

北京市教育委员会专项资金资助
商业体育系列丛书

HANGYE
TIYU RENWULUN

商业体育 人物论

曾静平◎著



陕西师范大学出版总社

商业体育系列丛书

SHANGYE TIYU RENWULUN

商业体育 人物论

曾静平◎著



陕西师范大学出版总社

图书代号 ZH16N1196

图书在版编目(CIP)数据

商业体育人物论 / 曾静平著. —西安: 陕西师范大学出版总社有限公司, 2016. 10
ISBN 978-7-5613-8701-6

I. ①商… II. ①曾… III. ①体育工作者—人物研究—世界 IV. ①K815.47

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 263068 号

商业体育人物论

曾静平 著

责任编辑 / 赵荣芳

责任校对 / 田均利

封面设计 / 鼎新设计

出版发行 / 陕西师范大学出版总社

(西安市长安南路 199 号 邮编 710062)

网 址 / <http://www.snupg.com>

经 销 / 新华书店

印 刷 / 西安市建明工贸有限责任公司

开 本 / 787 mm × 960 mm 1/16

印 张 / 15

字 数 / 225 千

版 次 / 2016 年 10 月第 1 版

印 次 / 2016 年 10 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5613-8701-6

定 价 / 37.50 元

读者购书、书店添货或发现印装质量问题, 请与本社高等教育出版中心联系。

电话: (029) 85303622 (传真) 85307864

商业体育系列丛书编委会

顾 问 魏纪中

主 编 钟秉枢 李 舜 杨铁黎

执行主编 曾静平

编 委 (以姓氏笔画为序)

马国力 王永治 左达文 石义彬 冯 巍

任乐毅 刘 伟 江和平 李炜炜 李秋平

李新祥 杨 明 杨志永 吴 昊 汪文斌

宋健生 张敦南 林瑞军 罗超毅 周 纯

郑 蔚 孟文光 袁虹衡 徐济成 黄传武

雷振剑

前言

一旦体育走入商业之旅,产业开发商务推广等原来看似与之不相干的新元素新人物就会一个个涌现、新动作新举措就会一发而不可收。竞技体育商业化,就连号称远离商业的奥运会、全运会也低下了高高在上的头颅,奥运会组织机构制订 TOP 计划寻求更高规格更大规模的商业赞助商业开辟更多广告商业合作伙伴,全运会的政府出面搭台唱戏 + “威逼利诱”企业参与式中国特色商务运作及参考奥运会电视转播权售卖;群众体育商业化,无论任何群众体育活动无不“为五斗米折腰”,唯“出钱人马首是瞻”——电视镜头露脸、政府官员作陪等等。体育场馆商业化,运动员商业化,教练员、裁判员商业化,就连体育赛事裁判员、体育播音主持人(包括嘉宾)也成为商业人物,成了广告代言人,成了婚庆主持企业开业的重要代表。

目前,全球体育产业资本已经超过了 1 万亿美元。仔细算来,这只能说是冰山一角。要知道,各种财富指数,从来计算不清楚不准确,涉及财富的方方面面因素,当事者总是讳莫如深,没有几个人愿意张扬。至少,很多体育人物不打收条的“灰色收入”没有计算进去,体育投资与融资没有考虑进去,体育广告只计算了浮在表面的一些皮毛,体育休闲康复、体育博览和体育博彩等市场也没有完全计算进去。更重要的是,体育报纸杂志、体育广播电视所酝酿的财富价值往往被人忽略,还有从天而降的体育互联网,又有谁能够准确估量其现在和未来的财富价值呢?

有人开玩笑说,与其建造 10000 个工厂,筑起 10000 片农场,修建 10000 公里公路铁路,引进 100 个全球五百强,不如培养 100 个乔丹、詹姆斯、费德勒、莎拉波娃,不如培养 100 个李连杰、李宁、李娜、刘翔、姚明、易建联、丁俊晖。因为,姚明易建联刘翔丁俊晖们不需要再投入,不需要办公场所,不需要一大批的管理成员。尤为重要的是,体育带来的财富,没有污染,无须花巨资去治理。因此,美国作为世界上第一经济强国,除了花大力气投入高科

技研发外,悄悄将着力点放在了体育这一生机勃勃的商业乐园的铸造上。可想而知,精明的美国人绝不会投入那么大的经济总量,一次又一次申办奥运会承办奥运会,不仅花巨资引进世界顶级赛事和全球体育明星,营造NFL、NHL、NBL和NBA等四大联赛,而且不遗余力将其向世界其他国家推广时,绝不只是为了繁荣世界文化,丰富人们业余生活,而是经济利益使然,是美国发展体育产业在新兴领域经济扩张无声而有效的手段。

