

探究我国体育竞赛表演业发展困境及优化路径

孙 武, 李小满, 徐春杰

天津师范大学, 天津

收稿日期: 2022年5月3日; 录用日期: 2022年6月3日; 发布日期: 2022年6月13日

摘 要

国务院办公厅发布了《关于加快发展体育竞赛表演产业的指导意见》(以下简称意见)中明确指出, 体育竞赛表演业对于满足人民群众多样化的需求, 提升全民对体育竞赛更深层次的认识, 提高人民群众对美好生活的向往有很大的作用。进入新时期以来, 体育竞赛表演业在国家一系列政策的支持下已经初具规模, 但是还存在政策支撑不足、赛事知名度较低、发展模式较为单一等问题, 特别是新冠肺炎疫情造成的不利影响, 体育竞赛表演业受到了很大的冲击。本文运用文献资料法、逻辑分析法等方法对体育竞赛表演业发展情况进行分析, 探究我国体育竞赛表演业发展现状, 结合时代背景和发展需要, 针对体育竞赛表演业面临的困境提出应对策略, 从而推动我国的体育竞赛表演业高质量发展。

关键词

体育竞赛表演业, 体育产业, 高质量发展

Exploring the Development Dilemma and Optimization Path of China's Sports Competition Performance Industry

Wu Sun, Xiaoman Li, Chunjie Xu

Tianjin Normal University, Tianjin

Received: May 3rd, 2022; accepted: Jun. 3rd, 2022; published: Jun. 13th, 2022

Abstract

The general office of the State Council issued the guiding opinions on accelerating the development of the sports competition performance industry (hereinafter referred to as the opinions), which clearly pointed out that the sports competition performance industry plays a great role in meeting the diversified needs of the people, enhancing the people's deeper understanding of sports

competition and improving the people's yearning for a better life. Since the beginning of the new era, the sports competition performance industry has begun to take shape with the support of a series of national policies, but there are still some problems, such as insufficient policy support, low popularity of sports events, relatively single development model, especially the adverse impact caused by the COVID-19 epidemic, which has a great impact on the sports competition performance industry. This paper uses the methods of literature and logical analysis to analyze the development of sports competition performance industry, explore the development status of China's sports competition performance industry, combined with the background and development needs of the times, put forward countermeasures for the difficulties faced by the sports competition performance industry, so as to promote the high-quality development of China's sports competition performance industry.

Keywords

Sports Competition Performance Industry, Sports Industry, High Quality Development

Copyright © 2022 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

《意见》中指出体育竞赛表演产业是体育产业的重要组成部分,表现为体育竞赛表演组织者为满足消费者运动竞技观赏需要,向市场提供各类运动竞技表演产品而开展的一系列经济活动[1]。“体育竞赛表演”是由体育产业发展而来,可分为两个方面:一方面是“体育竞赛”,体育竞赛是以夺取比赛优胜为目的,创造优异运动成绩的活动。另一方面就是“表演”,体育赛事具有超高技巧,因其不断地打破人类自身的极限,极大的吸引人们观看体育赛事。“十四五”时期我国进入新发展阶段,体育竞赛表演业随之进入了快速发展的行列,中国承办体育竞赛逐年增加,同时大众体育的兴起,全民健身活动的开展,人民群众对于竞赛表演、体育健身娱乐等方面的需求不断增长。我国体育产业规模不断地稳定增长,依据 wind 数据,2015 年~2019 年,中国体育产业规模从 1.71 万亿元增长到 2.95 万亿元,CAGR 为 14.58% [2],2020 年受到新冠肺炎疫情的影响,体育产业发展受到冲击,特别是体育竞赛表演业,导致很多赛事无法进行,延期举办甚至取消比赛,这对于体育产业经济增长造成了很大的影响。疫情短时间内限制体育竞演业的发展势头,市场规模受到了打击,所以了解其当前发展的现状,提出有效的体育发展策略是十分必要的。

2. 我国体育竞赛表演业发展情况分析

2.1. 政策可操作性不强,职能部门管理较为复杂

国务院办公厅虽对于体育竞演业出台一系列的政策文件,明确了发展目标,虽然能在宏观上引导体育竞赛表演业的发展方向,但是政策文件的细节性规定不强,还需要进一步去研究体育竞赛表演业的具体实施方案。另外,各省市相关部门对于竞演业政策支持力不足,根据区域经济来具体实施方案的省份少之又少。我国体育竞赛管理方式上主要以体育竞赛管理中心和体育单项协会两部分组成,体育竞赛管理中心隶属于国家体育总局,体育单项协会则是由自发进行的民间组织[3]。中心和协会似乎承担着不同的责任,运营模式实行管理和行政分离,由于项目的管理中心实施政府职能,协会的运作依赖行政组织,

