

体育赛事 无形资产系统管理

王相英 著



山东省社会科学规划研究项目

体育赛事无形资产 系统管理

王相英 著

科学出版社

北 京

内 容 简 介

本书从大型体育赛事入手,研究体育赛事无形资产的构成要素、运营管理及评估系统,对于中、小型运动会有一定的借鉴意义,加强网络环境下对无形资产构成要素的识别与管理,采用 WSR 系统方法论指导体育赛事无形资产的合理有效运营管理,健全体育赛事无形资产评估制度,防止资产流失,实现无形资产的动态评估,并帮助体育赛事组织者进行正确的决策,使无形资产危机预警的结果更加真实有效。

本书理论联系实际,以大量实例说明体育赛事无形资产的评估,简单明了,可供体育管理从业人员和体育经济方面的学者阅读。

图书在版编目(CIP)数据

体育赛事无形资产系统管理/王相英著. —北京: 科学出版社, 2013
ISBN 978-7-03-039338-8

I. ①体… II. ①王… III. ①运动竞赛-无形资产管理 IV. ①G808.22

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 303019 号

责任编辑: 李太铕 / 责任校对: 马英菊
责任印制: 吕春珉 / 封面设计: 耕者设计工作室

科 学 出 版 社 出 版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码: 100717

<http://www.sciencep.com>

新科印刷有限公司 印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2013 年 11 月第 一 版 开本: 787×1092 1/16

2013 年 11 月第一次印刷 印张: 10

字数: 210 000

定价: 36.00 元

(如有印装质量问题, 我社负责调换<新科>)

销售部电话 010-62134988 编辑部电话 010-62135763-1012

版权所有 侵权必究

举报电话: 010-64030229; 010-64034315; 13501151303

前 言

我国对体育赛事无形资产的开发利用,始于20世纪80年代初。1993年原国家体育运动委员会(今国家体育总局)提出了体育要“面向市场,走向市场,以产业化为方向”的改革思路。自此,竞技体育才走向市场化,按照经济规律逐步发展起来。随着我国竞技体育的迅速发展,国内举办的体育赛事越来越多,但我国的体育产业发展相对较弱,与国外相比还存在一定的差距,但同时也说明我国体育产业具有很大的发展空间。为适应体育赛事管理人才发展的需要,各体育院校增设了相应的课程。编写一本实用、科学、系统的体育赛事无形资产系统管理方面的书,具有重要的现实意义。作者长期从事体育赛事无形资产的研究,得到山东省社科规划课题“体育赛事无形资产动态评估与危机预警体系的构建研究”资助。通过对体育赛事无形资产的详细论述,尽快培养一批体育赛事无形资产运营与管理方面的人才,是适应当前体育赛事迅速发展的需要。

本书通过研究大量文献及理论对体育赛事无形资产的概念、构成要素进行了详尽的阐述。根据体育赛事具体情况,建立信息收集系统和WSR三维空间图,以指导体育赛事无形资产的运营管理。自觉以辩证唯物主义为指导,坚持理论与实践相结合,深入分析造成我国体育赛事无形资产落后的内、外部诱因,进一步明确体育赛事无形资产的构成要素,创建体育赛事无形资产构成要素的指标体系。针对体育赛事自身的特点,实现网络环境下对体育赛事无形资产的评估,在多种评估方法中找到体育赛事无形资产各要素的最佳评估方法。采用回归分析与主成分分析方法,对无形资产的构成要素进行降维处理,然后利用精选的预警指标,建立体育赛事无形资产的BP神经网络预警模型,实现体育赛事无形资产的危机预警。对体育赛事无形资产的构成要素、运营管理及评估情况进行实证研究,找出体育赛事无形资产在构成要素、运营管理和评估中存在的问题,提出解决方案和建议。

本书理论联系实际,集理论性、系统性、预见性为一体,对体育赛事无形资产进行全面研究,并且通过实证对体育赛事无形资产进行评估,旨在为从事体育管理和体育经济方面研究的人士提供较为系统、全面、完善的体育赛事无形资产的理论体系,为培养体育赛事无形资产管理人才,使我国体育赛事无形资产管理进一步标准化、规范化、制度化、职业化提供理论指导。

在本书的写作过程中,得到了山东大学体育学院孙晋海教授、曲阜师范大学体育学院曹莉教授的大力支持与帮助,山东师范大学体育学院领导也给予了大力支持。同时,作者在写作过程中参阅了大量文献,在此向这些文献作者表示诚挚的谢意。

