

# 体育赛事 战略管理

(第2版)

Strategic Sports Event Management  
(Second edition)

[德]盖·马斯特曼 (Guy Masterman) / 著

花勇民 / 等译



非外借

北京体育大学出版社

# 体育赛事战略管理

(第2版)

作者 盖·马斯特曼  
译者 花勇民 布特  
梁琼 高飞  
吕行 屈子园  
李宏然 马楠



北京体育大学出版社

策划编辑 孙宇辉  
责任编辑 吴枫桐  
审稿编辑 李 飞  
责任校对 孙宇辉  
版式设计 孙宇辉

北京市版权局著作权合同登记号:01-2017-1961

本书中文简体翻译版授权由北京体育大学出版社独家出版并限在中国大陆地区销售。未经出版者书面许可,不得以任何方式复制或发行本书的任何部分。

本书封面贴有 Taylor & Francis 公司防伪标签,无标签者不得销售。

#### 图书在版编目(CIP)数据

体育赛事战略管理/(德)盖·马斯特曼著;花勇民等译. -北京:北京体育大学出版社,2013.9  
ISBN 978-7-5644-1447-4

I. ①体… II. ①盖… ②花… III. ①运动竞赛-组织管理-战略管理 IV. ①G808.22

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 221033 号

## 体育赛事战略管理(第2版)

(德)盖·马斯特曼 著  
花勇民 等译

---

出 版 北京体育大学出版社  
地 址 北京海淀区信息路 48 号  
邮 编 100084  
邮 购 部 北京体育大学出版社读者服务部 010-62989432  
发 行 部 010-62989320  
网 址 <http://cbs.bsue.edu.cn>  
印 刷 北京京华虎彩印刷有限公司  
开 本 787×1092 毫米 1/16  
成品尺寸 260×185 毫米  
印 张 15.5  
字 数 383 千字

---

2017 年 4 月第 1 版第 1 次印刷

定 价 48.00 元

(本书因印制装订质量不合格本社发行部负责调换)

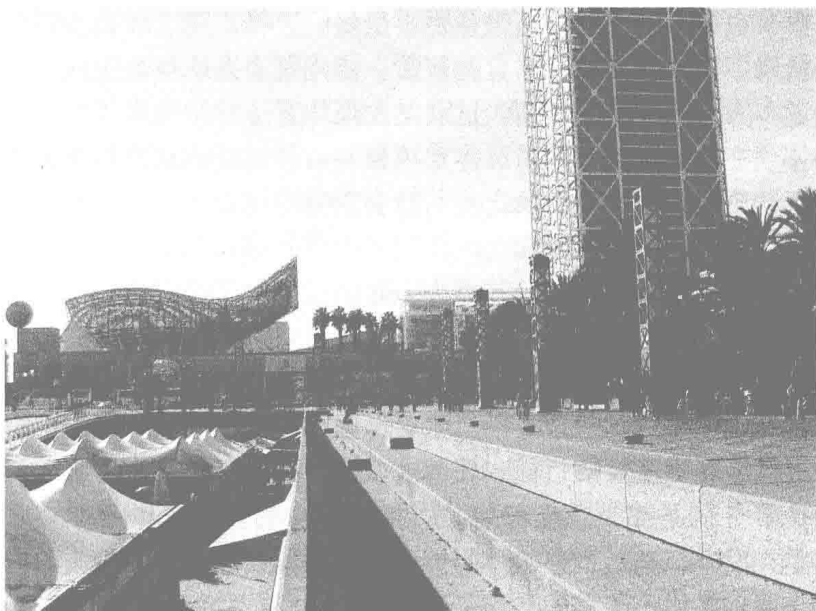
导    言 .....	(1)
奥林匹克誓言 .....	(1)
背景——体育赛事的重要性 .....	(1)
<b>第一章 体育赛事产业</b> .....	(6)
学习目标 .....	(6)
本章简介 .....	(6)
历    史 .....	(7)
产业规模 .....	(12)
结    构 .....	(15)
参与者 .....	(22)
赛事管理学科 .....	(24)
赛事管理者 .....	(24)
前    景 .....	(25)
本章小结 .....	(25)
思考题 .....	(26)
<b>第二章 赛事组织</b> .....	(27)
学习目标 .....	(27)
本章简介 .....	(27)
国际体育 .....	(28)
奥林匹克运动 .....	(31)
国际赛事的举办 .....	(37)
赛事拥有者与组织者 .....	(40)
本章小结 .....	(42)
思考题 .....	(43)

