

江浙沪一体化户外运动品牌赛事运营与可持续发展战略研究

王燕彬

(嘉兴市职业技术学院)

摘要: 文章以户外运动品牌赛事运营为研究对象, 站在可持续发展的角度, 以江浙沪地区为例, 围绕该区域范围内户外运动品牌赛事未来的一体化发展展开研究。首先, 从区域发展的宏观视角, 简要概述了江浙沪一体化户外运动品牌赛事发展的重要意义; 其次, 结合江浙沪地区资源及政策情况, 分析了江浙沪一体化户外运动品牌赛事发展优势; 最后, 在上述研究的基础上, 从明确基本思路、完善保障体系、深化创新发展三个不同的角度, 分别对江浙沪一体化户外运动品牌赛事运营与可持续发展策略, 进行了详细介绍。

关键词: 江浙沪一体化; 户外运动品牌; 赛事运营; 意义; 优势; 可持续发展

Research on the operation and sustainable development strategy of Jiangsu, Zhejiang and Shanghai integrated outdoor sports brands

Wang Yanbin

(Jiaxing Vocational and Technical College)

Abstract: This article takes the operation of outdoor sports brand events as the research object, and from the perspective of sustainable development, taking Jiangsu, Zhejiang and Shanghai as an example, studies the future integrated development of outdoor sports brand events in this region. First of all, from the macro perspective of regional development, this paper briefly summarizes the significance of the development of integrated outdoor sports brand events in Jiangsu, Zhejiang and Shanghai; Secondly, based on the resources and policies of Jiangsu, Zhejiang and Shanghai, this paper analyzes the development advantages of the integrated outdoor sports brand events in Jiangsu, Zhejiang and Shanghai; Finally, on the basis of the above research, from three different angles of clarifying the basic idea, improving the security system, and deepening the innovation and development, this paper introduces the operation and sustainable development strategy of the integrated outdoor sports brand of Jiangsu, Zhejiang and Shanghai in detail.

Key words: integration of Jiangsu, Zhejiang and Shanghai; Outdoor sports brand; Event operation; significance; Advantages; sustainable development

一、本研究的背景及趋势

世界一体化格局的逐渐形成, 在拉近我国与世界各国之间距离的同时, 也为我国本土企业、品牌进入国际市场参与国际竞争, 增加了更多的机会与挑战。企业良好国际发展态势的形成, 依靠的不仅仅是企业自身科学的管理、营销手段以及先进的科技支持, 强大的媒体宣传、运营更是至关重要, 是企业在国内外市场中树立品牌形象、建立企业文化的键所在。尤其是对于本身就具有社会影响力效用, 且需要社会影响力予以支持的区域大型户外运动赛事而言。对赛事本身予以品牌化宣传, 不仅能够将赛事要传达出的体育精神、文化充分的展现在大众面前, 更能够借助体育品牌效应、体育明星效应等的发挥, 来推动区域文化与体育产业之间的深度融合。以此来为当地体育事业的产业化、规模化、国际化发展奠定坚实的物质基础。随着社会的发展, 人们对生活的追求不仅仅局限在满足生活需求上, 还在于享受生活上, 而身体健康是生活幸福的基础。在新时代人们的思想观念和行为习惯有了很大的改变, 体育不再是单方

个体或者上层阶级的娱乐项目, 普通大众也越来越重视身体的锻炼, 户外运动逐渐兴起。

二、国内户外运动品牌赛事运营与可持续发展的困境分析

(一) 户外运动品牌赛事缺乏组织性管理

在物质文化极大丰富的新时代, 人们的思想观念发生了转移, 不再是过去仅仅关心衣食住行, 还要求生活的品味和质量都要提高。而在科技高速发展的新时代, 许多复杂繁重的工作被人工智能所取代, 人们的工作时间和工作强度大大的缩减, 有更充足的时间和精力进行享受资料消费。户外运动是民众自发形成的一种新兴体育项目, 它缺乏专业的管理组织来进行管理。大部分的户外运动都是群众自发组织起来的, 没有相应社会组织来组织大家开展一些群众体育赛事, 非营利组织几乎不开展这方面的活动。群众自发组织起来的组织具有凝聚力高、合作意识强的优点, 但是缺乏专业而有效的组织性管理, 使得户外运动品牌赛事活动开展比较散漫, 没有专业化、统一化的科学指导, 户外运动活动的形式是有了, 质量却难以