限于水平,不足之处在所难免,恳请广大读者指正。

王相英

2013年9月于山东师范大学

目 录

第 1 章 体育赛事无形资产概论	1
1.1 体育赛事相关问题	1
1.1.1 体育赛事的概念	1
1.1.2 体育赛事的特点	2
1.1.3 我国体育赛事的发展现状	3
1.1.4 承办体育赛事的意义	3
1.2 体育赛事无形资产相关问题	5
1.2.1 体育赛事无形资产运营状况	5
1.2.2 体育赛事无形资产的构成要素	6
1.2.3 体育赛事的网络环境问题	6
1.2.4 体育赛事无形资产运营管理	8
1.2.5 体育赛事无形资产的评估	10
1.2.6 体育赛事无形资产的构成要素、运营管理与评估之间的关系	10
1.3 体育赛事无形资产的研究对象与方法	12
1.3.1 体育赛事无形资产的研究对象	12
1.3.2 体育赛事无形资产的研究方法	13
1.4 国内外对体育赛事的研究情况	14
1.4.1 体育赛事无形资产构成方面的研究	14
1.4.2 体育赛事无形资产运营管理方面的研究	15
1.4.3 体育赛事无形资产评估方面的研究	17
1.4.4 体育赛事无形资产的研究步骤与技术路线	18
小结	20
第 2 章 体育赛事无形资产构成与拓展	21
2.1 体育赛事无形资产的相关理论	22
2.1.1 无形资产的含义	23
2.1.2 界定无形资产的相关观点	24
2.1.3 我国体育赛事无形资产的界定	25
2.1.4 体育赛事无形资产的积极影响和消极影响	27
2.2 体育赛事无形资产确认概述	29
2.2.1 体育赛事无形资产的内涵与外延	29

2.2.2	体育赛事无形资产标准确认的必要性	30
2.2.3	无形资产的相关确认标准	31
2.2.4	体育赛事无形资产的确认	33
2.2.5	体育赛事无形资产的共性特征	34
2.2.6	体育赛事无形资产的识别流程	37
2.3	体育赛事无形资产的构成	38
2.3.1	从管理会计角度看无形资产构成	38
2.3.2	从表现形式角度看无形资产构成	38
2.3.3	从不同地域角度看无形资产构成	39
2.3.4	从不同研究者角度看无形资产构成	40
2.3.5	体育赛事无形资产的构成拓展	41
2.3.6	体育赛事各无形资产要素间的关系	44
2.4	体育赛事无形资产的拓展领域	45
2.4.1	知识资本无形资产的拓展	45
2.4.2	人力资本无形资产的拓展	46
2.4.3	结构资本无形资产的拓展	47
2.4.4	市场资本无形资产的拓展	47
	小结	51
第3章	WSR 指导下的体育赛事无形资产运营管理	53
3.1	体育赛事运营管理的相关理论	53
3.1.1	经营与运营的区别	53
3.1.2	体育赛事运营管理的概念	54
3.1.3	体育赛事无形资产运营管理的对象	55
3.1.4	体育赛事无形资产运营管理的目标	56
3.1.5	体育赛事无形资产运营管理的范围	56
3.1.6	体育赛事无形资产运营管理的情况	57
3.1.7	我国体育赛事无形资产运营管理存在的问题	58
3.2	体育赛事无形资产运营管理的影响因素	60
3.2.1	体育赛事组织结构和赛事文化	60
3.2.2	体育赛事无形资产运营的动力	60
3.2.3	体育赛事资本运营的战略规划	60
3.2.4	体育赛事无形资产的运营管理者	60
3.2.5	体育赛事无形资产的运营机制	61
3.2.6	体育赛事无形资产的运营渠道与手段	61
3.2.7	体育赛事无形资产的协调功能	61
3.2.8	体育赛事无形资产运营的绩效评估	62



3.3 WSR 指导无形资产运营管理的优势	62
3.3.1 不同方法论的比较	62
3.3.2 WSR 在体育赛事无形资产运营管理中的应用优势	63
3.4 WSR 在体育赛事无形资产运营管理过程的步骤	64
3.4.1 理解意图	65
3.4.2 调查分析	65
3.4.3 形成目标	68
3.4.4 建立模型	68
3.4.5 协调关系	75
3.4.6 提出建议	77
3.5 WSR 指导下体育赛事无形资产运营管理的创新途径	78
3.5.1 产权制度创新管理	78
3.5.2 人力资本的资本化运营管理	79
3.5.3 创新完善体育赛事无形资产的运营管理制度	80
3.5.4 建立健全体育赛事无形资产的后续保障制度	82
3.6 构建体育赛事无形资产运营管理绩效评估体系	83
3.6.1 体育赛事无形资产的财务指标	83
3.6.2 体育赛事无形资产的非财务指标	85
3.6.3 体育赛事无形资产的安全性指标	86
小结	87
第 4 章 体育赛事无形资产评估与预警系统	88
4.1 国内外无形资产评估的现状分析	88
4.2 体育赛事无形资产的评估意义及存在问题	90
4.2.1 体育赛事无形资产的评估意义	90
4.2.2 体育赛事无形资产评估存在的问题	91
4.3 无形资产的价值基础及影响因素	92
4.3.1 劳动价值论	93
4.3.2 边际效用价值论	93
4.3.3 体育赛事无形资产价值的影响因素	94
4.4 体育赛事无形资产的评估方法与参数设定	95
4.4.1 收益法	95
4.4.2 成本法	98
4.4.3 现行市价法	100
4.4.4 分割法	100
4.4.5 实物期权法	101
4.4.6 模糊评判法	103
4.4.7 无形资产监视器法	104

