

新型冠状病毒肺炎疫情对体育赛事发展的影响研究

黄海燕,刘蔚宇

(上海体育学院 运动与健康产业协同创新中心,上海 200438)

【摘要】:体育赛事对体育产业发展具有重要的引领作用。以体育赛事基本特征和现阶段发展状况为出发点,围绕新型冠状病毒肺炎疫情(下文简称“新冠肺炎疫情”)对体育赛事发展带来的危害和机遇展开研究。研究认为:新冠肺炎疫情从赛事经济损失、办赛主体经营、重大赛事筹办、全球赛事产业链、赛事管理服务等方面给体育赛事发展带来危害;同时在拓展体育赛事市场、实现体育场馆多功能价值、凸显赛事在城市治理中的作用、转变赛事商业运作模式上存在的机遇;面对危害和机遇,应以提升体育赛事管理服务水平、发挥体育社会组织功能和作用、科学部署重大赛事筹备工作、办赛主体全力开展自救、加强疫后体育赛事长期跟踪研究等方面为着力方向。

【关键词】:新型冠状病毒肺炎;体育赛事;赛事管理;体育产业;体育场馆

【中图分类号】:G812.2、R184 **【文献标志码】:**A **【文章编号】:**2096-5656(2020)02-0051-08

DOI:10.15877/j.cnki.nsic.20200402.001

自2019年末,新冠肺炎疫情在全国迅速蔓延以来,疫情导致国内外体育赛事受到巨大冲击。在国内,包括原定在中国举办的女足、女篮、拳击奥运资格赛,世界田径室内锦标赛、跳水世界杯系列比赛等国际性赛事,第十四届全国冬季运动会等全国性赛事,CBA联赛、中超联赛、排超联赛等职业联赛以及包含50多场马拉松在内的大量群众性赛事遭遇取消、延期或异地举办。随着3月24日国际奥委会与东京奥组委发布联合声明表示东京奥运会需要改期至2020年后但不迟于2021年夏天举行,疫情给全球体育赛事所带来的影响越来越严重和复杂^[1]。体育赛事是体育产业的核心,是体育产业发展的龙头,科学研判新冠肺炎疫情对我国体育赛事发展的影响,对减少疫情给竞赛表演业乃至体育产业带来的损失,进一步推动体育产业高质量发展具有重要作用。基于此,本文对新冠肺炎疫情给体育赛事发展带来的危害和机遇进行分析,并就如何科学应对新冠肺炎疫情,化“危”为“机”提出对策建议,为体育赛事相关主体在应对突发危机事件中的相关决策提供科学参考。

1 研究综述

国内外关于突发危机事件对体育赛事发展影响的研究相对较少,最早可追溯至2008年国际金融危机对

体育赛事发展影响的研究,王洋等认为国际金融危机将从资金经费、赛事协调发展、赛事效益发挥、赛事发展模式、赛事物质基础五方面对体育赛事的发展产生影响,同时也应从以上维度入手,重视政策扶持和行政干预等方法,统筹体育赛事发展^[2]。在更加微观的层面,也有学者对体育赛事赞助行为进行研究,提升赞助商忠诚度、深挖赞助回报内容等是办赛主体减少国际金融危机对体育赛事赞助影响的主要对策^[3]。

旅游活动可在短时间内带来大量的人群集聚,且具有相当的经济效益和社会效益,具有与体育赛事相似的特征,故突发危机事件对旅游业发展的影响研究也具有一定的参考价值。与突发危机事件对体育赛事发展影响的研究相比,其具有更加广泛的研究范围。如李锋使用本底线法测算1998年特大洪水、2003年非典疫情等多次危机事件对我国旅游业发展影响,发现不同危机事件在影响持续时间、影响损失量、危机后恢复情况等关键因素上存在差异,且在旅游业不同的发展阶段,其造成的影响也是不同的^[4]。同时,其

收稿日期:2020-03-16

基金项目:国家社会科学基金重大项目:新时代我国体育产业高质量发展研究(19ZDA355)。

作者简介:黄海燕(1981-),男,江苏宝应人,博士,教授,博士生导师,研究方向:体育产业政策、体育赛事管理。

研究维度更加丰富。除了关注突发危机事件对旅游业的直接影响,也有学者聚焦于突发危机事件过后的行业恢复。俞金国等使用 Arima 模型对 2003 年非典疫情后中国入境旅游人数恢复情况进行评估,发现外国游客对疫情比较敏感,恢复进程有较大波动^[5]。突发危机事件对行业的重创凸显了危机管理的必要性,如何建立旅游危机管理的一般范式引起了更多学者的重视^[6]。

2 疫情对体育赛事发展之“危”

