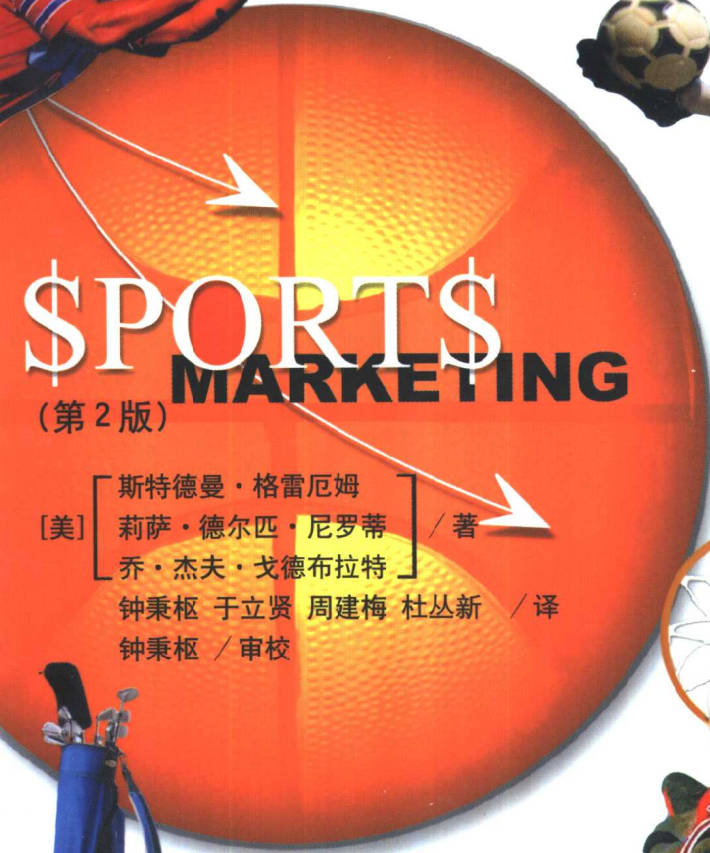


体育营销 指南



\$PORTS
MARKETING

(第2版)

[美] [斯特德曼·格雷厄姆
莉萨·德尔匹·尼罗蒂] / 著
乔·杰夫·戈德布拉特
钟秉枢 于立贤 周建梅 杜丛新 / 译
钟秉枢 / 审校



中信出版社
CITIC PUBLISHING HOUSE

体育营销

(第2版)

指南

[美] [斯特德曼·格雷厄姆
莉萨·德尔匹·尼罗蒂 / 著
乔·杰夫·戈德布拉特]
钟秉枢 于立贤 周建梅 杜丛新 / 译
钟秉枢 / 审校

中信出版社
CITIC PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

体育营销指南/[美]格雷厄姆等著;钟秉枢等译. —北京:中信出版社, 2003. 4

书名原文: The Ultimate Guide to Sports Marketing

ISBN 7-80073-695-4

I. 体… II. ①格…②钟… III. 体育运动—市场营销学 IV. G80-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 023610 号

Stedman Graham, Lisa Delpy Neirotti and Joe Jeff Goldblatt. *The Ultimate Guide to Sports Marketing*, 2nd edition. (ISBN 0-07-136124-3)

Copyright © 2000 by McGraw-Hill Companies, Inc.

Original language published by The McGraw-Hill Companies, Inc. All rights reserved. No part of this publication maybe reproduced or distributed in any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

Simplified Chinese translation edition jointly published by McGraw-Hill Education (Asia) Co. and CITIC Publishing House.

本书中文简体字翻译版由中信出版社和美国麦格劳-希尔教育(亚洲)出版公司合作出版。未经出版者预先书面许可,不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

本书封面贴有 McGraw-Hill 公司防伪标签,无标签者不得销售。

北京市版权局著作权合同登记号:01-2003-1187

体育营销指南(第2版)

TIYU YINGXIAO ZHINAN

著者:[美]斯特德曼·格雷厄姆 莉萨·德尔匹·尼罗蒂 乔·杰夫·戈德布拉特

译者:钟秉枢 于立贤 周建梅 杜丛新

审校者:钟秉枢

责任编辑:裘挹红 许红涛

责任监制:朱磊 王祖力

出版发行:中信出版社(北京市朝阳区东外大街亮马河南路14号塔园外交办公大楼 邮编 100600)

