

TiYu SaiShi ShiQian PingGu

体育赛事事前评估

张 林 黄海燕 著

1

2

3

人民体育出版社

国家哲学社会科学基金项目 (BTY07009)

上海体育学院体育赛事研究中心资助

体育赛事事前评估

张 林 黄海燕 著

人民体育出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

体育赛事事前评估 / 张林, 黄海燕著. -北京: 人民
体育出版社, 2011

ISBN 978-7-5009-4032-6

I. ①体… II. ①张… ②黄… III. ①运动竞赛-组织
管理-评估 IV. ①G808.22

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 024297 号

*

人民体育出版社出版发行
三河兴达印务有限公司印刷
新华书店经销

*

787×1092 16 开本 16 印张 300 千字
2011 年 7 月第 1 版 2011 年 7 月第 1 次印刷
印数: 1—3,000 册

*

ISBN 978-7-5009-4032-6
定价: 32.00 元

社址: 北京市东城区体育馆路 8 号(天坛公园东门)

电话: 67151482 (发行部)

邮编: 100061

传真: 67151483

邮购: 67118491

网址: www.sportspublish.com

(购买本社图书, 如遇有缺损页可与发行部联系)

前 言

体育赛事评估是一个新兴的研究领域,目前还没有完整的理论架构和体系,而体育赛事事前评估则是体育赛事评估中最为重要的环节,是体育赛事评估理论的核心。为了构建较为科学、完整的体育赛事事前评估理论与方法体系,本书以项目评估理论为基础,综合运用文献资料法、专家访谈法、问卷调查法、内容分析法、德尔菲法、数理统计法等科研方法,首先从体育赛事的本质入手,对体育赛事的定义、分类、特征等问题进行深入研究;再重点阐述体育赛事事前评估的概念与特征,体育赛事事前评估的系统以及体育赛事事前评估的内容与标准,构建了一套较为科学、合理的体育赛事事前评估理论体系;在此基础上,从体育赛事的运行环境、财务、经济影响、社会影响和环境影响5个子系统出发,系统阐述了体育赛事事前评估中各个子系统的指标和评估方法;最后,进一步探讨体育赛事事前综合评估的模型与方法。在此基础上,通过对2009年上海ATP1000网球大师赛事前评估的实证分析,验证了本书所构建的体育赛事事前评估理论和方法应用的可行性。

本书的主要学术观点如下:第一,体育赛事是指以体育竞技为主题的、一次性或不经常发生的且具有一定期限的集众性活动。它起源于祭祀活动,萌芽于体育游戏,并从运动竞赛的传统表现形式发展成为现代的一种提供竞赛产品和服务产品的特殊事件。体育赛事具有聚集性、体验性、外部性和综合性等特征,而且还是一个较为复杂和系统的项目,牵涉的利益相关主体较多,故对体育赛事进行事前评估难度较大。第二,体育赛事事前评估是一个较为复杂的系统,它由体育赛事事前评估主体系统、评估客体、评估目标和评估标准4个相互联系的基本要素构成。其基本内容包括体育赛事运行环境评估、体育赛事财务评估、体育赛事经济影响评估、体育赛事社会影响评估和体育赛事环境影响评估5个部分。第三,体育赛事运行环境评估是体育赛事可行性评估的重要内容,它由体育赛事宏观环境条件评估、体育赛事资源条件评估、体育赛事市场条件评估以及体育赛事竞争环境评估4个部分组成。第四,体育赛事财务评估指标体系包括全部投资利润率、资本金利润率、自有资金收益率和全部投资收益率4个指标。对体育赛事现金流量的估算是体育赛事财务评估的关键环节。第五,体育赛事经济影响评估是体育赛事必要性评估的重要组成部分,该指标体系共包括给举办地带来的新

资金流入、对宏观经济指标的积极影响、对赛事相关产业的拉动、提升城市知名度和城市形象、赛事运作的经济风险 5 个二级指标和 11 个三级指标。“投入—产出法”是当前体育赛事经济影响评估中的一种有效方法。第六，体育赛事社会影响评估指标体系包括增加居民的自豪感、提高居民生活质量、扰乱居民的正常生活、安全隐患及恐怖活动 4 个二级指标和 10 个三级指标。条件价值评估法是对赛事社会影响进行评估的一种有效方法。第七，体育赛事环境影响评估目前还是一个较为前沿的研究领域，指标体系包括改善环境、环境污染与破坏、资源消耗 3 个二级指标和 7 个三级指标，评估方法以定性和定量结合为主。第八，通过对 2009 年上海 ATP1000 网球大师赛的实证分析证明，体育赛事事前评估理论与方法体系是可操作的，模糊综合评判法是适合体育赛事事前评估的一种可行方法。