<b>第三章 体育赛事规划过程</b> .....	(44)
学习目标 .....	(44)
本章简介 .....	(44)
赛事规划过程 .....	(46)
阶段性过程 .....	(48)
本章小结 .....	(59)
思考题 .....	(59)
<b>第四章 影响和遗产</b> .....	(60)
学习目标 .....	(60)
本章简介 .....	(60)
土地再生 .....	(61)
设施和服务 .....	(62)
社会再生 .....	(70)
政治发展 .....	(70)
文化发展 .....	(71)
体育发展 .....	(72)
环境发展 .....	(73)
经济发展 .....	(74)
旅 游 .....	(77)
本章小结 .....	(80)
思考题 .....	(80)
<b>第五章 财务规划与控制</b> .....	(81)
学习目标 .....	(81)
本章简介 .....	(81)
本章小结 .....	(92)
思考题 .....	(92)
<b>第六章 赛事收益最大化</b> .....	(93)
学习目标 .....	(93)
本章简介 .....	(94)
收益规划 .....	(94)
本章小结 .....	(110)
思考题 .....	(110)

<b>第七章 申办过程</b>	(111)
学习目标	(111)
本章简介	(111)
申办过程	(112)
奥运会申办进程：2012 年奥运会	(114)
奥运申办的关键因素和标准	(122)
申办失利/奥运成功申办策略	(126)
本章小结	(130)
思考题	(131)
<b>第八章 赛事实施</b>	(132)
学习目标	(132)
本章简介	(132)
赛事实施	(133)
长期规划	(142)
本章小结	(145)
思考题	(145)
<b>第九章 市场规划和实施</b>	(147)
学习目标	(147)
简介	(148)
市场规划	(148)
组织和赛事目标	(148)
内外因分析	(149)
市场目标	(154)
市场选择	(154)
促销	(165)
组织与实施	(166)
控制	(167)
本章小结	(167)
思考题	(168)
<b>第十章 创新型营销传播</b>	(169)
学习目标	(169)
简介	(170)

公共关系 .....	(174)
个人媒介 .....	(182)
直接营销 .....	(183)
互动式媒介 .....	(184)
大众传媒 .....	(186)
本章小结 .....	(197)
思考题 .....	(197)
<b>第十一章 体育赛事赞助 .....</b>	<b>(198)</b>
学习目标 .....	(198)
简介 .....	(199)
体育赛事赞助规划 .....	(200)
决策过程 .....	(210)
伦理道德问题 .....	(224)
本章小结 .....	(225)
思考题 .....	(225)
<b>第十二章 调查与评价 .....</b>	<b>(227)</b>
学习目标 .....	(227)
简介 .....	(227)
评价过程 .....	(228)
第一阶段：赛前调查 .....	(229)
第二阶段：反复评价 .....	(232)
第三阶段：赛后评价 .....	(232)
报 告 .....	(239)
本章小结 .....	(240)
思考题 .....	(241)

# 导言



巴塞罗那奥林匹克港：从1992年奥运会后成为用于休闲、零售和招商服务的繁华地区。

## ■ 奥林匹克誓言

我以全体运动员的名义保证，为了体育的光荣和团队荣誉，以真正的体育道德精神参与本届奥林匹克运动会，尊重并遵守运动会所有比赛的规则，致力于一个没有兴奋剂和有害药品的运动会。

我以全体裁判员和官员的名义保证，以真正的运动道德精神执行我们在本届奥林匹克运动会的职责，尊重并遵守运动会所有比赛的规则。

国际奥委会（2003年）

## ■ 背景——体育赛事的重要性

体育赛事管理的重要性就体现在奥林匹克运动会开幕式上东道国运动员和裁判员代表的简短誓言中。随着时间的推移，奥林匹克誓言本身也在不断发展，成为弹性管理重要性的象征。古代奥运会上，运动员宣誓接受过适当的培训，并将遵守运动会的规则。教练员、运动员的兄弟和父亲同样要起誓，这也体现了誓言的重要性。到了近代，为适应社会



