

# 专家:中小城市发展体育产业需跨三道“栏”

日前在陕西省渭南市举行的2019中国渭南体育产业高峰论坛上,数十位专家学者齐聚一堂,为渭南发展体育产业出谋划策、传经送宝。

在专家们看来,办赛门票销售策略问题、场馆“两改”问题以及体育赛事的兑现渠道单一问题,是摆在中小城市发展体育产业面前的三道“栏”。

## 办赛售票有“门道”

原上海体育学院副院长姚颂平在本世纪初曾将ATP大师赛成功引进上海,众多网球明星每年固定在沪上聚会,让申城拥有了一张靓丽的城市名片。不过在引进高水平体育赛事后究竟该如何设定门票价格?这里面可存在着玄机。姚颂平说:“门票定价要顶到天,落到地。顶到天,意思就是最高票价要符合目标对象的最大承受可能性。落到地,就是要定低票价,同时还要拉开不同等次票价的差距。”

一次,有位潜水体育表演的营销团队负责人找到姚颂平,询问其100、80、60元的门票定价是否合理,姚颂平建议他们将门票分成150、80、10元三档。“花150元买票的人,有水有茶,还有丰富的比赛资料和小礼品,80

元的只有水和部分比赛资料,10元的什么都没有还得站着看,这样让相应票价的人享受到相应的资源,才是合理的。”姚颂平说。

此外,姚颂平还坚决反对体育部门办赛时给其他相关部门大量发放赠票,“一个场地就能坐2万人,你发了5000张赠票出去,还怎么赢利?怎么保证合作企业办赛的积极性?”姚颂平说,中小城市办赛时最好不设赠券,体育部门在其他部门前来购票时做好服务工作就好。

## 场馆“两改”是方向

去年8月至11月,华南师范大学体育科学学院教授谭建湘曾带团队在全国11个省区市的27家公共体育场馆调研,他发现,目前绝大部分公共体育场馆建设时间已经超过15年,甚至部分位于城市中心区域的公共体育场馆使用年限接近40年。老场馆设施陈旧,既不能举行竞技体育赛事,也不能满足全民健身的基本需求。

去年,国家体育总局办公厅下发了《关于在全国开展公共体育场馆“改造功能、改革机制”试点工作的通知》,谭建湘说目前关于该通知的具体实施意见也已编辑完毕,“两改”已是我国200万个左右的公共体育场馆不得

不进行的一项重要工作。

谭建湘说,改造功能具体包含优化体育工艺设施、完善多元服务功能、提升智能化服务水平和打造城市体育综合体等措施。“美国体育场馆的智能化程度很高,通过APP你能在去的路上了解到停车场剩余的车位数,需要去卫生间时它会导航你去最近的空闲着的卫生间,需要用餐时它能帮助你找到场馆内或附近最适合你口味的餐馆。这也是我们未来需要达到的一个方向。”谭建湘表示。

至于改革机制,谭建湘说,大部分体育场馆的所有权未来肯定还是政府的,不过经营权是企业的,监管权是要给体育部门的。“只要体育场馆位置好,条件好,从现在基本完成‘两改’的一些场馆来看,工作人员的收入都普遍比原来高了,改制工作整体还是比较平稳的。”他说。

## 体旅商融合成趋势

中国体育经济研究中心主任鲍明晓和谭建湘等人认为,当前体育产业存在运动场景消费连接不畅、商业模式构成要素不全、兑现渠道单一等问题。专家们举例说,西部某省不久前修建了一个极其专业的游泳馆,

遗憾的是该馆不仅远离市区,而且还缺乏各种配套基础设施,甚至连一瓶矿泉水都很难在那附近买到,这样的规划显然称不上是成功的。专家们认为,体育、旅游、文化、商业、农业等产业的融合,已成未来体育产业发展趋势所在。

“这次我看到渭南下辖的一些市县都围绕‘体育+’建设了一些基础设施,对他们来说,目前最重要的方式就是引流。”鲍明晓说,“除了承办一些专业青少年运动员的比赛,我建议他们更多邀请大学生体协以及行业体协的队伍来参赛或者训练,大学生人群会通过新媒体的方式快速传播你的基础设施,你的地方就能快速吸引大量客流。”

而对于一些暂时缺乏资金进行大型体育场馆建设县市区,谭建湘建议可以通过PPP的形式寻找合作伙伴。“不是仅仅建设体育场馆,可以把整个街区的修建都通过PPP包出去,这样就相对能较好地吸引投资。另外,最好在规划体育场馆时把规划、设计、运营等环节都交给专业公司去做。现在部分国内体育场馆刚建好还没使用就被二次改造了,这是对人力财力的极大浪费。”谭建湘说。据新华社