经销者:中信联合发行有限公司

承印者:中国农业出版社印刷厂

开本:880mm×1230mm 1/32 印张:11.375 字数:264千字

版次:2003年4月第1版 印次:2003年4月第1次印刷

京权图字:01-2003-1187

书号:ISBN 7-80073-695-4/F·493

定价:25.00元

版权所有·侵权必究

凡购本社图书,如有缺页、倒页、脱页,由发行公司负责退换。

服务热线:010-85322521 010-85322522 E-mail: sales@citicpub.com



译者前言

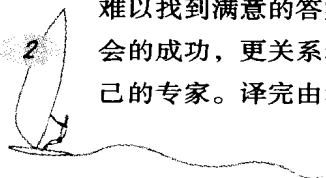
在国际上，奥林匹克运动已有 100 多年的历史了，但把奥运会等体育赛事作为市场开发的重要内容，仅仅是近 20 年的事。1984 年，美国洛杉矶奥运会组委会充分利用和系统开发奥林匹克运动的电视转播权、赞助、标志产品许可、奥运会纪念币章等无形资产，不仅改变了历届奥运会举办过后不堪重负、惨淡经营的亏本历史，而且奥运会组委会获得了数亿美元的盈利。以后几届奥运会，其组委会一届比一届精明，充分地挖掘奥林匹克运动的市场潜力，既办好了奥运会又取得了很好的经济效益，不仅使举办城市的基础设施得到改善，城



市知名度得到提升，更重要的是其可观的经济效益以及给举办国带来了新的经济增长点。根据近几届奥运会举办国相关研究机构的报告，1984 年洛杉矶奥运会给南加利福尼亚地区带来了 32.9 亿美元的收益；1992 年巴塞罗那奥运会给加泰罗尼亚地区带来了 260.48 亿美元的经济效益；1996 年亚特兰大奥运会为佐治亚州带来了 51 亿美元的总效益；2000 年悉尼奥运会对澳大利亚和新南威尔士州的经济有一个 12 年周期的影响，新南威尔士州的生产总值在 12 年内将增加 63 亿美元。2001 年 7 月 13 日，北京申奥成功以后，国家统计局公布：北京奥运会在今后 7 年内拉动中国经济每年增长 0.3 个百分点。由此，我们不难看出，自 1984 年洛杉矶奥运会盈利之后，奥运会及其他体育赛事的商业价值已被许多国家充分认识。获得奥运会举办权，实际上等于把一块巨大的蛋糕拿到了手中。

北京申奥的成功，北京奥运会的临近，使人们越来越多地想利用奥运会大做文章。在这方面，某些外国人给我们上了一课。2000 年 10 月，正当北京申奥紧张进行的时候，美国 ACE 国际发展有限公司在中国搞了一个网上拍卖，拍卖品是 70 个汉语拼音特征的国际顶级行业和业务域名，其中就有“奥运（aoyun.com）”，标价高达 300 万人民币！

面对如此巨大的商机，如何理解体育赛事、策划体育赛事？如何在体育赛事中保障后勤供应，做好接待工作？如何谈判与签约，规避赛事风险？如何利用名人效应，打开营销局面？这一个一个的如何，在我们现有的教科书中，在我们现存的经验体系中，难以找到满意的答案。而对这些问题的回答不仅关系着北京奥运会的成功，更关系着通过赛事管理与营销能否培养出一批中国自己的专家。译完由和君创业·闻洁工作室策划的《体育营销指南》





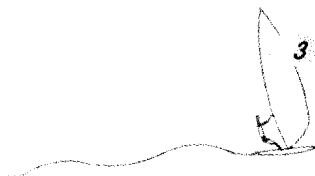
译者前言

一书，我的眼前豁然一亮。斯特德曼、莉萨和乔三位美国体育赛事管理与营销的专家，把我们的疑问在这本书中一一解答。无怪乎 1995 年才出第 1 版的《体育赛事活动管理与营销指南》，到 2001 年就以《体育营销指南》之名更新为其第 2 版，推向世界。该书既把体育赛事当做系统工程进行分析和研究，又把体育赛事解剖成具体环节进行描述和探讨，理论联系实际，分析结合案例。读后颇感相见恨晚。好在离北京奥运还有一段时间，凭着中国人的聪明好学，有了《体育营销指南》一书的指点和参考，我想我们一定能办好北京奥运会，也一定会写出中国人自己的体育市场经典。