4.4.8 平衡计分卡法	105
4.5 体育赛事无形资产最佳评估方法与指标选取	106
4.5.1 体育赛事无形资产的最佳评估方法	106
4.5.2 体育赛事无形资产的评估指标选取	107
4.6 建立体育赛事无形资产危机预警系统	110
4.6.1 定性分析方法	111
4.6.2 定量分析方法	111
4.6.3 动态财务预警分析方法	112
小结	116
第5章 体育赛事无形资产的运营管理与评估实证研究	118
5.1 体育赛事运营的基本情况	118
5.1.1 第11届全运会运营情况分析	118
5.1.2 全运会期间各行业的新增收入	119
5.2 由全运会看体育赛事无形资产的运营策略	120
5.2.1 构建体育赛事的自身品牌	120
5.2.2 坚持精品战略和赞助等级细化相结合策略	120
5.2.3 各项目设立经理负责制	120
5.2.4 整合营销计划	120
5.2.5 健全与完善体育赛事相关的法律法规	120
5.2.6 逐步拓展体育赛事无形资产的运营范围	121
5.3 体育赛事无形资产评估方法的实证研究	121
5.3.1 收益法计算方法	121
5.3.2 成本法计算方法	122
5.3.3 现行市价法计算方法	123
5.3.4 分割法计算方法	123
5.3.5 实物期权计算方法	126
5.3.6 模糊评判计算方法	127
5.3.7 平衡计分卡模型	129
5.4 两届全运会与奥运会间的收益对比分析	131
小结	132
第6章 体育赛事无形资产的信息管理系统研究	133
6.1 体育赛事无形资产信息管理系统的设计	133
6.1.1 总体设计思想	133
6.1.2 总体结构设计	134
6.1.3 运行设计	134

6.2 体育赛事无形资产信息管理系统的模块设计	135
6.2.1 体育赛事基本信息	136
6.2.2 体育赛事无形资产的识别模块	136
6.2.3 体育赛事无形资产的运营管理模块	137
6.2.4 体育赛事无形资产的评估与危机预警模块	137
6.2.5 体育赛事无形资产的交流互动模块	138
6.3 体育赛事无形资产信息管理系统的数据结构设计	138
6.3.1 逻辑数据结构设计	138
6.3.2 物理数据结构设计	138
6.4 体育赛事无形资产信息管理系统的出错处理	139
6.4.1 信息系统出错信息	139
6.4.2 信息系统故障处理措施	139
6.4.3 信息系统维护措施	139
小结	139
附录 1 体育赛事无形资产评估指标体系调查问卷	140
附录 2 体育赛事无形资产危机预警指标	143
主要参考文献	145
后记	147

第1章 体育赛事无形资产概论

我国竞技体育自20世纪80年代开始走向市场化、按照经济规律发展以来,各体育赛事和运动队的冠名、企事业单位对体育赛事的赞助等活动逐步开展。开展之初,竞技体育的市场化主要以有形资产为主,无形资产的运营则以较低的水平开展,仅处于萌芽状态,要使其运营与整体经济发展协调一致,还需要进一步的努力。体育产业是一个未来产业,将是我国经济的新增长点,其规模可达2万亿元。2010年3月19日,国务院办公厅发布《关于加快发展体育产业的指导意见》,明确指出要提高体育产业在国民生产总值中的比例,重点扶持体育产业。目前国外体育产业对整个国家的经济贡献很大,如美国体育产业的贡献率达到11%,英国体育产业年产值达到70亿英镑,大大超过了本国的烟草业和汽车业的年产值。我国的体育产业相对较弱,仅占0.7%。一方面,与国外相比,差距显而易见;但从另一方面看,我国体育产业的发展空间巨大。目前我国在高尔夫球、足球、篮球、乒乓球等项目上消费能力较强,民众参与度和认知度高,这对较高层次和规模的赛事发展将产生极大的促进作用。这些赛事一旦被培育起来,不仅赛事自身收益高,体育明星的明星效应也将带动举办城市旅游、住宿、商业、传媒等产业的发展,其规模和收入将非常可观。争取培育一批具有国际竞争力的体育骨干企业集团,形成一批具有中国特色的体育产品,逐渐增强品牌的认知度和国际影响力,这将是我国体育产业发展的方向。

