

关于我国散打商业化运营模式的探究

周永盛

(集美大学体育学院,福建 厦门 361021)

摘要:21世纪初,我国武术散打商业化有了良好开端,这为赛事运营奠定了基础,然而其整体商业规模还处于较低水平。研究对当前我国武术商业化发展所面临的形势以及武术商业化赛事运营的模式进行了分析,认为在商业搏击市场多元化、赛事运营模式国际化的新形势下,武术散打商业赛事运营模式逐渐由政府主导模式发展为市场主导模式。在此基础上,研究为构建散打商业赛事的运营新模式提出了行政主体职能由参与型向服务型转变、散打商业赛事要素多元化发展等建议。

关键词:散打;商业化;运营模式

中图分类号:G852.4

文献标识码:A

文章编号:1007-7413(2020)01-0067-03

Research on the Business Operation Model of Sanda in China

ZHOU Yong -sheng

(Sports College of Jimei University, Xiamen 361021, China)

Abstract: At the beginning of this century, Wushu Sanda in China began to commercialize and it also laid a foundation for the operation of the event. However, the business model is still at a low level. This study focuses on current development situation and the operation mode of Wushu commercial events. It is believed that under the new situation of diversified business market and international operation mode, the operation mode of Wushu Sanda events will gradually transform from the government-led mode to the market-oriented mode. On this basis, this study puts forward suggestions of the transformation of administrative subject function from participation type to service type and diversified development of events elements for the construction of new operation mode of Wushu Sanda business events.

Key words: Sanda; commercialization; operation mode

我国的武术散打项目已经开展了30多年,经历了多次的尝试和改革,取得了一些进展和突破,逐渐有了符合自身情况的发展模式,在技术训练和赛事组织方面也积累了一些理论和实践方面的经验^[1]。如今,我国的武术散打运动在赛事开展、规则制定、专业培养等方面都不断取得成绩,但是散打商业化赛事这方面一直难以取得应有的效果和价值^[2]。其原因之一是我国还没有建立起一个规范完善的、满足新时代要求的散打商业赛事的运营模式。因此,需要学者对该方面进行深入研究。

1 武术散打面临的新形势

1.1 商业搏击市场多元化

改革开放以来,中国的经济水平发展迅速,国际

化进程不断加快,国内的体育项目也得到了极大的发展,很多国外体育项目开始在国内受到欢迎,例如日本的空手道、韩国的跆拳道、美国的拳击术等等^[3]。国内的搏击市场被不断地挖掘,催生出很多较为专业的搏击类赛事,极大地丰富了我国体育文化生活。搏击市场项目的多元化必然会给武术散打项目带来挑战。起步较晚的散打项目想要在多元化的搏击市场中分得一杯羹,就更需要借力繁荣的搏击市场,不断向其他更为成熟的搏击项目吸取发展的经验,来探究适合自身的发展模式和商业运营途径。目前,我国搏击市场项目的多元化新形势对散打商业化发展是把双刃剑。

1.2 赛事运营模式国际化

如今,经济发展全球化趋势日益加强,各类成熟

的大型体育赛事在全球范围内进行开展,这也促进了各类体育项目运营模式的国际化。国际化赛事成熟的运营模式、包装宣传、赛制规则、营销策略、比赛理念等都为我国的体育赛事运营发展提供了参考价值^[4]。但是各个国家的国情不同,其他国家的成熟体系和成功经验并不能照搬,我们必须充分考虑到项目本身的特点和国内发展的规律,探究出符合自身特点的散打商业化运营模式。

2 武术散打商业赛事运营模式分析

2.1 政府主导型——计划体制模式

计划体制由计划经济时代的产物,是我国社会主义体制的产物,也是早期的体育赛事开展时所采取的一种模式。比较典型的例子就是南北散打争霸赛,整个赛事的组织、人力、财力、场地、营销等各个部分都没有社会力量的参与,全部都由国家体育总局以及各地方体育总局合力承担^[5]。