提升。目前我国的户外运动品牌赛事的主办方仍然是政府领导，但是这存在一个问题就是政府对社会工作的管理幅度过大，精力不足，对群众的喜好把控不到位，而且政府过多的干预社会生活，会导致社会生活的活力下降。此外，政府仅仅是体育赛事的举办方，但是执行起来还得依靠广大的人们群众，缺乏组织性管理的问题没有得到根本的解决。因此对于群众体育来说，应当介入市场因子，形成具有中国特色的群众体育。

（二）户外运动品牌赛事的资源不足

资源是我们进行某项活动所必须消耗的成本。对于户外运动来说，活动的开展也需要一定的资源才能高效的运作。它所短缺的资源主要在于土地资源、技术资源以及财力资源。（1）户外运动土地资源短缺主要体现在能够被群众用来开展群体户外运动的场地不够，主要矛盾体现有两个方面：一方面是政府在做城市规划的时候对于居民休闲娱乐使用地不够，尤其是在一线寸土寸金的城市里，土地的价值高，所以政府要充分的挖掘土地的使用率而忽略了民众的需求；另一个方面在于户外运动活动缺乏一个统一有效的组织，分散式的群众体育对用地要求更多。（2）户外运动对于技术资源短缺主要体现在户外运动是自发组成的体育活动，对于活动的开展形式缺乏具有专业技术人员的指导，并且群众在平时演练的过程中，缺乏专业的设备来配合户外运动的开展。（3）户外运动财力资源不足主要体现在资金来源单一，人均经费不够。我国政府对于户外运动的投入其实是挺多的，在这方面的投入是远远超过体育彩票的透支。但是户外运动活动是一个周期性强的活动，所以资金投入进去但是其建设效果和影响力都是一个漫长的过程，所以会显得没有多大的效果。

（三）户外运动品牌赛事举办缺乏特色性

户外运动品牌赛事举办的特色性方面，我国也有一些优势资源，例如：自行车赛事、越野车拉力赛事、帐篷节赛事、风筝节赛事等等。户外运动品牌赛事的举办主要是由政府主办的，但是政府每年需要打理的事物比较繁杂，所以不一定每年都有举办户外运动的比赛，使得户外运动赛事凸显临时性，尤其是落后的省份和地方，政府对群众体育的重视力度不够，户外运动赛事的开展效果自然也就不好。在缺乏常规性的户外运动赛事来说，群众对这一类的赛事认知度不高，从而导致参与度降低。举办一场比较大型的特色户外活动需要向上级申请人力、物力和财力的支持。既要做好活动开展的策划，又要斟酌活动举办的地方，还要充分的动员人民群众来参与。因此特色的户外运动赛事持久性的开展需要获得政府、社会、群众、体育爱好者更多的投入与支持。

三、江浙沪一体化户外运动品牌赛事发展意义

江浙沪一体化户外运动品牌赛事的筹建与发展，是在国家一带一路发展倡议的契机下进行的一项重要发展决策，能够在江浙沪三区独特地理、人文、自然、体育、旅游等资源的优势助力下，集中全力打造极具区域影响力的户外运动品牌赛事。以此来铸就区域“国际户外运动名城”城市名片，并为江浙沪地区产业经济、生态建设、医养资源、体育旅游、传统文化等的全面发展，提供强大的

助力支持。使江浙沪能够得益于本区域强大的体育旅游业的龙头带动效用，实现本区域第三产业的快速崛起。由此来看，可以将江浙沪一体化户外运动品牌赛事发展的意义归结为提升区域影响力、促进区域劳动经济全面发展两个主要的方面。

从提升区域影响力的角度来看：江浙沪一体化户外运动品牌赛事运营工作的开展，大大增加了江浙沪地区历史文化、体育精神、奥运文化、户外运动文化等的传播范围，为其他地区了解江浙沪、世界各国了解中国，提供了窗口效用。有益于江浙区域影响力的提升。

从促进区域劳动经济全面发展的角度来看：江浙沪一体化户外运动品牌赛事本身就具有强大的商圈带动效应，能够通过区域辐射能力、凝聚能力的发挥，来吸引众多的优质团队、专业人才、先进技术、丰富资金，以及大规模消费、参观、运动员、教练员、记者群体在本区域的聚集。这对于带动当地体育产业、文化产业、服务产业的快速发展，扩大内需、推动消费而言，都是极为有益的。

