



近日有消息称,一个突破行业局限、让体育场馆和演出体育项目方互相“借力”的大型体育演出场馆联盟正在浮出水面,计划首批吸纳30-50家体育场馆。该联盟的具体推动机构是谁?未来又将起到什么作用?本报记者为此进行了深度调查。



盈利模式单一 寻求“抱团取暖”

体育演出场馆“求变求活”

现状： 全国大多体育场馆闲置

资料显示,现在全国体育场馆有80余万个,其中5000座以上的体育馆超过1万个,但比赛和演出供给量不足,各个层次的体育场馆都缺少内容,而且盈利模式单一,以租赁为主。演出商需要演出场地,体育场馆需要内容填充,如何突破行业局限,构建文体大产业链,成为摆在体育、演出界人士面前的共同课题。

北京大学文化产业研究院副院长陈少峰谈到了北大乒乓球馆目前的现状。这个在奥运期间兴建的专业乒乓球馆,目前陷入零收入状态。“奥运期间,全国兴建了一批大小体育场馆,而且各地还在不断建设中。就北京而言,体育场馆比眼下正引发投资热潮的小剧场还要多。事实上,全国体育场馆大多数处于闲置状态,社会上的场馆依赖出租,或者做些大众健身类活动,收入根本不够维持开支的,而像北京大学这样的学术机构,针对学生或公众开放乒乓球馆不可能收费。”

陈少峰认为,由于国内没有大型的商业性强的联赛,在一些国际知名赛事的引进上只有单场权利,没有持续性,导致大多场馆不可能发挥其硬件功能,只能做些群众性活动,或者依附在文艺演出上求活。

对于体育场馆的运营现状,直接的操盘手们也许有更深刻的理解。北京奥运经济研究会副会长、国资公司下属北奥集团董事长杜巍认为,即使全国体育场馆中的地标性建筑如“鸟巢”、“水立方”,仍然要面临着奥运后持续发展的难题。纵观现阶段,我国体育场地(馆)产权分属各异,经营方式多样,实际使用率普遍较低,管理水平不高,高级管理人才极其缺乏,市场拓展能力不足,品牌企业和品牌服务还不成熟,经营和维护成本偏高,绝大多数依靠政府投入维持。

“我们现在的体育产业结构,相关产品过大,本体的产品过小。”长期从事体育产业的杜巍举例道,洛杉矶奥运会盈余2.2亿美元,汉城奥运会盈余4.97亿美元,而巴塞罗那奥运会虽然仅盈余4000万美元,但奥运会给巴塞罗那带来了260亿美元的经济效益,主要表现在创造了2

万多个经常就业机会,使这座城市从欧洲的一个中等城市一跃成为欧洲第七大城市。亚特兰大奥运会的盈余也只有1000万美元,但通过奥运产生了不用政府投资而创造了价值50亿美元的经济效益,同样也表现在就业、旅游和固定资产的回报上。悉尼在申办和举办奥运会的10年过程中创造了约10万个就业机会,并赚了4亿多美元,主要表现在城市建设、环境保护和服务业的大力发展上,使之获得了较稳定的经济发展空间。

“但我国的体育产业现在仍处于自发与过渡阶段,还未适应整体市场经济发展的需要。”杜巍列举了一系列数据,我国体育产业的总产值为3000多亿元人民币,其中一半以上依赖于体育用品业的迅猛发展。目前全球有65%的体育用品是中国制造,中国的体育用品加工企业超过3000家。

政策： 要给民营机构更大舞台

不久前,北京市体育局体育产业发展处处长邓旭在一个演出业论坛上表示,体育产业应该很好地学习借鉴文化产业。国内文化体制改革进行了十多年,现在基本都完成了改制,虽然“十二五”期间体育改革问题已经提到议事日程,但体育产业的改革和发展才刚刚开始。目前体育资源的配置还存在很大障碍,还没有形成市场。体育产业的生产、营销、推广都应该更多地学习和借鉴文化的经验。

“国际上很多场馆都能一馆多用,一年到头各类联赛不断。”陈少峰谈到目前国内赛事的“不给力”,认为主要是政府规划没有将权力更多下放到承办机构,没有激发民营企业参与体育产业的积极性。

“就我所知,目前大型体育赛事的知识产权一直掌握在管理机构手里,民营企业只有承办权,而且准入的报批手续也很复杂。”陈少峰认为,体育产业的振兴,政府规划至关重要,给予更多权力,才能真正像国家体育总局在“十二五”规划中所说的“鼓励民营企业举办赛事”。