潮流，保证体育赛事产业发展顶峰时期赛事的完整，誓言内容已有所调整。1920年，奥林匹克誓言首次出现时，强调的是“骑士精神”，而非运动家精神。2000年悉尼奥运会首次将没有兴奋剂和有害药品的这一奥运承诺列入誓言，这一细节的增添是必要的，体现了时代的特点。

针对奥林匹克誓言的研究很有价值。例如，遵守规则对赛事成功具有重要意义，然而，仅凭宣誓本身并不能保证人人都会遵守规则。因而，体育管辖机构通过制定和运用规则对体育进行的管理和控制逐渐增强，这也很重要。由于赛事期间需要运用和实施这些规则，所以体育赛事也为这种控制的实施提供了最好的途径。

我们可以从以下两个方面看待体育的荣耀。首先是个人的体育成就，其次是这种成就给他人和参赛者本人带来的激励作用，这就是发展体育运动的精髓所在。此外，体育赛事的重要作用还体现在它可以将运动员、体育项目和这种壮观的场面本身置于商业橱窗中。

奥林匹克运动员誓言一个重要的文化与社会要素是体育的荣耀与团队（以前是国家）的荣誉相互关联。简言之，这一层面的荣耀通常被看作带有民族荣誉和民族身份的色彩，会体现在关键时刻居高的收视率中，并成为一时间主要的公众话题。许多主办城市还会通过制定长期的赛事目标，对大型赛事在促进社会文化遗产发展上的作用寄予厚望。

仪式上的这些誓词还从长远的角度看待赛事管理作用。这种作用对于影响深远且长久的赛事的实施具有一定作用。但这并不意味着，国际奥委会还担负着比组织一场成功的赛事和为运动员提供经验更重要的目标和任务。诚然，国际奥委会主席雅克·罗格也曾经宣称其工作的第一要务就是要为观众和运动员提供成功的赛事（Rogge, 2002）。虽然国际奥委会的目标中并没有与奥运主办城市的长期商业和体育遗产开发相关的内容，但这的确已取得了进展。近年来，由于赛事的主要市政目标也在于将其作为促进城市发展的催化剂。目前，国际奥委会在奥林匹克知识转让计划的开发过程中和它举办的关于奥运遗产的专题报告会上，都已认可了它的这种需求（洛桑，2002）。它开始承认奥运主办城市也需要收回投资成本。投资能产生长期、广泛的效益，比单纯地举办奥运会带来的效益可能会大得多。

广泛的社会文化和经济影响力也不仅是奥运会组织者的目标。各级、各类赛事的主办者都试图通过更具策略性的运作实现影响的最大化。一场赛事的策划实施可以为下一个赛事的举行提供正面的影响。例如，私营赛事组织可以通过在赛事中与客户联系的日益密切实现下一场比赛收入的增加，慈善机构可以筹到更多资金。通过研究当地需要，市政当局可以制定体育赛事的年度计划，为当地创造积极的经济影响，组织更为多样的社区活动。此时，各级体育主管部门若能够为赛事提供更好的机遇和恰当的跟进机制，就可以利用各类赛事促进体育的参与程度、增加观众数量。因此，可以说体育赛事的战略性管理对整个体育产业而言都是有益的。

不幸的是，体育赛事战略管理目前尚未普及。许多知名赛事和高规格赛事举办城市的战略规划也还很不足，其中就包括英国的谢菲尔德和澳大利亚的悉尼。谢菲尔德市议会至今还在为其主办的1991年世界大学生运动会买单，偿还因此欠下的长期按揭贷款（Mackay, 2001）。与此同时，悉尼在奥运结束9年后，仍在设法维持其奥运形象工程——澳大利亚体育场（Stadium Australia）的经营。据报道，国际奥委会主席罗格本人在谈及该馆时就曾称之为“白象”。时至今日，它还是澳洲财政的巨大负担。最近，为防止它破产，