自身无法履行管理功能,工作人员似乎有很多重合,政府相关部门更进一步加深了对协会的管理。同时体育场馆、体育博彩、体育信息等方面仍然由政府相关职能部门管理,依旧是以政府为主导的管理体制。体育相关企业在市场开发和运营管理方面还存在着具有很大的问题,具体表现为缺乏科学化的管理机制,不同企业间缺少有效的沟通,使得我国体育竞赛表演业市场化进程缓慢。

2.2. 赛事转播存在垄断, 缺乏市场活力

体育竞赛表演业最重要的是吸引观众亲临现场观赛,其魅力在于运动员顽强拼搏、不断挑战自身极限,给予观众视觉上美好的享受和精彩的体验。一方面,由于我国的特殊国情央视在政府部门的支持与保护下,我国赛事转播方面占据着无可争议的领先地位,从而垄断了我国大型体育赛事的转播,具有浓厚的行政力量的干扰[4]。国内重大赛事转播权例如奥运会、亚运会、以及国内举办的联赛一般都是由中央电视台进行独家转播,虽然新媒体公司如腾讯、搜狐、新浪等网络公司大力购买体育赛事的转播权,高昂的转播费使得互联网转播公司难以承担财务支出,没有形成合理的市场竞争性,限制其他体育媒体公司的发展。另一方面,疫情导致观众无法亲临现场,感受比赛的激烈对抗,不能切身感受体育竞赛的氛围,也无法带动与体育赛事相关的体育彩票、体育文旅以及相关产业链的消费。此外国内多项赛事延期举办甚至取消比赛,这对于体育竞赛表演业同样造成了很大的影响。2021年中超联赛受疫情的影响各俱乐部都出现了财务上的困难,各个俱乐部采取减少日常开支、球员降薪等多项举措,以此来保证其正常运营。疫情导致了赛事的堆积,不得不采取体育赛事推迟举行的处理方法,大量赛事集中开展,不仅会增加体育赛事举办方财政支出,而且对于赛事的运营管理和疫情防范等方面造成压力,从而不利于体育竞赛表演业的发展。

2.3. 国内赛事缺乏文化内涵, 精品赛事周期短

体育赛事与城市文化发展也存在着密不可分的联系,别具一格的赛事形成了城市特色体育文化,体育赛事促进城市体育文化的发展,更进一步增强了人们对体育赛事的认识以及参与健身活动的意识。英国作为现代足球的发源地,有着很强的足球文化底蕴,英超联赛也是最具商业价值的联赛。伦敦的常住人口不足880万人,但是在这里却拥有5~7支顶级联赛俱乐部,足球成为了伦敦的城市名片,这种足球文化也融入民族意识,足球赋予了英国人顽强拼搏、英勇无畏的精神。每年联赛吸引着众多球迷蜂拥而至,既能带动英国的经济增长,又向世界传播英国足球文化和魅力。相较于国外,我国的体育赛事文化起步晚,体育文化的产业链价值没有得到足够的重视,没有形成良好的赛事文化内涵,体育赛事相关产业之间的互通性不强。虽然我国每年都举办很多体育赛事活动,但是由于宣传力度不足,造成了大量赛事无人观看,赛事的周期也逐渐缩短甚至取消赛事的举办。

2.4. 发展模式较为单一, 市场渠道未能充分打开

随着互联网的快速发展,衍生出新一轮的科技革命,信息技术影响着政治、经济、文化等方面,产生出来新技术、新模式。因此,传统行业要不断地创新融合发展,这样才能够在市场经济中获得可持续发展。现如今美国的NBA商业发展模式已成为世界上各种职业联赛效仿的对象。NBA是世界上影响力最大的职业联赛之一,其商业价值也是与日俱增,通过赛事转播权、运动品牌商赞助、广告赞助和门票收入等方面实现多方面的盈利,同时也拉动了餐饮服务业、体育旅游业等产业的增长。NBA的球星效应,带动了全世界对于篮球这项运动的喜爱,实现了商业价值的再增值。我国体育竞赛表演业处于发展的初级阶段,虽然每年都会举办大量的体育赛事活动,但赛事的盈利主要依靠门票收入和广告赞助。人们对赛事的认知度不高,一些赛事常年举办,观赛的人数却没有逐年增加,有的赛事甚至年年亏损。国内赛