北京体育大学副校长、教授、博导

钟秉枢

2002 年 12 月





英文版序言 (I)

体育赛事管理和市场营销是一个巨大的产业，在过去 20 年中有了极大地增长。从小小的供人分享的赛事，到吸引百万观众的大型赛事，这一产业反映了传媒业、娱乐业、旅游业的迅猛发展。

本书恰恰在这一成长着的行业迅速发展的时刻出版了。我敢肯定，本书的出版将对广布于体育赛事管理和市场营销领域里的爱好者们，不论是想入此道的新手，还是已有经验的老手，提供有用的信息。这些信息对那些有着不同职业经验，想迅速介入体育赛事成功运作的人们来说，无疑是无价之宝。



英文版序言 (I)

体育赛事管理和市场营销领域的书还不多见，因为这是一个新的专业。电视业和“大型赛事”业的从业经验使我对组织成功的赛事极为欣赏。尝试与错误需要付出代价，这就需要有好的蓝图和参考材料。本书中大量的章节要点和附录将成为你整个职业生涯的智囊。对那些学习这个令人兴奋的专业的人来说，本书则是必备之物。

美国国家广播公司体育总裁
迪克·艾伯索 (Dick Ebersol)





英文版序言（Ⅱ）

早在刚读高中的时候,我就立志要使我的生活超越篮球场。幸运的是,在人生旅途中,我得到了许多良师益友的指导和帮助。我的父母亲、我高中的教练约翰·罗伯逊(John Roberson)、我教会学校三年级的老师伊内兹·埃德蒙兹(Inez Edmonds),他们都鼓励我要在篮球场内外都获得成功。莉萨、乔和我希望这本书能给您同样的帮助,使您成为体育赛事管理与营销这个令人兴奋的领域的佼佼者。

斯特德曼·格雷厄姆(Stedman Graham)

背景介绍

在过去的十余年间,体育产业得到迅猛的发展。据估计,现在体育产业的产值已经

超过了 5 000 亿美元。仅纽约市就宣称,其体育产业对经济的影响达 69 亿美元,其中包括与体育有关的媒体、组织和赛事活动。另据芝加哥的国际体育赛事集团(International Events Group)报告,体育赞助资金持续增长,2000 年达到 59 亿美元。同时,随着体育运动与娱乐的紧密结合,体育赛事得到的赞助会占赞助公司营销预算的更大比例,体育赞助资金的增长将会继续下去。

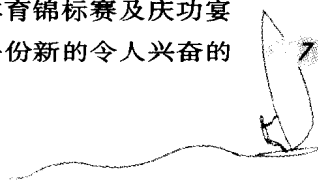
本书的目的是使您了解体育产业的历史与沿革,掌握必要的工作技巧,能利用体育产业迅猛发展的机会而获得事业的成功。本书的三位作者谨以此书作为对体育产业领域感兴趣的任何人士的向导和钥匙,使之能登堂入室,无论他的种族、性别和经历。对于体育产业领域的老兵,本书可以提醒其当初选择这门职业的原因,并帮助其更新工作技巧,丰富想像力。

体育赛事管理与市场营销的定义

体育赛事管理与市场营销(sport event management and marketing)包括各种类型体育赛事活动的组织、营销、运行和评价。具体包括地方学校或社区的体育赛事;非营利性的或者公司举办的赛事;大学校间的体育比赛;业余的或者职业的体育联赛,如奥运会和美国职业橄榄球联赛总决赛。

谁应该读这本书?