2.1 赛事停摆带来巨大的经济损失

体育赛事的举办将带来大量的人群集聚,因疫情防控的需要,全球范围内的各类体育赛事相继延期或停办将带来巨大的经济损失。第一,疫情导致大型体育赛事巨大投入难获回报。以东京奥运会为例,2020 年东京奥运会预计耗资约为 124 亿美元,据日本国家审计委员会发布的报告显示,东京奥运会及其相关的累计投入成本已达到 200 亿美元以上,东京奥运会的延期举办,将使得原有的投入成本回收周期被拉长,举办城市也将承担更大的财务压力。除此之外,东京奥运会本预计为日本社会经济创造更多价值,截至 2019 年 6 月,东京奥运会已获得 62 家本土赞助商超过 31 亿美元的赞助费用,据估计其转播费用也将达到 10 亿美元以上。据日本政府观光局预测,东京奥运会将带动国外游客人数从 2017 年的 2 870 万增至 2020 年的 4 000 万^[7],东京奥运会的延期举办将对未来几年日本旅游业收入产生巨大影响。第二,疫情致使职业联赛暂停,职业俱乐部经济压力巨大。职业体育通过周而复始、不断循环的赛事,持续性的培养球迷群体,且依托赛事本身,将产生门票、餐饮、周边产品等多方面的收入,为俱乐部的发展乃至俱乐部所在城市经济的发展带来活力^[8]。职业联赛的暂停将破坏球迷群体培养、球迷消费行为的原有节奏,俱乐部及其所在城市的多方面收入将同时降低,据意大利媒体估计,疫情将给意甲联赛带来约 4 000 万欧元的经济损失。近日,西甲联盟官方宣布,联盟将支持西甲和西乙的俱乐部采取包括临时雇员条例(ERTE)在内的措施,保障俱乐部在新型冠状病毒疫情期间的经济状况,这意味着球员、教练、工作人员将要临时减薪 70%。第三,疫情过后赛事重启仍会有较大经济损失。以计划在欧洲 11 个国家 12 个城市举办的欧洲杯为例,目前赛事已确定推迟至 2021 年

举办,赛事的举办涉及大量国际体育组织、举办地政府、其他各类市场主体之间的沟通与协议签署,采取延期的措施后,赛事受到各国疫情控制情况、不同国家政策支持、各职业联赛配合等多方面因素的影响,势必会增加举办成本。另有专家预测,即使在疫情结束后相当长一段时间内,由于各种不确定因素,消费者对需要与陌生人近距离接触的环境会有所顾忌,这也将导致门票、餐饮等收入在一段时间内维持在较低水平。

2.2 对办赛主体经营带来直接冲击

据上海市体育产业统计相关数据显示,从市场主体数量上看,2015—2018 年上海市从事竞赛表演活动业务的市场主体数量增幅为 39.68%,高于全部体育市场主体数量的平均增幅 27.07%;从营业收入上看,与 2017 年相比,从事竞赛表演活动业务的市场主体营业收入增幅仅排名体育服务业各细分业态中的第 5 名,远低于健身休闲业、体育培训业市场主体营业收入增幅^[9]。作为新兴产业,竞赛表演业中存在大量新创企业和小微企业,这些企业普遍具有缺乏经营经验、经营业务单一、储备资金有限等特征,加之竞赛表演业本身盈利能力不高,导致其抵抗风险的能力较差。各类赛事的停摆可能导致大量办赛主体与赞助商、体育场馆签订的合同面临违约风险,在员工复工率不高、疫情结束时间不确定性等危机的影响下,一些办赛主体不可避免地面临破产倒闭的风险。疫情结束后,由于赛事的延期,在 2020 年下半年很可能出现赛事集中、扎堆举办的情况。根据对上海久事体育赛事公司的调研,公司计划将其运营的“环球马术冠军赛”和“F1 中国大奖赛”延期至 10 月~11 月举办,加上本计划在 10 月举办的“ATP1000 上海大师赛”,久事公司将在 10 月~11 月期间连续举办 3 场大型国际性体育赛事,在疫情影响下密集的赛事举办将对办赛主体造成如下几方面的影响:一是赛事密集度的提升将导致观众分流,进而导致赛事的赞助收入和门票收入降低;二是部分国外运动队和运动员有可能因疫情拒绝来到中国参赛,明星运动员在体育赛事竞技体育价值取向向下具有不可替代的价值,具有垄断性质^[10],若明星运动员无法参赛,将对赛事的票房号召力产生巨大影响;三是办赛的不确定因素增多,导致公共资源的竞争加剧,也将在一定程度上增加办赛成本。