2.2 政府主导型——“借钱模式”

在 1999 年,我国举办了我国武术散打王争霸赛,这次赛事是我国散打体育商业化的一个标志性事件,因为这是第一场由政府主导,社会组织承办的散打赛事。赛事由我国体育总局武术运动管理中心主办,北京国武体育传播公司来承办,其中体育总局只是将承办权转让给社会专业公司,由该公司来解决赛事的资金问题,而在赛事的利润分成方面,体育总局还是占大比例的部分^[6]。这种出让承办权来解决资金问题和降低整体风险的赛事运营模式可以称作“借钱模式”。该模式的尝试是散打赛事发展的一次创举。

2.3 市场主导型——“借权模式”

赛事运营有政府主导的“借钱模式”,也有市场主导的“借权模式”。对于市场而言,资金往往不是最大的问题,“权”和“人”才是最为关键的问题。“权”指举办大型散打赛事的资格,这需要向我国体育管理部门申请;“人”指举办散打赛事所需要的大量散打运动员,我国目前的体育优秀运动员大多是在竞技体育学校,这些运动员参赛也需要得到国家体育相关部门的同意^[7]。所以,社会组织想主办大型的散打商业赛事,就必须要向政府借“权”,这种由社会主办、政府批准的模式便可称为“借权模式”。该模式的出现是散打商业化赛事发展的创造性革新。

2.4 市场主导型——“筑巢引凤模式”

大型体育赛事所耗费的资金数额巨大,所以即便

获取到政府体育部门的赛事举办批准,社会组织还是需要考虑资金问题。为了缓解资金问题,产生出一种单纯设置高奖金来吸引其他机构或个体的散打运动员参赛的模式,这样的模式可以被称为“筑巢引凤模式”。该模式的优点是极大地减轻了赛事运营的资金压力,弊端就是只有获得名次的运动员才有一定奖金,比赛甚至还会收参赛报名费。所以采用该模式的赛事对专业的散打运动员吸引力不足,参赛的主要是民间选手,不过这样的模式也比较“接地气”^[8]。

2.5 市场主导型——自给自足模式

“人”是散打商业化比赛运营的关键问题之一,武馆武校在运动员资源方面具有很大的优势。所以就衍生出一种基于自身所具备的运动员资源优势来开展一系列散打商业赛事的模式,即为“自给自足”模式^[9]。该模式和前文所介绍的商业赛事主办组织自己培养运动员的方式还是有所区别的,前者是为了培养高水平散打运动员而举办商业赛事,后者是为了举办散打商业赛事而进行散打运动员培养。两者的共同点在于都会通过举办赛事获取到一些利益来促进自身的发展。

3 构建散打商业赛事运营新模式探索

散打商业赛事是一种对散打进行包装、宣传、推广的市场化方式,可以突出散打项目的激烈性、趣味性和观赏性,给人更强的视觉冲击,提高各个方面的效益^[10]。为了更好更持久地达到这样的效果,就需要学者对散打商业赛事的运营模式进行研究,建立一种以制度为保障能够不断更新、与时俱进的运营模式。

3.1 行政主体职能由参与型向服务型转变

政府的相关体育部门在散打商业赛事的举办过程中具有关键的作用,行政主体可以凭借自身的指导对散打赛事所需要的各方面资源进行有效的调配。这样能提高经办人员的执行效率,对初期散打商业化的赛事发展阶段有很好的推动作用。但是为了使散打商业赛事能更好地市场化,实行自我更新进步完善,就需要提高赛事中市场力量的影响作用,逐渐建立以市场导向为主的运营模式。政府应当更多地充当监督者和服务者的角色,这需要从以下几个方面进行改革。

3.1.1 简政放权

简政放权是我国体育产业发展改革的重要指导思想之一。政府在体育赛事中应将自身的角色从指

导者转变为服务者,放宽政策、精简流程,给予社会体育组织更多自主举办赛事的权利,扩大我国散打运动商业赛事的发展空间,实现从“项目驱动市场”到“市场开发项目”的转变。