本书的创新之处体现在：第一，目前国内学者对体育赛事事前评估的研究还处于起步阶段，相关理论很不成熟，通过本书的研究，形成了一套较为科学的体育赛事事前评估理论框架，填补了国内空白；第二，现阶段，我国赛事管理实践领域对体育赛事事前评估是一种感性的、局部的、定性的评估，本书从体育赛事的运行环境、财务、经济影响、社会影响和环境影响 5 个方面，针对体育赛事运营的必要性和可行性进行评估，建立了一套科学、全面的体育赛事事前评估指标体系，有助于人们上升为一种理性的、全面的、定量与定性相结合的体育赛事事前评估实践活动。

本书是在国家社科基金项目《我国体育赛事事前评估理论与方法体系研究》的基础上进一步研究深化和修改完成的，在此对国家社科基金项目的资助表示衷心的感谢！另外，本书的出版得到了人民体育出版社、上海体育学院、上海体育学院体育赛事研究中心、上海久事国际赛事管理有限公司的大力支持，在此一并表示感谢！此外，本书参考了大量国内外图书文献，吸收了参考文献中的大量营养成分，丰富的营养是本书健康诞生所不可或缺的，在此对所有参考文献的作者也表示衷心感谢！

本书可作为从事体育赛事管理研究与实务操作人员的专业参考书，也可作为高等院校从事体育赛事管理研究者的辅助阅读材料。

体育赛事管理是一个新的研究领域，对它的研究尚处于初级阶段。我们希望通过自己辛勤的劳动，为体育赛事管理的理论研究作一点儿贡献。但由于水平有限，书中难免存在缺点和不足，敬请广大读者和同行给予批评指正！

作者

2010 年 12 月

目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 背景与意义	(1)
一、背景	(1)
二、意义	(3)
第二节 国内外体育赛事产业的发展	(4)
一、国外体育赛事产业的发展	(4)
二、国内体育赛事产业的发展	(8)
第三节 框架结构与主要内容	(11)
一、目的任务	(11)
二、基本思路与框架结构	(11)
三、主要内容	(12)
第二章 体育赛事评估理论基础	(14)
第一节 项目评估理论与方法	(14)
一、项目评估理论	(14)
二、项目综合评估方法	(18)
第二节 体育赛事与评估文献	(22)
一、体育赛事相关文献	(22)
二、体育赛事评估相关文献	(30)
第三章 体育赛事基本理论	(42)
第一节 体育赛事的起源与发展	(42)
一、体育赛事的起源——祭祀活动	(42)
二、体育赛事的萌芽——体育游戏	(43)
三、体育赛事的传统形式——体育竞赛	(44)
四、体育赛事的现代形式——特殊事件	(44)
第二节 体育赛事的定义	(45)

第三节 体育赛事的分类	(46)
一、按体育赛事规模划分	(47)
二、按体育赛事影响范围划分	(50)
三、其他视角的体育赛事分类	(50)
第四节 体育赛事的特征	(52)
一、体育赛事的聚集性特征	(53)
二、体育赛事的体验性特征	(53)
三、体育赛事的外部性特征	(54)
四、体育赛事的综合性特征	(54)
第五节 体育赛事的利益相关者	(55)
一、举办地政府	(56)
二、主办社区	(59)
三、媒体	(61)
四、赞助商	(63)
五、观众	(63)
第四章 体育赛事事前评估理论体系的构建	(65)
第一节 体育赛事项目的生命周期与赛事评估	(65)
一、体育赛事项目生命周期	(65)
二、体育赛事项目生命周期与评估	(68)
第二节 体育赛事事前评估的概念与特征	(70)
一、体育赛事事前评估的概念	(70)
二、体育赛事事前评估的特征	(72)
第三节 体育赛事事前评估的系统研究	(73)
一、体育赛事事前评估系统结构	(73)
二、体育赛事事前评估主体	(75)
三、体育赛事事前评估客体	(83)
四、体育赛事事前评估的目标系统、内容体系及评估标准	(86)
第五章 体育赛事项目运行环境评估	(92)
第一节 体育赛事项目运行环境评估的主要内容	(92)
一、体育赛事宏观环境条件评估	(93)
二、体育赛事资源条件评估	(93)
三、体育赛事市场条件评估	(93)