2.3 重大赛事的筹办工作变数增加

重大赛事是展示中国形象,提升国际社会对中国

认同度的重要窗口,具有较强的社会效益和经济效益,北京冬奥会、杭州亚运会也与京津冀协同发展、长三角区域一体化发展等重大国家战略紧密相关。受疫情影响,我国承办的一大批重大国际性赛事的筹备工作被迫放缓,尤其是筹办和备战2022年北京冬奥会的窗口期缩短,主要表现在冬奥重大建设项目工期承压、重要测试赛取消、场馆运营团队和综合保障团队磨合期缩短、冬奥备战队伍海外参赛机会减少、国内冰雪赛事延期或取消、国内冬季项目高水平裁判近期无法出国执裁,错过成长机会等。同时,部分重大体育场地建设工程被迫迟滞。如将于2021年举行的成都大学生运动会有12个新建场馆、37个场馆改造提升项目;2022年杭州亚运会的在建项目多达40个,分布在杭州、浙江、宁波等多个城市,且2021年3月所有场馆及设施需全面竣工交付,启动场馆试运行。除场馆本身外,部分赛事配套设施的建设进程也受到一定程度影响,如北京冬奥支线轨道交通建设工程、杭州亚运会重点配套工程绍兴智慧快速路项目等。以上大部分项目已于近期复工,但复工后仍面临着工期缩短,复工率不足,上下游的材料设备供应商和工程分包商不能及时交付等重大风险。另外,随着多项全球重大赛事延期举办,2021年、2022年将于中国举办的重大赛事将面临更大的不确定性。例如,若东京奥运会延期至2021年夏季举行,将与世界大学生运动会和第十四届全国运动会重叠,重大赛事扎堆必然对媒体曝光率、赞助价值发挥等产生影响,由于赛事周期发生变化,其影响也将波及2022年北京冬奥会和杭州亚运会。

2.4 全球赛事产业链受到较大影响

经济全球化是当前世界发展的必然趋势,体育产业亦是如此,国际体育资源已随着各个区域市场的成熟成为炙手可热的投资对象,以体育赛事为核心,衍生至资产、媒体、赞助商、营销与经纪等多个板块的赛事相关资源尤为火热。自2014年至今,国内莱茵体育、当代明诚、苏宁体育、腾讯体育、万达集团、合力万盛、中欧体育等多家公司或投资境外职业俱乐部,或购买赛事版权,或收购海外体育传媒、中介公司,中国企业正不断加速海外体育布局。但是,一方面各大职业联赛受疫情影响暂停赛期,购买赛事转播版权的平台面临无赛可播的局面。不论是价值80亿的中超版权,苏宁体育7.21亿购买的英超版权,还是腾讯体育

以5年15亿美元续约NBA,高额的版权费用背后平台急需赛事带来的流量、广告和会员收入,疫情无疑为原本就存在变现困难问题的版权运营带来不利因素,截至2020年3月13日,当代明诚的股价较年初下跌超20%,未来的体育赛事版权交易市场存在发展滞缓的可能。另一方面,赛事赞助一直是体育赛事收入的重要组成部分,2018年俄罗斯世界杯期间中国企业的广告支出达8.35亿美元,赞助金额全球排第一,重大体育赛事的赞助市场愈发火热。但受疫情影响诸多赛事未能如期举办,更无法落实赞助商回报,要重新吸引外来企业投资、激活国际赛事赞助市场有较大难度。总体而言,从赛事版权购买方,到传媒、营销公司,再到票务、衍生品销售平台、赛事IP开发平台,此次疫情对国际赛事资源配置的影响较为深远,甚至可能会导致全球赛事产业链断裂。

2.5 对疫情后赛事管理服务带来挑战

体育部门能否为办赛主体提供针对性的服务,对疫后举办的赛事实施科学有效的监管,是决定竞赛表演业能否在疫情结束后快速复苏的决定性因素之一,而现有赛事管理服务机制在以下几方面仍比较薄弱。一是缺乏有效的体育赛事信息管理系统。及时掌握疫情结束后不同赛事的举办信息,可使体育部门有效识别办赛风险,并对办赛主体的行为实施干预,进而充分保护观众、参赛者等主体的合法权益。对全国所有省、直辖市和自治区的体育部门网站进行检索,发现仅北京市拥有专门的竞赛监管网络系统,在2019年全国体育政策法规部门负责人立法工作座谈会上,有多地体育部门反映当地体育部门与办赛主体间信息不对称现象比较严重,对商业性群众性赛事的举办情况了解不多,往往当赛事被投诉或曝光后才了解当地举办过该赛事。二是赛事监管手段比较匮乏。根据国家体育总局政策法规司整理的“全国体育行政执法案例汇编”发现,18个体育行政执法案例中有15个案例以行政处罚、行政强制的监管手段为主,不仅对柔性监管手段的重视程度不够,而且对黑名单、信用监管等新兴监管手段的应用也不够成熟。经过疫情,办赛主体已承受较大的经营压力,若仍以强硬家长制式工具为主要监管手段,将不利于竞赛表演业的复苏。三是对办赛主体的服务不够精准。在疫情发生后,北京、上海、江苏等地在政策文件中明确为办赛主体提供便捷服务(见表1),从总体上看,体育部门对办赛主

