



体育赛事多元主体参与困境和策略研究

朱洪军, 华 康

摘要: 体育赛事高质量发展是推动体育产业成为国民经济支柱性产业的根本保证。为实现体育赛事多元主体的有效参与,面对赛事社会运营主体准入门槛高,通过保护性开发、放开赛事无形资源、优化赛事审批服务、降低赛事社会运营主体准入资质等举措降低准入门槛;面对多元主体参与赛事路径狭窄,通过建立赛事社会运营主体的赛事公共服务标准、技术服务标准及社会大众参与机制,扩大赛事参与路径;面对赛事信息发布效率低,建立多渠道的体育赛事信息精准发布机制,增强信息发布的影响力;针对多元主体参与赛事积极性不足,则从规划、财政扶持、加强知识产权保护、营造赛事环境等政策扶持角度,切实维护多元主体的基本利益。

关键词: 体育赛事;多元主体;参与机制

中图分类号:G80-05 文献标志码:A 文章编号:1006-1207(2021)03-0037-09
DOI:10.12064/ssr.20210305

Research on the Difficulties and Strategies of Multi-subject Sports Event Participation

ZHU Hongjun, HUA Kang

(School of Physical Education Science, South China Normal University, Guangzhou 510006, China)

Abstract: The high-quality development of sports events is the fundamental guarantee to make sports industry into a pillar industry in national economy. Facing the high entry threshold for social operators of sports events, measures can be taken to realize the effective participation of multiple subjects, including protective development, opening intangible event resources, optimizing examination and approval services, decreasing the entry qualification of social operators of sports events, etc. Facing the narrow participation path of multiple subjects in sports events, it is suggested to establish sports events service standards for social operators, technical service standards and public participation mechanism to expand the participation approach of sports events. Facing the low efficiency of event information release, it is proposed to establish a multi-channel accurate release mechanism of sports event information to enhance the influence of information release. With regard to the inactive participation of the multiple subjects, it is necessary to provide policy support by making projects, offering financial support, strengthening the protection of intellectual property rights, and creating an event environment to earnestly safeguard the basic interests of multiple subjects.

Key Words: sports events; multiple subjects; participation mechanism

随着人民群众对多元化、多层次体育赛事需求的持续增长,我国体育赛事供需错位的矛盾日渐凸显,亟须通过供给侧结构改革来扩大多元主体的广泛参与机制,为全社会提供高质量的体育赛事。为此,2014年国务院颁布《关于加快发展体育产业 促进体育消费的若干意见》(简称国发46号文)明确提出取消商业性、群众性体育赛事活动的审批权。2019年国务院办公厅又颁布了《关于促进全民健身和体育

消费 推动体育产业高质量发展的意见》提出要完善赛事管理服务机制,推动公共资源向体育赛事活动开放,推动多元主体广泛参与赛事。然而当前赛事多元主体参与机制尚未建成,存在社会运营主体赛事参与受限、多元主体参与准入标准不明确、赛事信息服务质量偏低等问题,为有效激发赛事多元主体的积极性,实现赛事多元主体参与的便捷性和规范性,本文按照扩大赛事空间—建立准入路径—实现精准

收稿日期:2020-07-15

基金项目:国家社会科学基金项目(15BTY080);广东省社会科学基金项目(GD19CTY07)。

第一作者简介:朱洪军,男,博士,教授,硕士生导师。主要研究方向:体育赛事。E-mail:normaolzhu@126.com。

作者单位:华南师范大学 体育科学学院,广东 广州 510006。



营销—健全激励体系的思路,通过“拉推”结合的方式,促进体育赛事的高质量发展。

1 多元主体参与赛事的现实困境

1.1 赛事社会运营主体准入门槛高

自国发46号文以来,体育行政单位虽已取消对群众体育赛事的审批权,但部分政府部门和运动项目协会对社会运营主体参与赛事运营设定固定成本投入门槛,如统一使用国际高标准体育场地器材、缴纳高额保证金、运动消费高税费、赛事技术人员需获得专业资质等。准入标准缺乏普适性以及社会运营主体自身能力有待提升,使得众多社会主体难以越过门槛,盘坐于赛事之外。同时社会运营主体申请相关行政报批手续时,政府对体育赛事的审批具有一定的垄断行为,存在赛事事项审批手续繁杂、时效性差,行政审批层级壁垒、部门壁垒现象等众多外部性问题^[1],并且个别运动项目协会对赛事市场的垄断行为,导致赛事社会运营主体办赛行政审批难度依然很大,严重阻碍了市场主体办赛的积极性。

1.2 赛事社会运营主体空间有限

赛事社会运营主体参与空间受多方牵制,赛事场地空间、赛事无形资产及办赛授权等受到政府严苛管控。在户外赛事开展过程中,生态环境破坏与生态保护制度成尖锐冲突,水上运动公共设施薄弱、低空空域实施全程严格管制以及户外赛事开展危险系数高等因素致使相关行政部门对赛事依托的空间资源管控日趋严格,社会运营主体难以获取适宜的赛事自然空间^[2]。我国体育场馆属于国有资产,具有履行对外开放的义务,然而社会公共场馆对于社会办赛需求表现冷漠,学校公共场馆因忌惮于安全风险,开放率不足,无法充分履行相应义务^[3]。赛事社会资源不能物尽其用,赛事场地空间进一步压缩。国家体育总局颁布的《体育赛事管理办法》对赛事名称限制过于严苛,未经批准的社会组织和市场主体不得私自办冠以“世界”“国际”“亚洲”“中国”“全国”“国家”“中华”以及各级各类行政区域名称的单项体育赛事,这些限制难以实现赛事需求与赛事供给的平衡。因此规模小、力量羸弱的赛事社会运营主体面对来自多方的空间压缩,对合法身份望尘莫及,始终游离在“非法”的边缘。

