

# 公益体育时代的体育产业 清华系崛起

■ 教育基金会 彩雯

公益活动之所以能够成为社会热点，是一个国家或一个地区的经济发展到了一定阶段所引发的社会必然反应。目前我国正处于人均GDP从1000美元到3000美元跨越发展的关键阶段。而这一阶段正是公益行为伴随GDP的增长走向成熟的关键时期。同时我国政府主导的构建和谐社会主题也正在有力地推动着公益事业快速发展。

而体育（包括职业体育和体育赛事）不仅对社会产生正面影响（传递健康正面的理念）还具有通过体育赛事活动的整合，将各类高价值资

源运用到改善社会环境、解决社会问题中去等社会价值。一般来说，体育的平等性、教育性、融合性使其成为传递正面社会引导的媒介。

这就使得公益与体育的结合成为必然。但是目前我国体育产业仍处于发展起步阶段，体育产业的发展仍缺乏规范的市场和体系，而体育公益活动主要依靠政府，缺少体育公益活动的发展氛围，体育公益活动的整体实施过程缺少完整的法律规范体系以及优惠政策等，这些都制约着体育产业及体育公益事业的发展。



清华大学体育产业基金捐赠及启动仪式

## 体育公益减少产业发展不平衡

清华大学体育产业发展研究中心主任王雪莉认为，中国的体育公益大致分为三种形态，第一类形态是一些公司通过“你锻炼我公益”的方式来推广体育运动。一方面促进社会大众参与锻炼的积极性，另一方面也通过这个方式真正的去回报社会。最典型的是一些机构按照用户捐赠的步数，转换成一棵树或者一些资金，这种形式一方面满足了体育的公益元素，激发了更多的人参与体育运动，也让更多的人养成一种运动的习惯。

“对组织而言，通过这种形式的体育活动获得了消费者和这个组织平台之间的粘性，进行高频的互动，意味着更多潜在的一些商业机会，操作成本也比较低。”

第二类是在赛事当中的公益行为。比如公益马拉松，通常是通过马拉松为某些慈善机构或组织筹款，或者某些商业机构为马拉松捐赠善款，“有时也有一些公益跑者，为公益筹款而跑马拉松”。

第三类是企业通过赞助或捐赠某些显性度不高的活动来履行自己的社会责任。这些企业包括常见的体育俱乐部，比如首钢男篮俱乐部，他们会组织类似篮球进社区，或者支援贫困地区学校、教孩子们打篮球等活动。“虽然这些职业俱乐部具有很强的商业属性，他们的酬劳都是按分钟计算的，但这些活动基本是没有商业价值的，而是一种社会责任的体现。与第三类相比，第一类和第二类显性度是比较高的，第三类如果是大型体育机构可能还会有一定的显性度，小的一些公司甚至和体育看上去都没关系的公司更多的就是一种公益行为了。”

王雪莉认为，体育公益的兴起对社会的良性发展有着非常重要的积极意义。目前中国人的体育习惯仍处于养成阶段，养成阶段意味着它需要一些动力因素。“我们所说的第一类体育公益活动，最典型的特点是赋予了你一个伟大的意义。当我们使用平台健身时，不再仅仅是为了自己。如果仅仅是为自己，可能今天就偷懒了，但是如果健身还为了更远大的公益目标，自己可能就会坚持，这也促成了锻炼习惯的养成。从这个角度

来说，这是非常有意义的。”同时，中国体育的发展又是非常不平衡的。“我们可以看到，有些地方可以一年消费几十万元的冰球、马术、高尔夫这样的运动项目，可有些地方孩子可能连一双好的球鞋、一个能够真正教他们的体育老师都没有。商业体系下的经济发展不均衡只能不断加大这种差距，而体育公益的相关行为实际上是在有意识地缩小差距，使得体育教育的公平和平等能够得以实现。”

## 体育与公益的另类结合

在体育产业大发展的阶段，也是在公益事业步入快速发展的特殊时期，体育产业与公益事业以另一种形式结合——清华大学也在热心校友的捐赠之下成立了体育产业发展研究中心。2016年5月，清华大学体育产业发展研究中心成立大会在近春园举行。国家体育总局副局长冯建中、清华大学副校长杨斌共同为中心的成立揭牌，国际奥委会委员、全国青联副主席杨扬，国家体育总局体育科学研究所体育社会科学研究中心主任鲍明晓，英迈传媒集团合伙人史丹丹，李宁品牌创立人、集团董事长兼执行主席李宁等校友和嘉宾共同见证了这一重要时刻。

研究中心依托经管学院，旨在充分发挥清华大学学科齐全、人才密集、体育传统深厚的优势，创造性地开展紧密合作研究，发挥体育产业一流平台的作用，为落实国家体育产业发展战略、推动体育产业升级及企业发展提供智力支持。王雪莉认为，捐方支持学校成立研究中心的初心，除了校友史丹丹对学校的热爱之外，更重要的是她对体育产业的热情和投入。“史丹丹校友会亲自参与中心的很多活动，积极的沟通使得捐方和中心能够无缝对接，达到多方面的高度融合，这是中心成立初期能够良好运作的一个重要前提。”