体的服务支持力度还不够大,且在疫情结束后,办赛主体需要更加精确的政府服务。例如疫情结束后,公安、交通、卫生等部门对公共资源的把控势必更加严

格,办赛主体可能面临更加复杂的办赛审批程序,体育部门能否协同其他相关部门形成体育赛事“一站式服务”机制就显得尤为关键。

表1 疫情发生后各地体育部门对办赛主体提供服务支持一览

Table 1 List of service support provided by sports departments in various places to the host after the epidemic of COVID-19

地区	政策文件名称	相关细则
北京	北京市体育局关于应对新冠肺炎疫情影响促进体育企业健康发展的若干措施	加大对中小微企业的体育赛事服务购买力度; 针对中小微企业举办的赛事活动,提供政策咨询、办赛指导、裁判员选派等服务; 鼓励体育系统内开放的公共体育场馆面向中小微企业举办体育赛事活动给予场地费减免等优惠政策。
上海	关于全力支持本市体育企业抗疫情稳发展的通知	对纳入本市年度国际国内重大体育赛事计划,受疫情影响的赛事,视承办企业损失程度,从本市年度体育发展专项资金中给予一定比例的补贴; 对年度内确定开展并由企业承担的体育赛事项目,依规及时使用,需要招投标的,尽早发布招投标信息。
江苏	关于应对新冠肺炎疫情影响促进体育产业健康稳步发展若干措施的通知	抓紧实施已纳入2020年度预算且年内确定开展的体育赛事购买服务及器材采购事项,符合条件的加快通过公开方式交由市场主体承办; 认真梳理2020年拟举(承)办的各类体育赛事活动,适时调整年度赛事活动计划; 加强对体育赛事活动的监督管理和指导服务,有序推进疫情防控解除后体育赛事活动的筹备组织,引导支持体育社会组织通过公开竞争方式,积极承办体育部门主办的体育赛事活动。

3 疫情对体育赛事发展之“机”

3.1 体育赛事市场具有广阔发展空间

作为体育产业的龙头,我国竞赛表演业近年来发展迅速,其增加值从2015年的52.6亿元增至2018年的103亿元,复合增长率达到25.11%。此次疫情,使竞赛表演业敏感性特征得以显现。由于体育赛事具有时间性,观赏体育赛事是超越日常物质消费之上的文化和精神活动,且体育赛事运作过程需要众多行业的支持,导致任何不确定的因素都有可能致消费者取消观赏体育赛事活动的计划,这进一步放大了竞赛表演业的敏感性和风险性。但同时也应意识到,疫情结束后,体育赛事市场仍具有广阔的发展空间。一方面,体育赛事已具备一定的消费基础。上海市体育消费调查数据显示,2018年有体育消费的人群现场观赛的比例为24.7%,且覆盖足球、篮球、赛车、网球、电竞等多个运动项目,部分重要场次出现一票难求的现象^[11]。疫情期间,居民的体育消费需求被压抑,对体育赛事的观赏、参与、消费的欲望将在疫情后提升,在此关口科学合理地规划体育赛事,将有助于疫后竞赛表演业乃至体育产业的恢复。另一方面,疫情的全球蔓延为中国竞赛表演业带来机遇。新冠肺炎疫情在全球范围内的迅速蔓延,更多大型国际性赛事的举办不确定性随之增加,随着国内疫情的逐渐好转,中国将具备承担更多国际性体育赛事的能力。在对上海

市体育局调研过程中发现,已有之前因中国疫情考虑异地办赛的赛事主办方透露了返回中国办赛的意向,中国在疫情防控工作中展现的治理能力也将给国际体育组织带来更大信心。办赛主体应以此为契机加强与国际体育组织的联系,力争在疫情结束后承办更多有影响力的国际性赛事,将会对减少其经营压力具有重要作用。

3.2 重新认识体育场馆的多功能价值

作为举办体育赛事的核心载体,公共体育场馆在此次疫情防控工作中发挥了重要作用,武汉体育中心、洪山区体育馆、硚口体育馆、武钢体育场等体育场馆均在此次疫情防控中改建成方舱医院,极大缓解了公共健康设施不足的困难。近年来,对体育场馆功能价值的认知已从单纯的体育发展角度向更加丰富的视角转变,国内外经验均表明,体育场馆在城市发展空间拓展、城市经济发展、城市综合承载能力、城市管理等方面具有其独特意义^[12]。经过此次疫情,体育场馆在突发危机事件社会应急需要的功能将被进一步认识和挖掘^[13]。除此之外,公共体育场馆在全民健身中也发挥着重要作用,截至2018年底,我国人均体育场地面积达到1.86 m²^[14],而美国、日本等发达国家的人均体育场地面积早在多年前就已超过10 m²,我国的公共体育场馆配备显然无法满足人民群众日益增长的体育健身需求。综合公共体育场馆多方面的