1.1 体育赛事相关问题

要想实现对体育赛事的良好运营与管理,需要了解体育赛事的概念、特点、举办的意义等。

1.1.1 体育赛事的概念

体育赛事是一种具备组织文化背景、项目管理特征和市场潜力的特殊事件,满足不同参与者分享体育赛事经历的需求,对政治、经济、社会文化、自然环境等多个领域具有冲击性的影响,可实现多种目标,其内涵为提供竞赛产品和服务产品,其规模和形式受传统习俗、项目竞赛规则等因素的制约,能够产生显著的经济与社会效益。在计划经济条件下,衡量体育赛事成功与否的标准是社会效益而不是经济效益,具有社会公益性、福利性等特点,赛事承办方的经营理念淡薄。进入市场经济后,商业赛事大量涌现,赛事的经营活动直接或间接地处于优胜劣汰的市场环境中。体育赛事从纯粹的公共产品逐步转变为私人产品。体育赛事的运营要素是基于求利原则从市场获取的,运营成果也是按照市场求利原则向市场提供的。体育赛事的规模越大,需要的赛事经费也就越

多,涉及的人员也就越多,涵盖的环节亦趋于复杂。运作模式的逐步商业化,赛事产权的逐步清晰化,使得赛事相关主体必须自负盈亏,这样赛事承办者要通过各种途径增加赛事收入,降低赛事的风险成本。

体育赛事是一次性的、生产和消费同时进行的特殊服务产品。体育赛事的服务产品提供过程是具有主观能动性、思想性、人与人之间互动性的无形生产过程,是人对物的主动控制过程。人的主观能动性、思想性和不稳定性,使生产出来的最终赛事产品缺乏连贯性和标准性,因此变数更多,与其他企业重复性生产和经营活动相比,体育赛事存在资料可比性较差、缺乏历史资料等问题。为更好地发展我国体育事业,需要从体育赛事无形资产入手,对体育赛事的运营和评估进行研究,加强地方政府对赛事的宏观控制与决策。通过提高赛事的举办频率,增加体育赛事收入,减少纳税人的负担,提高体育赛事质量,激发群众投入体育赛事的热情,提高整体国民体质水平。

1.1.2 体育赛事的特点

1. 筹备时间长

从赛事申办成功到举办赛事,需要漫长的准备时间。赛事规模越大,筹备时间越长,如第29届夏季奥林匹克运动会(以下简称2008年北京奥运会),从2001年北京申奥成功就开始了长达7年的准备工作。筹备期间,地方政府及相关部门对城市的基础设施、运动场馆等硬件设施进行建设与改造,对居民的环境保护意识、志愿者服务等软件方面进行有意识的培养。

2. 收益的不确定性

体育赛事需要资金、场馆、设备等物质上的投入,还需要大量的人力资本投入。任何体育赛事的举办都是有目标的,要按照步骤有条不紊地进行,要求有始有终,有投入必然要有产出。比赛过程中还要应对突发事件。每一个环节都要进行详细的规划组织并努力实现其预定目标。比赛可能因各种不确定因素如天气、交通等而延迟,使电视转播、门票收入受到影响,并可能会产生一些相关的赔偿责任。比赛过程中还有一些意外风险,包括技术失误(电视信号、网络传输等)、恶劣天气(下雨、刮风)、工程延误、自然灾害等不确定的因素引起的风险。影响体育赛事收益的情况比较复杂,体育赛事的经济收益具有不确定性的特点。但赛事的运营是否成功,主要取决于赛事组织者、赞助商和多种媒体的合作与策划。因此,体育赛事在大量资金投入的情况下,应发挥各方面的资本运营功能,实现赛事效益的最大化。

3. 涉及部门广

大型体育赛事的举办应协调各政府部门的关系并确认各部门的责任,才能使赛事得以正常开展,如体育、气象、执法、交通、文艺、教育、电信、广播电视、信息产业等部门。任何一个环节出现纰漏,都可能导致功亏一篑。因此要加强体育赛事组委会的协



调能力,认真考虑细节问题,这样大型赛事才能顺利开展。

4. 地域间的不平衡性

受经济、文化水平等因素的制约,以及客观环境和资源、主观意识和工作力度等方面的影响,赛事的举办地点大部分集中在经济发达的城市,西部地区相对较少。赛事运营的观念和市场意识存在很大的差别,只有少数省市具备举办体育赛事的条件,但也存在市场利用率不足、开发不力等问题。

