

普通高等学校体育专业教材

体育活动 策划与组织

主编 李海 谢英



高等教育出版社

普通高等学校体育专业教材

体育活动策划与组织

主 编 李 海 谢 英

副主编 刘东宁 于美至

高等教育出版社·北京

内容提要

本书以体育活动的基础理论以及体育活动策划与组织各环节的实际操作管理为内容核心,运用文献资料法、个案分析等研究方法,对体育活动策划与组织中涉及的相关基础理论和核心操作进行了阐述和分析。全书共10章,具体内容包括:绪论、体育活动主题及活动内容选择、体育活动的资金管理、体育活动的人力资源管理、体育活动的外部资源及其管理、体育活动的风险管理、体育活动策划的文案撰写、体育活动的筹备、体育活动的实施以及体育活动的收尾。本书可作为体育及管理专业学生或从事体育活动策划与组织相关事务的工作人员的参考书籍。

图书在版编目(CIP)数据

体育活动策划与组织 / 李海, 谢英主编. -- 北京: 高等教育出版社, 2018.9

ISBN 978-7-04-049659-8

I. ①体… II. ①李… ②谢… III. ①体育活动-策划-教材 ②体育活动-组织管理-教材 IV. ①G808.22

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第084422号

策划编辑	廖倩雯	责任编辑	廖倩雯	特约编辑	蔡佳妮	封面设计	王洋
版式设计	于婕	插图绘制	于博	责任校对	刘莉	责任印制	陈伟光

出版发行 高等教育出版社
社址 北京市西城区德外大街4号
邮政编码 100120
印刷 北京佳顺印务有限公司
开本 787mm × 960mm 1/16
印张 13.5
字数 210千字
购书热线 010-58581118
咨询电话 400-810-0598

网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.hepmall.com.cn>
<http://www.hepmall.com>
<http://www.hepmall.cn>
版 次 2018年9月第1版
印 次 2018年9月第1次印刷
定 价 26.80元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换
版权所有 侵权必究
物料号 49659-00

普通高等学校体育经济与管理专业 系列教材编委会

主 任：戴 健

执行主任：曹可强 范 峰

编委会成员：（按姓氏笔画为序）

代方梅	刘 勇	张 林	肖林鹏	李 节	李 海
沈 佳	陈 琦	杨晓生	杨升平	郑 芳	凌 平
席玉宝	徐 佶	曹可强	谢 英	程绍同	靳厚忠

序

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央高度重视体育工作，并对我国体育事业寄予厚望，要求从全面建成小康社会、实现中华民族伟大复兴的中国梦的战略高度重视发展体育事业，进一步明确了从体育大国向体育强国迈进的目标，并提出了“健康中国”建设的重大战略，体育领域的综合改革正全面深入展开，体育事业发展面临着前所未有的战略机遇。随着国务院《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》和国务院办公厅《关于加快发展健身休闲产业的指导意见》的发布，我国体育产业步入了快速发展的轨道，对既懂经营又懂管理的体育产业专门人才提出了很大的需求。社会和市场的需要，不仅为体育经济与管理专业人才培养提供了广阔的发展空间，也对人才培养规格提出了新的更高的要求。

为了培养从事于体育产业开发、经营与管理等方面的专门人才，自1995年以来，一些高等院校相继设置了体育产业经营管理类专业。为了加强体育产业经营管理类专业建设，中国体育科学学会体育产业分会于2006年6月在上海体育学院召开了首届体育产业经营管理学科建设研讨会，共同探讨专业建设与人才培养。此后，还专门成立了“体育产业分会学科建设委员会”，以团结全国相关高等院校、研究机构和社会组织，加强体育产业分会的学科建设，促进相关专业的发 展，肩负起培养我国体育产业合格人才的重任。

2012年10月，为适应国家和区域经济社会发展需要，建立动态调整机制，不断优化学科专业结构，教育部在对1998年印发的普通高等学校本科专业目录和1999年印发的专业设置规定进行修订的基础上，发布了新的《普通高等学校本科专业目录》，首次在管理学学科门类的工商管理类下特设了体育经济与管理专业。至此，多年来，一些高等学校为适应我国体育产业快速发展，着力培养体育产业经营管理人才而设置的诸如体育产业经营管