1.3 赛事多元主体准入标准缺失

为实现“强政府、活市场”社会赛事环境,政府

行政部门需在赛事管理中充当立法者、执法者的角色,扼守体育赛事领域各类行为的底线,充当保护者、守护者的角色。但由于缺乏相应的赛事公共服务标准,赛事准入环境透明度低,对社会运营主体自主运营缺乏指导。随着政府简政放权的逐步落实,我国运动项目协会应为赛事提供技术服务,但赛事场地、器材、组织运营等标准尚未明确,无法为单项赛事提供标准化技术指导服务,导致社会办赛标准不一,办赛质量难以保障。同时随着体育强国建设之路的稳步推进、我国公民意识不断觉醒,社会大众参与赛事的途径和标准不明确,难以保障社会大众对社会赛事的建言权和监督权,不利于赛事举办的科学化、合理化。

1.4 赛事信息服务机制不健全

多元主体信息共享机制能够推动多元主体信息交互联结,为赛事成功举办提供可靠信息支撑。当前赛事多元主体信息共生机制空白,政府虽然掌握大量的数据,但信息的发布受到数据公开发布标准和繁杂流程的限制,并且政出多门的赛事信息发布机制成为牵制赛事信息发布效率与质量的重要因素。赛事信息具有来源广泛、数据量大的特点,多元信息发布渠道易使赛事信息发布专业度弱化,赛事信息无序、失真。同时在移动互联网时代,信息资源较为离散,具有复杂多变的特点,导致赛事用户想要获取所需赛事信息较为困难。缺乏赛事参与信息机制,致使赛事信息服务的质量和效率较低,造成赛事信息社会推广不到位,难以激发赛事多元主体参与的主动性。

1.5 政策激励扶持不到位

有效的激励政策能够点燃多元主体参与赛事的主动性、积极性,促使赛事行业潜在的巨大内驱力释放出来。由于赛事行业规划滞后,未对体育赛事实施合理安排和整体规划,致使区域内赛事前景不明朗,社会运营主体参与赛事无从下手。赛事运营主体在面临行业恶性竞争的同时,自身赛事权益也难以保障,赛事无形资产侵权案件屡屡发生,产业规范的执行力落后使得赛事主体相关利益受损,打击其赛事供给的积极性。同时赛事税费高昂、赛事产业税费优惠的内在要求与税费规范变革的不平衡,严重挫伤赛事产业社会化、市场化的积极性,因而使赛事产业化发展缓慢^[4]。体育赛事政策推动力的不足,导致赛事市场冷清,难以形成多元主体参与赛事的欣欣向荣之势。

2 多元主体参与赛事的主要策略

面对多元主体参与赛事的众多困境,本研究按照扩大赛事空间—建立准入路径—实现精准营销—健全激励体系的思路,通过“拉推”结合的方式,提出全方位、立体化的体育赛事发展策略。

2.1 进一步降低赛事社会运营主体准入门槛

当前过高的准入门槛阻碍了部分赛事社会运营主体的发展,因此有必要在赛事空间载体、无形资产使用权、审批许可服务、社会运营主体准入资质等方面降低标准来扩大市场空间,如图1所示。