《体育营销指南》奉献给任何有兴趣从事体育赛事运作行业的人士,以及在任何营利的和非营利的组织进行体育赛事运作中碰到困难的人士。换句话说,无论是对于公司赛事活动的规划者、地方慈善基金的募集人、志愿者、中学体育锦标赛及庆功宴会的组织者、体育联赛的官员,还是想寻找一份新的令人兴奋的工作的人士,这本书都是为你们而写的。



为什么要读这本书？

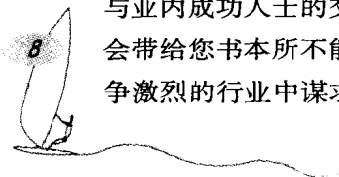
本书提供的素材、专业词汇及背景，有关的核对清单和创造性的思路，将是有助于获得职业特性、激励、媒体曝光、经济收益和其他事业成功的必要条件。

为了更好地理解体育赛事管理与市场营销这个职业领域，我们将带您到赛事组织的幕后，去理解具体的体育赛事是怎么有效地运作并获得收益的。您将聆听到十多位业界精英的教诲。他们的经验可以使您不重蹈他们的覆辙，少犯错误。

本书对提高赛事运作的效率就如同教练与队员之间的关系一样。一个成功的教练通常也是其队员的良师益友。文森特·隆巴迪（Vincent Lombardi）、卢·霍尔茨（Lou Holtz）、埃迪·鲁滨逊（Eddie Robinson）和约翰·伍登（John Wooden）等世界著名的教练都懂得这一点，即为了在比赛中获胜，教练员必须充分利用每个运动员的才华，并将他们组合成一个团结、协调的团队。

我们鼓励您评价自己给这个领域带来的财富（如创造力、韧性、细心等），并积极寻找能进一步开发您的潜能的良师。本书中提到的一些事例，定会加强或加速您事业的成功。当然，事业的成功还在很大程度上取决于您找到良师的能力，以及根据自己的需要采纳他们建议的能力。

如果准备参考本书，为您所代表的组织开发体育赛事，请记住，每一项赛事的举办都带有主办者鲜明的个人文化色彩。不必把书中的例子照搬到您的计划书中去，只把它当做激发思维的催化剂。在此，需要再次强调良师益友的作用。读完这本书之后，与业内成功人士的交流、在您崇拜和向往的组织中的实习等经历会带给您书本所不能给予的实践经验，这将大大提高您在这个竞争激烈的行业中谋求一个职位的机会。



体育赛事管理与市场营销方面的正规教育也将有助于职业发展和谋求工作。书后的附录 2-A 提供了很多有关发展机会的信息。

怎样从本书中获得最大收益?

我们介绍您读这本书,目的是想让您从中获得最大的收益。为了便于记忆和理解,我们使用了几种技巧帮助加强您的思考过程。

每一章都以一个启发性的问题开头。在阅读这一章前,暂时停下来,仔细思考这个问题。通常从对一个精心设计的问题的思考过程中学到的东西,比马上知道这个问题的答案要多得多。对每个问题都提供了我们自己的答案,但是您必须问自己,是否还有与您的兴趣更有关联的其他答案,还能从哪里找到更好理解这个问题的更多信息。

每一章的结尾在“本章要点”下都附有本章的要点。请记住,在进入下一章的学习之前要浏览这些要点,因为本书结构采用的是技能累积模式,在进入下一章学习前必须掌握前一章介绍的一套技能。

在一本书中想涵盖所有体育赛事管理与市场营销的知识是困难的,这里我们尽力选择一些带有普遍意义,并适用于各种类型和规模赛事运作的建议和案例。我们希望的是,您不仅能阅读本书的内容,还能将这些内容运用到进一步的研究和实践中去。由此,本书将兼有启发灵感、激发动机和实施教育的意义。

“教育”(education)一词来源于拉丁文,其含义是“吸取”(to extract)的意思。如果对您而言,本书是一个教育的手段,那么您事业成就的高低就直接取决于您吸取信息的愿望和能力。本书只为您打开进入这个领域的一扇门。您对成功的期望和渴求、您的工





体育营销指南

作经验，再加上良师益友的指导将带您登堂入室，并最终决定您的事业成就的高低。我们希望你们不仅要有远大的理想和目标，还要通过你们实实在在的努力，在这个充满活力的领域续写新的篇章。请记住，每一位成功的体育赛事管理人员和市场营销人员都应具备与优秀运动员同样的品质：守纪律、有天赋、坚忍不拔。成就的高低取决于努力的程度。

“各就各位……”

“预备……”

“跑!”