当我们看到姚明的身价倍增,年收入从在上海东方男篮的200万元人民币,激增到美国《体育画报》公布的2007/2008赛季体育明星总收入榜单的第8位,以3176万美元排名全亚洲年收入最高的体育明星时;当我们看到其1800万美元的广告收入在NBA球员的广告收入排行榜中,压倒科比的1600万美元而名列第三、仅次于“小皇帝”詹姆斯和“菜鸟”杜兰特的2800万美元和2165万美元时,全世界感到了中国巨人的商业号召力;当李娜在夺得澳大利亚网球公开赛和法国网球公开赛大满贯奖杯之后身价倍增跻身亚洲运动员第一富豪时,生生感觉到了中国体育财富的无穷潜力。

当丁俊晖的夺冠提升了中国台球的人气、中国台球公开赛以及系列赛的热度快速上升且奖金猛涨时,当中国品牌大量进入NBA赛场、进入世界高尔夫系列赛、进入F1赛车和美洲杯帆船赛时,“中国实力”正在体育赛场全方位显示。

一些专业人士一直在统计,中国到底有多少体育明星(教练员、运动员、裁判员和体育科研工作者)在国外淘金。因为我国的强势运动项目如乒乓球羽毛球跳水武术举重体操等明星,时不时出现在各种各样的赛场上,出现在体育赛事现场直播的电视镜头里。保守地说,活跃在世界各地的中国籍体育明星应该不下10000人。以乒乓球、羽毛球和跳水等优势项目为例,全世界这几个领域的教练员、运动员、裁判员和科研人员,随便数数就有以千人计。王大勇在比利时一待就是20多年,因为成就了大小塞弗而被视为比利时体育功勋教头。中国女排五连冠的殊荣,让世界震撼,也让世界各地竞相聘请女排姑娘加盟。郎平、姜英(执教澳大利亚女排)、马芳、何琦、孙玥、冯坤、魏秋月 and 惠若琪等纷纷走出国门,赚取高额美金、欧元。一代女排巨星郎平退役后,先后执教了意大利俱乐部、意大利国家队和美国国家队。有人说,郎平的年薪之高,可以和世界上任何排球界国家级教练员媲美。按照简单的算数公式,我国体育明星在境外的年收入,应该不少于100亿美元。

如果说,中国体育明星的输出,只是中国体育财富外延的小试牛刀,那

么,中国传统体育赛事的走出国门,则意义更加重大。武术、龙舟、中国象棋、中国围棋等都很有希望。

中国国力的增强,让我国体育健儿有了更多的机会扬威世界赛场,中国体育军团有了更为广阔的商业舞台,中国体育制造开始武装世界各国,李宁、匹克、安踏、361°和鸿星尔克等成为国际体育竞技装备的重要力量。在强盛的中国体育制造舰团背后,活跃着一批追赶体育时尚、代表中国体育制造智慧的商业体育人物。

应该看到的是,中国体育正面临前所未有的挑战,大量的体育财富正在受到国际体育巨鳄的侵吞。1987年,NBA以免费形式进入中央电视台。20年后,NBA每年在中国大陆的电视转播费收入超过1000万美元。如果加上其配套搭售的电视广告,总收入达到2000万。一场NBA季前赛,NBA总部就从中国大陆获取了上1000万美元的直接收益。投资20多亿美元的NBA中国在北京安营扎寨,这一投资规模超过了我国体育相关经营公司的总和,其对中国体育产业的冲击和影响可想而知。NBA的巨额回报,让其他国际体育组织对中国体育市场垂涎欲滴。世界网球协会意欲将中国网球公开赛打造成与澳网、法网、温网和美网齐名的“第五满贯”,F1赛车、公路自行车、棒球垒球和美国人最热衷的橄榄球已经先后登堂入室,并逐渐成为我国体育爱好者的追风时尚。斑驳陆离、新奇迷人的“洋体育”让刚刚起步的中国传统体育项目商业运营方面相形见绌,顺理成章“掳掠”走中国体育市场。