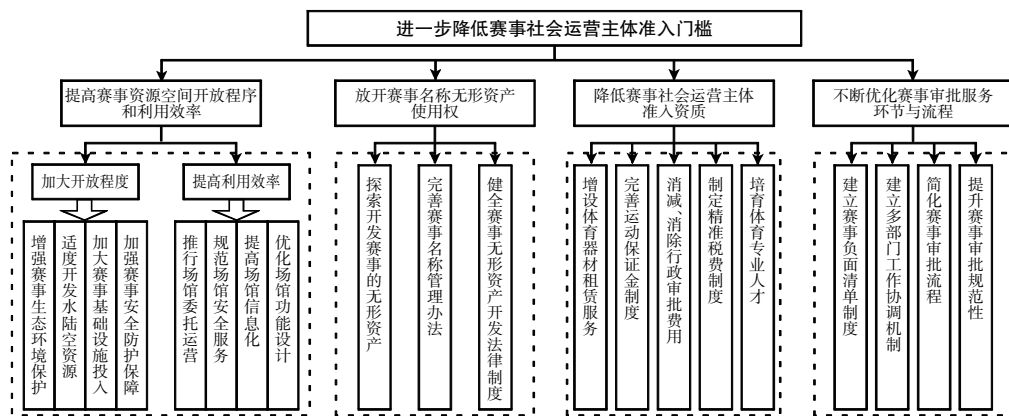


图1 降低赛事社会运营主体准入门槛

Figure 1 Lowering the Event's Entry Threshold for Social Operators

2.1.1 提高赛事资源空间开放程度和利用效率

空间资源是户外体育赛事成功举办必须依托的载体,要加大赛事依托的空间资源开放力度。为破除赛事环境破坏与生态环境保护之间尖锐矛盾,扩展赛事场地空间,要增强赛事生态环境保护力度。赛前通过加强教育引导赛事运营主体了解自然环境生态链,使其在赛事策划上建立环保先行的理念基础。赛中通过媒体、横幅、提示牌等宣传手段,增强赛事消费者的环保意识。赛后建立赛事生态补偿机制,赛事社会运营主体、场馆运营方等赛事收益主体要为举办地政府、环境保护主管部门、赛场周边居民提供资金以及技术支持,增进赛事举办地区赛后环境修复能力^[5]。同时根据新时期国家生态环保法律法规提出可度量的赛事环保指标,从体育赛事的绿色规划与管理、绿色组织等方面持续构建绿色赛事调控体系,并严格监督、贯彻落实^[6]。国家体育总局要会同生态环境部等部门,对山地运动赛事,依据生态环境评估和体育赛事环评影响,允许赛事社会运营主体在保护性开发区进行合理办赛,有效解决体育赛事与生态环境保护的矛盾。针对水上运动公共基础设施不完善的现状,要集体育彩票公益金等多方资金加大水上公共赛事基础设施的投入。对于航空运动,空管部门要对固化的空域管理模式进行改革,形成符合中国国情又能适度开发低空空域资源的制度设计和运行模式。将低空空域由过去的全程管制调整为按照管制、监视、报告3类不同属性实施分类管理使用。要针对常发、易发安全事故的户外赛事活动地

点,建立户外风险安全等级数据库,赛前发布户外风险预警提示信息,赛时在户外赛事区域,设立安全警卫亭、安全标示等,提高户外环境下赛事活动安全系数。同时设立赛事运营主体的强制性投保义务,并限制保险人的拒保事由^[7],增强赛事运营主体的抗风险能力。

为提高公共场馆赛事资源利用效率,加快实现公共场馆的所有权与经营权从根本上分离,推动社会公共场馆管理由行政向市场的转型^[8]。进一步在完善场馆委托管理服务合同的基础上加快推行公共场馆委托运营^[9],依据市场规律专业化经营,实现体育场馆赛事资源最优化配置。规范公共场馆安全服务供给,公共场馆的各级行政主管部门应主导各方制定场馆公共服务标准,建立公共场馆安保等级制度,购买保险分散安全风险,为公共场馆对外开放解决后顾之忧^[10]。充分发挥社会体育指导员的作用,在公共场馆开放的过程中配备社会体育指导员,能有效减少运动伤害等问题的产生。提高公共场馆信息化程度,通过加大公共场馆的宣传力度并及时发布场馆信息,使公共场馆潜在使用者可以通过信息查询功能掌握场馆使用情况,并利用好公共场馆相应实时余量和动态价格等信息进行赛事场地预约^[11]。为提供多样性赛事服务,要优化场馆功能设计,对现有公共场馆进行升级改造,突出多功能性,并且以群众对公共赛事服务的需求为出发点,确定好公共场馆的规划与设计,增强公共场馆的多功能性。



2.1.2 放开赛事名称无形资产使用权

为充分发挥赛事名称对高中低赛事品牌建设的推动力和引导更多社会资金流向体育赛事市场,探索开发赛事的无形资产,允许社会运营主体开展赛事名称特许经营,且赛事政策服务主体要为社会运营主体制定赛事名称开发提供科学指导方案,推动赛事名称无形资产效益最大化。完善赛事名称管理办法,将国家体育总局各直属单位、体育协会公布的赛事目录中赛事名称无形资产纳入公共资源交易平台进行公开规范交易,通过充分释放赛事无形资产资源来激发市场活力,推动更多社会资本投入体育赛事^[2]。健全赛事无形资产开发法律制度,从法律层面提供赛事名称无形资产市场开发的合法性保障,通过相关配套制度与法律法规的制定及行政、法律手段的运用,确保赛事名称无形资产市场开发畅通无阻,从而提升我国赛事无形资产的效益,增强赛事品牌的竞争力。

2.1.3 降低赛事社会运营主体准入资质

为进一步降低赛事社会经营的准入标准,工商管理部门要积极引导体育器材公司开拓经营范围,增设体育器材租赁服务,减轻社会运营主体在赛事开展前固定成本的投入负担。完善运动保证金制度,如针对运动游艇只需通过当地税务授权的服务机构进行税务登记,取消运动游艇银行保函和保证金,或由游艇服务公司为境外游艇提供海关担保金的保函,船东无需自己交纳海关高额担保金,减轻赛事社会运营主体的资金压力。要消减、消除行政审批费用,行政机关提供行政许可申请书格式文本不得收费,对于个别收费项目严格按照法律、行政法规收取费用,并及时公布标准收费,增强赛事审批的规范性。制定精准税费制度,针对不同运动项目降低运动消费税收负担,鼓励地方政府进行制度创新,做好公

共场馆税费扶持政策的制定,将公共场馆发展的税费政策纳入国家文体发展整体政策扶持体系中,并下调税费^[3]。加大培育赛事专业技术人员的力度,增开赛事职业技术资格证培训班,或政府以购买体育服务方式引进社会力量开展赛事技术职业培训,构建赛事专业人才的全面、长期、稳定、良性的培训模式。