四、江浙沪一体化户外运动品牌赛事发展优势

江浙沪一体化户外运动品牌赛事的发展，是在国家一带一路倡议实施的背景下进行的，具有极为长远的战略化考量。同时赛事的发展，在得到江浙沪三区独特资源优势支持的同时，更是很好的迎合了国家大力构建区域一体化发展的规划构想。由此来看，可以将江浙沪一体化户外运动品牌赛事的发展优势归结为资源优势、政府扶持两个方面。

（一）资源优势

江浙沪地区拥有着极为丰富的体育旅游资源，能够为江浙沪一体化户外运动品牌赛事的运营与发展，提供充足且多元化的资源助力。极具代表性的有临安的清凉峰、桐庐的生仙里、余姚的四明山、永嘉的云岭乡、吴兴的霞幕山、磐安的盘峰乡、柯城的灵鹭山、衢州的六春湖等。江浙沪地区能够依托这些独特的地理、自然资源优势，举办登山、滑雪、游泳、漂流、越野等大型户外体育活动。如，杭州国际马拉松赛、千岛湖国际环湖自行车赛、磐安“中药寻宝”大型越野跑赛、灵鹭山国际森林汽车穿越赛等大型户外体育品牌赛事，就是依托当地特色自然资源而举办的。而江浙沪地区，完备的都市绿道、田园绿道、山水绿道、怀古绿道等基建资源，以及以杭州九溪十八涧为代表的区域特色旅游文化资源，更是成为江浙沪地区旅游文化产业发展的强大基础条件，能够为江浙沪一体化户外运动品牌赛事影响力的提升提供助力支持。

（二）政府扶持

近年来江浙沪地区政府在区域一体化发展规划的指引下，集中全力共同打造了众多体育旅游项目。据2017年国家体育总局公布名单显示，在全国96个运动休闲特色小镇名单中，有11个属于江浙沪地区占比高达11.5%。其中就包括了江苏的仪征市枣林湾运动休闲特色小镇、徐州市贾汪区大泉街道体育健康小镇；浙江的衢州市柯城区森林运动小镇、金华市经开区苏孟乡汽车运动休闲特色小镇；上海的青浦区金泽帆船运动休闲特色小镇、崇明区绿化镇国际马拉松特色小镇等。在特色小镇的建设上，江浙沪各级政府，不仅在项

目整体的规划设计、资金支持等方面给与了大力的支持,更通过一系列指导性政策、决议的出台,为区域运动小镇项目的顺利筹建提供了科学的指导方案。从2010年到2020年的十年间,江浙沪地区已经建立起了一个丰富而完备的区域一体化体育旅游产业体系,主线线路涉及到了休闲、运动、人文三个主要方面。

五、江浙沪一体化户外运动品牌赛事运营与可持续发展策略

(一) 主要目标及核心指标

1、主要目标:构建体育大平台产业链服务体系;保护与传承、创新与发展相结合;善管理、保护、救援体系;通过宣传媒介建立良好群众基础;发挥体育的旗帜、桥梁、舞台、载体作用。

2、核心指标:完善保障体系;政府重视、社会扶持;注重规划、合理定位;加快基础设施建设,转型发展后劲更足;打造精品 树立品牌。

3、深化与创新:扶持并打造一批精品户外赛事和特色活动;着力构建和完善大体育户外运动产业链;充分发挥媒体优势,努力营造户外运动良好氛围。

(二) 明确基本思路

江浙沪一体化户外运动品牌赛事的运营与发展,涉及任务较多、持续时间较长,且投资量巨大。在实施过程中,要明确基本思路,为中间各项阶段性任务的顺利实施提供方向引导,避免因个别任务的不达标,影响整体建设运营方向偏离既定轨道,导致资源浪费情况的发生。具体而言,综合对户外运动品牌赛事项目特色,以及江浙沪三省目前的体育运动产业、资源情况等综合分析,可以将江浙沪一体化户外运动品牌赛事运营与可持续发展的基本思路定位在以下几个方面:

