

我省首届十佳商业体育赛事昨日新鲜出炉 看浙江如何烹饪“体育IP”这个大拼盘

□本报记者 吴雨辰

“

在浙江体育产业蓬勃发展的当下,各具特色的商业体育赛事已经成为浙江体育竞赛表演业的重要支柱。昨天,“体彩杯”浙江省首届十佳商业体育赛事评选大赛总决赛在杭州落幕,由多位体育圈、投资圈、媒体圈的名人共同担任评委,最终,杭州马拉松、浙江省足球超级联赛等十项商业赛事获得浙江省首届十佳商业体育赛事殊荣,获封最具影响力的浙江体育年度大型赛事。省体育局局长孙光明认为,这项评选是我省提升商业体育赛事品牌知名度、影响力的一项重要举措,希望通过评选,吸引更多人关注、喜爱、参与、从事体育产业,从而推动我省体育产业大发展。

”



十佳体育赛事路演

为何评选十佳商业赛事？推动体育产业是关键

在中国体育产业崛起的时代,浙江始终在这片蓝海中独树一帜。2015年全省体育产业总产出1508亿元,创造增加值为463亿元,占GDP的比重为1.08%,高于全国0.28个百分点。在体育产业领域,全省目前拥有体育从业法人单位超过11000家;拥有体育产业概念上市同时超10家,约占全国总数的20%。

近年来,我省通过实施“一市一品”、“一县一品”战略,各地逐渐涌现出了一批具有地方人文底蕴的品牌赛事和特色体育赛事。去年9月,首届十佳商业体育赛事评选大赛启动,历时3个月,分为海

选、30进20、总决赛路演和颁奖盛典三个阶段,涵盖了浙江省内11个地市、近百个品牌商业体育赛事,其中既有近年来大热的马拉松赛事、骑行赛事,也有新兴的冲浪、皮划艇等特色项目,将浙江体育产业的多样性展现在广阔的视野面前。

不过相对于NBA、世界杯等体育大IP,浙江真正有影响力的商业赛事品牌并不多。浙江大学教育学院体育产业与健康中心主任、教授郑芳认为,这和我国体育产业整体发展轨迹相关。

“体育产业分为有形和无形两种,有段时间我国体育产业更侧重与装备制造

业这样有形的产业发展,而忽略了赛事IP这样无形的产业价值,加上体育赛事价值和百姓生活水平息息相关,当生活水平不够高时,百姓也不会关心体育赛事。”在郑芳看来,这些因素形成了目前中国体育产业的现状。因此,在本次评选的标准中,既要考虑赛事历史,看重时间对赛事品牌的沉淀,也要看重不同赛事的多元性以及商业化程度等众多因素。她也希望,这个奖项的评选能具有更多话语权,将更多的体育商业赛事呈现在公众面前,期待浙江的赛事真正做大,往商业性赛事的方向更加靠拢。

如何加速体育产业扶持？未来提高商业化需跨界融合

至此,浙江首届十佳商业赛事已经新鲜出炉,但留给浙江体育产业的思考却还犹未尽。在未来,如何解决赛事商业化,如何培育更多、更强的赛事IP是浙江体育人都在思索的话题。

省体育局局长孙光明就认为,此次评选是我省提升商业体育赛事品牌知名度、影响力的一项重要举措,希望通过评选,吸引更多人关注、喜爱、参与、从事体育产业,推动我省体育产业大发展。他还透露,今年浙江省体育产业发展引导资金从5000万元扩大到1个亿,大力实施品牌赛事培育计划。未来,势必有更多特色赛事出现,各项赛事的竞争也将不断耕种浙江体育的土壤。

事实上,作为中国民营经济最活跃的地区,同时又是传统体育强省,浙江的体育产业的未来颇为业内人士看好。“如今的体育赛事中,最大的吸引力就是体育明星。”上海东亚体育经纪有限公司总经理王勇认为,浙江诞生了孙杨、傅园慧等众多明星运动员,这种优势可为当地赛事提供强劲的市场号召力。

