

聚焦南方体育产业

如果为近年来中国体育产业的发展加上一个备注,那么“迅速”一定是关键词之一。自 2014 年国务院《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》(以下简称《意见》)出台以来,中国的体育产业发展步入快车道。但是,阻碍体育产业的道道枷锁需要打破。从“体制内”到“体制外”,从“计划”到“市场”,以各地方体育场馆群、国有控股的体育产业集团为代表的“国家队”在体育产业的发展进程中扮演着十分重要的作用。这些地区的体育产业“国家队”们,一方面享受着原有体制带来的便利和资源;另一方面也承受着新形势下来自方方面面的冲击以及市场的压力。他们的经验和教训,值得体育产业从业者们借鉴。

羁绊体育产业发展的五道枷锁

据国家体育总局的官方数据,中国 2015 年体育及相关产业总产出比 2014 年增长 26.02%, 产业增加值比 2014 年增长 35.97%, 产业增加值占 GDP 的比重由 2014 年的 0.64% 增长至 0.8%。这一连串令人振奋的数字,折射出中国体育产业的欣欣向荣。

近期,新华社记者走访了长三角地区的多个城市,深入了解了该地区体育产业发展中面临的问题和留下的经验,作为中国最富庶、体育产业最为发达的地区之一,这些在实践过程中的问题和经验,具有重要的参考价值。

在《意见》出台后的两年来,长三角地区的体育产业在探索中前行,产业结构逐步改良,创业热情水涨船高,但体育系统的改革并非一蹴而就,在发展体育产业方面,长三角地区也面临着诸多的问题和挑战,其中以下五个方面的问题较为普遍。

第一, 依然缺少有效的盈利模式

记者采访过程中,很多采访对象均反映目前在体育产业领域赚钱不容易,而一

些体育中心则是在亏了几年后刚刚开始有一些盈余。虽然市场热度很高,但体育

企业都还在寻找可以真正实现持续盈利的商业模式。

第二, 各项目、行业协会的作用 发挥不到位

上海市体育局局长黄永平说:“现在的项目协会不少是‘僵尸协会’,对整个项目来讲如何服务人群、普及文化、推动参与,这些都没有人研究,我们要按照新的要求

把社会主体培育好,首先变成项目爱好者的联合体,爱好者的需求就是我们的需求。”

在政府和市场主体之间,项目协会起

到的是连接和润滑的作用,而在目前中国体育各个协会中真正实体化的并不多,协会作用的缺失也成了一系列体育产业问题的缘由。

第三, 税费政策落地困难

无论是《意见》还是陆续出台的配套文件,基本上都存在“减免税费”的要求,不过长三角地区大型体育场馆用水、用电、供暖费用等问题一般都没有解决。以

上海一家体育中心为例,该体育馆每年运营成本中很大一部分是各种税费,“电费一年 500 万,费用还是按照商业用电标准执行的,气、热同样是商业标准,整

体算下来每年成本超过 1000 万。”该体育中心经理说。记者走访过 10 余家体育馆,各类税费基本上都是按照商业标准收取。

第四, 部分法律法规存在滞后现象, 有些问题处理起来“无法可依”

杭州市体育局政策法规处处长陆穗表示:“开始重视体育产业之后,突然发现体育界法律法规是最少的,想要有法

可依,但是找不到法,这就是计划经济模式下的重要特征,法律法规建设非常重要,现在明显滞后。”江苏一位体育产业

基层管理者表示:“都说要打破政策壁垒,但我们现在连什么是政策壁垒都不知道。”

第五, 体育产业从业者专业素质参差不齐

常年从事赛事运营、体育产品开发和青少年培训的学体科技 CEO 王振宇说:“大批投机的人进入体育市场,本身不是优质公司却估值过高,这些不专业的从业

者会影响参与者和广告主。”王振宇认为,应该鼓励培养踏实做工作的企业,产生中国自己的百年体育产业企业。

以上五个方面只是体育产业从业者们

遇到问题的一部分,体育产业的发展是一项系统工程,需要逐步打好基础才能实现良好健康的发展,而这个基础,远远不是体育管理部门一家就能够打好的。 / 新华社

体育产业“国家队”生机何在?

平衡性:社会效益与经济效益 并不是单选题

占地面积 62 公顷的黄龙体育中心是浙江省最大的体育场馆群,跟许多其他的大型场馆一样,黄龙体育中心的经营也曾一度是“靠租金过日子”。不过,通过近 3 年大刀阔斧的改革,该场馆群已度过阵痛期,迎来了颇为可观的效益。

黄龙体育中心主任赵荣良用“一片哀声”来形容 3 年前的大型场馆运营。“原来就是出租房子,靠租金过日子,酒吧最赚钱,但现在体育比酒吧赚得多。”赵荣良说。

黄龙体育中心的改革主要包括两方面,首先是在人事上打破“大锅饭”,通过分流精简、业绩考核充分挖掘了现有人员的潜能,使效率明显增加;其次是在业态上增加了击剑、笼式足球、室内篮球等一系列普通百姓喜爱的项目,极大提升了场馆的人气,而人气便带动了体育消费。