财富是人创造的,体育财富也是如此。因为有了一个个创造神话的体育人物,世界各国的体育财富空前飞跃,全球体育产业得以快速发展,成为新新崛起的产业巨头。古往今来,放眼华夏,体育财富人物数不胜数。国外的萨马兰奇、阿维兰热、大卫·斯特恩、莎拉波娃、泰格·伍兹、贝克汉姆、瓦尔德内尔等,一个个炙手可热,引领着体育财富的发展进程。国内的魏纪中、王健林、马国力、姚明、刘翔、丁俊晖、李连杰和李宁等,个个都是体育财富中只手擎天的弄潮儿,是体育财富的标志性人物。

最受瞩目的体育财富人物,当属已故国际奥委会主席萨马兰奇和曾经的国际足联掌门人阿维兰热。这位银行家出身的商业体育大师锐意改革,不断引进财富模式,打破陈规范围,使奥运会这个曾捉襟见肘、无人敢接手的烫手山芋成为牵动全球政府高官、名贾巨富们神经、强势拉动地域经济的财富魔棒,成为举世狂欢的大舞台。阿维兰热算得上是单项体育组织最具财富号召力的大腕,他一言九鼎,其出行远足,经常会受到各个国家元首的

接见,有时候的影响力可以比肩甚至超过国际奥委会主席。在他的铁腕领导下,国际足联以1000万美元贷款起家,不仅使得这个世界体育机构成为一个平均年收入超过2亿欧元的大金库,而且造就了一批又一批世界足坛财富精英,是体育财富人物最为集中的大本营。阿维兰热一手栽培的继任者布拉特,在足球赛事的商业运作上更上层楼,不仅扩大了比赛规模、增加了赛事奖金和各参赛国收入提成,而且让足球贫困国家得到了更多实惠,刺激了足球运动平衡发展进步。

唐·金没有任何官衔,却经常在世界各地的拳击舞台上呼风唤雨,将全球顶尖拳击手一个个把玩于“股掌之中”。谁也想不到,就是这个从贫民窟走出的穷小子,如今已是风云世界的拳台吸血鬼,几乎垄断了最高级别职业拳击比赛。

在中国体育财富人物中,李宁的成功转型当然值得大书特书。他带给中国体育的不仅是无穷无尽的赛事赞助,更重要的是给中国体育、中国体育职业运动员深层次的思考——离开了体育赛场,怎么样华丽转身找到自己的位置,如何挖掘作为专业运动员之外的潜能与其他特殊价值。

魏纪中是中国体育产业的奠基者之一,集国际国内政府要员、企业高管和理论专家于一身。他身体力行,为创造中国体育财富兢兢业业,让世界排球焕发出财富魅力,为中体产业的健康、有序发展做出了不懈努力。

黄健翔的“意大利万岁”让广大观众感受到震撼,也让无孔不入的商界人士顿时嗅到了体育解说的商机。这个被称为中国体育电视解说员的“首富”,时刻创造着体育财富,如今兼备着解说评论、娱乐明星、广告明星等多重角色。

王健林早期出现在体育镜头中是因为结缘“万达足球俱乐部”,他是万达的老板。离开足球圈多年后王健林摇身一变为现在的商业体育大亨,以10.5亿欧元牵头并购盈方体育,通过体育控股并购盈方体育等于占领了体育产业的上游,希望在2015年之内的万达集团将在体育产业方面成为世界第一。

《商业体育人物》力争挖掘的是鲜为人知的全世界体育产业的“淘金”故事和财富鸿篇,是一个个鲜活的商业体育大腕的素描特写,是他们和其团队商业策划、商业运作、商业执行等的经典案例。《商业体育人物》是联合了中国顶级高校的最新最高科研成果,是集体智慧的结晶,是群策群力的结果。在本书的策划和撰写过程中,一直得到首都体育学院钟秉枢教授、骆秉全教

授、王守恒和杨铁黎教授等的指导和支持,得到北京邮电大学王亚杰教授、杨放春教授、马华东教授、贾庆轩教授、胡启镔教授、杜振华教授、方明东教授和杨瑞萍教授等的热心帮助。浙江传媒学院的彭少健、项仲平、詹成大、胡晓阳、陈永斌、陈敬远、尚志强、李新祥、宋红岩、石妍、冯巍、孟文光和钱琦,首都体育学院的左伟、张彬、周龙峰、袁强、侯觉明、郭彬和北京邮电大学的任乐毅、李炜玮、黄传武、徐敬宏、陈东篱、蔡斯聪、王同庆、李谦、李超群、刘佳奇等或撰写部分章节初稿,或参与资料搜集与整理,为本书做出了很大努力与贡献。