而郑芳则认为,在赛事的商业化过程中,最关键的就是社会组织的培育,当传统的政府主导赛事培育到一定阶段,一定需要由社会组织去管理和运作,将企业化的扁平化管理等管理办法运用于其中,让赛事更好地发展。

但郑芳也提到,在目前的环境下,人才还存在短缺,非体育人转型进入体育界的速度还不够快,与互联网等新兴行业的营销方式还有较大差距。未来,如何将体育和其他行业跨界融合,如何实现跨行业营销,是体育人在体育产业的蓝海中探索时,最急需解决的问题。

如何破解商业化难题？不同赛事各显神通

在商业化的体育赛事中真正实现盈利是个困扰众多体育人的话题。担任本次大赛评委的莱茵体育董事长高继胜就提出,体育赛事想要真正实现产业化还有很多障碍,传统体育赛事想真正走向市场还有很多路需要走。而此次商业赛事的评选,无疑为更多正在探索体育赛事商业化的体育人提供了参照。

在此次评选的总决赛上,入围的20强赛事都是浙江各地颇具知名度的体育赛事,但他们诞生和发展的形式却迥然而异。有的从一开始只是政府主导的体育活动,有的是完全由民资入主的商业赛事,有的是为了当地促进旅游打造的体育项目,但在体育产业花开遍地的今天,他们都在各自的商业化道路上进行着不同的探索。

如横店集团旗下的横店马拉松,原本衍生与横店影视和旅游等众多大IP下的体育赛事,但通过和集团内部的著名IP紧密相连,将横店影视基地内的知名景点穿插到赛事之中,横店马拉松已经成为了路跑领域的后起之秀。正如助力嘉宾浙江教育科技频道著名主持人小强说的那样,当穿过各式宫殿时,中国五千年的历史就在我们脚下,目光所及之处,可以感受到秦皇汉武、康乾盛世。甚至跑步时一回头,会发现身边的人就是甄嬛娘娘,或是江左梅郎。将这些影视及娱乐的元素与体育跨界融合,横店马拉松已经成为了浙江最具潜力的体育IP。

又比如被人民日报评价为“真正实现全省足球大联欢的业余足球赛事”的浙超

联赛,通过将浙江各个地区的联赛和最终的浙超决赛阶段比赛合理整合,将地区商业开发与总决赛阶段有机关联,第一年就实现了揭幕战8000人观赛的轰动效应。赛场上父亲参赛,儿子加油的场景更体现着体育赛事传承的魅力。

还比如紧紧握住中国女排金字招牌的宁波北仑世界女排大奖赛,通过中国女排主场概念充分营销,努力将中国女排主场的概念永久性地落户在宁波北仑,并尝试引进中国女排基地,利用中国女排这块金字招牌充分开发赛事影响力。据赛事负责人透露,宁波市领导曾经远赴千里之外津巴布韦考察,没想到当地的接待者还特地询问了北仑区,正是因为女排的缘故,赛事影响力可见一斑。

“体彩杯”浙江首届十佳商业体育赛事评选十强名单(排名不分先后):

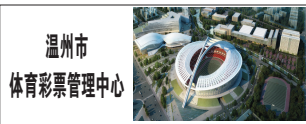
亚太汽车拉力锦标赛中国(龙游)拉力赛
CBSA海宁斯诺克国际公开赛
中国·杭州环千岛湖国际公路自行车赛
舞动中国·排舞联赛
杭州西湖跑山赛

世界女排大奖赛(宁波北仑)
浙江省足球超级联赛
杭州马拉松
浙江国际传统武术比赛
中国·绍兴环城河国际皮划艇马拉松经典系列赛

战略合作伙伴



合作伙伴



浙江《体坛报》社有限责任公司

本报地址:杭州市体育场路212号
浙江体育大厦裙楼
邮政编码:310004
发行热线:0571-85103334
广告热线:0571-85069545
新闻热线:0571-85067855
本报员工新闻道德监督电话:
0571-85061223
本报法律顾问:京衡律师事务所