四、体育赛事竞争环境评估	(93)
第二节 体育赛事项目运行环境评估的指标体系	(93)
一、体育赛事项目宏观环境条件评估指标	(95)
二、体育赛事项目的资源条件评估指标	(102)
三、体育赛事项目的市场条件评估指标	(111)
四、体育赛事项目的竞争环境评估指标	(114)
第六章 体育赛事财务评估	(115)
第一节 体育赛事财务评估概述	(115)
一、体育赛事财务评估的目的	(115)
二、体育赛事财务评估的方法与步骤	(116)
第二节 体育赛事项目的现金流量	(117)
一、体育赛事项目现金流量的定义	(117)
二、体育赛事项目现金流量的内容	(117)
三、体育赛事现金流量的估算	(120)
第三节 体育赛事财务评估的指标	(121)
一、全部投资利润率	(122)
二、资本金利润率	(122)
三、自有资金收益率	(122)
四、全部投资收益率	(122)
第四节 案例分析——2008 年北京奥运会财务评估	(123)
一、基础资料——2008 年北京奥运会预算	(123)
二、编制现金流量表	(124)
三、财务评估结果	(125)
第七章 体育赛事经济影响评估	(126)
第一节 体育赛事经济影响的概念	(126)
第二节 体育赛事经济影响评估指标	(128)
一、给举办地带来的新资金流入	(128)
二、对举办地宏观经济指标的影响	(140)
三、对赛事相关产业的拉动	(156)
四、提升城市知名度和城市形象	(160)
五、赛事运作的经济风险	(162)

第三节 实证研究——2009 年上海 ATP1000	
网球大师赛经济影响评估	(163)
一、赛事给上海带来的新资金的估算	(163)
二、方法和模型的选择	(168)
三、结果	(170)
第八章 体育赛事社会影响评估	(172)
第一节 体育赛事社会影响评估的指标	(172)
一、增强居民的自豪感	(173)
二、提高居民的生活质量	(174)
三、扰乱居民的正常生活	(175)
四、安全隐患及恐怖活动	(178)
第二节 体育赛事社会影响的评估方法——条件价值评估法	(179)
一、条件价值评估法的发展历程	(179)
二、条件价值评估法的经济学基础	(180)
三、条件价值评估法的操作程序	(180)
第三节 实证分析——2009 年上海 ATP1000	
网球大师赛居民自豪感评估	(185)
一、问卷的设计与组成	(185)
二、调查过程	(186)
三、抽样的误差分析	(186)
四、调查结果	(186)
第九章 体育赛事环境影响评估	(191)
第一节 体育赛事的环境影响及其评估的概念	(191)
一、体育赛事的环境影响	(191)
二、体育赛事环境影响评估的概念	(193)
第二节 体育赛事环境影响评估的指标与方法	(194)
一、环境改善	(194)
二、环境污染与破坏	(195)
三、资源消耗	(196)
第三节 实证分析——2009 年上海 ATP1000	
网球大师赛环境影响评估	(197)
一、基础资料收集	(197)

二、三级指标数据的测算	(198)
三、评估结果	(199)
第十章 体育赛事事前综合评估	(200)
第一节 体育赛事事前综合指标体系	(200)
一、体育赛事事前综合评估的要素	(200)
二、体育赛事事前综合评估指标体系框架	(201)
三、体育赛事事前评估指标的权重	(203)
第二节 体育赛事事前评估的多指标评价方法	(204)
一、价值分析法	(205)
二、数据包络分析法	(205)
三、层次分析法	(205)
四、模糊综合评价法	(206)
第三节 体育赛事事前评估的模糊综合评价模型和步骤	(206)
一、确定模糊综合评价的因素集	(207)
二、建立综合评判的评价集	(207)
三、构造隶属矩阵	(207)
四、确定指标权重	(208)
五、建立评判模型	(208)
六、进行模糊综合评判	(209)
七、对评判结果的处理	(209)
八、评估结果的综合判定和解析	(209)
第四节 实证分析——2009 年上海 ATP1000	
网球大师赛事事前综合评估	(210)
一、赛事及承办单位概况	(210)
二、实证研究的数据建立与评价	(211)
三、评估结果分析	(217)
主要参考文献	(219)