2.1.4 不断优化赛事审批服务环节与流程

为优化赛事审批服务与流程,要加快推进赛事审批改革,打造社会运营主体进入体育赛事行业的便捷通道。要在国家发展改革委、商务部联合颁布的最新《市场准入负面清单(2019年版)》的基础上,联合相关部门,形成体育赛事负面清单制度,形成透明、公平开放、依法的市场准入制度,动态把握清单事项的合理性、可控性、时效性。倡导“互联网+”思维,政府部门与运动项目协会要联合起来共建数字化“一站式”赛事服务通道,对申请赛事运营主体的法人资质和赛事举办者制定详细的竞赛规程、运行方案(经费保障、场地设施、器材器具等),通过联合审查,实现“一套材料、一表登记、一窗受理”,解决部门间信息垄断及信息技术上的障碍,实现审批部门之间的协调统一,进而打破各部门间壁垒,提供高效率的赛事服务。在线下传统的市政服务大厅,可安排工作人员专门办理赛事审批等服务事项,让赛事审批权在公开下规范有序运行,在广泛监督下提升赛事审批服务质量,从而杜绝个别部门对赛事市场的垄断行为。

2.2 构建标准化的赛事多元主体准入路径

从赛事公共服务和技术服务两方面构建公平稳定的赛事社会运营主体准入路径,并从消费者、志愿者和社会公众三方面构建有序的赛事社会大众参与机制,使赛事多元主体同向发力提供更多优质赛事,如图2所示。

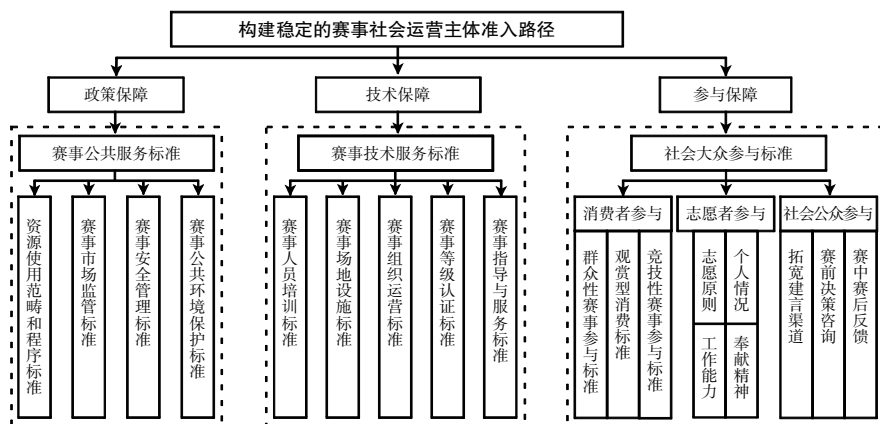


图2 赛事社会运营主体准入路径

Figure 2 The Admittance Access for the Event's Social Operators



2.2.1 建立赛事公共服务标准

为构建起赛事社会运营稳定的准入路径,政府部门要明确系列赛事公共服务标准。公共资源的适度开发与合理配置是赛事运营的基础,公共资源使用范畴与程序标准的建立,能为社会运营主体健康有序开展赛事运营提供保障。对于马拉松、水上运动和航空运动等赛事,要建立明确的道路、水域、空域等公共资源空间使用范围和使用要求标准体系。赛事组织运营中涉及的赛事版权、赛事特许产品,以及接待服务中的餐饮卫生、酒店住宿等要建立市场监管标准体系。公安部要针对公共赛事服务安全管理缺少的相关标准,制定大型赛事活动安全评估、人员管控、场地布局和安全导向标识、临建设施指南、安保资源配置等国家标准,以及大型活动彩色粉末使用要求、安全检查规范等赛事安全管理标准。同时建设大型活动安全管理系统、人员密集场所热力图系统、无人机监测预警平台等信息系统服务赛事公共安全。赛事公共环境保护标准是实现赛事可持续发展的前提,应赛前建立针对赛事社会运营主体的公共环境教育培训标准化体系,赛中建立赛事运营公共环境监控标准化体系,赛后建立公共环境修复标准要求,并提交赛事公共环境资源使用情况报告。

2.2.2 建立赛事技术服务标准

行业协会全面脱钩后,运动项目协会与赛事社会运营主体的关系由原来的管理者与被管理者,转变为服务者与被服务者。赛事社会运营主体是运动项目协会服务的主要对象,要以运动项目协会为主导,建立赛事组织管理技术服务标准体系,要针对赛事运营的管理人员、从业人员和裁判员的从业资质、职业道德、工作纪律、业务素质等方面建立相应的人员培训标准;要针对场地设施、体育器材建立相应的硬件设施标准;要从赛事组织运营的流程建立相应的组织管理标准;要从赛事的规模等级、赛事影响力等方面建立赛事等级认证服务标准;要建立赛事指导与服务标准,明确运动项目协会对赛事运营提供各类服务的收费方式与标准。只有构建起均衡的、全方位系统的赛事组织运营技术服务标准体系,才能全面规范指导赛事组织运营。

2.2.3 搭建社会大众参与标准

社会大众包括消费者、志愿者、社会公众,其中消费者是赛事服务对象,志愿者是赛事重要人力资源,社会公众是赛事监督主体。社会大众有序参与赛事是保障赛事正常运行的重要支撑,要鼓励大众全方位、全过程地参与体育赛事,并建立社会大众参与