作为中国商业体育人物的探索性开篇,作者希望客观求真地探求全球最具影响力的商业体育人物的背景、发展轨迹与更为深度的内在瑰宝,瞄准商业体育人物的柱状规律,进而为中国体育产业的健康、有序发展提供可资借鉴的素材,给中国体育工作者一些思索、一些启迪。

第一章 绪论	1
第一节 体育与商业	1
第二节 体育与商业的融合	19
第三节 体育与商业的分离	20
第四节 体育与商业的融合与分离	24
第二章 商业体育人物	32
第一节 商业体育人物的定义	34
第二节 商业体育人物的分类	34
第三节 商业体育人物的特征	39
第四节 商业体育人物的作用	40
第三章 商业体育人物的成长	43
第一节 商业体育人物的成长环境	46
第二节 商业体育人物的成长过程	48
第三节 商业体育人物的成长动力	53
第四节 商业体育人物的成长障碍	57

目 录

第一章 萨马兰奇	1
第一节 体育商人	3
第二节 初涉改革	6
第三节 商业操作	11
第四节 双刃利剑	15
第二章 阿维兰热	18
第一节 发迹背景	19
第二节 规模效应	22
第三节 中国旅程	26
第四节 后继人说	29
第三章 大卫·斯特恩	32
第一节 受命危难之际	33
第二节 妙手化解危机	35
第三节 强化电视转播	39
第四节 推行全球策略	40
第四章 唐·金	44
第一节 打出贫民窟	46
第二节 空手套白狼	48
第三节 遍地摇钱树	53
第四节 中国掘金忙	57

第五章 迈克尔·乔丹	61
第一节 篮球神话	63
第二节 广告魔力	67
第三节 耐克乔丹	70
第四节 乔丹商道	74
第六章 泰格·伍兹	77
第一节 职业天才	79
第二节 赚钱法宝	86
第三节 品牌赞助	90
第四节 王者生活	93
第七章 贝克汉姆	98
第一节 商业化夫人	100
第二节 跨越性转会	103
第三节 高速印钞机	106
第四节 商业化秘诀	109
第八章 莎拉波娃	113
第一节 造化弄人	114
第二节 收益构架	118
第三节 时尚宝贝	120
第四节 成功足迹	122
第九章 王健林	124
第一节 成功商人	126
第二节 甲 A 霸主	129
第三节 商业帝国	132
第四节 强势回归	135
第十章 魏纪中	140
第一节 排球情节	140

第二节	亲历奥运	143
第三节	产业探索	145
第四节	未来展望	147
第十一章 李宁		
第一节	初涉商界	150
第二节	步步为赢	152
第三节	全球战略	155
第四节	品牌文化	158
第十二章 李连杰		
第一节	武术生涯	162
第二节	少林辉煌	163
第三节	角色转换	165
第四节	自立门户	167
第五节	创建基金	168
第十三章 姚明		
第一节	火爆休城	173
第二节	销售主张	177
第三节	品牌主张	181
第四节	姚明标签	185
第十四章 丁俊晖		
第一节	巨星轨迹	190
第二节	风云人物	192
第三节	星牌产业	195
第四节	商业代言	197
第十五章 马国力		
第一节	电视“大佬”	202
第二节	CCTV-5 情节	204

第三节 商界天才	206
第四节 执掌 BOB	208
第十六章 黄健翔	211
第一节 黄氏解说	212
第二节 绯闻效应	215
第三节 转战凤凰	217
第四节 开疆辟土	220
后 记	222

第一章

萨马兰奇

将西班牙人胡安·安东尼奥·萨马兰奇列入商业体育人物第一人,有着很多缘由。一是这位自1980年至2001年担任国际奥林匹克委员会主席期间,始终不遗余力地对现代奥运进行的商业化改革,使国际奥委会组织机构和夏冬季奥运会摆脱财务危机、政治风波等各种困境,足以惊殊世界;二是这位老人毫不忌讳对中国的感情倾向,倾注全力支持中国申办2008年夏季奥运会,并且终获成功,这让萨马兰奇与中国建立了天然紧密联系。正是在萨马兰奇的不懈努力下,原本百孔千疮濒临瘫痪的奥运会赛事,一步步走出泥潭并逐渐进入“世界和平大使”与“经济驱动引擎”并行不悖的快车道。

在绝大多数人眼中,萨马兰奇是一个成功的国际奥林匹克活动家,是曾经做过巴塞罗那议长的政治家,是一位将奥运会商业价值得以升值增值的商业体育天才,是一位卓越的航海运动领袖,是深得祖辈真传的银行家、实业家,还是一位国际奥林匹克舞台上辗转腾挪化腐朽为神奇、化干戈为玉帛、化危为机的危机公关专家。在这一大串头衔光环的背后,萨马兰奇的富商家庭背景和曾担任过驻苏大使和蒙古大使的外交家生涯,为其将全球奥林匹克发展跃升到一个全新境界做了坚实厚重的铺垫。