## 孤独、苦难、慰藉

### ——一位体育拓荒者的“朝圣”历程

大凡身处逆境不甘屈服、砥砺前行者,往往有过人之节。在中国民族原创体育领域,就有一位坚韧过人的拓荒者——吴彦达。令人钦佩的胆识与超常的毅力,以及13年的坚守,终于化作人生升华和事有所成。

54岁吴彦达沉默已久,但一直在默默耕耘。8月12日,他立起了人生道路的又一座里程碑。这天,他在北京脚斗士协会成立大会上当选会长。这是中国大陆第一个在民政部门注册的脚斗士协会。由此,脚斗士运动进入协会化管理的社会公益体育阶段。“我感谢北京体育局和民政部门,批准我们脚斗士协会的成立,这对他们来说或许是小事一桩,却是我们脚斗士在发展道路上往前迈出的质变的一步。”

此前,脚斗士体育一直由吴彦达的公司运营。

2006年,身家亿万商人吴彦达转行做体育产业。那时,他更多是从商业的角度来看待体育。“那时,我在中国体育里看到的是巨大的商机。”他说。

当时,他去美国考察,深为美国体育产业之盛而震撼:“你看玫瑰碗比赛,每年都是万人空巷,当时一张最便宜的票也要1800美金,贵宾票要3.8万美元。一个三十秒的广告,都要好几百万美元。”

体育产业对于不熟内情的吴彦达来说,是个遍地黄金的领域。虽然有业内人士一再劝告他谨慎从事、“免得头破血流”,他毅然决然投身其中。

经历过商海沉浮、生死劫难的吴彦达,并不认为做体育产业是件多么困难的事情。他选择开发名叫“撞拐”或“斗鸡”的这一古老而又流行的民间游戏,正式命名为“脚斗士”,在118个国家和地区注册了版权保护,在美国成立了国际脚斗士联合会。起初,虽然也有波折,但总体运作看上去比较顺利。

君以为易,其难也将至矣。在开始脚斗士体育本身竞技内容的开发时,吴彦达和他的团队遇到了难以想象的困难。

“有时为了一条规则,我们需要用上千场比赛进行检验,需要收集大量的数据进行论证。”他说,“比如,对于比赛台的面积尺寸,我们之间存在争议,互相又是拍桌子,又是吹胡子瞪眼,争论了一年半,才有定论。”

脚斗士赛台的尺寸最后确定为长宽各6米,面积36平方米。

“有人坚持要使用5X5米等于25平方米的赛台。有人认为,那样面积太小,利于大个子选手控制比赛,小个子选手闪展腾挪的空间不够。经过大量的比赛检验,我们发现使用36平方米赛台的比赛更精彩。”吴彦达说。

如此,他和团队潜心进行了10年的基

础研究,收集了海量的原始数据。对这些数据的研究和提炼,升华为脚斗士体育的标准。

在吴彦达的办公桌上摆着一本83页的小册子,名为《脚斗士运动规则·裁判法·竞赛组织》,由人民体育出版社出版,涉及脚斗士比赛的种种细节。吴彦达说,这是他们制定的标准的一部分。

仅仅进行基础研究和建立标准还不够,吴彦达发现他还要建立一个完整的产业体系,其中包括运动员系统、教练员系统、裁判员系统和赛事推广系统等等。

“这涉及海量的工作,但又不能不做。”他说。

仅在2006至2016年间,吴彦达和他的团队就在全国范围内举办了20多期脚斗士运动项目培训班,培训了3000多名教练员、裁判员,建立了16家俱乐部培训基地,注册了20000多名脚斗士运动员,举办了50000多场比赛。

各个系统框架基本搭建完毕,吴彦达随后发现,他们还需要培养消费人群。仅仅自上而下做顶层设计远远不够,更重要的是要打好基础,自下而上接通地气。

这时,埋头苦干十年的吴彦达突然有了一种老虎啃天无处下口的茫然。“做体育产业真是不易,如果方法不对,可能你几百亿人民币砸下去,都会如同泥牛入海,无踪无影。”他说。

君以为难,其易也将至矣。

三年前,吴彦达上马“中华脚斗士”项目,在北京、黑龙江、福建、山西等地进行试点。他们对孩子们“脚斗”进行正式的培训,目的在于“提升孩子们对运动的热爱”。结果,他们发现孩子和家长对此非常欢迎,有一种“发自内心的热爱”。

孩子们的一张张笑脸和运动热情感染了吴彦达。一天,站在孩子们的训练场边,吴彦达感觉自己突然顿悟:“我开发脚斗士体育的目的难道不是为了让大家快乐吗?现在,我的目的正在达到。”