赛事的标准与机制。首先,消费者参与标准,一是针对参与型消费者,要提高赛事服务质量,实现赛事参与消费规范化、规模化发展,要对不同等级赛事建立“区别化”赛事参与标准,从而搭建合理的参赛体系,如群众性体育赛事以丰富参赛者业余生活、开展社交为目的建立参赛标准;青少年体育赛事则以发展青少年身心健康为目标建立参赛标准;竞技性体育赛事的参与则以追求“更高、更快、更强”为目的,从运动竞技水平层面建立参赛标准。二是针对赛事观赏型消费者,建立观赛文明礼仪及指南,如斯诺克赛事,需观赛着装适当、加油助威时机恰当、正确行为举止、尊重他人等。其次,志愿者参与标准与机制,在团中央、民政部的领导下,在志愿者联合会的指导下构建自下而上的常态化赛事服务志愿体系,以自愿提供服务、自愿接受管理指导为原则,根据赛事志愿岗位需求,从志愿者个人情况,如年龄、身体条件、健康情况、服务时间、志愿岗位基础知识、基本技能、语言表达及奉献精神等方面制定招募标准。同时志愿者联合会要指导赛事运营主体建立赛事志愿服务荣誉体系,调动志愿者参与积极性。最后,社会公众参与机制,为保障公民参与赛事的基本权益,要提高公众赛事参与意识,拓宽群众参与建言渠道,采用线上线下相结合的方式,在赛前建立“干部听民声”“听证会”等决策咨询机制,赛中、赛后建立搭建“有话大家说”“民心凝聚推进会”等反馈渠道,广泛听取公众的意见,提升赛事决策的科学性和有效性。通过建立完善的赛事公众参与建言机制,让赛事运作过程中存在的问题得以暴露,从而有针对性地加以解决,不断提升赛事效果和水平。

2.3 建立供需有效联结的体育赛事信息发布机制

党的十九大明确提出公共信息服务规范化管理和有序化供给的要求。在消费升级和赛事审批权取消双重因素叠加的影响下,赛事供给、赛事投资和赛事参与等方面信息的需求不断增加。建立全方位多角度的体育赛事信息发布机制有利于满足社会和市场对赛事信息的需求,如图3所示。

2.3.1 搭建一体化赛事政务信息发布机制

政府部门作为最重要的赛事信息服务供给主体,要助力推动多元主体联合行动,构建起一体化赛事政务信息发布机制,实现多元资源整合和多元信息汇集发布的一体化。通过建立跨地区、跨层级联动协调机制,及时利用新技术成果,如大数据、云计算,高效地实现政务赛事信息资源采集、交换、整合,并经国务院办公厅同意,在全国一体化政务信息服务

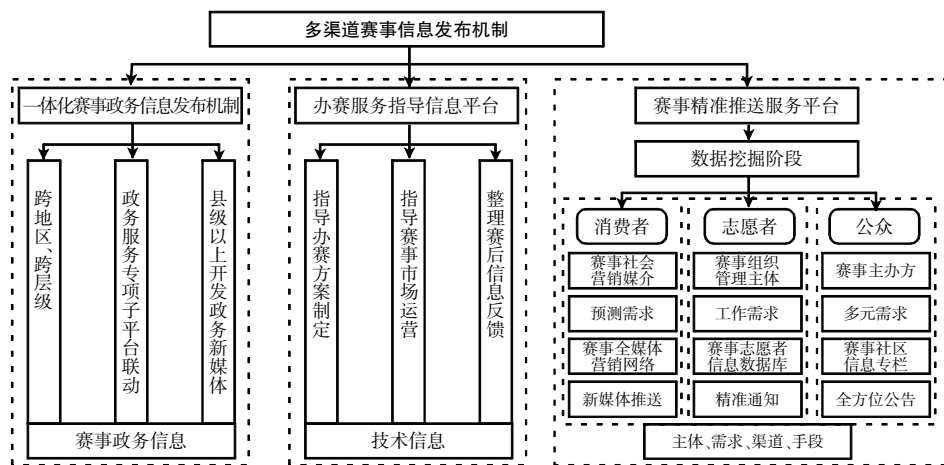


图3 多渠道赛事信息发布机制

Figure3 Multi-channel Releasing Mechanism of Event Information

平台设立赛事政务服务专项子平台联动发布赛事政务信息。一体化赛事信息服务专项子平台由国家赛事政务服务平台、国务院有关部门赛事政务服务平台和各地区赛事政务信息服务平台组成,确保赛事信息协同、共享,实现赛事信息资源整合。同时县级以上地方各级人民政府及国务院部门应开设政务新媒体,利用微博、微信等第三方平台,充分发挥新媒体传播速度快、受众面广、互动性强等优势,提高赛事政务信息的穿透力和影响力。

2.3.2 构建贯穿赛事全流程的办赛服务指导信息平台

为提升体育赛事质量,优化赛事流程,提高赛事运营的合理性和科学性,要搭建办赛服务指导信息平台指导赛事社会运营主体,提高赛事运作的规范性。在赛事组织运作的整个过程中,无论政策服务还是技术服务主体对赛事某些方面都难以实现科学决策,如对赛事能否占用,以及占用多少道路、水域和空域等公共资源,单一政策服务或技术服务主体很难实现决断。对此,要整合政策服务、技术服务主体等,构建与赛事等级、赛事规模相一致并贯穿赛事全流程的办赛服务指导信息平台,充分发挥不同主体的专业优势。在赛前,实现科学合理的资源审批,科学指导审定赛事社会运营主体制定的办赛方案,防止赛事扰乱公共秩序、公共生活。在赛中,对赛事安全运营、赛事市场秩序、赛事专利侵权等问题,成立联合执法大队,实现联合检查、执法和监督。在赛后,建立信息反馈机制为赛事社会运营主体提供指导,引导内部不同主体通过赛事意见箱、回访调查、网络平台电子邮件、留言板、在线咨询等有序表达赛事意见,并整理分类反馈信息再上