第一章 绪 论

本章首先从城市营销时代的到来、体育赛事产业的迅速发展、政府决策的科学化趋向论述了本书的研究背景，从理论和现实两个角度分析了本书的研究意义。此外，本章还对全书的框架结构及主要内容进行了阐述。

第一节 背景与意义

一、背 景

（一）城市营销时代的到来

20 世纪 90 年代以来，科学技术日新月异，经济全球化突飞猛进，人类开始进入一个全球化竞争的新时代。竞争不仅停留在企业层次，还扩大到城市层次。随着全球竞争、经济转型、技术变化和政府权力转移等因素的变化，很多城市面临经济发展速度减缓、失业率上升、城市特色丧失等危机，人口外迁、投资减少、收入下降等现象逐渐显现。例如，美国三分之二的州和四分之三的城市都在遭遇财政危机，这种收支上的失衡导致了城市经济的衰退。欧洲作为现代工业文明的起源，其城市问题更具普遍性，英格兰北部、法国西部、意大利南部的很多城市都出现了危机，面临着整个区域的经济衰退。发展中国家的城市同样遇到类似问题，它们不仅面临“黎明前的黑暗”，难以突破既有的发展瓶颈，同时还受到“不进则退”的威胁^[1]。

在这样的背景下，营销思想被引入城市经济理论，“场所营销（Place Marketing）”和“城市营销（City Marketing）”理论被提出，并逐步成形。此后，菲利普·科特勒等人系统地提出了城市营销理论，城市营销理论步入了蓬勃发展阶段^[2]。

在这种理论的指导下，城市营销的实践也在众多城市如火如荼地开展，现在已经有越来越多的城市运用城市营销的理论来指导城市建设。世界各国的城市，

一方面要迎接外部环境变化所提出的挑战,另一方面作为城市内部也因经济内容的不断丰富和经济活动的演化而在规划、建设和管理等诸多方面作出了相应的调整。这使得城市的发展格局和增长方式正在从根本上发生改变。

(二) 体育赛事产业的迅速发展

从世界范围看,近年来体育赛事产业发展极其迅速,美国、加拿大、澳大利亚和英国等西方发达国家出现了很多国际知名的体育赛事之都,例如美国的纽约和印第安纳州的波利斯、英国的伦敦和曼彻斯特、澳大利亚的悉尼和墨尔本等。除了上述发达国家外,包括中国、南非在内的发展中国家的体育赛事产业也开始迅速崛起。2008年的北京奥运会和2010年南非足球世界杯赛就是发展中国家体育赛事产业发展的一个缩影。目前,北京、上海、广州已经成为我国体育赛事产业发展较为迅速的地区,这些地区的体育赛事活动日趋活跃,数量、规模大幅上升,高水平、有影响的国际赛事日益频繁,北京奥运会、亚运会、F1中国大奖赛、女足世界杯赛、网球大师杯赛、中国网球公开赛等一批有影响的国际体育赛事纷纷进入中国,在未来几年内,以中国和南非领衔的发展中国家必将成为世界上体育赛事产业发展最迅速的国家。

(三) 我国政府决策科学化的趋向

决策科学化是指决策过程中理论导向、方法和程序要始终坚持科学精神,以减小决策的风险,降低决策成本,提高政府决策质量^[3]。近年来,党和政府对决策科学化问题非常重视,2003年10月,党的十六届三中全会提出增强透明度和公众参与度的决策制度建设新要求:“完善政府重大经济社会问题的科学化、民主化、规范化决策程序,充分利用社会智力资源和现代信息技术,增强透明度和公众参与度。”^[4]2004年3月,温家宝总理在人大十届二次会议所作的《政府工作报告》指出:“要进一步完善公众参与、专家论证和政府决策相结合的决策机制,保证决策的科学性和正确性。加快建立和完善重大问题集体决策制度、专家咨询制度、社会公示和社会听证制度、决策责任制度。”^[5]科学决策的主要标志是在决策过程中广泛应用先进的科学思想、理论和技术,尊重事物的客观规律。政府决策科学与否,直接关系到政府行为的成败。提高政府决策科学化水平,是提高政府决策准确性、有效性,降低决策失误概率的前提;提高和加强政府决策科学化建设,是进一步深化行政管理体制改革,提高政府执政能力和效率的要求。