事运营能力不足、缺乏顶级赛事的加持、附加值较低。

3. 体育竞赛表演业创新发展策略

3.1. 加大政策扶持，激发市场潜力

政府要稳步落实对于体育竞赛表演业的政策支持，推动体育相关企业的快速发展，加强市场的主导作用，加大对中小型体育竞赛表演业公司的扶持力度。特别是在疫情下，很多企业面临着严峻挑战，大多数体育竞演企业得不到融资，政府要在市场中发挥调节的作用，采取降低企业税费、强化市场规范化等措施，吸引资金流入竞演市场，加强金融对体育竞演业的融资力度，增加企业活力。除了国家出台的政策支持外，各个地方部门结合当地实际状况，出台有利于当地体育竞演企业的政策。政府管理职能部门要结合当前国内形势制定出适合我国体育媒体公司和体育管理相关企业的发展政策，明确发展方向，为体育竞赛相关企业之间的沟通和交流搭建平台，发展较好的省份可以进行连带帮扶，对一些相对落后的体育竞演地区进行转型升级。在产业高度融合的大环境下，体育企业要根据自身情况结合市场动态，与国外优秀体育赛事机构进行合作交流，学习先进的管理理念，制定出相关的发展目标及管理机制。我国体育行业的专业人才无论是从质量还是数量上都难以满足现阶段我国体育竞赛表演业的发展需要，政府和高等院校应结合体育竞演业发展状况，培养一批掌握多学科交叉融合的复合型体育人才，包括赛事组织运营、体育媒体、体育广告等相关人员。

3.2. 科技创新融合发展，强化监督力度

科技创新是引领发展的不竭动力，采取行之有效的措施与科技元素进行产业融合，把体育竞赛表演业打造成为一个视听结合、交流互动的多元化体系。通过科技创新的渗透和资源整合，充分发挥体育竞赛和表演产业链的相互融合，提高体育赛事创新能力，引领竞演业向更加科技化的方向发展。面对突如其来的疫情，创新才能使企业在困境中求生，现如今随着人工智能、虚拟现实技术、云转播等科技手段的快速发展，这些科技手段已成为体育竞赛表演业数字化融合发展的强大动力。在 2022 年北京冬残奥会上“科技冬奥”成为重要理念，首次实现跨区域、跨场馆、跨赛事的数据汇聚、分析，是开创大型公共文化设施智慧化升级的重要探索[5]。在赛事转播首次采用 8k 视频技术进行实时转播，项目的特点在运动员竞技比赛过程都会被镜头完美捕捉，让大众足不出户就能直观清晰的感受运动员比赛的每一个精彩瞬间。同时 5G + VR 技术的使用让人们仿佛身临其境，即使不在现场，也能够带给观众以震撼的心灵体验。北京冬奥会的科技创新对于我国的体育竞演业的发展具有推动作用，同时“科技冬奥”的创新实践为体育竞演业积累了宝贵的经验。国家新闻出版广电总局 2015 年发布了《关于改进体育比赛广播电视报道和转播工作的通知》，目的就是让体育赛事机构投入到体育赛事转播权竞争。首要解决的问题就是各个电视台应加强沟通交流，建立合作机制，打造独特的体育赛事转播品牌。其次，我国职业联赛无论是在举办时间还是在赛程设置上要严格规章制度进行，提高比赛的关注度。最后体育管理部门在赛事转播权买卖过程中全程监督，健全我国体育赛事转播权的法律法规，进而促进体育竞赛表演业稳定发展。

3.3. 开发运动文化内涵，丰富赛事活动

体育赛事的成功举办对城市建设和发展有着很强的推动作用[6]，赛事对于提高城市知名度，以及增强城市竞争力具有显著影响。体育赛事的举办为城市注入了无形的财富和价值，体育文化就是其中之一，也是城市文化的重要组成部分。首先对体育物质文化进行开发，例如体育场馆、体育博物馆、体育公园的建设可以结合当地特色历史文化进行；其次体育事业也拉动当地的文化产业，例如赛事纪念品、旅游产品等；体育赛事的开闭幕式应当结合区域文化特色，向观众展示出富有文化底蕴的表演活动，充分

