一个良性发展的轨道。高校与企业合作联合办队，企业可以借助高校运动队来刺激企业体育活动的开展，丰富企业职工的体育文化生活，改善企业职工的身体素质，提高其健康水平，从而提高企业的生产效率和降低企业职工的医疗开支，还可以通过一些重大比赛，宣传本企业的品牌形象。用市场化的机制办竞技体育，高校与企业合作举办各种体育比赛，有效的企业的赞助，可减轻学校的经费负担，达到为赞助企业宣传形象和产品的目的，利用承办运动比赛的机遇，获取广告、捐赠、上级机关的投入资金等来建设现代化的运动设施，高校获得前所未有的经济效益和社会效益，实现校企双赢，从而为高校体育的发展提供资金保障。从美国大学生竞技体育经费来源看，一方面是学校财政支持，另一方面主要来自运动队给学校带来的巨大收益。美国高校运动员收入主要来源就是门票收入，规模较大的大学一般拥有二三个体育馆，可以容纳3—8万名观众，运动队每年的门票收入在2亿美元左右，收入相当可观。研究表明，如购买一个大型体育场馆的命名权20年，就意味着这家企业的品牌名称可以通过报刊、电视、互联网等媒体，跟潜在顾客接触超过10亿次，这种传播效果是传统的商业广告所无法比拟的。加快我国高校体育产业的发展，必须引入市场经济机制，我国许多名牌高校利用自己的社会影响力和独特的招生优势，能够招徕优秀运动员，多数高校都拥有自己的运动队，高校应主动寻找机会，获得运动比赛的主办权，营造体育市场氛围，采用融资和股份合作形式拓宽经费来源渠道，采取有偿资助、联办、共享等多种方式，广泛吸收社会资金。在其市场化的运作中，应该积极寻求企业合作或赞助，高水平运动队队员也可以代表企业参加一些企业之间的比赛，高校体育部门还可以帮助企事业，组织有特色和职工喜欢的运动项目、运动队的长期和短期训练（比如羽毛球、乒乓球、篮球、足球队等的训练）。高校体育部门应该和喜爱体育运动的企事业进行合作，成立高水平运动队伍，他们既可以代表高校参加各种比赛，又可以代表原来企事业参加比赛，他们的工资、训练费、服装费都有企事业承担。高校体育赛事策划人可以根据企事业对体育运动的要求，度身定做有企事业特色的运动项目和赛事，与社会建立协作机制，互动、互补和互助，实现资源共享、产业联动。随着全球网络化的高速发展，因特网已成为人们首选信息来源，高校体育部门应积极联合相关部门，组建体育比赛信息产业集团，发挥文本信息、电子信息、影视信息等多种媒体信息的优势，积极开拓体育比赛信息市场，以全新的信息推送方式提高宣传促销的影响力、覆盖面和科技含量，多形式、多角度、多层面地传递各类体育比赛的信息。大力拓展体育比赛的客源市场。充分利用影视、广播、广告、体育和娱乐报刊的媒体效应，加大高校特色和品牌体育比赛国内外宣传力度，赛事采用全新的市场运作机制，通过体育广告经纪公司或体育经纪人的中介作用，高校高水平运动队的影响力的提升，积极争取中国人寿、摩托罗拉、李宁服装、阿迪达斯、可口可乐、一汽大众、中国电信等国内外著名企业的赞助，联合企事业单位和社会力量共同经营和办好学校高水平运动队，以解决资金问题，加强与企业的合作，争取更大的主动权和经营权，有效的吸引电视转播权的竞争，获得球友会的捐款等，可以实现校企互惠双赢，获得最大限度的经济收益，开拓高校体育产业持续发展的新途径（作者单位：江苏省淮阴师范学院体育系）

相关链接

[浅析中国CBA球员加入美国NBA对我国体育经济的影响](#)

[2008奥运会举办对我国体育经纪人的影响](#)

[新时期我国体育产业发展现状与对策研究](#)

[浅议体育产业的资本运营](#)

[试论我国体育产业市场化融资](#)

[我国体育产业发展现状及对策研究](#)

市场经济条件下开发体育市场的新视域
奥运会收入与支出及其对主办国经济的影响
引导健康体育消费意识 促进体育产业发展

本网站为集团经济研究杂志社唯一网站，所刊登的集团经济研究各种新闻、信息和各种专题专栏资料，均为集团经济研究版权所有。

地址：北京市朝阳区关东店甲1号106室 邮编：100020 电话/传真：（010）65015547/ 65015546

制作单位：集团经济研究网络中心