斯特德曼·格雷厄姆

Stedman Graham

莉萨·德尔匹·尼罗蒂

Lisa Delpy Neirotti

乔·杰夫·戈德布拉特

Joe Jeff Goldblatt





人们把很多高效率的组织比喻成一支成功的球队。确实，对达到目标而言，所有成员通力合作的团队是最有效率、最有生产力的。

本书的作者充分理解团队的概念。如果没有这些热心的、慷慨的、天才的体育赛事职业精英组成的团队，我们不可能收集到这么多有价值的信息。

我们必须感谢这些队友，同我们一样，他们都认为成功的体育比赛是一项特殊的活动。这些个人和组织组成我们这个强大的团队。他们把体育比赛看成一个特殊的活动中介，吸引了众多的观众来关注体育赛事，对体育事业做

出了重大的贡献。正是所有这些先驱者们长期的劳动，才使今天，以及明天的观众能有机会体验体育赛事带给他们的乐趣。

我们向下列人士表示衷心的感谢，同时向被遗漏在这份名单之外的人表示歉意。

Deborah Abel

Scott Allen

Dylan Aramian

Carl Bach

Monica Barrett

Shmuel Ben-Gad

Ron Bergin

Alexander Berlonghi

Jim Birrell

Dewey Blanton

Charles Brotman

Jennifer Duncan

Mike Dyer

Dick Ebersol

Jim Elias

Ed Eynon

David Falk

Douglas Frechtling, Ph.D.

Gil Fried

Kenny Fried

Dennis Gann

Barry Glassman

Mark Goldman

Marty Grabijas

Anita Graham

Wendy Graham

Bill Gray

Chris Green

Bill Hall

Dennis Harp

Donald E. Hawkins, Ed.D.

Denise Hitchcock, APR

John Hodges

Ed Hula

Connie Israel

Clyde Jacobs

Jeff Jacobs

Marnie Jacobs

Chris Janson

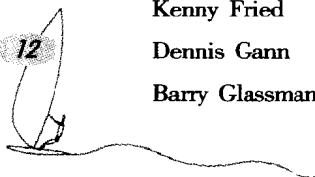
Jack Kelly

James Kemper

Phil Knight

Jill Kriser

Susan Lacz





致 谢

Andre Lanier
Glen Lietzke
Jennifer Jordan-Lock
Dan Levy
Deborah Levy
Jeanne Taylor
Michele Tennery
Ron Thomas
Stephen Joel Trachtenberg
Jim Tunney
Peter Ueberroth
Osmund Ueland
Lesla Ukman
Jim Vandak
Hugh Wakeham
Clay Walker
Michael Buczkowski
Peter Caparis
Hill Carrow
Alice Conway
Terry Cooksey
Lee Coorigan
Jim Dalrymple
Mary Ann Davies
Frank Deford
Jim Downs

Sue Ann Drobbin
Barnett Lipton
Jimmy Lynn
Andrew Marsh
Mark McCullers
Gianni Merlo
Melissa Minker
LeConte Moore
Jan Moxley
Jessica Muskey
John Naisbitt
Suzanne O'Connor
Susan O'Malley
Richard B. Perelman
Barbara Perry
Tom Peters
Brenta Pitts
Gerald M. Plessner, CFRE
Dick Pound
Emilio Pozzi
Karen Pritzer
Robert Rinehart
Susan Roane
Carol Rogala
Mary Ann Rose
Jeff Ruday





体育营销指南

Beth Ruggiero

Steve Schanwald

Tim Schneider

Jean-Claude Schupp

Josephine Sherfy

Barry Silverman

Dr. Valene Smith

Ky Snyder

Sheryl Spivack, Ph.D.

Jim Steeg

Howard Stupp

Frank Supovitz

Tom Swanson

Tommy Walker

Neville Water

Bob Waterman

Armstrong Williams

Oprah Winfrey

Dan Witkowski

Virginia Wolf

Larry Yu, Ph.D.

和乔治·华盛顿大学体育及
赛事管理专业的同学们。

我们也希望您，本书的读者，同我们一道向这些队友表示感谢。在这本书中，我们借鉴了他们使用过的“秘密战术”。如果您有机会见到这些杰出的“体育明星”，请向他们对体育做出的贡献表示感谢。