公共属性,可见在中国县级以上的城市普建体育中心十分必要,且相应的建设经费也应多渠道分摊。在疫情结束后,体育部门应积极争取国务院和发改委支持,将公共体育设施建设纳入“大基建”和国家公共卫生应急体系建设目录,特别是区县级体育中心、城乡社区体育中心和户外公共体育设施建设项目,为突发事件所需的公共健康设施做好储备的同时,从根本上缓解人民群众健身难的突出问题,也为未来赛事产业的发展提供空间支持。

3.3 凸显体育赛事在城市治理中的独特作用

疫情防控工作是一个复杂的系统工程,是对城市治理水平的巨大考验,体育赛事的举办对城市治理水平的提升具有重要作用,举办大型体育赛事往往需要举办地政府多部门通力合作,在办赛过程中形成的多部门协同工作机制实际上是城市应对公共突发事件时生活物资保障、临时交通管制等工作的有效演练,且赛事规模越大,给城市治理带来的挑战越大,对城市治理水平的提升作用也越大^[15]。在2019年武汉军运会筹备期间,武汉市通过将军运会城市环境综合提升工作纳入各区城市综合管理工作考核体系、发布军运会城市管理综合提升工作动态的方式,推动各区加快提升城市治理水平。以军运会为契机,武汉市政府部门在小区安全管理、城市环境治理、公安消防部门联动、水域管理等多方面出台相关政策文件,为城市治理制定了更高标准。在赛事举办前夕,省市两级政府部门密集出台多项应急处置预案,并在赛事安全保障、传染病防控、交通保障、口岸卫生安全等方面举办多项应急演练活动,除涉及公安、交通、卫生、海关、应急管理等部门外,机场、疾控中心、急救中心等关键节点也参与其中。在赛事结束后,城市管理相关部门积极总结军运会筹备和举办期间的工作经验,力求巩固治理成果,持续提升城市的承载力和功能品质。武汉军运会的举办有效提升了武汉市的城市治理水平,这对武汉市打赢新冠肺炎疫情防控阻击战起到了积极作用。

3.4 优化体育赛事的商业运营模式

我国竞赛表演业仍处于发展初级阶段,体育赛事的商业运营模式仍不够丰富,具体可表现在数字化水平发展给赛事带来的价值提升不够明显、体育赛事周边衍生产品开发能力薄弱、体育赛事周边配套服务水平不高等,在疫情的影响下,办赛主体迎来空窗期,使这些长期未得到良好解决的问题有望得到推进。

在数字化赛事方面,发达国家职业体育赛事发展经验表明,赛事数字化水平提升将对赛事的投资和赞助行为产生影响、为赛事周边产品销售开拓空间,进而引起收入结构的变化^[16],同时5G、VR等技术的普及也为数字化赛事的进一步发展奠定了良好基础。据PP体育发布最新数据显示,在免费直播和疫情的双重影响下,同比去年PP体育春节期间的场均观赛人数上涨151.4%;CBA联赛在疫情期间发起“CBA厉兵秣马赛”线上直播,3月已有7支球队参与其中,相关视频在腾讯体育平台获得了超过110万的播放量,可见数字化赛事产品具有较大需求,且伴随消费结构的转变仍具有巨大的上升空间。因此,如何有效抓住线上观赛人数上涨的契机,丰富线上产品供给,提升线上观赛体验,转变变现模式,扩大变现渠道将成为办赛主体和赛事直播平台共同考虑的问题。

在周边衍生品开发方面,以国际田联铜标赛事南京马拉松为例,通过2016—2018三年的连续问卷调查发现,赛事周边衍生品的购买占参赛选手赛事消费总额的比例均未超过5%,排名所有赛事相关消费中最后一位^[17]。办赛主体应当紧抓体育赛事IP价值链,形成更加丰富的体育赛事衍生品产品体系。

在赛事周边配套服务方面,办赛主体可以与旅游、餐饮、住宿、零售等行业的企业开展深入合作,开发具有层次性和差异性的体育赛事服务产品,为疫情结束后不同类型的体育赛事消费者提供多样化服务。正如以淘宝、京东为首的电商平台在“非典”之后被彻底激活,本次疫情会让不少办赛主体下决心丰富产品结构,开发满足消费者差异化需求的产品,探索实现“线上+线下”深度融合的体育赛事商业运营模式。

除传统体育赛事之外,此次疫情中以电子竞技、棋牌类为主的赛事回归互联网线上平台,该类赛事除受到执行和运营方式的改变外,并未产生较大的营收影响,由于疫情期间居民特殊的生活节奏反而为赛事平台带来更高的关注度和参与度,推高了该类赛事的商业价值,传统赛事也应从“互联网+体育”中发现办赛模式、品牌塑造等新的发展契机^[18]。

4 科学应对,化“危”为“机”