5. 赛事运动项目的运营不平衡性

由于各比赛项目的观赏性、技术水平、运动成绩等不同,其赛事资源价值、市场容量和效益有很大差异。因此,各个运动项目间的开发也存在一定的不平衡性。

1.1.3 我国体育赛事的发展现状

随着我国经济的迅速发展和对外交流的增强,体育赛事逐年增多。2008年北京奥运会成功举办,包括在此之前举办的各种测试赛,赛事之多,令人目不暇接,因此,2008年是我国体育赛事的丰收之年。2009年在我国境内举办的国际赛事就有13项,但大多集中在北京、上海等经济发达的城市,还有中国大学生篮球联赛、中国足球协会杯赛(简称足协杯赛)等赛事,但这些赛事大部分是商业运营,政府投入相对较少。2012年仅在上海举办的国际性赛事计划有30多项,国内体育赛事40余项。这么多的体育赛事不能仅靠政府投入,主要还是靠赛事运营来获取比赛资金。

就赛事举办的地点和项目来看,体育赛事的举办存在明显的不平衡状况。首先由于受经济发展水平的制约而造成地域间的不平衡,赛事的举办地点大部分集中在北京和上海等经济发达的城市,西部地区相对较少。造成这种状况的原因是多方面的,有客观环境及资源方面的原因,也有主观意识和工作力度等方面的问题。赛事运营的观念和市场意识有很大的差别,只有少数省市有举办赛事的条件但存在开发不力的问题,有的甚至市场利用度不够。其次是各运动项目间的开发不平衡。各运动项目的观赏性、技术水平、成绩等不同,其赛事资源市场容量、价值和效益存在很大差异。篮球、足球等球类项目的市场开发优于田径项目,非对抗性项目及部分室内项目只是适度开发,甚至很多项目没有市场。由此可见,研究体育赛事可以缓解地域不平衡的状况,对于缩小项目间的差距,提高体育赛事举办的频率,具有良好的现实意义。

1.1.4 承办体育赛事的意义

政府对赛事进行宏观控制,在政府的宏观调控下,进一步优化赛事资源的管理分配,在政治、经济、文化等方面都有所改观。

1. 政治方面

体育赛事可以提升政府管理下的城市形象,这一点早已成为许多国家的共识。人是社会动物,随着社会的进步与发展,现代人对健康、愉悦、自然的生活方式的需求越来越

越强烈。体育赛事一般都会有开幕式、闭幕式等庆典活动,人们参与其中,体会体育与艺术结合的真正魅力,可以最大限度地调动人们的参与热情,对于维护社会稳定起着关键作用。体育赛事能够产生社会凝聚力、增强民族自信心与自豪感,这是政治的基本考虑点,是体育赛事反映政治并与政治相互作用的原因。体育的本质是健身,融教育与娱乐于体育锻炼过程中。体育文化有减负与增值的经济功能,这一发展趋势为现代体育事业的发展提供了坚实的社会基础。体育事业的发展进步对促进城市文明建设和提升文化软实力都有重要的促进作用。通过体育赛事,整个承办城市的和谐、健康、以人为本的理念更加突出,城市的文化、精神文明建设得以丰富和充实。

2. 经济方面

体育赛事不仅为承办城市的市民提供了娱乐活动,重塑了城市形象,加快了城市建设与发展,还强有力地推动了承办城市的经济发展,增加了额外税收,产生赛前与赛后的发展效应,是推动承办城市经济发展的有效途径,增强了城市的可持续发展能力和城市竞争力。体育赛事为无形资产的发展提供了延伸的空间,承办城市充分发挥现有的优势,使现有产业优势转化为城市经济发展优势,资源优势转化为经济优势。体育赛事的成功申办会吸引大量的政府、民间及海外资金投资于城市硬件设施的建设与改造,带动城市基础设施的建设与改造,为城市硬件设施的全面升级提供了良好的发展机遇。这种由城市基础设施所产生的辐射效应、示范效应、几何效应,将拉动主办城市经济的快速增长,这种效应甚至会影响到周边城市乃至全国的经济。此外,体育赛事还能够提供经济利益、工作岗位和旅游等各方面的机遇,体育赛事的举办势必会改善城市形象,吸引更多的旅游者,增加他们的消费和停留的时间。体育赛事的形象塑造会增强市场竞争的优势,可以定位赛事营销市场。

3. 文化方面

体育赛事是文化产业链的中心环节,是体育文化产业的一个重要组成部分。体育文化是社会可持续发展的动力之一,是提高人力价值、社会生产力水平的重要因素,在促进现代城市的发展进步中起到了重要作用。体育赛事要突出我国的民族特色,深入发挥自身优势,优化发展体育文化产业,实现城市产业结构升级,特别是第三产业的后续产业,包括体育、文化、旅游、媒体等的提升,促进承办城市的文化发展。