总而言之,政府决策的科学化已成为一个必然趋势。这对于体育赛事来说,为提高赛事申办、运作决策的科学性和合理性,政府在赛事运营过程中,必将要

求对赛事项目进行理性、全面、综合的评估。

二、意义

(一) 理论意义

纵观国内外对体育赛事评估的理论研究,可以发现,相关的研究工作或是突出体育赛事经济影响的评估、或是关注对体育赛事的事后评估、或是注重对某一具体赛事实证的研究和分析,带有比较明显的局限性。全面、系统地认识体育赛事,并对体育赛事评估理论体系的构建、体育赛事事前评估指标体系的建立、体育赛事事前综合评估方法的研究工作还很少见,而系统的体育赛事事前评估理论与方法的研究则更近乎空白。显然,体育赛事事前评估理论体系还远没有完善。本书旨在构建一套较为科学、全面的体育赛事事前评估理论与方法体系,这对于发展体育赛事评估理论,并进一步完善体育赛事组织和管理理论具有重要意义。

(二) 现实意义

由于体育赛事具有吸引外地游客、增加城市曝光度、提升城市品牌、促进城市产业结构转型等功能,当前很多国家和地区,尤其是发达国家和地区,已经将举办体育赛事纳入到了城市营销和发展战略中。2002年,澳大利亚维多利亚州旅游局(Tourism Victoria)就提出了举办体育赛事、促进城市发展的战略。^①总之,随着国家和城市之间竞争的逐渐加剧,举办体育赛事已经成为推进城市发展的重要手段。从另一方面来讲,并不是所有体育赛事都适合举办地,也并不是所有赛事都会给举办地的城市发展带来积极影响。因此,在申办体育赛事之前,对赛事进行事前评估就显得尤为重要。但就目前而言,虽然我国地方政府在申办、运作体育赛事之前对赛事也进行了评估,可是由于缺乏科学、合理、全面的评估理论与方法指导,其评估十分简单,加之缺乏必要的信息,最终对体育赛事也是一种很感性的认识,难免出现许多无效率的决策行为。因此,加强对体育赛事事前评估理论与方法的研究,有利于提高体育赛事申办和运作决策的科学性和合理性。

^① 资料来源: <http://www.tourismvictoria.com/>。

第二节 国内外体育赛事产业的发展

一、国外体育赛事产业的发展

(一) 美国

美国是世界上体育赛事产业最为发达的国家,尤其是职业体育,最著名的是美国四大职业体育联赛。当然,美国还有很多其他职业体育赛事,这些赛事都拥有大量的现场观众和电视观众(表1-1、表1-2)。据美国体育用品联合会的统计,2005年美国职业体育赛事现场观众人数排在前5位的分别是美国职业棒球大联盟赛事(74,385,100人次)、美国职业篮球联盟赛事(21,369,078人次)、美国冰球职业联盟赛事(19,854,841人次)、美国橄榄球职业联盟赛事(17,011,986人次)、职业棒球小联盟赛事(15,636,000人次);境内电视观众人数排在前5位的分别是美国橄榄球职业联盟赛事(105,874,000人次)、美国职业棒球大联盟赛事(76,744,000人次)、美国职业篮球联盟赛事(60,877,000人次)、国际赛车联合会温斯顿杯系列赛(45,588,000人次)、职业高尔夫球联赛(37,899,000人次)。除了职业体育赛事之外,美国的大学生体育赛事也非常受欢迎,2005年美国大学生橄榄球联赛与美国大学生男子篮球联赛的现场观众人数分别达到了43,486,574人次和30,586,645人次,位居美国所有体育赛事现场观众人数的第二、第三位。美国还积极举办各种大型的、一次性的体育赛事,20世纪80年代以来,美国先后于1984和1996年举办了两届夏季奥运会,2002年在盐湖城举办了第19届冬季奥运会。美国还每年举办美国网球公开赛、F1汽车大奖赛、芝加哥马拉松赛、波士顿马拉松赛等一大批国际知名赛事。另外,美国体育赛事的运作是与娱乐、商业、传媒互成一体的。它将体育和娱乐传媒紧密地联系起来,通过发达的电视传媒充分展示体育的魅力,如福克斯体育电视网、华纳兄弟电影公司、ABC电视台娱乐频道和HBO频道,这些公司创作了大量精彩的体育赛事节目,进一步增强了体育赛事的互动性。

