

浅谈体育产业发展的思考和展望

文/张少卿 汤 客 赵 禹 陈志华

进入21世纪以来,中国在各方面取得了一些令世界瞩目的成就,特别是以体育产业崛起为代表的新兴产业的优异表现,使中国成为更多国家的合作首选。当然中国目前存在很多机遇,我们所讨论的体育产业是其中的一部分,借助奥运会的春风,已经有更多的人看好此产业存在无限商机和巨大的发展前景。

从体育产业中的个体来讲,其发展突出个新字,谁先想到个点子,进而继续周密的计划和运作,很可能就首先占领一个新市场,最先抢占一批体育消费者,从而占得先机,从体育产业的整体发展看,其发展必定会实现规范化、合理化、细腻化,成为中国经济的新亮点,而其今后的发展应着重注意以下几点。

1. 帮助运动员提高他们的素质

现代传媒已经达到可以随时直播比赛,报道运动员的训练及生活。运动员的每个细微动作都有可能被镜头捕捉下来,优秀运动员除了要具备出众的运动成绩外,还要准备好随时给媒体大众一个良好的个人形象。这就要求他们具备各方面的素质,而不仅仅是拿金牌拿冠军的能力。这就要求运动员要全面发展自己,不但能在成绩上有所突破,还要处理好各种事情和各方面关系。这样运动员才能吸引更多的商业合作机会。

2. 发挥体育经纪人的作用

体育经纪人代表运动员的切身利益,他们会对运动员量身定制长期规划,与公司或俱乐部洽谈业务、寻找商机,为运动员谋求更大利益,同时处理生活上琐碎的小事,这样,就可以使运动员安心,专心训练,同时,也使他们得到更多闲暇时间和自由,这是体育商业化、规范化的一个具体体现。目前,体育经纪人的作用还没有发挥完全,其功能还可以更加全面和强大。

3. 体育产品的包装

体育产品与其他商品有本质上的不同,体育产品的生产和销售是同一过程,像一场比赛,就是体育产品生产和出售的统一过程,此时,产品的包装的成功与否就显得十分重要。

如果转播中采用各种包装,特效和拍摄技术,就会给一些特别是无法前往现场观看的体育比赛的观众一种视觉革命,欣赏电视画面也会带给他们带来全新的视觉享受。例如,一个瞬间的扣篮动作,经过简单的慢镜回放,就可以完整的欣赏运动员瞬间的飞行轨迹。可以测量他的起跳点、腾空高度、滞空时间等一些数据或将动作分解。如果再加上多角度拍摄和灯光及音乐的配合,展现给我们的就是一个美妙绝伦,潇洒自如的超人动作。

而一个看似无意的高频率镜头所反映的内容却能导向观众,比如,著名的运动员乔丹跳起后在空中有个独特的伸舌头的动作,被特意抓拍下来,在比赛间隙中反复重放,最后几乎每个喜欢乔丹的NBA球迷都知道,那个被传为上帝的篮球超人在起跳的瞬间还有个这样的调皮动作,而乔丹退役之后的很多球员也会模仿他当年的这个动作。这是一个细微的捕捉,但如果微妙的把镜头对准另一个让观众聚焦的点上,也许是只是一句广告词或是一个特殊的标志,那么观众在欣赏体育比赛的同时除了被动接受,又能怎样呢?

4. 体育活动的运作经营理念

现在体育产业中最热的莫过于群众体育中的大众健身,可以说今后体育产业会重点打造群众体育,因为老百姓在逐渐满足的物质世界里,慢慢发现身体的重要性,所以,大众健身会渐渐成为体育产业中重要部分。但是,怎样把这烦琐的活动运作得让每个人都满意,那就是要更新观念,首先,举办大众健身活动的目的要搞清楚,究竟是为了一句全民健身的口号而搞,应付过去,还是为了广大群众的健康,同时挖掘活动能带来的最大效益。如果是后者,把人放在第一位,那么,首先将活动事前周密的部署,努力做到最好,让活动的参与者在活动中受到最好的服务,努力以人为本,这是成功获得收益的根本保障,然后以尽可能多的途径宣传推广合作的商业伙伴,把活动中展现的优良精神赋予到宣传的载体上,使合作伙伴通过体育活动或者赛事扩大影响或产生轰动效应,以增加合作伙伴的潜在消费者或提高社会的认可度。

5. 学习,借鉴和交流

择其善者而从之,其不善者而改之。上面这句话出自孔子的《论语》,意思是,看到别人身上的优点要学过来,同时看看他身上的缺点自己有没有,有就改过来。中国的体育产业很年轻,像CBA仅仅搞了10年,而足球职业化也不过短短的11个年头,而国外一些联盟,像美国篮球联盟、英国的足球联盟的联赛都是有几十年甚至上百年的历史。中国的体育产业不过20多年,虽然,时间尚

短，但是肯定有相通的地方，不妨把50-60年代的NBA和40-50年代的英超拿来研究一翻，看看他们当时如何经营的，可能现在面临的许多问题在他们运营初期也曾出现过，同时可以借鉴一下他们成功运作的经验，这样找出一条适合中国国情体育产业之路。使体育产业能更快速，更健康的发展。

总之，体育产业的快速发展，已经超越了很多人的预想，从各种大型赛事的成功举办，到寻常百姓将体育纳入生活的一部分，从远销世界的各种体育商品，到依然在民间活跃着的传统绝活儿，都是体育产业快速发展带来的膨胀效应。虽然，我们的赛事运作比不上一些历史悠久的传统国际赛事，但是，我们完全可以打造出自己的品牌，利用中国渊源的文化优势，吸引对手，例如，中华武术中的散打对抗，集聚观赏性，不但目前在国内很有市场，而且还不断吸引着国外的泰拳、跆拳道、空手道等高手前来挑战，着重打造中国传统的武术，使其成为中国体育走向世界的一个突破点，让更多的人从武术精髓中认识中国。痴迷中国武术，使中国的武道大会也能成为世界性的武林盛会。（作者单位：张少卿、汤 客/河北保定学院；赵 禹、陈志华/河北大学）

相关链接

电子信息产业的厂商定价策略行为研究
新时期关于我国体育产业化问题的思考
模仿创新在图书产业选题中的作用
基于循环经济的崇明产业发展研究
3G技术推动手机广告进入新时代
浅谈体育产业发展的思考和展望
创新文化资源 发展文化产业
提升我国纺织产业竞争力的对策
深圳印刷产业竞争力SWOT分析
环境材料对我国钨产业链发展的影响
由产业集群引发的学校知识集群研究
陕南中药材种植产业化与资本市场建设

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