4.1 进一步提升体育赛事管理服务水平

目前,体育部门应尽快提升体育赛事管理服务水平以应对疫情结束后有可能出现的“一统就死、一放就

乱、一哄而上”的混乱办赛局面。

第一,细化体育赛事管理服务的相关依据。2020年以来,国家体育总局陆续发布《关于进一步加强和规范体育领域事中事后监管的若干意见》《体育赛事活动管理办法》等政策法规,《体育赛事活动管理办法》推进了体育赛事领域的“放管服”改革进程,进一步理清体育赛事举办过程中政府部门、体育社会组织和办赛主体的权利义务^[19]。各地体育部门应以其为基础,结合地方体育赛事发展情况及主管部门日常管理工作开展情况,制定更加细化的地方性政策法规,不断强化体育赛事的事中事后监管。同时可专门制定针对疫情过后体育赛事统筹举办的管理办法,为办赛主体提供更加精确的指引。

第二,完善对体育赛事举办信息的管理工作。各级体育赛事管理部门应尽快建立体育赛事信息管理系统,鼓励办赛主体及时报送赛事举办时间、竞赛规则、奖惩办法、主要参与者等基本信息,对办赛主体实施有效的信息监管,建立赛事信息报送的长效机制,破解体育赛事管理部门信息不对称问题。

第三,加快构建体育赛事“一站式服务”机制。以疫情期间各部门线上联系增多为契机,理顺体育赛事信息在各部门间的流转渠道,明确安保、交通、卫生、市场监管等重要部门对体育赛事举办的支持路径,从根本上降低办赛难度。疫情结束后,首先体育部门应充分发挥其统筹作用,协调办赛主体、观众、社会等多方面需求,科学调整赛事布局,避免因缺乏整体规划导致赛事同质化严重,其效益无法得到充分激发。例如可积极规划和培育如户外运动、登山、垂钓、赛马等新兴运动项目赛事,对体育赛事结构进行丰富,并在不影响竞赛表演业整体发展的前提下兼并或取消部分同质化赛事,抓住暑假、“十一”、元旦等黄金窗口期,统筹优化下半年群众体育赛事活动安排,确保重大活动和品牌赛事不停摆、不缩水。其次,充分体现“以服务促监管”的工作思路,平衡温和自由式监管工具、温和家长制式监管工具与强硬家长制式监管工具的应用,多采用行政指导等形式与办赛主体展开合作,通过制订预案、风险实时监控等方式降低疫情后由于人群集聚带来的风险。

最后,给予办赛主体充分的政策支持,目前国家及地方层面已出台多项政策文件,从税收优惠、金融优惠、信贷优惠、给予补贴等多方面帮助体育企业渡过难

关,各级体育部门应加强与办赛主体的沟通,进一步落实各项优惠政策。

4.2 充分发挥体育社会组织的功能和作用

新冠肺炎疫情的防控工作实践表明,以行政主导的方式应对公共卫生突发事件等治理难题的能力非常有限,只有形成由政府部门和社会力量共同组成的公共治理机制,才能以更高的效率和更低的成本降低公共卫生突发事件带来的影响和损失^[20]。由此可见,各类体育社会组织应在竞赛表演业的抗疫工作中承担更多功能和作用。

目前,体育社会组织首先应明确其在竞赛表演业疫后发展工作中的定位。建议各级单项体育协会从行业自律、促进行业发展等基本职责出发,以行业协会商会与行政机关脱钩的相关文件为指引,划分体育部门与单项体育协会的职责分工,并推动国家和地方单项体育协会的脱钩工作进程保持一致。

其次,各级单项体育协会积极参与制定群众性商业性体育赛事的技术服务指导办法,利用疫后群众体育大发展的有利契机推动单项体育协会迈出实体化转型的坚实步伐。同时,大力发展各类群众性体育社团组织,鼓励公民以运动兴趣自主结社、自主管理、自主运营,进一步压实国家级运动项目协会统领本项目群众体育发展的主体责任,推动群众体育项目化、竞赛化发展。疫情结束后,各体育社会组织应努力成为竞赛表演业的发声渠道。据韩国学者调查,2015年韩国MERS疫情期间,媒体的新闻发布对民众的社会和经济活动具有重要影响^[21],正面信息传播将为行业复苏带来积极的效果。

因此,建议各类体育社会组织借助其自身公信力,即时对外传达办赛主体的复工信息,获得更多消费者认可。同时体育社会组织也应积极发挥其沟通桥梁的作用,广泛收集办赛主体在疫情后遇到的困难信息并及时向体育部门反馈,为体育部门制定更加精准的帮扶政策提供支持,进一步梳理竞赛表演业的产业资源,促进行业上下游结合,通过资源互补以抱团取暖、共渡难关。

4.3 科学部署重大赛事的筹办工作

对重大赛事而言,应采取多种手段尽可能降低疫情对其筹办带来的影响。针对处于备战阶段的东京奥运会来说,可向财政部申请奥运备战专项应急补助资金,解决因疫情带来奥运备战专项资金不足的问题。