传至赛事指导信息平台。赛事社会运营主体可以通过吸收多元主体对赛事的反馈信息,有针对性地优化赛事服务。

2.3.3 建立赛事信息精准推送服务平台

赛事信息是赛事主体联系赛事消费者、志愿者、社会公众最主要的桥梁,因此要建立赛事信息精准推送服务平台,满足不同赛事用户对赛事信息的需求。观赏型赛事消费者需要获取由赛事社会营销媒介推送的开赛日期、赛事内容、赛事购票渠道等信息,选择合理的个性化赛事并消费;参与型赛事消费者需要获取竞赛信息,如比赛场地、运动队驻地、竞赛日程、竞赛规则、通知公告、运输班车调度等。针对消费者要掌握其信息获取习惯和偏好,采用新媒体信息推送渠道向赛事消费者推送所需的、感兴趣的赛事信息,实现赛事信息推送的时效性和精准性,从而提高赛事信息服务质量。赛事运营主体则需通过赛事信息招募赛事工作人员以及引导社会公众广泛参与赛事,提升赛事组织管理科学化。赛事运营主体进行赛事志愿者招募,需通过赛事宣传等手段,赛前在各地志愿者协会门户网站建立赛事志愿者信息数据库,并在信息数据库的基础上搭建赛事志愿者服务平台,选择适宜的赛事志愿者,以发送电子邮件、手机短信等“一对一”信息推送方式实现精准通知,进而满足赛事组织管理工作的需要。赛事运营主体需通过发布赛事信息让社会公众广泛参与赛事,如在赛前征求意见阶段,对赛事需求、赛事环境影响等向公众提供咨询服务,提高赛事决策的科学性;在赛时,要告知具体举办时间、地点等相关信息,防止赛事对社会公众的日常生产、生活产生影响;在赛后,

社会公众通过赛事信息对赛事运作是否按既定方案以及是否符合相关法律法规进行监督,并对赛事服务进行积极建言。为满足社会公众多元化赛事信息需求,赛事运营主体可联合赛事举办社区,开辟或建立赛事社区信息专栏,统筹线上、线下信息精准推送,实现社会公众赛事信息全方位公告。线上充分借助新闻媒体等渠道发布赛事信息,向全体社会公众广而告之;线下采用传统广告模式,并以居委会、民间组织为主体对赛事信息有针对性地实时传递告知,让公众切实感受到赛事信息服务的惠民性。

2.4 全方位构建赛事多元主体的政策激励体系

当前社会赛事需求与赛事供给存在显著矛盾,政策激励是促进、维系、引导赛事多元主体参与的驱动力。要通过赛事规划引领广泛纳入赛事多元主体,形成社会开拓体育赛事的社会大环境;针对参与赛事的多元主体通过知识产权保护切实维护赛事多元主体的基本利益和诉求,通过多元财政金融政策、运动行业协会管理、营造赛事参与社会氛围多种方式鼓励与支持多元主体参与赛事,有效激发多元主体参与赛事的热情,如图4所示。

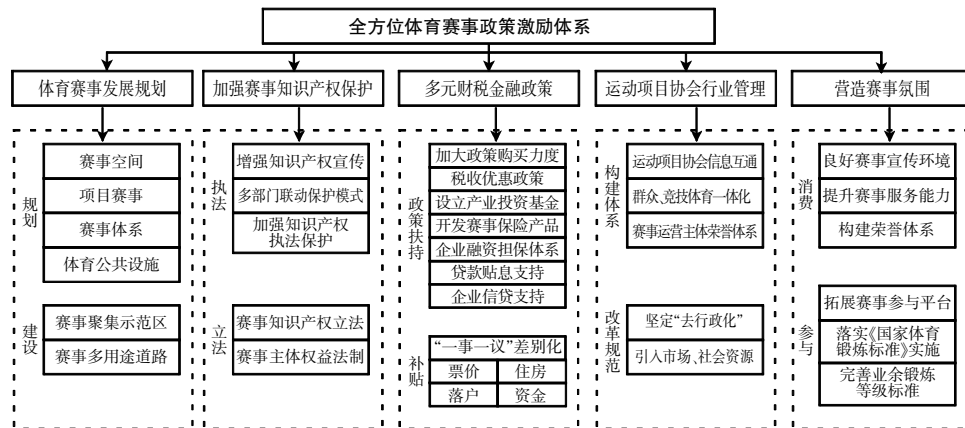


图4 全方位体育赛事政策激励体系

Figure 4 All-around Construction of the Policy Stimulating System of Sports Event

2.4.1 制定体育赛事发展规划

随着体育赛事对社会发展的影响逐渐增大,体育赛事已然成为城市发展战略的重要组成部分,政府要积极履行赛事规划的职能,引导赛事社会运营主体有序、合理开展赛事活动。制定赛事空间规划,通过结合区域体育资源优势形成赛事举办集聚区,加强赛事空间布局^[14],并打造体育赛事示范区,让市场主体拥有具体办赛空间。同时各区域间要走赛事特色化发展道路,注重区域间差异化发展,避免区域间赛事举办恶性竞争,建立起科学、合理的赛事空间规划^[15]。制定项目赛事规划,让更多的项目赛事主体参与进来,丰富多项目赛事活动供给,形成运动项目门类齐全、功能完善的体育赛事产业。制定立体化赛事体系,建立高中低结合的金字塔型赛事结构体系,既要扶持高端体育赛事品牌,又要培育好基层体育赛事,通过广泛吸收高中低赛事项目,让不同规模赛事的社会运营主体参与进来。制定明确的赛事公共基础设施建设计划,加大公共赛事场地设施的规划建设力度,并鼓励企业组织等社会力量加入赛事公共场地设施建设,不断完善公共体育基础设施建设。制定赛事交通道路规划、赛事区域道路交通规划时,