表 1-1 美国职业体育赛事现场观众人数一览表 (2005 年)^①

体育赛事名称	观众总数 (人次)
美国职业棒球大联盟赛事 (Major League Baseball)	74,385,100
美国职业篮球联盟赛事 (National Basketball Association)	21,369,078
美国冰球职业联盟赛事 (National Hockey League)	19,854,841
美国橄榄球职业联盟赛事 (National Football League)	17,011,986
职业棒球小联盟赛事 (Minor League Baseball)	15,636,000
国际赛车联合会温斯顿杯系列赛 (NASCAR Winston Cup Series)	6,300,000
职业冰球小联盟赛事 (Minor League Hockey)	6,179,000
赛马 (Horse Racing)	5,979,000
职业牛仔竞技联合会赛事 (Professional Rodeo)	5,429,000
国际赛车联合会“Busch”系列赛 (NASCAR Busch Series)	3,911,000
职业高尔夫球联赛 (Professional Golfers Association)	3,200,000
竞技场橄榄球联盟赛事 (Arena Football League)	2,939,000
职业足球联盟赛事 (Major League Soccer)	2,900,715
职业篮球小联盟赛事 (Minor League Basketball)	2,625,000
职业网球 (Professional Tennis)	1,970,000
职业拳击 (Professional Boxing)	1,931,000
印地赛车 (IndyCar Racing)	1,914,000
美国短道直线加速赛 (National Hot Rod Association)	1,835,000
国际赛车联合会卡车系列赛 (NASCAR Truck Series)	1,708,000
冠军方程式赛车 (Champ Car racing)	1,490,000
职业保龄球赛事 (Professional Bowling Association)	1,310,000
美国女子职业篮球联赛 (Women's National Basketball Association)	1,087,000
职业曲棍球赛事 (Professional Lacrosse)	1,019,000
室内足球联赛 (Major Indoor Soccer League)	992,000

表 1-2 美国职业体育赛事境内电视观众人数一览表 (2005 年)^②

体育赛事名称	观众总数 (人次)
美国橄榄球职业联盟赛事 (National Football League)	105,874,000
美国职业棒球大联盟赛事 (Major League Baseball)	76,744,000
美国职业篮球联盟赛事 (National Basketball Association)	60,877,000
国际赛车联合会温斯顿杯系列赛 (NASCAR Winston Cup Series)	45,588,000
职业高尔夫球联赛 (Professional Golfers Association)	37,899,000

① 资料来源: National Sporting Goods Association, <http://www.nsga.org/public/pages/index.cfm?pageid=864>.② 资料来源: National Sporting Goods Association, <http://www.nsga.org/public/pages/index.cfm?pageid=864>.

(续表)

体育赛事名称	观众总数 (人次)
国际赛车联合会“Busch”系列赛 (NASCAR Busch Series)	27,981,000
职业网球赛事 (Professional Tennis)	26,187,000
赛马比赛 (Horse Racing)	21,560,000
印地赛车 (IndyCar Racing)	19,366,000
职业牛仔竞技联合会赛事 (Professional Rodeo)	18,862,000
职业拳击赛事 (Professional Boxing)	18,094,000
竞技场橄榄球联盟赛事 (Arena Football League)	17,094,000
美国冰球职业联盟赛事 (National Hockey League)	13,870,000
职业保龄球赛事 (Professional Bowling Association)	13,470,000
美国女子职业篮球联赛 (Women's National Basketball Association)	12,220,000
国际赛车联合会卡车系列赛 (NASCAR Truck Series)	12,073,000
职业足球联盟赛事 (Major League Soccer)	10,010,000
职业棒球小联盟赛事 (Minor League Baseball)	9,668,000
美国短道直线加速赛 (National Hot Rod Association)	7,900,000
职业篮球小联盟赛事 (Minor League Basketball)	7,126,000
冠军方程式赛车 (Champ Car racing)	6,678,000
职业冰球小联盟赛事 (Minor League Hockey)	3,315,000
职业曲棍球赛事 (Professional Lacrosse)	3,103,000
室内足球联赛 (Major Indoor Soccer League)	2,338,000