现代奥林匹克之父顾拜旦在奥运会一开始奉行非牟利原则,将申办举办奥运会限制在不谋取经济利益的范围内,这在一定程度上限制了奥运会各个环节的商业侵蚀。随着奥运会的影响越来越大,参赛运动员、教练员、裁判员和政府官员等超大规模介入,主办国家的财务支出像滚雪球般增大,巨额财经支出给承办国家带来沉重负担。这不仅使申办国望而却步,兴趣锐减,更使得国际奥委会的品牌声誉遭致了空前挑战,财政危机也向奥运会

袭来。1980年,萨马兰奇在奥运会举步维艰的情况下走马上任。上任伊始,萨马兰奇力排众议(在当时实属无奈之举),支持第23届洛杉矶奥运会尤伯罗斯的商业开发设想,一举改变了奥运会人气凋零、经济巨额亏损的局面。后萨马兰奇乘势出击,大胆推进奥林匹克运动经济体制改革,使奥运会重新焕发生机和活力驶入商业良性发展的深海良港。

2001年,萨马兰奇在莫斯科宣布北京获得第29届奥运会的举办权后功成身退,他给奥运会留下的是一笔享用不尽的巨大财富,仅每年周转的资金就可以达到10亿美元,国际奥委会的号召力空前高涨,奥运会(包括冬季奥运会)的吸引力、凝聚力日益增大,商业价值呈不断上升趋势。

作为国际奥委会主席,萨马兰奇赢得了全球性的广泛尊敬和爱戴,曾先后获得过十几个国家政府颁发的荣誉勋章。1990年北京亚运会期间,萨马兰奇荣获北京大学名誉教授。2001年7月16日,萨马兰奇在莫斯科开始的国际奥委会主席生涯也在莫斯科结束。他在国际奥委会第112次全会上正式退休,被授予奥林匹克金质勋章,并接受“国际奥林匹克委员会终身荣誉主席”称号。在担任国际奥委会终身名誉主席的同时,萨马兰奇还是位于瑞士洛桑的奥林匹克博物馆主席,由他亲自主持修建并改造重建的这座博物馆则是人类历史上最为珍贵的奥林匹克遗产之一。

在萨马兰奇担任国际奥委会主席期间,国际奥委会成为全球成员最多的国际组织。萨马兰奇在任的21年间,访问了国际奥委会所有199个成员国,乘坐航班2700多次,行程达480万公里,相当于绕地球114圈。很难说是奥运会成就了萨马兰奇个人的成功,还是萨马兰奇铸就了现代奥运会的商业成功和品牌辉煌。毋庸置疑,在萨马兰奇的领导下,世界奥林匹克欣欣向荣,其商业价值得到了前所未有的彰显,商业体育人才一个个涌现,成为国家奥林匹克经济大发展大繁荣的宝贵智库。

20世纪80年代初,萨马兰奇帮助中国重返国际奥委会,并在洛杉矶奥运会上亲自为中国第一枚奥运金牌的获得者许海峰颁发金牌。洛杉矶奥运会之后,他建议中国申办2000年奥运会。1993年,北京以两票之差失去主办2000年奥运会的机会后,萨马兰奇说,他“欠北京一次奥运会”。最终,他兑现了自己的诺言:2001年7月13日,在莫斯科,他亲自宣布北京成为2008年夏季奥运会的主办城市。

此后,到现场观看北京奥运会成为萨马兰奇最大的愿望。2007年岁末,他突然昏倒入院,醒来后依然说:“如果还可以允许我祈求些什么,就是我希望

望可以亲眼看看2008年北京奥运会。”

2008年8月8日,萨马兰奇出现在北京奥运会开幕式的现场。此后不久,他给西班牙的一份报纸写了一篇题为《我为什么爱中国尊重中国》的文章。他在文中深情地说:“中国人民懂得珍惜患难之交……正因为如此,在这次北京奥运会上,我才能享受到中国人民的友谊和对我的爱……30年来,我29次访问中国。我从中国收获了爱和友谊,也学会了爱与尊重中国人民。”^①