该场馆运营商澳大利亚体育场集团正就冠名权事宜与澳新银行进行商业合作 (Hansard, 2001; Askew, 2006)。但是, 一些著名的实例则为我们提供了正面的遗产, 如巴塞罗那作为 1992 年奥运会的主办城市对奥运会的利用就很充分, 而那时体育赛事管理似乎尚处在婴儿期。

这个“婴儿赛事期”为体育赛事管理的研究、文献和理论的欠缺所反映。目前这方面的专著还很少, 更多的是关于赛事管理的宏观研究。表面上看, 这些书集中探讨了赛事的实施, 而非赛事的战略管理和长远目标。本书试图填补这一研究空白, 开辟体育赛事管理研究的方法途径, 这对于整个赛事产业将是有益的。

在此, 我们有必要先对本书标题中的一个重要元素进行说明。第一章讨论了体育赛事的性质、种类、范围, 多数读者将从中获得对以上问题的认识。然而, 关于“战略”一词的意义和用法的确需要进行一些解释。查一下字典, 我们就会发现, “战略”一词主要用于表达军事方面的意义。例如, “谋略”(Stratagem) 一词表明通过运用智谋战胜对方或取得优势, 而“战略”(strategy) 是用兵、运筹和指挥军事活动的艺术, “战略位置”即能够给拥有者提供整体或长期优势的位置。(《牛津英语字典》, 2006)

管理学理论认为经营战略是一种实现目的的手段 (Mintzberg, 1998; Tompson, 2001, Johnson and Scholes, 2002)。除此之外, 还有其他不同的观点和定义。例如, 经营战略指是否战略性地实现了目的 (goal) 和目标 (objective)。明茨伯格等 (Mintzberg et al, 1998) 提出了关于“战略”的五个视角: 战略是一种计划, 是一种计谋, 是一种模式, 是一种定位, 是一种观念。还有一种折中的观点认为, 要找到一个唯一定义比考虑到所有这些观点更难。然而, 约翰逊和斯科尔斯 (Johnson and Scholes, 2002) 则明确提出商业战略与组织机构长远计划和经营范围有关, 是以获取竞争优势为根本。

进一步研究企业战略理论在这里并不是十分重要, 相比之下, 明确本书中采用的研究方法更重要。战略对于不同人群而言具有不同的含义, 因此, 要表述一种研究方法, 就必须有一个恰当的语境。本书从根本上关注赛事实施和成功所需的过程。贯穿全书的主题认为, 体育赛事可以通过短期、中期、长期目标来衡量, 这些目标有可能仅仅通过赛事的完成来实现。本书旨在通过激发体育赛事管理领域不同层次而具有创新性的规划以实现目标。这些目标可能涉及具有短期或长期规划的赛事的实施, 也可能涉及赛事催化或推动的对象。这可能需要超越传统赛事管理领域的规划了。

焦点依然是赛事管理, 而非机构管理, 这是一个重要的区别。即使赛事可以一次次的举行, 但就其本质而言, 仍是短期的, 每次赛事都是独立的、不同的项目。因而, 本书从两个层面上关注了赛事管理: 即单项体育赛事的管理和系列联赛的管理。后者可能需要更广阔、更长远的战略眼光。

因此, 为实现这些目标, 本书中的战略性研究方法是关于赛事的方向和规模的。之所以称之为第二版, 是因为本书运用了大量的国际实例, 更深入地探讨了各种规模体育赛事的战略规划, 尤其是 2008 年北京奥运会的管理实践。

## 本书结构

本书前两章是关于体育赛事产业的简介。第一章首先聚焦古希腊, 然后从古代奥运会过渡到现代奥林匹克运动会, 引出体育赛事出现的历史背景。当前体育和体育比赛的结构

也是继承了古希腊各大主要运动会的“基因”。第一章还通过对赛事类型和产业范围的分析讨论了赛事在社会中的重要性，并进一步阐述了赛事的结构，明确了全体参赛人员的作用、体育赛事管理作为一个独立学科出现的意义，还对赛事经理的前景进行了展望。