交通管理部门应同体育部门密切联系,要在满足城市日常交通运输需求的基础上充分考虑赛时交通运输的需求,通过交通规划布局完善赛事交通运输系统,切实保障赛事资源的双向流通。

2.4.2 加强赛事知识产权保护

加强赛事知识产权保护要借鉴欧洲赛事知识产权保护的经验,进一步完善有关法律,应在《中华人民共和国著作权法》、知识产权法和《中华人民共和国体育法》中完善赛事知识产权的保护条款,实现政府、社会等多部门保护赛事知识产权的联动保护模式,从赛事转播、赛事品牌和赛事市场维护等方面加强赛事知识产权法治建设,积极通过合法手段保护赛事社会运营主体。政府部门要增强知识产权宣传力度,充分运用人们喜闻乐见的宣传方式,多渠道传播知识产权相关信息,强化赛事知识产权文化的氛围,提高全社会的知识产权意识。对于严重影响我国赛事正常发展的赛事知识产权侵权行为,要加强赛事知识产权执法,明确规定执法部门所具有的权力和责任,从根源上提高执法力度。另外,执法部门需要与多部门建立联系,形成联合执法团体,从而使执



法团队拥有更强的执法能力,进一步提高对赛事违法行为的惩治力度,全面扭转赛事知识产权被侵害的现状。

2.4.3 完善赛事多元财税金融政策

为活跃赛事市场以及增强社会运营主体盈利能力,要不断细化政府体育赛事购买办法,从公开招标、承接方考察评议、项目实施、监督管理和评估服务等方面规范赛事服务购买流程,通过加大政府购买力度提升赛事社会运营主体的承接空间,增加赛事社会运营主体盈利的可能性,保护中小赛事社会运营主体的积极性。对于大型赛事社会运营主体,要鼓励银行业和保险业等金融机构结合体育赛事产业的特点,提高金融服务体育赛事产业的质效。加快设立体育产业投资基金,助力打造一批龙头、精品工程,形成可推广的资本—产业融合的发展模式;鉴于体育赛事产业专业性相对较高,具有轻资产、高风险的特点,要鼓励财险公司针对体育赛事产业的风险特点,创新开发保险产品,为体育赛事产业提供更加全面的保险保障。针对当前赛事知识产权等无形资产价值评估体系不完善,企业自身缺乏有效担保措施,对债权人的保障程度有限,要加强赛事企业融资担保体系建设,引导有政府背景的融资性担保机构发挥作用,为符合政策的体育竞赛表演企业进行担保增信;对体育赛事的示范项目给予贷款贴息支持,减轻赛事运营主体的早期成本负担,并且要加大信贷支持,鼓励银行机构探索扩大银行与体育赛事行业的金融合作空间。同时对于特大型赛事社会运营主体旗下所运营的大型赛事,建议采用一事一议的方式进行财政补贴扶持。针对拥有独立法人资格且信用记录良好、符合区域体育产业导向的特大型赛事社会运营主体,根据大型商业赛事活动的等级、规模、影响力、实际投入等进行差别化补助。对赛事组织运营所需办公用房,可享受办公用房购房补贴或租房补贴、减免等。对赛事所需人才,根据引进人才类别设立落户补贴、住房补贴、专项资金补贴等。对特大型体育赛事部分赠票应实施最低票价进行补贴。

2.4.4 充分发挥运动项目协会专业管理能力

在行业协会与政府脱钩改革的大背景下,运动项目协会要采取积极行动,充分体现其服务特性和服务职能,提升其在体育赛事服务中的主体地位。通过协调、整合社会力量,加强对体育赛事社会运营主体的业务指导,助力社会多元主体参与赛事。要推动运动项目均衡发展,现有各运动项目社会普及推广水平差距很大,壁球、地掷球等很多运动项目仍处于

推广状态,因此要以需求为导向,以中华全国体育总会为协调枢纽,构建各运动项目协会赛事信息互通机制,加大运动项目赛事信息供给,引导赛事社会运营主体在不同运动项目间实现差异化有序供给,从而补齐运动项目发展短板,给赛事社会运营主体提供多元化运动项目的选择空间。为吸纳更多社会力量参与赛事,要进一步深化项目协会实体化改革,坚定“去行政化”道路,打破以行政手段进行项目管理的旧模式,有序引入市场资源和社会资源。对运动项目协会所举办的国际性、全国性杯赛和锦标赛等赛事,以及运动项目协会发布的《全国性单项体育协会竞技体育重要赛事名录》中的赛事,可通过制定赛事社会运营主体从业人员的培训计划,设立赛事社会运营主体培养教育基地,增强社会赛事组织专业技术规范性,提升其承接赛事能力。并在广泛调研的基础上适当降低社会运营主体的场地、器材、经费等准入门槛,为赛事社会运营主体拓宽办赛空间。为实现群众体育赛事和竞技体育赛事协调发展,运动项目协会要构建群众体育和竞技体育一体化赛事体系,改变重竞技赛事、轻群体赛事的现状,尤其针对群众性赛事要逐步建立赛事等级体系,并建立与赛事等级相匹配的场地设施等级体系、赛事组织管理专业技术人员等级体系、赛事裁判员等级体系等,为群体赛事发展提供良好的技术指导服务,为赛事社会运营主体提供广阔的市场空间。为提高赛事社会运营主体的积极性,运动项目协会要在明确赛事目标的指引下,设计科学合理、能够正确衡量赛事社会运营主体服务质量的评价标准体系,进而建立相应的荣誉激励体系,激励多元主体主动积极参与赛事组织运营。