第一,要依托江浙沪三省各自完备且成熟的体育产业资源优势,着力于能够覆盖江浙沪三省的区域化体育大平台产业链服务体系。在为江浙沪地区旅游、餐饮、教育、文化、手工制造业等的发展,提供更多机遇与平台的同时,也使得江浙沪一体化户外运动品牌赛事能够在多产业的支持与助力下,朝着规模化、品牌化、国际化的方向逐渐迈进;第二,要依托江浙沪区域资源文化优势,秉承保护与传承、创新与发展的原则,重新赋予区域自然资源、体育资源、传统文化以时代价值,使之在保持原有形态不变的基础上,能够被更好的融入到区域时代化发展进程当中;第三,要联合江浙沪本地的运动团体、高校、企业等多部门合力,建立集运营、管理、保障、救援等于一体的户外运动赛事服务体系。以此来为江浙沪一体化户外运动品牌赛事的运营与可持续发展提供基础保障作用;第四,要积极整合江浙沪三省的媒体资源优势,分析户外运动品牌赛事宣传要点、难点,选取与之相匹配的媒体形式、渠道,开展有效的宣传工作。在提高群众对赛事本身知晓度、关注度、热议度的同时,为江浙沪一体化户外运动品牌赛事的运营与可持续发展建立良好的群众基础;第五,要利用体育赛事本身的舞台、旗帜、桥梁、载体等作用的发挥,把握机会,以多种形式来全面展现江浙沪近年来在基建、经济、文化、环保等方面的显著成果。在提升江浙沪区域影响力、展现区域综合实力的同时,也为江浙沪地区未来的可持续发展提供更多的可能与机遇。

(三) 完善保障体系

江浙沪一体化户外运动品牌赛事的运营与发展,对于江浙沪乃至全国的体育事业发展而言,都极具战略意义。为保障战略目标的顺利实现,各地政府要始终将区域一体化户外运动品牌赛事的运营与发展作为一项重点任务来抓,在思想上高度重视,在政策上大力支持,在规划上科学定位,从而使户外运动品牌赛事能够在当今乃至未来,显现出强大的发展活力。具体而言,政府方面可以从以下几点着手:

第一,发挥政府桥梁作用。联合政府、高校、媒体、企业、科研等多方建立协同扶持服务体系,利用各方在资源、智力、渠道、资金、技术等方面的优势作用,为江浙沪一体化户外运动品牌赛事的运营与发展扫清障碍;第二,发挥政府引导作用。从江浙沪三省环保、基建、旅游、体育、文化、农村等部门中抽调专业人员,共同组成专家小组,在对国家重要区域发展决策、体育事业发展战略意见等进行深入学习的基础上,对江浙沪三省的体育旅游资源情况、产业发展情况,开展多轮分析研讨工作。在对标区域未来整体发展目标的基础上,制定出最优的区域一体化户外运动品牌赛事发展规划。以此来为江浙沪一体化户外运动品牌赛事的运营与发展,提供方向、目标、重点引导作用;第三,发挥基建助力作用。江浙沪一体化户外运动品牌赛事的运用与发展,离不开整个区域完备的基建条件,这是赛事彰显品牌效应的关键,更是运动赛事未来转型发展的基础保障。为此,江浙沪三省需要在以往基建工作的基础上,继续加大基建部门对体育旅游特色小镇、赛事举办地等的重点关注度,在做好当地公路、通信、电力、水利、运输等基建工作的同时,对标国际大型户外运动品牌赛事基建水平,将该地区的基建升级作为今后工作的重点。包括筹建大型多功能体育场馆、翻新老旧小区、开通新的公共交通线路、增设外文公共标识等。

六、结语

综上所述,江浙沪区域一体化体育旅游事业的发展,是应时代发展要求而进行的必然之举,无论是之于当地自然、经济、文化发展而言,还是对于当地区域影响力的提升而言,都显现出了巨大的实际效用。在今后的工作中,江浙沪地区需要在以往区域体育旅游事业发展成效的基础上,继续砥砺前行,将工作的重点放在构建运动品牌精品赛事、挖掘特色体育旅游资源、发挥媒介宣传引导效用、延伸体育运动产业链等方面。以此来为江浙沪一体化户外运动品牌赛事的平稳运营与可持续发展,提供强大的助力支持。

参考文献:

- [1]柏宁.山地户外运动产业发展对策分析[J].淮南师范学院学报, 2021, 23(03): 41-45.
 - [2]郑军.武陵山片区户外体育赛事运营创新研究[J].运动, 2019(01): 135-136.
 - [3]陈明慧,陈明鑫.紧抓亚运契机 建设重大赛事名城[J].浙江经济, 2018(19): 60-61.
 - [4]马洪涛.山地户外运动赛事发展现状与对策[J].当代体育科技, 2018, 8(04): 155-156.
- 作者简介:王燕彬,男,籍贯:浙江嘉兴,民族:汉,出生年月:1972.5,学位:学士,职称:讲师,研究方向:体育教育与训练。