

国内体育赛事电视转播权市场开发存在的问题与对策

文/吴建平 宋迎东

体育比赛电视转播权,主要是指举行体育比赛、体育表演时,允许他人进行电视转播,主办方由此获得报酬的权利。体育赛事的电视转播可以上溯到20世纪50年代,在工业和经济发达的英国,电视转播被第一次应用于足球。随着电视转播技术的发展和普及,电视转播也推广到其他体育赛事,在1984年奥运会以前的电视转播盈利有限,随着奥运会商业开发力度的加大,奥运会电视转播也带来了丰厚的利润。国内的体育赛事市场开发始于1994年,中央电视台以56万元购得国内甲A足球联赛的电视转播权,开创了国内电视转播体育比赛付费之先河。此后一发不可收。九运会的电视转播权有偿转让共收入1 000万元,其中中央台就出价450万元。但是,国内的体育赛事电视转播权的市场开发也不是一帆风顺的。有的时候非常好的比赛在国内的电视台中出资并不高,和国际上差几十倍,有时电视台甚至无利可图。

一、国内体育赛事电视转播权市场开发存在的问题

(一)电视台管理体制上的问题

首先,很多的电视实行的是“收支两条线”,广告收入和电台的体育部门关系不大,体育部门是固定经费。其次,有些电视台,其全年广告已被某家公司买断,那么他在处理购买转播权的问题时,会更加慎重。因为买再多的节目,广告费也是固定数。另外,国内电视台还带有一定“垄断”性,一个地区只有一家电视台,那么体育部门组织的赛事,就不存在电视台竞争购买的局面,这在很大的程度上影响了体育赛事电视转播权的市场开发。目前,国内的电视台不愿购买体育赛事的电视转播权,还有一个方面的原因就是许多地方电视台还购买了ESPN体育电视网的节目,该公司是世界上最著名的体育电视公司,每天24小时播出(新节目占三分之一以上),而且有普通话解说,完全能够满足各地电视台开办体育频道的需要。

(二)体育赛事运作方面的问题

国内的体育赛事由于缺乏一定市场开发或营销,使得社会的影响力不高,有些赛事的实际水平也不是很高,观赏性差,很难有电视台感兴趣。我国体育赛事还没有像NBA、意甲、英超、德甲、温网、F1等名牌产品,这就使体育电视文化产业的基调高不起来。现在电视台和体育机构之间就转播权“谁付谁钱”的问题上存在着认识上的差异,体育机构认为自己的比赛是产品,电视台必须花大钱购买。而电视台认为我国的体育产品不过关,不如买国外的值。于是买卖双方出现了错位;体育资源的拥有方成了顾客,站到了柜台外边,而收购方却反客为主,这在计划经济下并不奇怪,因为体育比赛是国家出钱办的,电视台也是国家出钱办的,谁也不必计较效益。而在市场经济条件下,在WTO规则面前,我们还很缺乏进入市场的勇气和运作经验。

二、国内体育赛事电视转播权市场开发的一般策略

(一)促进电视台和体育组织部门的协调合作

在国外,体育赛事的节目播出多控制在有线电视收费频道上,这使得拥有收视费和广告费这两项稳定收入的有线电视台,可以应付日益升高的转播费用。而在国内,对于严重依赖广告的电视台来说,无疑对赛事转播权市场的成熟心怀恐惧,肯定要力阻转播权交易价格体系的形成。相对而言,作为一种市场行为的转播权交易应当是建立在竞争购买的市场之上的,因此,认识与理解中国的体育赛事电视转播权市场必须要以全面的、发展的眼光,要有实事求是的态度。不是有赛事就有转播权,电视转播权是体育赛事价值的延伸,赛事的价值越高,赛事转播的价值也越高。要逐步加强电视台和体育组织部门的协调合作,只有把双方的利益放在一起,才能有共同的目标。体育部门可以和电视台采用广告分成的方法来合作

(二)加强体育赛事的组织管理,提高市场开发力度

体育赛事的组织者把赛事搞好。只有赛事精彩了,电视台才有可能出钱购买转播权,赛事主办者一定要先把自己的事办好。努力提高赛事的市场开发力度,要提前运作,电视台运作一项赛事,往往需要提前几个月进行广告招商、节目编排、宣传等工作。根据广告招商的一般规律,电视台至少要在签约后一个月,才能有广告进帐。

(三)加强行业规范

在我国经济体制由计划经济向市场经济转轨的过程中,体育比赛的电视转播权正在走向市场,竞争已经开始,但也确实存在着能否被推向市场,以何种形式推向市场,电视转播权的价值又如何

确定等问题。对此，如何予以规范显得异常迫切和必要。从国外比较成熟的作法来看，一项赛事的电视转播权一般通过招标拍卖来确定其买主和价值。在与国际和市场经济接轨的过程中，学习外国先进的作法与加强我们的有关法律法规建设是一条有效的规范化之路（作者单位：景德镇陶瓷学院体育系）

相关链接

国内体育赛事电视转播权市场开发存在的问题与对策
从经济发达地区看我国体育经济建设面临的任务
体育赞助及我国体育赞助发展对策研究
体育产业证券化融资的探究
论体育产业发展中的经济关系
体育产业市场开发的可行性研究
奥运经济对我国体育产业发展的影响
浅谈当代体育经济发展的基本条件及对策研究
体育文化范式的转换：武术市场融资结构的路径设置
中国体育产业思想转变的现状与经济效益发展问题的探讨

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