对承办比赛的城市而言,完善信息网络、交通、体育场馆设施建设、城市基础设施、运动员住所、服务更新等一系列项目的投资,都将有力地推动城市经济的消费。赛后承办城市的生态环境将得到显著性的改善,城市重点功能区、商务中心区、城市危旧房改造和城市开发建设都将取得重要的成果,城市现代化服务和承载能力将显著增强,交通、通信条件都将得到有利的改善,城市基础设施水平也将大幅度提高,体育赛事的举办将对城市经济增长产生提升作用。

总之,体育赛事的影响是全方位的,可以从以下四个方面来说明:

1) 体育赛事在筹备与举办期间,需要大量人力、财力的投入来促进承办城市的发展。运动员、观众、游客的消费可以促进承办地经济文化的发展。汉弗莱斯和普卢默



(Humphreys and Plummer, 1996) 在研究 1996 年亚特兰大奥运会的短期经济影响时,将此划分为直接影响与间接影响、引发影响与总体影响。直接影响是指组委会需要购买大量的商品以满足奥运会的需要;间接影响是指外来游客将在举办城市或国家进行大量的旅游消费;引发影响是指根据投资乘数效应,直接投资与间接投资势必引发投资;总体影响是直接影响、间接影响与引发影响三者的合计。

2) 举办体育赛事需要大量投资,这些投资将用于改善市政交通、修建和改造体育场馆等硬件设施。开幕式和闭幕式等文化庆典活动也能展现承办城市的魅力。体育赛事的举办可以促进城市的体育设施、市政设施的更新与改造,在赛事结束后相当长的时间内都会对举办城市的发展产生后继影响。通过举办体育赛事,承办城市具备了举办其他大型赛事的能力,为城市的经济发展创造了新的机会。

3) 举办体育赛事将提升城市的运作效率,改善举办城市的形象。主要表现为对城市资源的适配能力、城市潜在的创新能力和城市环境与生态的保护能力、主办城市可持续发展能力、城市未来发展动力等长远发展能力方面产生重要影响。

4) 体育赛事的成功举办可以带动建筑业、旅游业、文化业、餐饮业等行业的发展,增加城市居民的就业机会。体育赛事可以促进城市基础设施改善,提高经济一体化水平,城市生活和发展的环境也都将大大改善,同时餐饮服务文化、旅游文化、市民的文化素质等也都会有大幅度的改进。

1.2 体育赛事无形资产相关问题

我国于 2006 年 2 月 15 日公布的《企业会计准则第 6 号——无形资产》,对无形资产的定义是“企业拥有或者控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产”。其无形资产定义中的可辨认性标准:①能够从企业中分离或者划分出来,并能单独或者与相关合同、资产或负债一起,用于出售、转移、授予许可、租赁或者交换;②源自合同性权利或其他法定权利,无论这些权利是否可以从企业或其他权利和义务中转移或者分离。体育赛事中的无形资产简单说就是体育赛事主办方拥有或控制的没有实物形态、可辨认的、非货币性的、符合无形资产可辨认标准的资产。

1.2.1 体育赛事无形资产运营状况

1984 年洛杉矶奥运会开创了商业化运作奥运会并盈利的先河,第一次走出了奥运会负债的历史阴影,通过电视转播、赞助等共集资 7 亿美元,仅标志性产品、纪念币和吉祥物就收入 2.14 亿美元。1985 年,国际奥委会开始实施 4 年一个周期的 TOP(the Olympic Partner, 奥林匹克全球合作伙伴)计划,通过电视转播权、标志使用特许权等无形资产进行营销,从 1985~1998 年第 1 期的 9 个赞助商(获得了 9700 万美元的赞助),发展到 11 个全球大型跨国集团为合作伙伴。自 2001 年开始的第 5 期计划,可获赞助资金约 6 亿美元。我国自 20 世纪 90 年代以来,体育赛事无形资产的开发才呈现出良好的发展势头,所获得的体育资金也逐年增多。承办体育赛事如同经营一个品牌,它的生命周期要经历导入期、成长期、成熟期、衰退期。在体育赛事无形资产运营过程中,体育赛事

承办方创造性地把无形资产包装成具有一定附加值的信息传播载体,面向社会寻求等的价值交换,以期支付体育赛事承办所支出的经费。

体育赛事应有“更快、更高、更强”的追求,它赋予体育无穷的魅力,使得体育赛事本身蕴含着巨大的无形价值。国际奥委会做过一项调查,人们对奥运五环标志的熟悉程度远远超过世界上任何企业的商用标志。从各届奥运会组委会公布的收入来看,有形资产(门票)占赛事的收入仅为12%,剩余的88%均为无形资产收入,其中电视转播权占47%,赞助权占34%,各种特许经营权占7%。而奥运会之后无形资产的收益影响是无法估量的。人们所熟知的NBA(美国职业篮球联赛)、F1(世界一级方程式锦标赛)等赛事也同样蕴含了丰富的无形资产,期待着我们的开发与利用。