第二章通过聚焦国际和国家体育管理机构，论述了国际体育的本质和结构。第二章还回顾了国际奥委会、奥林匹克运动的重要性，以及国际舞台上其他赛事的作用和意义。最后探讨了各类赛事拥有者、运营商和组织者，以及各类志愿者组织、慈善组织和媒体的重要性。

第三章讨论了赛事规划过程，是全书的焦点所在。为适合各种规模的赛事需要，这一过程在本质上是反复的，共包含九个阶段和一个申办环节。这一过程形成了本书的支柱。虽然后续章节并未按照既定阶段的顺序叙述，但这一过程始终用于确定各种规划需求之间的关系。

第四章从体育赛事产生的潜在影响和遗产角度对赛事的成败进行了评价。对战略的评价和管理中应考虑的因素也在该章中一并进行了阐述。

后续章节与赛事规划过程的关系更为紧密。

第五、六两章首先关注了财务管理和决定举办赛事之前要考虑的规划问题。其次，为尽可能实现收益潜能的最大化，甚至是赛事合同的成功签约，必须对赛事经理人的各种资金流进行评估。

第七章探讨了申办环节的管理和运用战略赢得体育赛事主办权的过程。这一过程无疑是带有政治色彩的，甚至偶尔还会出现腐败。因此，审视一下实际过程以及成功申办所需要的一切，就会发现和申办城市为赢得主办权而采用到各种战术，其中还包含着丑闻。本章对2012年奥运会的申办给予了特别关注。本书的新版中还有这样一个“输了申办，赢得遗产”的案例，该主题是基于那些没能成功获得奥运主办权，但仍从中能获得遗产的案例研究的。无论申办大型国际赛事的目标能否成功实现，这一讨论从规划的最初阶段就开始关注投资回报。

第八章在关注赛事实实施本身的同时，还围绕包括移交和赛后评估在内的长期运作所需的战略展开了论述。

接下来的三章是从营销角度展开论述的。

第九章讨论了营销计划过程以及营销计划的实施。重点在于掌握竞争优势的重要性和获得这种优势的途径及方法。随着顾客期望的增长，赛事经理所提供的赛事不仅要与其他赛事竞争，而且还要与那些可以获得同样可支配收入的其他活动竞争，甚至是去年的活动。这场“比赛”的重要性和体育赛事的娱乐性也就凸显了出来。

第十章分两部分阐述了创新型赛事营销传播的方法：第一部分阐述了整合营销传播，第二部分提供了一个“工具箱”，并讨论了各种交流工具及其对于赛事经理们的用途和优点。

第十一章探讨了成功赞助计划的开发过程。其中，详细回顾了招商引资的过程，包括如何进行所需的必要研究、提供预定计划。赞助是一个互利的过程，体育赛事要招募赞助商，就必须先了解赞助商需要什么。最理想的情况是，赛事招募到的赞助商认可其所获得的赞助商权利，并进行有效的开发。

第十二章从两个方面围绕研究工作进行论述。首先，探讨了赛事规划的全过程中开展

研究工作的重要性及其对赛事战略性开发的作用。二是赛后研究的运用，特别是参照目标进行赛事评估的重要性。战略性赛事评估承担着研究任务，然后才是赛后评估，但若长期目标涉及遗产问题，那么这些也需要评估。

在合适的地方，本文会利用一些案例研究佐证主要观点；个案涵盖了不同规模、不同类型的体育项目和赛事。此外，还通过全球各地各类体育赛事的实例向读者展示体育赛事管理行业的相似和差异。例如，三例案例研究中大量参考文献源自英国曼彻斯特、谢菲尔德和澳大利亚悉尼所进行的重点研究。为进一步证实主要观点，书中还采用了“赛事管理框”，对具体的实践活动做进一步解释。“北京奥运会的启示”（Beijing Insight）是这一版教材中的新添内容，以北京奥运会为中心，涵盖了一届奥运会体育赛事规划实施过程的全部内容。

为给广大师生和行业从业者提供一定的帮助，每章后面还附带了思考题和参考书目。

最后，还得强调说明一下，并希望读者深入思考。赛事日程无疑非常紧，新的体育赛事不断出现、发展。因此，为增强竞争力，体育赛事经理必须意识到这个新兴的市场，并开发出更具创意、更精彩的赛事。为此，他们也必须了解未来将会如何。