与之相对应的是各类提供体育赛事相关服务的专业化公司相继涌现, 其中最负盛名的当数 IEG 和 IMG 这两家公司。IEG 全称是 “The International Events Group”, 成立于 20 世纪 80 年代, 始终致力将赞助建立成为除广告、促销和公关活动之外的第四条营销渠道。经过二十多年的研究, IEG 创造了一套赞助价值评估的方法, 它初创的关于对无法测量的媒体价值的分析方法已经成为了当前估算赞助价值所采用的主要方法。IMG, 又称国际管理集团, 是全世界最大、业务范围最广和一心一意为体育和娱乐事业工作的营销和管理公司, 其优势业务主要集中在体育赛事运作及经营、运动员培训、体育电视节目和纪录片制作及销售、中介代理及品牌营销、赞助咨询及分销、品牌授权等方面, 以及与世界领先的市场营销和媒体网络进行的合作等。自从 1960 年由 Mark McCormack 以及高尔夫传奇 Arnold Palmer 成立 IMG 以来, 尤其是在 2004 年 Ted Forstmann 担任其 CEO 后, 公司发展势头迅猛, 目前已经是全球领先的跨国体育赛事服务提供商之一。可以毫不夸张地说, 美国已经成为全球名副其实的体育赛事之国。

（二）澳大利亚

澳大利亚体育赛事产业的发展也很迅速。澳大利亚自成功举办2000年奥运会之后，体育赛事就成为澳大利亚城市发展的重要助推器，出现了墨尔本、悉尼等世界著名的体育赛事城市。2007年，英国伦敦的一家著名国际体育咨询机构Arksports的一项最新研究结果表明，墨尔本和悉尼在“世界都市举办大型体育赛事指数评选”中分别居于第一位和第二位。此外，体育赛事已经成为澳大利亚诸多城市发展战略的重要组成部分，各州政府纷纷成立非营利性的活动事件运作公司，如西澳大利亚州的事件公司Event scorp、昆士兰的事件公司QEC、维多利亚州的墨尔本大事件公司、新南威尔士州的特殊事件有限公司、南澳大利亚州的澳大利亚大事件公司AME等，这些政府控股的公司直接负责各种体育赛事的引进和营运操作，这对澳大利亚体育赛事产业的发展起到了极大的推动作用。而与赛事产业紧密相关的体育场地设施建设不断升级，已成为澳大利亚各级政府的重要议程，如墨尔本市建设的体育中心，既有10万人座位的足球场，又有体育馆、橄榄球场和50多块室内外网球场等，条件十分优越。

澳大利亚曾举办过很多大型体育赛事，尤其是国际性赛事，比如悉尼奥运会、英联邦运动会、世界一级方程式赛车大赛澳大利亚站、澳大利亚网球公开赛、世界游泳锦标赛、友好运动会、澳大利亚拉力赛、澳大利亚V8超级房车赛、澳大利亚PGA锦标赛等。悉尼奥运会上，澳大利亚以其良好的赛事运行组织和市场销售成绩，获得了世界的称赞，给全世界观众留下了深刻印象。除了举办大量的国际性赛事外，澳大利亚国内还有很多颇具当地特色的体育赛事，比如赛马比赛。这也是澳大利亚第三大特色运动，拥有140多年的社会和文化历史。在2002—2003年期间，澳大利亚有大约200万坐席和379个赛马场。赛马除了是特色赛事之外，它更是一项产业，全澳洲大约有30万人直接拥有或作为参股，在澳洲投资3.1万匹赛马用以训练，同时还为澳洲提供了7.7万个岗位，帮助了25万全职或半职就业人口工作。

不仅如此，澳大利亚还将众多体育赛事同促进旅游紧密结合。每年的澳大利亚网球公开赛会吸引来自世界各地的网球好手，在为期两周的赛事中有超过55万观众前来观看，是澳大利亚年度体育活动中观众人数最多的。澳大利亚世界一级方程式赛车大赛在维多利亚风景如画的亚伯特公园举行，大赛期间，观众既可以欣赏5.3公里长的赛车道上展现的一级惊险和刺激，又有机会观赏精美的时装，品尝美味佳肴，参加各种欢庆活动，吸引了世界各地的众多游客。