展示其城市的文化魅力。在赛事结束以后充分发挥其赛事遗产的作用,使人民群众参与到健身活动之中,树立终身体育的意识,也可以举办其他形式的活动,促进赛事文化的可持续发展。因此,要因地制宜地开展特色体育项目,打造民族传统体育赛事,例如蒙古族举办的那达慕大会,主要以摔跤、赛马、射箭为运动项目,还进行马术表演、马球、乘马技巧运动等精彩的表演活动,不仅凸显了民族区域文化特征,也起到了让人们更加深入的了解举办城市内在文化的作用。每年大量的游客慕名而来,既向人们传播当地的文化,又带动了当地特色旅游业的蓬勃发展,利用独特的体育赛事形成了区域的文化核心竞争力。

3.4. 优化观赛体验, 促进体育消费

根据大众的观赛需求,增加新兴的体育运动项目,例如在2020年举办的东京奥运会中,首次新增滑板、冲浪、竞技攀岩等大项,2024年巴黎奥运会又新增了霹雳舞项目,都是年轻人喜闻乐见的运动,给奥运会增添了流行元素,使更多的年轻人愿意参与到体育运动中。在原有体育运动项目不变的基础上,对赛事规则进行改变,美国职业篮球联赛通过多次赛制的变化,使比赛更具有对抗性、悬念性,目的就是为了让篮球回归到传统运动当中,给予观众更好的观赛体验。高科技在体育训练和比赛中的应用,使运动员技战术有了很大的变化,提高运动成绩的同时,加强了项目的艺术感、赛事的关注度,使得比赛更加的精彩。在2022年北京冬奥会无论是赛事报道、赛事转播、现场导览等场景中,人工智能、高清显示、虚拟现实等新技术助力观赛体验提升[7]。赛事的举办之前通过微博、抖音、微信公众号宣传赛事活动,根据大数据对观众有针对性的推荐体育赛事,实现赛事的个性化营销。无论你身处场外还是场内,都可以获得很好的观赛体验,赛事服务更加智能化,新媒体与体育赛事融合发展,有效的促进人们对于赛事的关注程度。虽然美国的疫情形势严峻,但是这并没有阻止美国人收看“超级碗”比赛,2022年的超级碗决赛门票平均转售价约为9600美元,广告费收入则可以达到5亿美金,超级碗能实现多方面盈利的原因就是把握每年人们的供求需要,调整营销模式,在超级碗中中场秀邀请知名的嘉宾进行精彩表演,吸引非球迷观众观看超级碗,插播的广告内容也都是与疫情中人们所需的商品为主,融合层次深,涉及领域广,整合并优化了营销渠道,大大增加疫情下人们对于体育赛事的关注度,这对于我国的体育竞演业发展具有十分重要的借鉴意义。

4. 结语

在健康中国、体育强国的背景下,体育竞赛表演业将是重要的发展方向,从而积极推动人民群众了解体育文化、更新体育观念、促进体育消费,以及对人们树立终身体育的意识具有重大的作用。在今后的一段时间,我国将以推动体育竞赛表演业高质量发展为出发点,体育竞演业与科技高度融合,提升赛事文化内涵、加强政策的支撑性和时效性,优化其发展路径,更好地满足人民群众对美好生活的向往,使体育竞赛表演业成为国民经济中重要的支撑性产业,对于建设体育强国的目标具有重大而深远的意义。

参考文献

- [1] 国务院办公厅. 国务院办公厅关于加快发展体育竞赛表演产业的指导意见[EB/OL]. <https://www.sport.gov.cn/whzx/n5590/c901248/content.html>, 2018-12-21.
- [2] 前瞻体育研究院. 2021年中国体育产业市场现状与发展前景分析 2025年体育产业规模将破5万亿[EB/OL]. https://www.sohu.com/a/495945456_473133, 2021-10-19.
- [3] 叶林, 樊玉瑶. 中国体育管理体制: 沿革、现状与未来[J]. 甘肃行政学院学报, 2018(2): 41-50+126-127.
- [4] 刘亚云, 罗亮, 马胜敏. 我国体育赛事转播权垄断问题及应对策略[J]. 体育学刊, 2021, 28(2): 54-59.
- [5] 宣讲家网. 北京冬奥会, 一场卓逸不群的科技创新实践[EB/OL].

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1728751545962587069&wfr=spider&for=pc>, 2022-03-31.

- [6] 宁怡夏, 吴明才. 我国大型体育赛事风险规避研究——以 2021 年白银市百公越野赛事件为例[J]. 体育科技文献通报, 2022, 30(1): 228-230.
- [7] 中国新闻网. 新技术完善观赛体验 “科技冬奥”让赛场内外同样精彩[EB/OL]. <http://t.yinet.cn/baijia/32021720.html>, 2022-01-08.