1.2.2 体育赛事无形资产的构成要素

体育赛事产生的无形资产主要是赛事过程中的创新活动、组织实践和人力资本。许多无形资产经常是由多个动因组合在一起而创造的。体育赛事无形资产中有很大部分是直接依存于体育竞赛的,如冠名权、冠杯权、电视转播权、吉祥物及会徽等标志的特许使用权等;其余的无形资产即便不直接依存于体育竞赛,也在不同程度上与赛事有着千丝万缕的联系,如体育专有技术,体育组织、团队商业标志的特许使用权,体育场馆设施的租赁权,以及体育行政部门认定的体育促销类因素,都与赛事有不同程度的间接关系。

还有一些具有明显体育特色的无形资产,主要包括各种具有一定影响的体育比赛或体育组织的名称、徽记、吉祥物等;可成为体育作品的竞赛或表演的著作权及邻接权;体育训练、比赛、恢复、营养及特殊经营等方面的非专利技术;体育比赛表演的电视转播权等特许经营权;优秀体育团队和体育明星的声誉、形象等。

从一定程度上讲,体育赛事无形资产的开发应以体育赛事为基本突破口,依据与其高度相关性,抓住体育赛事无形资产开发市场。无形资产通常以实物资产或劳动力为载体,这就使得无形资产和有形资产在创造价值过程中互相起作用,这种作用使得无形资产和有形资产的区别更加模糊,计量复杂。无形资产和其他类型的资产之间的差别是很模糊的,要想发展无形资产市场,一定要正确识别无形资产的构成要素。但是无形资产和有形资产相互联系而又相互区别,因此要在无形资产构成要素的基础上,以有形资产为载体,进一步开拓无形资产领域。

1.2.3 体育赛事的网络环境问题

首先,明确网络环境和体育赛事的概念和特点,使体育赛事无形资产的运营和评估更有针对性和目标性。网络以信息、网络技术为依托,由最初通信与学术交流的技术手段和工具,逐渐演变成教育、科研管理的技术手段和工具,成为现实社会生活中不可缺少的重要组成部分。它迅速渗入体育赛事活动,一个不同于以往任何时代的网络环境呈现在体育赛事面前。因为这一环境以网络技术为推动因素,所以人们形象地将其称为网络环境。网络环境缩短了生活中的时间和空间的距离,提高了效率,扩大了市场空间,带来更多的市场发展机遇。

许淑君、江志斌(2005)认为网络环境是因网络技术发展而形成的企业组织之间、



个人之间、个人和组织之间的信息网络所带来的影响。这一层面的网络环境主要是信息技术及网络技术引起的,所以被称为技术层面的网络环境,也是狭义的网络环境。广义的网络环境除技术层面的网络环境之外,还包括结构层面的网络环境。结构层面的网络环境主要包括企业等组织之间在物质、人力资本、信息与技术等方面所形成的相互作用、相互依存的影响。玛格丽特·梅(Margaret May, 2004)认为网络环境是系统、组织员工、顾客、供应商及其他合作伙伴之间的整合,是企业资源计划(enterprise resource planning, ERP)和客户关系管理(customer relationship management, CRM)等网络软件实现的企业内部业务流程及更广泛的商业流程的交互链接;胡笑寒、万迪昉(2005)认为网络环境主要包括以人为本的社会依存关系、以信息技术为代表的技术环境、以互联网为介质的经营环境等。

体育赛事的网络环境是影响体育赛事运营与评估的信息处理技术平台,即更为方便快捷的信息传播、信息搜索、信息处理的信息环境技术平台。体育赛事的资本结构不再以有形资产为中心,而是以员工和组织的知识技能为基础的无形资产为中心。无形资产将成为网络环境中体育赛事的重要评定指标之一。体育赛事在竞争中的地位及体育赛事的发展潜力主要看无形资产的拥有程度和质量高低。无形资产可以帮助体育赛事降低成本,提高运营效率,为赛事和社会带来更多的物质财富。

因体育赛事的比赛项目多,比赛环境相对较复杂,无形资产的运营是跨行业、跨地域、多元化经营。如果没有网络环境,要想集中信息资源是不可能的,更谈不上集中管理与经营。网络信息技术的快速发展,能够打破信息的时间、空间界限,为体育赛事的评价和运营管理实现根本上的集中管理提供保障。因此,要采用集中化的财务管理模式,必须选择恰当的网络技术构架,构造良好的赛事网络环境。信息技术架构主要有浏览器/服务器(B/S)、客户机/服务器(C/S)及B/S+C/S。选择技术架构的依据主要从体育赛事的经济实力、集中管理范围、实时控制力度等因素进行综合考虑。此外还应考虑搭建软件资源无形资产财务集中管理的应用平台。无形资产财务评估的目标是软件资源配置的主要依据,确定相应的功能软件配置,并进行合理的搭建,最终满足网络环境下无形资产的评估需求。