3.1.2 体制改革

从20世纪70年代开始,我国便推行“举国体制”,该体制使竞技体育发展取得了显著的效果。但如今我国的经济水平大增,市场化趋势不断加强,这种体制已经不能适应我国市场化经济下体育事业的发展。因此,要完善我国散打商业化赛事运营模式就需要与时俱进对体制进行改革,具体来说,就是要完善散打职业化培养模式、打破政府垄断、积极引进社会力量,鼓励社会力量开展各类散打职业联赛,以市场利益来吸引社会各方面资源为散打商业赛事助力。

3.1.3 法规建设

赛事的顺利开展离不开各方面法规制度的保障。各类法规制度可以明确责任主体、权利义务,减少责任不清、互相推诿等问题的出现;同时,也可以对各类产权进行明晰,减少体育资源的浪费,提高体育资源的配置效率。法制建设是为了散打商业赛事能够更好地在市场环境中健康发展,避免被不法分子破坏。

3.2 散打商业赛事要素多元化发展

3.2.1 以人为本——严格赛事参与主体,保障赛事健康持续发展

应对赛事的参与主体进行规范筛选,建立完善的商业赛事选手的准入机制、退出机制和问责机制;为散打俱乐部制定相应的制度,促进其发展;积极推行散打运动员经纪人制度,保障运动员的权益。

3.2.2 多元经营——拓宽商业赛事的资金渠道

资金对散打商业赛事的重要性不言而喻,所以应在门票收入的基础上多引入社会企业的投资,可以出售电视直播权和互联网直播权。总而言之,一是需要提高资金利用率,减少消耗;二是转变盈利模式,扩大盈利途径,积极增加赛事收益,具体方式有风险投资、股权融资等。

3.2.3 明确分工、博采众长——运作主体专业化发展

大型的散打商业赛事的运营过程中一般少不了主办方、承办方、协办方等组织,为了更好提高各方的积极性,就需要明确各方的职责。和赛事关系最为紧密的就是承办方,为了提高承办方的积极性,应建立一种可以将赛事运营和承办方利益紧密联系的运营方式:一是主办方可以引用招投标制度,通过竞争来选择最优的公司作为赛事承办方;二是可以将赛事的全部或预期之外的收益按照一定比例给予承办方。如此在确保承办方积极性的同时还能确保承办方的专业性。

参考文献

- [1]曾于久,陈星潭. 武术散打运动30年的回顾与展望[J]. 体育科学,2009(6):5-10.
- [2]海金柱. 散打比赛中运动员距离感的运用及训练分析[J]. 科学中国人,2017(21):145-145.
- [3]李守培,郭玉成. 中国武术与日本空手道、韩国跆拳道段位制标准化水平比较研究[J]. 体育科学,2015(8):86-91.
- [4]刘东宁. 基于整体营销理念的我国体育赛事营销探讨[C]//2010(第26届)中国国际体育用品博览会暨体育产业与体育用品业发展论坛,2010.
- [5]范燕美,范铜钢,孙传晨. 中国武术散打百强争霸赛赛事组织与运作研究[J]. 首都体育学院学报,2016(2):142-146.
- [6]刘亮. 从“武术散打王争霸赛”看体育产业的发展[J]. 市场观察,2001(10):25-27.
- [7]吴旭东,杨刚,殷鹏. 我国武术散打赛事商业化发展历程回顾及建议[J]. 山东体育学院学报,2018(2):47-50.
- [8]徐贵华. 举国体制与职业化融合我国武术散打赛事登顶世界的成因分析[J]. 武术研究,2016,1(9):29-32.
- [9]吴强. 中国职业散打,路在何方[J]. 拳击与格斗,2012(1):46-49.
- [10]桂源海. 武术散打职业化与商业化发展研究[J]. 时代金融,2010(8):172-174.

[责任编辑 江国平]