针对成立体育演出场馆联盟一事,陈少峰认为,联盟对于发展体育产业作用不大,因为就商业赛事这一内容资源

的“缺失”,场馆可以利用的空间已经非常狭小。“体育并没什么产业链,联盟可以解决的可能就是共建一些体育用品商店,估计更多考虑的是引进非体育的内容来盘活。”

杜巍认为,制约我国体育产业发展的主要因素是体制、经营机制和传统观念。在市场经济主导整个经济体制的大环境里,我国的体育产业仍裹足不前,经营机制受制于相应配套的政策、法规,这造成了产权不清、资源浪费和腐败现象。事实上,体育不见得比房地产业的开发难度大,关键在于其还没有获得像房地产业那样灵活的经营机制。“从盈利模式上,我觉得一定要自主创新,一定要在贴牌企业、制造大国这个趋势下,改变我们自主知识产权的创新。”杜巍认为,要解决我国体育产业起步晚、发展快、需求大、不均衡的现状,体育场馆运营面临的政策环境及产业集群间的行业自律、行业指导、行业协同发展等存在诸多问题,如果场馆联盟把产业协同发展作为研究问题,是有前景的。“我觉得中国的体育产业应该从体育用品市场的保护与开发、体育无形资产的利用与开发、促进全民健身消费的增长等方面着力。”

预期： 体育场馆“求变求活”

对于体育演出场地欲“抱团取暖”的消息,中国演出家协会秘书长朱克宁表示“早已听说”,但他透露,目前这还只是行业里一些场馆经理提出的建议而已。“能够有这种共同发展的规划,说明目前场馆经理们、演出商等在意识上更进了一步。也许未来中国演出家协会会去推动这件事,但首先成立这一联盟要明确思路,就是怎么联合,联合后做什么?”他表示,目前思路未明,还没到可以谈的地步。

朱克宁认为,一些经理率先提出这种方案,比较切合现实需要,“文化体育本来就不分家,如果有个联盟把文化和体育紧密结合起来形成相应的产业价值链,无论在内容的管理、标准的制定以及各方需求的保障上,都有促进作用。如果联盟能够发挥统筹作用,不论是对繁荣演出市场还是盘活体育资产都有现实意义”。文化产品的多样化和多层次性可以通过联盟供

给得以调剂,对场馆资产发挥作用形成持续性,演出成本也会降低。联盟的成立还能够改善全国各体育场馆间的松散关系,将各地的场馆信息以及当地的演出情况整合,加强场馆之间演出项目和管理经验的交流。

其实早在提出建设该联盟之前,国内一些体育场馆出于无奈应招也好,主动规划也好,也都在尝试着不同的多业态经营。

上海东亚体育文化中心有限公司经营部经理黄军介绍道,随着演出市场的发展,演出成为了体育场馆一个重要的经营收入来源。上海体育馆从1999年改建上海大舞台后,场地的使用率提高了很多,从2000年的25场演出发展到2010年的46场演出,平均每年演出近50场次。

据广州国际体育演艺中心市场部经理古苑梅介绍,他们在场馆演出运营方面,不仅和演出方一起制作节目,还专门组建了团队准备独立制作节目,今年年底就会推出自己制作的“冰上迪斯尼”。

中国地标性体育场馆“鸟巢”新闻发言人相军表示,单单操作演唱会投资高、回报高,风险也高,他们近些年的经营一直在摸索着自己的独门秘径。“我们确实要逐渐由物业方向演出经纪机构转变,甚至参与到项目投资制作中去。”今年“鸟巢”能参与到合作分成中的项目已经占到两三个。

据了解,“鸟巢”将酝酿往演出产业链上下游更深入地开拓。目前他们已经把“鸟巢”的档期做了整体规划,今后的演出安排将更为集中和有特色。年初是春季演出季;5月、6月是演唱会项目集群;7月、8月推“体育足球季”,并会引入像橄榄球比赛等国内比较稀罕的品种;10月、11月是大众运动项目集群;年底则是完全自主自制的“欢乐冰雪季”。

记者了解到,北京另一重要的体育场馆英东体育馆近年也把外包给私人的游泳馆收回,自营起了一些赛事和培训活动。如今的英东已经改造成一个体育休闲综合体。“国外的大型体育设施都是综合体,而国内场馆大多孤零零的,周围没有配套,没有娱乐消费场所,所以未来的规划可能不只就激活场馆而激活,应该考虑对一片区域的规划。”陈少峰说道。

本报记者 郑洁/文 暴帆/摄