第一节 体育商人

萨马兰奇是体育与商人的合体,他既有着家族遗传的商业基因,又有着自身对体育运动的爱好与追求,并在其担任国际奥委会主席期间,充分施展“体育+商人”的才情与激情、果敢与智慧,成为国际体育舞台上最具代表性的体育商人。萨马兰奇的纯商业经营之路不算长久也难说成功,但其奥林匹克商业之旅却在曲折中,最终迈向世界之巅。

一、商界名流

1920年,胡安·安东尼奥·萨马兰奇出生于巴塞罗那的一个富商家庭。家族企业萨马兰奇股份有限公司在当地颇有名气。萨马兰奇从小受到家庭熏陶,很有经商气质和天赋。萨马兰奇从巴塞罗那高等学院毕业后,即顺利子承父业步入商界打拼,并很快担任巴塞罗那一家著名纺织企业的总经理。

1956年,萨马兰奇的父亲弗朗西斯科去世,家族产业平均分给了家族的子孙晚辈,期待他们继承祖业并取得更大成就更大家业。萨马兰奇必须面对一个选择,是遵循父亲遗愿与兄弟们一起发展家族产业,将家族企业做强做大,还是另起炉灶投身体育与政治。出乎家人意料的是,萨马兰奇改弦易辙,离开了家族企业。1968年,萨马兰奇毅然决然卖出他在萨马兰奇股份有限公司的股份,把出售股份得到的钱投入马德里银行,成为该银行董事会的一名董事,从此步入西班牙金融界。

后来的事实证明,萨马兰奇似乎有着未卜先知的天分,出卖萨马兰奇家族公司的股份应该是做对了。仅在萨马兰奇卖掉家族企业股份的几年后,

^①参见林冬:《萨马兰奇改变中国体育》,载《环球人物》2011年第1期。

20 世纪 70 年代初,西班牙的纺织业出现了历史上少有的危机,萨马兰奇家族股份有限公司就在那场危机中倒闭了。

二、体坛风流

萨马兰奇擅长多种运动,爱好摔跤和曲棍球。说来令人难以置信,这位外表瘦弱、举止斯文的人竟还是一位拳坛好手。他年轻时曾在西班牙一个地区的业余选手冠军赛中被对手击倒不起,但他未为挫折所动摇,对拳击的喜爱很多年兴趣不减。萨马兰奇的贵族血统让他喜欢打高尔夫球,他经常和至爱亲朋优雅地挥上几杆,尽情展示他在这方面的天赋。萨马兰奇还是滑雪高手,欧洲的滑雪胜地阿尔卑斯山无数次留下过他矫捷的身影。

在西班牙传统的足球世界,萨马兰奇也是活跃分子,是一个球技不错的足球边锋。萨马兰奇在草原上能骑赛马纵横驰骋,在波涛汹涌的大海上,他能驾驶帆船劈波斩浪。摔跤、拳击、曲棍球、高尔夫球、冰球等无所不通。萨马兰奇年轻时患过肺炎,身材瘦小,性情温和,文质彬彬,无论从外貌、气质还是言谈举止上看,都与运动员的形象相差甚远,事实上他却是一个体育全才。

1942 年,当时已经在旱冰球圈小有名气的萨马兰奇,借助家族的财力创建了西班牙第一支旱冰球队,不久又出资在故乡加泰罗尼亚组织了首届旱冰球锦标赛。此后,球队每次出国参赛,萨马兰奇基本上解决全部费用。西班牙旱冰球队成绩突飞猛进,屡获名次。1951 年,萨马兰奇被推选为西班牙皇家体育俱乐部的旱冰球教练,并带领西班牙队获得了旱冰球世界锦标赛冠军——这是西班牙体育界在内战结束后获得的第一个世界冠军。

正是这个世界冠军,让作为青年体育名流的萨马兰奇大步踏进了政坛:在西班牙国内,他首次竞选区议员就获得了成功;由于他对旱冰球运动的极大贡献,随后又被西班牙全国体育运动委员会破格提升为委员会委员;在国际上,旱冰球世锦赛、赫尔辛基奥运会和地中海运动会等运动会,成为他在国际体坛崭露头角的最佳平台。

1947 年,就在瑞士世锦赛场之上,国际奥委会委员奥托·迈耶尔被朝气蓬勃、风流倜傥的萨马兰奇所吸引,甚至致信时任国际奥委会主席的埃德斯特伦,热情洋溢地写道:“我发现了一颗新星,一颗罕见的新星。他应该进入国际奥委会。”

此后,萨马兰奇当选为巴塞罗那省议员及巴塞罗纳议会体育委员会的