2017年12月14日，清华大学体育产业基金捐赠仪式在工字厅举行。新清泰克体育科技有限公司的此次捐赠主要用于支持体育产业发展研究中心的进一步建设与发展，尤其是支持体育产业的科技创新。机械系1996级校友、新清泰克体





新清体育公司捐赠仪式 石加东 摄



中心成立仪式上王雪莉主任致辞



体育营销案例分析大赛

育科技有限公司创始人林赞，经管学院 2013 级 EMBA 校友、莲和医疗集团首席执行官单华，经管学院 2001 级校友、沙丘资本创始合伙人刘凡，经管学院 1997 级校友、英迈传媒合伙人史丹丹，清华大学副校长、教育基金会理事长杨斌，体育产业发展研究中心主任王雪莉等出席仪式。

作为国内顶尖的一流学府，清华大学却在体育产业研究方面存在“先天不足”。“不像学校很多其他新成立的研究中心，在成立之初就能够依靠清华的优势学科开展工作。在中国原有的体育事业和竞技体育体系中，清华是没有话语权的。”王雪莉坦率地表示，虽然清华拥有久远的体育传统，也拥有一批优秀的国家级运动员，比如射击队的易思玲等，但是清华作为综合性大学，体育相关工作是归教育部管理的，没有参与过竞技体育层面重大政策的制定。“不过这种先天不足的优点就是我们没有‘历史包袱’。”

首先，没有话语权就意味着不是既得利益者，没有预设的立场，也不存在路径依赖。其次，中心的成立正好赶上了体育产业的东风——《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》（即 46 号文）的推出，“体育产业作为一个新兴产业，意味着需要新视角来审视和发展。”王雪莉认为，中心依托经管学院，产业研究是其长项。“所以中心开始注意的两件事情，第一是我们不直接进入政府和政策端（G 端），因为对于中国体育改革的政策蓝图，我们没有研究积累，并不像原来专业大学的专家对政策脉络非常清晰。第二是虽然大学里有些精英运动员，但是我们也没有更多切入精英运动员层面的研究（A 端），因为目前中国专业运动员都是竞技体育体系里的，其成长路径和发展现状我们也缺乏第一手的信息和了解。我们认为 B 端和 C 端是我们擅长的。”

B 端为公司，这些公司包括做体育产业的投资者、赛事的运营方、体育俱乐部、体育



中心从国外引进版权并翻译的图书

传媒等。而C端为消费者，体育产品和服务的参与者和观赏者。“哪个产业都有B端和C端，体育产业也不例外，所以从这个意义上来说我们去年到今年做的很多事情，都是围绕对于体育产业的剖析和拆解来进行的。比如说我们做体育营销案例分析大赛，在中心成立初从国外引进了六本体育产业方面经典书籍的版权，在不到一年的时间，就出版了其中三本，还有三本将于9月份出版，这些努力是要将真正的体育产业的结构呈现出来。”

中心成立一年多来，不仅将国际顶尖学术期刊中的体育管理、体育营销、体育领导力等方面的研究进行综述编译，并对国际体育产业发展的趋势和热点进行探察和思索，主动开展了赛事IP评价、体育营销、联赛外援政策、俱乐部球迷服务等课题研究，中心微信公众号每周二、五坚持推出原创研究综述和产业观察文章。中心逐渐从B端、C端慢慢地拓展，又深入到了G端和A端，承担起相关委托单位的关于产业规划、赛事策划以及专题研究的课题。“现在中心在做的课题包括中国田协的马拉松产业规划，自行车协会委托的自行车运动产业规划，国家发改委东北振兴司牵头的东北地区冰雪运动产业的发展规划，以上都是传统意义上的G端。

目前我们和A端也有合作，体育产业高管课程有退役的优秀运动员，我们通过和冠军基金的合作，为优秀运动员的职业发展做一些工作。”

## 做顶级智库组织

王雪莉说，中心未来的长远规划是做顶级的智库组织。今年会集中力量在一些专项的点上形成更强的影响力，比如体育营销专题研究的深入，服务国家战略的论坛和研讨会；除此之外，“我们今年除了举办体育营销案例分析大赛，还会开办体育产业公益创业营，通过招募体育产业相关的创业公司项目，经过封闭的两三天的创业营活动，帮助创业者与投资人更好地对接。我们对报名的创业团队收取低额的报名费，在活动结束后，再将这些钱以创业营的名义全部捐给贫困地区的学校，用于购买体育用品。”

王雪莉最大的愿望是“推动体育产业清华系的崛起”。作为一个清华人，她最引以为傲、同时也引以为戒的就是“行胜于言”，并以“要做就要做好”的目标不断激励自己。她真诚希望能有更多校友和热心人士支持中心未来的发展，加入到推动体育产业发展的行列中来，共同为体育产业的发展贡献力量。



清华大学教育基金会  
地址：北京市清华科技园创业大厦12层  
电话：62785959  
传真：62785959  
Email: [ijhnews@tsinghua.edu.cn](mailto:ijhnews@tsinghua.edu.cn)  
[www.tuef.tsinghua.edu.cn](http://www.tuef.tsinghua.edu.cn)

【更多内容，请扫描二维码关注基金会微信公众平台】