说到该中心的改革思路,赵荣良表示将社会效益与经济效益相结合是其中的主要内核。他说:“在我们的业务中,公益的比例多多益善。我认为公益也是一种广告,通过公益活动可以培养市场,比如说足球培训,定的价格不高,肯定赔钱,但通过这些培训班为支点,可以培养出足球爱好者的市场,在这后面就酝酿着大量的机会。总的来说,所有的东西到头来都是全民健身,社会效益促进经济效

益,社会效益与经济效益融会贯通、联动共享。”

作为国内最“火”的马拉松赛事之一,杭州马拉松无论是在影响力还是赛事营收方面都位居前列,经历了“杭马”从无到有、从弱到强的浙江省体育竞赛中心主任龙江对于目前的体育产业热潮颇为感慨,他说:“过去就是抓竞技体育,根本没有体育产业概念,现在特别是‘46 号文’提倡以后,产生了一个高潮。从狭隘的体育到全民体育,现在我们要考虑体育市场如何增长,怎么样提高消费能力等等,观念转化很大。”

危机感:面对竞争 破釜沉舟

于 2015 年 4 月成立的江苏体育产业集团,是江苏体育产业“国家队”的典型代表,该集团整合了场馆运行、竞赛表演、新型装备制造、体育(工程)地产、体育运动健康管理、江苏体育产业投资基金等六大板块,拥有得天独厚的资源优势。

该集团董事长顾晔表示,公司成立时间不长,在六大板块上均有所进展,但在实践过程中已面临着盈利、竞争等压力。

顾晔说:“如何依托现有六大板块创造新的体育业态,这个需要研究,成立新公司不容易,最后的落脚点一定是以市场为导向,亏损是不行的。所以我们要围绕全民健身健康产业链的打造进行尝试。体育消费跟其他消费不一样,是体验经济,强调参与感互动性。”

顾晔透露,苏体产业集团成立以来

的盈利状况不错,南京奥林匹克体育中心的盈利状况很稳定,其他板块也基本上处于微利状态。“体育产业要挣大钱很难,每天一大部分公司成立,每天一大批死掉,很多人不知道怎么干,江苏体育产业很大程度上是以代工外贸为主体,核心的东西并不算多。”顾晔说。

面对激烈的竞争,顾晔也总结了“国家队”搞体育产业的优缺点:“国有企业要求是稳健经营,坚决不能发生系统性风险,这个也是经营的主线,在这个过程中集中力量办事情的优势还是有的,但是在体制机制的灵活性上还是有一些差距,对市场的第一反应还是意识偏慢,捕捉市场信息的能力还是偏弱的,从创新的角度讲,创新发展的能力还是不够的。”

顾晔表示,体育产业“国家队”需要在管理模式、创新能力、成本控制等方面向民营企业学习,从而得到更大的发展。

机遇期:爆发的临界点

2016 年 1 月的上海市市民运动会的赛事推介会,吸引了国内外 300 余家体育产业公司、体育社会组织和健身俱乐部的参加。与传统概念上的政府“关门办赛”不同,这届赛事组委会委托第三方专业机构,通过政府购买的形式对赛事项目实施招标。招标过程中,很多本地的单项协会在与“体制外”办赛机构的竞争中败下阵来。例如,在传统大项篮球的竞争中,常以专业性自居的上海篮协就败给

了市场化的公司“洛克篮球公园”,这样的“败仗”一时间也引发了很大震动。

“那些单项体育协会以为竞标是‘走过场’,但我们就是要打破‘理所当然’。我们制定了规则和要求,公平公正公开,欢迎天下英雄来打擂台、办赛事,用专业性、丰富性来满足爱好者的需求。”上海市体育局局长黄永平说。

在经济条件发达的上海,服务业占体育产业的比重已超过 50%,以 F1 赛车、ATP 网球大师赛、上海马拉松等高端赛事的常年落地为标志,上海的体育产业呈现出十分喜人的发展态势。而以中超、CBA 为代表的职业体育也正不断拉动包括训练、观赛、衍生品、球迷活动等衍生产业的发展和消费。黄永平认为,上海的体育产业已进入爆发的临界点,未来要做的工作还很多。

黄永平说:“拆掉篱笆,营造氛围,市场主体会扮演更加充满活力的角色,体育得到了长足的发展,产业也得到了长足的发展。各级体育部门千万要脑子清醒,现在的产业基础不是体育局管出来的,明天的发展也不是体育局管得了的。制定标准、做好监管,对于市场中涌现出来的诚信企业要扶持,这是我们要做的。”

在上海市民运动会上,一些“国家队”被“PK”了下来,从原来的一家独大,到现在的市场竞争,“国家队”的压力可谓越来越大。不过,竞争的环境既是危局也是机遇,在体育产业爆发式发展的过程中,“国家队”们理应发挥应有的作用。

/ 新华社