本书的总目标在于为体育赛事管理界提供些许线索，希望能实现以下三点：唤起未来体育赛事经理人的热情，使他们能洞悉到规划的重要性，明白战略性规划的价值。

# 第一章 体育赛事产业



希腊古代奥运会体育场

## ■ 学习目标

本章学习后，应能：

- 理解体育赛事和体育赛事产业的起源
- 明确体育赛事的国际重要性
- 明确体育赛事规划、管理中规模的重要性
- 明确体育赛事的不同结构和形式
- 明确体育赛事中不同人员的角色

## ■ 本章简介

要想了解当今体育赛事的管理和组织是如何实现的，就必须从历史的角度看待当今复杂的体育赛事产业。古代希腊、中国和埃及早期文明中，有组织的体育赛事的重要作用最终造就了它如今的存在形式，即包含多层次赛事、跨越全球的大规模体育赛事产业。本章首先对历史进行了简要回顾，继而从经济、社会、政治和科技影响多个角度对该产业的重

要性进行通盘考虑，并将该产业分成多个部分。接着讨论了赛事的不同规模、赛事所有权、管理权以及赛事形式、赛事结构等内容。由于任何产业中居于核心地位的都是人，因此，在本章最后也考虑到了赛事经理人的作用。

## ■ 历史

体育史研究是一个非常重要的学术领域，而体育发展的时间顺序本身又是这些研究中的热点。历史上，体育赛事何时开始出现，后来又是如何发展和组织起来的，对理解当代体育赛事的出现具有十分重要的意义。然而，本书并非体育史专著，所以这里大家对有组织的体育赛事的起源有个了解即可。

目前，关于这些起源可能还有很多争论，但这并不足为奇。希腊、中国和埃及史料中的信息较为可靠，的确也就是最近二十几年的时间里，地中海地区以外的研究才开始为人们所知。中国学者也出版了大量的英文研究成果，丰富了人们对西方的了解，至少提出了关于体育起源时间的若干问题（Peiser, 1996）。

法国、非洲和澳大利亚出土的史前岩壁艺术和碳定年法的运用表明有记载的仪式性射箭活动最早可以追溯到三万年前。这种技艺指向休闲活动，至少并非为了满足更基本的生存需要。这虽不是体育，但仍是重要的基础。

还有许多考古发现也帮助我们确定了体育项目的年代。4 000 年前岩石壁画上正在从事体育活动的运动员形象就曾被 1994 年挪威利勒哈默尔冬奥会用作商用。更年轻些的还有 2 000 年前埃及法老纪念碑上的绘画，上面描绘了拔河、游泳、拳击等竞技活动，这表明古埃及人就已经为体育比赛制定了规则，有了统一的运动员着装和给予获胜者的奖励。文学家荷马的《伊利亚德》中还有关于葬礼上体育比赛活动的描述（Graham 等，2001）。此外，古代玛雅和阿兹特克文化中关于北美洲长曲棍球运动的记载也是球类运动仪式化的标志。

当然，有关现代奥运会起源的历史广为人知，而很少有人知道希望奥林匹克运动会曾是某一盛大庆典活动的一部分。早在公元前 10 世纪或公元前 9 世纪时，奥林匹亚运动会可能就已经存在。那时的奥林匹亚运动会还是为纪念希腊神话中众神之父——宙斯而举行的宗教庆典中的一部分。奥林匹亚位于希腊伯罗奔尼撒地区，是一个田园式的圣地。最初的庆祝活动只准讲希腊语并具有同样宗教信仰的人参加（宾夕法尼亚大学，2003）。随着赛事知名度的提高，许多运动员从远方慕名而来。自公元前 776 年开始，史料中的时间节点更为清晰。奥林匹亚运动会每 4 年一届，在奥林匹亚举行。前后可能持续达 10 个世纪之久，每年都会增加新的项目，公元前 5 世纪左右到达顶峰。奥林匹亚运动会为期 5 天，田径项目包含三个跑步类项目（短距离跑、中距离跑、长跑）和五项全能（铁饼、标枪、长跑、摔跤和跑步）（Toohey and Veal, 2000）。

