群众体育赛事停摆 全年收入锐减三分之一

遭遇“倒春寒”，体育赛事公司如何求生？

见习记者 汤晨阳 本报记者 易龙吟/文 余敏刚/摄

业绩下滑+肺炎疫情 马拉松“第一股”前景坎坷

目前，国内疫情得到了有效控制，而全球的新冠肺炎疫情却还在蔓延，风头正健。据相关专家预估，如果疫情在3月初得到有效控制，再加上两个月左右的心理缓冲期，企业要到5月才能步入正常营收水准的营业，到那时，企业一年的损失差不多就是1/4至1/3；若疫情拖到年中或下半年，损失率将高达到全年一半，届时，可能将有很大一部分公司难以为继。比如以运营路跑赛事为主业的智美体育，就直接宣布公司不会早于7月开工。

疫情对于面临巨额亏损的智美体育来说，无疑是雪上加霜。

2016年，智美体育彻底向体育赛事运营公司转型。“纯体育化”后，智美逐步在马拉松市场建立领先地位，2017年前曾拥有国内五大马拉松的独家赛事运营权。不过，在“马拉松热”的吸引之下，包括阿里体育和中奥路跑在内，众多大牌企业强势入局，使得中国路跑市场竞争加剧。2018年，智美体育曾连续丢掉杭州马拉松和广州马拉松等两大赛事的运营权。同年，这家马拉松第一股以及老牌运营商的业绩开始面临挑战。

在2019年度的财报中显示，智美体育2019上半年以赛事运营为主的体育服务业务收入3523万元，同比下滑39%，赛事赞助业务仅为829万元，广告收入则为零。而对于马拉松赛事的过分依赖，也成为智美体育巨额亏损的根本原因。

在今年几乎半年没有大型赛事的冲击下，智美体育的亏损已成为大概率事件，能否度过这个行业寒冬，犹未可知。

3月3日，中国第一家整体上市的体育文化产业运营商智美体育发布财务预警，预计截至去年底的2019财年将录得不少于4亿元的亏损，2019财年营业收入同比下降约65%。

另一方面，受到新冠肺炎疫情影响，省内到3月底各地取消或延迟群众性体育活动609项，涉及人数约14.3万人，关闭了大型体育场馆121家。从如火如荼到基本停摆，群众体育赛事产业开年不利，体育赛事带动的消费几乎停滞，相关企业经营和生存遭遇危机。

对于这些依赖赛事而生存的体育服务公司来说，如何度过“倒春寒”成了攸关存亡的大事。疫情可能会打垮一家企业，但困难也可以让一家企业在蜕变中重生。

修炼内功+积极造血 省内赛事公司这样过难关

“难，是肯定的。”杭州爱度体育文化策划有限公司（以下简称“爱度”）的总经理杨小建说道，“但目前我们还没到撑不下去的时候，希望‘春天’能快点到来吧。”

爱度是一家专注于承办大型职工文体活动的机构，在杭州规模不算大，一共8位员工，按照往年经验，每年的秋季是公司一年中赛事活动最多的季节，基本上每个周末都有4-5个活动同时进行，而3-4月份是仅次于秋季的旺季，周末两三个活动肯定是有的，去年一年爱度承办了130多场体育赛事。杨小建表示，原本春天到了，很多单位会喜欢组织一些户外拓展、徒步这样的活动，火爆程度仅次于秋季。“但今年第一个季度，公司收入基本为零。”

近几年，浙江的群众体育赛事呈现出如火如荼的状态，2017年，省内群众性体育赛事是5510场，而到了2019年，这个数字达到了12000，杨小建觉得，这个市场是呈现“井喷式”的发展。

杨小建说：“杭州一些大型企业都是两年举办一次职工运动会，所以我们认为2020年本来是这类职工文体活动的大年。”

从2014年创办至今，基本实现了每年营收翻番的目标，仅2019比上一年度下降了一点（2019年爱度全年营收达500多万元），如果没有这场疫情，爱度今年的营业收入肯定会比去年有较大幅度的增长。

正因为市场火爆，所以近几年，很多体育赛事承办成为了风口，几年之内涌入了很多公司。这几天，杨小建也关注到有一些同行因为这波疫情，而撑不下去倒闭的消息。

不过对于未来，杨小建依然有信心，这几个月员工都只拿基本工资，但是依然没有人选择离开，也有几个员工甚至提出，他们愿意少拿一个月的工资来帮助公司渡过难关。

目前，通过积极修炼内功，在内部管理及技能培训方面下功夫，决战下半年；其次是主动出击，所有客户都去网络拜访，积极开发业务，提前可以谋划方案。杨小建说：“目前政府部门也在税收、房租等方面也给与一定的补助，每人每月能减免600多元的保险。”另外，杨小建公司的几位设计师还积极开拓新的业务，做些广告设计等业务，积极为企业“造血”，尽量减少经营损失。

主动创新+转型升级 体育企业危机与机遇同在

49岁的绍兴人老余，钟爱户外运动，经常参加当地举办的一些赛事。

去年7月，老余参加浙江安戈洛体育文化发展有限公司（以下简称“安戈洛体育”）举办的探索绍兴古城定向保护赛。在这场近1500人参与的赛事中，参赛选手一边寻觅古城的宝藏，一边交流对保护古建筑的看法与建议，老余还认识了不少志同道合的朋友。

不料年初疫情暴发，老余只能乖乖待在家中，看着安戈洛体育微信公众号活动页面空空荡荡，心中不免有些失落。

去年，安戈洛体育举办了马拉松、定向赛、水陆运动会、垂钓比赛等近30场，按照原计划，还将在今年上半年举办镇街马拉松系列赛、抹茶马拉松、英雄徒步大会、银行系统的春季运动会等系列户外活动。但现在都被迫按下了暂停键，企业也蒙受了不小的损失。

安戈洛体育赛事部门主管章梁勇说：“疫情的突袭，最直接的影响就是公司业绩下降。部分职工也选择了离职，但这其实对于公司来说并不完全是件坏事，更多认可企业文化的人员留下，企业凝聚力和向心力变得更强了。”

线下赛事办不了，安戈洛体育只好线上另辟蹊径。疫情期间，考虑到市民大都宅在家中，安戈洛体育先后推出了“蜗居英雄”系列赛事，以蜗居定向赛，客厅马拉松，客厅潮爱跑为系列的三场线上体育活动，吸引了上万选手积极参与，囊括海内外选手。

“我觉得这也是一次机会，让我们能有时间反思，促进企业转型升级。”梁勇告诉记者，目前公司全体员工都在为下半年的赛事做准备，“我们打算把一场场更完善、更精彩的赛事回馈给大家。”

在疫情期间，主动做出创新的，还有青鸟捷出体育文化传播有限公司，浙江董事长钱玫赟说：“下半年赛事会集中在9-12月，短短的几个月时间内要‘吃’进省内所有的赛事肯定会力有不逮。”所以，如何从赛事服务、赛道亮点以及黑科技等几个方面着手，稳住原有受众，吸引新的人群，成了青鸟在疫情期间主要思考的问题。

或许，正如管理学大师陈春花所推崇的那样：危机和增长是一对孪生兄弟，危机让市场富有变化，而变化正是增长的机遇。