2.4.5 营造浓郁的赛事参与和消费氛围

为激发潜在赛事消费者的消费欲望,运动项目协会应设置相关报道议题,以赛事知识问答等形式开展赛事宣传活动,形成线上线下的积极互动,营造良好的体育赛事宣传环境。为营造浓郁的赛事参与氛围,要在全行业、全人群大力贯彻落实《国家体育锻炼标准施行办法》,督促公民参与体育活动。要完善各运动项目业余锻炼等级标准的制定与实施,推动民间体育活动持续性开展^[6]。全运会、青运会等大型公益性赛事可通过政府购票免费赠予青少年和低收入人群,提升赛事体验。树立草根运动明星榜样模范形象,充分利用“我要上全运”“我要上奥运”等高等级赛事平台,通过增强赛事趣味性,增设趣味性赛事项目,充分发挥高等级平台开放的方式对群众赛事起到的示范、引领作用。打通赛事参与者层级发展



通道。定期举行赛事参与评审、表彰和选秀等活动,并邀请与运动达人最亲密的人一同参加分享,形成以“运动达人”为主体的“健身模范圈”,调动群众赛事参与积极性。要充分吸收欧美等发达国家经验,对不同层次运动参与者设置相应的荣誉奖项,构建起消费者全生命周期赛事参与荣誉体系。针对消费者的消费能力、特征和社会层次来延伸“赛事链”,通过丰富赛事产品满足消费者的层次化、多样化需求^[17]。

3 结束语

在赛事审批权取消的背景下,“健康中国”和“体育强国”号角已然吹响,参与体育赛事成为社会大众实现美好生活愿望的具体体现。然而当前赛事参与机制难以满足赛事多元主体参与的需求。本文系统分析了多元主体参与赛事的困境与阻碍,提出加大赛事场地空间开放力度、提高现有场馆利用效率、优化社会办赛流程和审批服务、降低社会赛事运营主体准入门槛,支持社会主体广泛参与办赛;建立赛事公共服务标准、技术服务标准及社会大众参与标准,构建稳定的赛事社会运营主体准入标准,为多元主体参与赛事提供优质的政策、技术服务;建立一体化赛事政务信息发布机制和办赛服务指导信息平台,并针对赛事消费者、志愿者、社会公众打造赛事信息精准推送服务平台,扩大赛事社会影响力,充分吸收多元主体参与赛事;通过规划、政策金融扶持、加强知识产权保护、营造赛事环境等手段,提高多元主体参与体育赛事的积极性,进一步为社会多元主体进入体育赛事消除阻力,提供动力。未来还需在实地调研的基础上对各赛事主体参与机制进一步规范、细化,使多元主体参与赛事的路径和标准更加具体化、流程化、系统化。

参考文献:

[1] 包国宪,张蕊.基于整体政府的中国行政审批制度改革研究[J].中国行政管理,2018(5):28-32.

- [2] 张志武.分类改革我国体育赛事审批制度的研究[D].天津:天津体育学院,2016.
- [3] 王钊,谭建湘,王敏.体育场馆公共服务研究[J].体育文化导刊,2015(5):17-20.
- [4] 张现成,周国龙,李倩,等.我国赛事产业规范治理的变迁、成效及困境探析[J].西安体育学院学报,2019,36(4):398-403.
- [5] 金朝霞,于文谦.大型体育赛事生态补偿机制研究[J].西安体育学院学报,2017,34(1):75-81.
- [6] 洪秀岩,周鸿.旅游风景区大型体育赛事的环境保护措施研究[J].环境科学与管理,2018,43(5):113-116.
- [7] 黄丽娟.我国大众性体育赛事公众责任保险的制度化[J].中国体育科技,2018,54(3):3-11.
- [8] 金银哲,李柏,夏晚莹.新时代体育场馆困境及发展路径研究[J].沈阳体育学院学报,2019,38(6):55-61.
- [9] 姬庆,陈元欣.公共体育场馆委托管理服务合同研究[J].成都体育学院学报,2019,45(4):29-35.
- [10] 邹月辉,孙法亮.公共体育场馆混合所有制改革风险规避研究[J].沈阳体育学院学报,2018,37(5):42-46.
- [11] 傅钢强.大数据时代体育场馆余裕时间的利用[J].上海体育学院学报,2016,40(4):50-53+72.
- [12] 隋晓燕.我国体育产业治理模式及优选策略研究[J].北京体育大学学报,2018,41(2):33-39.
- [13] 陈元欣,何凤仙,王健.我国公共体育场馆税费政策研究[J].天津体育学院学报,2012,27(6):484-486.
- [14] 朱洪军,张建辉,梁婷婷,等.粤港澳大湾区体育赛事一体化与保障机制研究[J].体育学刊,2019,26(5):49-55.
- [15] 姚芹,骆晶晶.国外体育赛事行政管理体制分析[J].上海体育学院学报,2011,35(1):10-13.
- [16] 马思远,李相如.体育项目业余锻炼等级标准制定与落实的现状及其对策[J].首都体育学院学报,2016,28(6):503-507.
- [17] 张瑞林,李凌.“赛事链”溯源:职业体育赛事消费行为模式的影响效果[J].上海体育学院学报,2018,42(2):45-51.

(责任编辑:晏慧)