利用网络信息技术将无形资产的评估和运营与体育赛事结合起来,实行从源头出发,通过远程处理、在线管理,实现对无形资产的运营管理与动态评估,真正实现体育赛事无形资产财务的赛前计划、赛中控制及赛后反馈,实现对体育赛事无形资产的全程管理。集成化管理不仅对体育赛事无形资产进行评估,而且对赞助、门票等业务方面进行全方面管理,使体育赛事的内部管理与整个供应链管理集成化;它通过网络技术直接管理,减少传统意义上评估无形资产管理的许多中间环节,赛事管理者可直接参与评估过程;实时管理,许多种无形资产评估链通过网络联系在一起,体育赛事财务主管根据动态评估信息,实现财务的在线管理,可及时做出财务安排,并通过网络予以传达。

体育赛事的网络环境打破了空间和时间的距离限制,赛事或个人之间可以通过BBS、E-mail、媒体播放器、网页浏览器等手段获取体育赛事信息资源并实现信息资源共享。在网络环境中,从过去静态的、稳定的、简单的评估体系向动态的、主导的、复

杂的评估系统转化。从信息网络这一环境的基础设施来看,它具有强大的渗透、支撑和带动效应。信息网络发展过程中存在马太效应(Matthew Effect)、梅特卡夫定律(Metcalf's Law)、摩尔定律(Moore's Law)等规律。马太效应是信息活动在一定的条件下,由于人们的行为惯性和心理反应,优势或劣势一经出现,并积累到一定程度,就会导致不断加剧而自行强化,即出现“滚雪球”似的累积效果;梅特卡夫定律认为网络的价值等于网络结点数的平方,这充分说明随网络用户的增加,网络效益呈现指数形式的增长;摩尔定律是假定价格不变,集成电路上可容纳的晶体管数目,每隔一年半便会增加1倍,性能也提升1倍,换句话说,1美元所能买到的电脑性能,在18个月后将翻2倍以上。这一定律揭示信息技术产业快速增长的生存状态与持续变革的根源。网络环境为体育赛事提高无形资产的创造力提供了信息平台,使整个体育赛事财富迅速聚集并飞跃发展。

1.2.4 体育赛事无形资产运营管理

进入21世纪,科学技术及社会生产力继续快速飞跃发展。世界经济已经从传统的工业经济走向知识经济,而知识经济是以无形资产的投入和运营为主的经济,因此无形资产已成为生产投入的第一要素。我国加入WTO以后,所面临的国内外竞争日趋激烈,无形资产的问题也日益紧迫。国家间、地区间及企业间的差异将主要表现在拥有无形资产资源的质量和数量方面。体育赛事是整个体育产业链中的尖端产品,是具有高技术含量的赛事。精品的体育赛事对赛事组织、运营与推广都提出了更高的要求。我国体育赛事的商业开发主要依靠赞助,其他方面的开发欠缺,主要是因为缺乏赛事运作模式的专业人才,缺乏对相关的赛事商业价值开发及经营的经验。

体育赛事无形资产的运营管理主要有以下几个方面的意义:

1) 体育赛事的经费方面。随着经济发展和体育改革,体育产业发展主要体现在本体产业的开发,体育赛事无形资产无论是在构成要素、数量、开发潜力还是产生的实际效益上,都占有较大的比例,是体育本体产业开发的重要内容。体育赛事无形资产的利用与开发对体育改革和体育产业的发展具有显著性的意义。随着社会经济发展和市场经济体制的建立,必然出现对体育赛事的新的要求,会产生需求无法满足的矛盾,因此我国体育事业经费将大量来源于体育赛事无形资产的运营。

2) 产生的社会效益方面。体育赛事无形资产是体育赛事运营过程中潜在的资源和财富,对体育赛事无形资产进行有效的运营,能避免社会资源的流失和浪费。体育赛事无形资产的有效运营将对社会发展产生良好的互动作用。

3) 体育赛事企业化运营方面。随着体育赛事表演市场的逐步完善,企业对体育赛事的需求更加强烈。赛事运营的盈利空间将会增大,盈利能力也将逐渐增强,企业出于自身盈利的需要,对体育赛事的举办产生了大量的需求。随着新技术革命、全球化和世界经济一体化进程的发展,品牌渗透到体育赛事中,提供了市场运营的空间,是企业经营活动中一股不可阻挡的力量。

4) 体育赛事无形资产自身的运营和评价方面。体育赛事的不断开发和创新,使其自身体系不断得到发展和完善,可进一步丰富体育赛事的深层意义。体育赛事的无形资