作为一名律师和成功的商人,吴彦达积累了足够的财富,30多岁时已是亿万富翁。他发现,当年自己带着强烈的功利心进入体育产业时,对体育的认识有些肤浅。

“我再次思考了美国玫瑰碗比赛的现象,那仅仅是一种体育经济现象吗?绝对不是,那背后是民族健康,是精神文化。”他说,“我认为,体育不仅仅是金牌和全民健身,应该从更高更大的层面来看待体育:体育是民族信仰,是国家的精神支柱、经济支柱和健康支柱。”

由此,吴彦达对体育由衷产生一种敬畏。

“我做体育产业就像唐僧西天取经,一度非常孤独,非常苦难,但现在我内心充满了慰藉和感激,一种宗徒的虔诚感。”他说。

吴彦达感觉自己的体育情怀又回归了8岁的时候。那时他上小学二年级,是孩子王,学习也很优秀,却不是班干部和三好学生。但在体育赛场上,他可以拿第一,证明自己的优秀。

他说:“那时我就觉得在体育那里可以找到生活中缺少的公平。从小时候,我就是体育的信徒。现在,我要用我们自己民族的原创体育培养更多信徒。我要做的是体育公益事业。”

伴随理念的转变,他苦心经营十多年的脚斗士事业也终于迎来了厚积薄发的迹象。

不久前,福建南平市专门出台文件,决定在下属10个县市内推广脚斗士。其中,武夷山市选4所小学和4所中学,其他县市各选一所小学和中学开展脚斗士运动,并将脚斗士写入校本课程。脚斗士也将成为福建下届省运会的比赛项目。目前已有多家商家与吴彦达建立合作,负责在国内推广脚斗士运动。

日本、韩国、印度、乌克兰等地不断有人慕名找到吴彦达,探讨合作意向。这时,吴彦达却不愿急于求成了。

“我做的是可以代代传承的体育产业,必须要有一种‘功成不必在我’的心态,真的急不得。我需要先把国内的事情做好。”他说。

在体育产业领域拼搏了13年的吴彦达,看惯花开花落、云卷云舒。他把体育产业形象地称作“引无数大佬竟折腰的大蛋糕”。

“很多人折在这里了。他们没有看清体育产业的本质,不想做基础工作,想赚快钱。这在体育里行不通。在这里,只有踏踏实实做事。”他说。

吴彦达不想花钱购买国外现成的体育产品,比如欧洲五大足球联赛和美国职业篮球联赛。他不反对外国体育进入中国,但觉得中国该有自己的民族原创体育项目,该向国外输出自己的原创体育产品。

在很多人眼里,吴彦达是一朵商界奇葩。他老本行是数学老师,后来当过律师、商人,学过MBA,也是电影专业的硕士。从40岁开始,他潜心开发民族原创体育脚斗士,一晃已经13年。

“他放着好好的日子不过,老是操心他该操心的事情。”他爱人说。

时来天地皆同力,运去英雄不自由。吴彦达不缺时运,现在国家大力倡导发展体育产业,他在等待志同道合的知己,等待同心协力推动民族原创体育九转丹成的时刻。

“关于脚斗士的研发,基础和框架都搭好了,我们已经完成从0到1这个最困难的阶段,至于后面能加上多少个0,更多取决于我们未来的合作伙伴。”吴彦达说。

据新华社

## 2019中国户外运动节举办

日前,为期四天的2019中国户外运动节暨昆山国际文化旅游节在昆山市巴城镇举办,参与人数达5万人。

本届户外运动节以“水韵巴城 多彩户外”为主题,与昆山国际文化旅游节结合,以点带面推进户外运动和旅游文化的融合发展,最终构建“一核、两节、十一区”的多层次互动体验格局。

“一核”为户外运动核心,“两节”为中国户外运动节、昆山国际旅游文化节,“十一区”为产业展示展销区、水乡摄影大展区、攀岩区、垂钓区、马术体验区、露营区、户外拓展区、水上拓展区、水上体验区、儿童乐园区、风筝表演区,包括四大类别、72个子项目。其中,专业类项目包含全国山地户外运动多项赛、中国国家地理水乡户外摄影大展、瑜伽嘉年华、中国户外旅游高峰论坛;更有被列为奥运会正式比赛项目的竞技攀岩——中国攀岩速度系列赛。

中国户外运动节是集户外健身、户外产业、休闲旅游、地方文化为一体的全民健身运动平台。此次活动由中国登山协会、昆山市人民政府主办,昆山市文体广电和旅游局、昆山旅游度假区、巴城镇人民政府承办。据新华社

## 日喀则农牧民运动会 竞技抱石头抱青裸袋



8月31日,来自亚东县的普姆次仁将120斤重的青裸袋扛在肩上。

当日,在西藏日喀则市首届农牧民运动会的男子抱石头和女子抱青裸袋的赛场上,来自日喀则市18个区县的选手展开角逐。据新华社