奥林匹亚运动会并非当时唯一的体育盛事，它不过是现在被称之为“泛希腊运动会”的四大赛事之一。其他三大赛事分别是德尔菲皮西安竞技会（为纪念阿波罗而设，每 4 年一届，于奥林匹亚运动会后的第 3 年举行）、科林斯的伊斯米亚运动会（每 2 年一届，为纪念波塞冬而举行的）和涅墨亚的涅墨亚运动会（每 2 年一届，与伊斯米亚运动会同年举行，为纪念宙斯而设）（Toohel and Veal, 2000）。即使按照今天的标准来看，参与程

度也已经很高了。从奥林匹亚出土的绘画作品来看，奥林匹亚运动会高峰时，参与人数足有 40 000 之多。

古代奥运会逐渐衰落，并于公元 393 年终止。信奉基督教的罗马帝国皇帝狄奥多西一世因宙斯的关系宣布废止古代奥运会。1896 年，随着现代奥林匹克运动会的复兴，奥运会逐渐焕发了青春。法国人皮埃尔·德·顾拜旦为此做出了重大的贡献。为了能在 1900 年于巴黎重新恢复奥运会，他于 1894 年首次提出了这一想法。大家认为，第 1 届现代奥运会应回到希腊，并定于 1896 年在雅典举行。4 年一届的办法被重新采纳。更重要的是，每届运动会都将在不同的地方举行。1924 年开始举办冬季奥运会。1994 年起，冬季奥运会和夏季奥运会每隔 2 年举办一次。

古代奥运会终止后至中世纪早期的多数时间里，鲜有体育存在的证据。的确，在西欧，许多评论员将这段时间称为“黑暗时期”。然而，整个中世纪时期，在当地和农村举行的比赛中也有现代体育的踪迹，其中许多竞争还相当激烈。当时的比赛普遍缺乏正式规则。以跨栏为例，虽然当时的比赛与今天相比，显得非常粗野、暴力，但它无疑是当今这项运动的起源所在。

自 18 世纪起，体育比赛开始引入比赛规则，特别是职业拳击。1743 年，伦敦职业拳击场规则生效。也正是从那时开始，贵族阶层的影响力增大，并逐渐开始远离乡村的粗野和混乱。有组织的赛马比赛也从那时发展起来，例如，公学中也开始引入了体育，尤其是足球等蓄意暴力程度较低的项目。

工业革命到来让欧洲进入关键的发展阶段，越来越多的人涌入城市，城市中上层社会对体育发展的影响更大了。体育规则进一步完善，并在全社会铺开，尤其是在学校中。体育主管机构在英国出现，特别是 1863 年成立的英国足球协会。尽管早在 19 世纪 40 年代，棒球在美国就已成为最早具有正式规则的体育项目之一。作为有组织的体育项目，板球在美国也已存在了很久，但棒球的受欢迎程度和规则却将那一更早的体育项目推到了一个不显眼的位置。

除了夏季和冬季奥运会之外，现在还有很多综合性的体育赛事，虽然赛事的等级和规模各不相同，但它们对社会都非常重要。这些赛事包括声称旨在促进英联邦成员国之间贸易联系的英联邦运动会，旨在促进残疾人体育发展的世界轮椅运动会和旨在为世界上群岛社区创造更多联系的岛国运动会。

历届现代奥林匹克运动会，见表 1.1。

表 1.1 现代奥林匹克运动会

年份	夏季奥运会	冬季奥运会
1896	雅典	
1900	巴黎	
1904	圣路易斯	
1908	伦敦	
1912	斯德哥尔摩	

续 表

年份	夏季奥运会	冬季奥运会
“一战”期间停办		
1920	安特卫普	
1924	巴 黎	夏蒙尼
1928	阿姆斯特丹	圣莫里茨
1932	洛杉矶	普莱西德湖
1936	柏 林	加米施-帕滕基兴
“二战”期间停办		
1948	伦 敦	圣莫里茨
1952	赫尔辛基	奥斯陆
1956	墨尔本	卡尔蒂纳·丹佩佐
1960	罗 马	斯阔谷
1964	东 京	因斯布鲁克
1968	墨西哥城	格勒诺布尔
1972	慕尼黑	札 幌
1976	蒙特利尔	因斯布鲁克
1980	莫斯科	普莱西德湖
1984	洛杉矶	萨拉热窝
1988	首 尔	卡尔加里
1992	巴塞罗那	阿尔贝维尔
1994		利勒哈默尔
1996	亚特兰大	
1998		长 野
2000	悉 尼	
2002		盐湖城
2004	雅 典	
2006		都 灵
2008	北 京	
2010		温哥华
2012	伦 敦	
2014		索 契