对于奥运队伍出国参赛受阻问题,可请外交部及驻外使领馆提供帮助和保障。

针对正在筹办的2021成都世界大学生运动会、2021第十四届全运会、2022北京冬奥会、2022杭州亚运会等重大赛事来说:首先,应结合全球体育赛事形势合理调整、规划其举办计划,深入分析预测东京奥运会、欧洲杯等重大赛事的延期给各项体育赛事带来的不同影响,结合不同赛事的自身功能和特征制订有针对性的计划,以最大限度实现赛事的错峰举办进而降低赛事损失,再结合疫情防控情况科学规划测试赛、场馆试运营等时间节点,确保赛事的筹办顺利。其次,要确保各项重大赛事体育场地建设工程及其配套工程如期完工,积极响应各地的复工复产计划,根据工程进度,合理制订复工计划,制订人员管理方案和疫情防控期间应急预案,明确各环节责任人,确保项目顺利进行。最后,应结合当前疫情防控经验,提前制订好各项重大赛事遭遇突发重大公共卫生事件的预案。

4.4 引导办赛主体全力开展自救

办赛主体应充分认识到在体育赛事商业价值开发、体育赛事周边配套服务等方面的不足,聚焦运营精细化和专业化,进一步推动竞赛表演业高质量发展:第一,CBA、中超联赛等职业联赛的运营机构应根据疫情发展的不同可能制订详尽的预案,并加强与国家和各级体育部门的沟通协作,获得各级体育部门更多支持,为无观众比赛和赛会制比赛做好准备,进而通过电视和网络直播来弥补损失。第二,其他赛事的运营机构,特别是运营马拉松和自行车赛事的公司,要做好应对疫后大量赛事扎堆、赞助商资源紧缺、参赛选手选择困难等可能出现的不利情况,精简和优化赛事举办。第三,提升赛事关键环节的运营水平。随着居民消费水平的提升,对体育赛事服务质量的要求也将逐渐升高。以疫情期间的空窗期为契机,有利于全面提升体育赛事活动中关键环节的服务水平,并进一步优化行业发展环境。各类办赛主体应总结以往的办赛经验,对观众餐饮服务、票务服务、媒体服务等关键环节的服务质量进行评估,以关键环节为突破口优化赛事举办流程,并对员工进行培训,提升其专业化水平。第四,本次疫情不仅凸显了体育赛事的敏感性和脆弱性,也说明了办赛主体建立风险管理机制的必要性。因此办赛主体应在疫情结束后对其工作进行总结,作为其风

险管理机制的基础,并对企业在疫情过后的复苏情况进行跟踪检测,为应对公共突发事件提供更多经验。在体育赛事保险购买上做更加深入的探索,促进办赛主体风险承担社会化,减小财政负担^[22]。

4.5 加强疫后体育赛事长期跟踪研究

从多维度对疫情结束后体育赛事的发展进行跟踪研究,是体育赛事发展至当前阶段的必然需求,而随着各类数据、信息的不断收集,对于疫情对体育赛事发展影响的问题也将获得更加丰富的认知,可为体育部门、体育社会组织和办赛主体提供更加科学的决策依据。因此,体育部门可采用引入第三方机构的方式,对疫后体育赛事的举办进行跟踪研究,进一步评估疫情对体育赛事发展带来的影响。

结合体育赛事自身基本特征和旅游等其他行业的相关研究,可从以下两方面展开数据和信息的收集^[23]:一方面,应聚焦赛事观众的相关行为。可以通过测算观看赛事观众中外地及境外观众的比例,探究疫情对观众观赛欲望的具体影响,也可对观众在赛事期间的消费进行统计,与疫情发生前进行对比,通过以上信息以帮助办赛主体调整产品结构、优化办赛流程。另一方面,应增强对体育部门和体育社会组织为办赛主体提供支持的研究。可通过疫情前后的对比来探究体育部门和体育社会组织是否提供了更多的便利服务,也可通过打分的方式了解办赛主体对体育部门和体育社会组织提供服务的满意程度,以此推动体育部门和体育社会组织为办赛主体提供更加优质的服务和支持。

5 结语

从体育赛事的基本特征来看,新冠肺炎疫情将对竞赛表演业,乃至对体育产业的内生外向发展带来持续性的负面影响,但从宏观上看,中国经济稳中向好、长期向好基本趋势没有改变,居民对体育赛事消费的需求和体育赛事对周边产业的带动能力也毋庸置疑,因此,体育赛事持续发展的趋势也不会受疫情的影响而发生根本性的改变。因此,体育部门、体育社会组织、办赛主体都应抓住疫情给体育赛事发展带来的机遇,及时调整策略,推进体育赛事运营和管理服务水平的提升,充分发挥其引领带动作用,助力体育产业高质量发展,在“十四五”期间为社会经济发展贡献更大力量。

参考文献:

- [1] World Health Organization. WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19 - 16 March 2020[EB/OL]. (2020-03-16) [2020-03-20]. <https://www.who.int/dg/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19-16-march-2020>.
- [2] 王洋,张玉超. 基于国际金融危机影响下的我国体育赛事发展形势分析[J]. 南京体育学院学报(社会科学版),2009,23(4): 24-27.
- [3] 魏一林. 金融危机对上海市大型国际体育赛事赞助的影响[D]. 上海:上海体育学院,2010.
- [4] 李锋. 基于本底线的不同性质旅游危机事件影响比对研究——以中国4次旅游危机事件为例[J]. 旅游学刊,2009,24(4): 73-78.
- [5] 俞金国,王丽华. 后SARS时期中国入境旅游人数恢复评估——基于ARIMA模型[J]. 统计与决策,2005(14):84-87.
- [6] 杨兴柱,陆林. 旅游危机管理初步研究[J]. 资源开发与市场,2004(6):478-480.
- [7] 中国新闻网. 日本政府望2020年访日游客破4000万[EB/OL]. (2020-01-15) [2020-03-11]. <http://www.chinanews.com/gj/2020/01-15/9060469.shtml>.
- [8] 袁野,董新风,张明. 体育赛事经济与城市建设关系研究[J]. 南京体育学院学报(社会科学版),2015,29(1):1-6.
- [9] 上海市体育局,上海市统计局. 2018年度上海市体育产业统计公告(沪体规[2019]329号)[EB/OL].(2019-10-17)[2020-03-11]. <http://tyj.sh.gov.cn/General/SubInfoPublicDetail/281590a0-ebef-4ae9-beb6-b6523122a911>.
- [10] 邢尊明. 我国大型体育赛事优化管理理论与实证研究[D]. 福州:福建师范大学,2008.
- [11] 黄海燕,朱启莹. 中国体育消费发展:现状特征与未来展望[J]. 体育科学,2019,39(10):11-20.
- [12] 石岩,周欣元. 体育场馆与城市功能关系研究[J]. 体育文化导刊,2008(8):17-19.
- [13] 霍建新. 让体育场馆发挥更多功能[N]. 人民政协报,2020-02-27(03).
- [14] 国家体育总局. 全国体育场地统计调查数据[EB/OL].(2020-01-23) [2020-03-11]. <http://www.sport.gov.cn/jjs/n5043/c941781/content.html>.
- [15] 黄海燕. 大型国际体育赛事申办决策的社会影响评价[J]. 上海体育学院学报,2014,38(4):35-41.
- [16] 江小涓,李姝. 数字化、全球化与职业体育的未来[J]. 上海体育学院学报,2020,44(3):1-9.
- [17] 刘蔚宇,由会贞,黄海燕. 基于投入产出模型的马拉松赛事经济影响研究——以2016—2018南京马拉松为例[J]. 体育科研,2019,40(5):9-15,28.
- [18] 黄海燕. 疫情之下,“新需求”呼唤体育产业“新变革”[N]. 中国体育报,2020-02-20(01).
- [19] 李金霞. 坚决把放管服改革向纵深推进 确保体育赛事活动规范有序开[N]. 中国体育报,2020-03-16(01).
- [20] 高翔,郁建兴. 新冠肺炎疫情防控中的公共治理机制:信息、决策与执行[J]. 治理研究,2020,36(2):41-50.
- [21] CHOI D, SHIN D, PARK K, et al. Exploring Risk Perception and Intention to Engage in Social and Economic Activities During the South Korean MERS Outbreak [J]. International Journal of Communication, 2018(2):30.
- [22] 石培华,张吉林,彭德成,等. “非典”后的旅游经济重建与风险管理[J]. 旅游学刊,2003(4):8-11.
- [23] 曾本祥, R W CARTER, T DE LACY. 短期事件对旅游的影响:以中国SARS危机为例[J]. 桂林旅游高等专科学校学报,2005(2):30-39.

The Impact of COVID-19 on Sports Event Development

HUANG Haiyan, LIU Weiyu

(Sports and Health Industry Collaborative Innovation Center, Shanghai University of Sport, Shanghai 200438, China)

Abstract: Sports events have an important leading role in the development of the sports industry. Based on the basic characteristics of sports events and the current state of its development, the harm and opportunities brought by COVID-19 (hereinafter referred to as the “new coronary pneumonia epidemic”) for the development of sports events are studied. The research shows that the new coronary pneumonia epidemic brings harm to the development of sports events in the aspects such as the economic loss of the events, the main body management of the events, the preparation of major events, global event industry chain, event management services, etc.; at the same time, it also brings opportunities in expanding the sports event market, realizing the multifunctional value of stadiums, highlighting the role of events in urban governance and transforming the business operation mode of events. In the face of hazards and opportunities, we should focus on improving the management and service level of sports events, giving play to the functions of sports social organizations, scientifically deploying the preparations for major events, conducting self-rescue and enhancing long-term follow-up research on post-epidemic sports event.

Key words: COVID-19; sports events; event management; sports industry; stadiums