资料来源：国际奥委会（2008）



现代体育历史上，业余身份定义的变化和职业体育的出现是非常关键的方面，不久之前这两者都是神圣不可侵犯的，更是商业活动的禁区。例如，20世纪60年代，职业网球开始出现，四大满贯赛最终向职业运动员敞开了大门。21世纪早期，有人曾向英国足球运动员提供非法报酬，结果导致利兹市足球俱乐部等一批俱乐部相继解散。19世纪80年代，美国高校体育中争论的主要问题也曾是职业教练员和“流浪球员”（指那些经常因利益频繁更换球队的运动员）的使用。

## 体育赛事的重要性

体育赛事的重要性如何？历史表明，体育赛事在社会发展中发挥了重要作用，一些关键人物克服重重困难，从点滴做起，最终建成了广阔的体育赛事产业。请看以下的实例。

拳击从赤手空拳的非法职业比赛最终转变并引入《1867年昆斯伯里伯爵拳击规则》就是体育长期发展的一个实例。其他例子还有：1891年詹姆斯·奈史密斯为新英格兰基督教工人学校发明的那项室内娱乐活动，也获得了长足发展。他还为篮球运动制定了最初的13条规则，时至今日，全世界各类比赛中从事篮球运动的人口已超过3亿（Basketball Hall of Fame, 2003）。

据报道，1914年圣诞节期间，“一战”中的敌对双方就曾临时停火，并举行了战壕足球赛。尽管对此报道各异，但至少这一想法影响了很多，并流传至今（Bancroft - Hinchley, 2000）。

“二战”结束后不久，路德维格·古特曼（Ludwig Guttman）就于1948年在英国的斯托克曼德维尔为“二战”中脊髓受损的老兵专门组织了一次比赛。4年后，残奥会开始。第1届残疾人奥运会于1960年在罗马举行（残奥会，2003）。

同性恋运动会的首倡者——汤姆·沃德维尔（Tom Waddell），原打算将其命名为“同性恋奥林匹克运动会”，但该赛事没有最低参赛资格标准的限制。首届同性恋运动会于1982年在洛杉矶举行，第8届同性恋奥运会于2010年在科隆举行。

一直以来，足球在英国都是作为男子项目发展的。2003年，足球发展成为英国第一女子运动。英格兰于2005年主办了欧洲足球协会联盟（欧洲足联：UEFA）欧洲女子锦标赛。1999年，美国队在90125名观众瞩目下，在帕萨迪纳玫瑰碗体育场捧得了女足世界杯（Blum, 2003）。

这些例子在某种程度上可以解释和探索体育赛事的重要性及其对于社会的贡献，然而，每场赛事价值的大小当然都是个人感受，并未有研究表明人们对于同性恋体育赛事等活动能表示一致接受，它们的存在至少是社会灵活性的一种反映。显然，这些赛事的创立为那些比举办单一的赛事对社会更有意义的事情开拓了道路。

体育赛事产业的范围如此之广，很难确定其市场规模和范围。我们又不明确应该包含哪些领域或部门，这就使之变得难上加难。从两个角度来看：经济上，有场馆的收入、用于吸引体育赞助所耗费的资金和赛事收入本身；从体育运动开发的角度来看，从学校运动会到大型国际体育赛事都有大量的参赛者。一些体育项目的参加人数稳中有升。然而，不乐观的是，我们所得的这些数据在超出某一国或所选某几国的范围之外，可用性不足。尽管如此，一旦有了这些数据还是非常有用的。以美国足球为例，据报道，该国参与此项运动的女性有900万人之多，这一数字在国际足联对男、女注册运动员数目的“大