理、体育市场营销等目录外专业，终于有了自己统一的专业名称，全国体育经济与管理专业的办学院校也已经达到了40余所。完善体育经济与管理专业的课程体系、更新课程内容和教材内容成为教学的迫切需要。为此，亟需编写一套顺应我国体育产业发展大势、适应社会需要的体育经济与管理专业教材，以满足我国体育产业快速发展对体育经济与管理人才的需求。

2016年7月，中国体育科学学会体育产业分会与高等教育出版社密切合作，在上海体育学院举行的第八届全国体育产业经营管理学科建设研讨会上，正式启动了体育经济与管理专业教材编写工作，确定了首批9本教材，包括：体育产业概论、体育产业经营管理、体育产业经济学、体育产业创新创业教育、体育市场调查、体育赞助（第二版）、体育活动策划与运作、休闲体育概论、体育产业投融资实务。会上，各位专家就每本教材的编写思路、编写提纲和主要内容进行了审阅，提出了修改与完善建议。首批系列教材于2017年7月陆续出版，供各高等院校使用。

本套系列教材突出地体现了以下特点：①以社会需求为导向，紧紧围绕本专业的人才培养目标顶层设计各本教材内容，力避各本教材内容之间可能的重复；②系列教材全面涵盖体育产业发展的各领域，融入体育产业发展的最新研究成果；③注重知识体系与实践技能体系的相互融合，增加了案例分析和二维码案例，突出本专业的应用性特点。

多年来，办学院校的同仁们忠诚党的教育事业，以高度负责的精神，为办好体育经济与管理专业、为提高人才培养质量做了大量开拓创新的工作。本套系列教材的策划、编写和出版发行过程，不仅凝聚了广大体育经济与管理专业人士的辛勤劳动和智慧，更得到高等教育出版社体育分社范峰社长的大力支持。同时，对所有关心、支持本套教材顺利出版发行的专家、学者表示衷心的感谢！

戴 健

2017年2月

前 言

随着我国社会主义市场经济的不断发展、人民生活水平的提高以及体育行业的深化改革,体育运动正成为人们生活中不可缺少的一部分,作为承载体育运动的体育活动,其重要性也不断凸显,在我国迎来了新的发展机遇。

2014年国务院印发了《关于加快发展体育产业 促进体育消费的若干意见》(以下简称《意见》),《意见》中明确要求:“丰富体育赛事活动。以竞赛表演业为重点,大力发展多层次、多样化的各类体育赛事。推动专业赛事发展,打造一批有吸引力的国际性、区域性品牌赛事。丰富业余体育赛事,在各地区和机关团体、企事业单位、学校等单位广泛举办各类体育比赛,引导支持体育社会组织等社会力量举办群众性体育赛事活动。”《意见》将体育活动的举办作为发展体育产业促进体育消费的重点之一。

随着体育赛事审批制度的改革,越来越多的社会力量有机会参与体育活动的组织与策划。这使得体育活动的内涵和外延不断丰富,其影响力也辐射到其他行业。2016年国务院印发的《全民健身计划(2016—2020年)》中明确指出:“开展全民健身活动,提供丰富多彩的活动供给。因时因地因需开展群众身边的健身活动,分层分类引导运动项目发展,丰富和完善全民健身活动体系。激发市场活力,为社会力量举办全民健身活动创造便利条件,发挥网络等新兴活动组织渠道的作用,完善业余体育竞赛体系。”体育活动的开展正是全民健身计划中的核心内容。因此,如何积极引导体育活动的方向发展,把握体育活动的策划与组织,充分发挥这一“新生”事物的生机和活力,是摆在体育决策者和管理者面前的重要问题。

本教材顺应了体育产业高速发展的现状和全民健身计划对体育活动的实际需求,旨在向体育及管理专业的学生以及其他从事体育活动策划与组织相关实务的从业者提供必备的系统理论知识及实践技能。以编者们在体育活动组织中的多年积累为基础,积极借鉴和吸收国内外先进的体育管理理念、观

点和方法,结合我国体育活动的实际发展情况,将体育管理理论与体育活动实践融为一体,引用与分析大量案例阐释如何进行体育活动策划与组织,力求体现开拓性、系统性和应用性。

本书由上海体育学院牵头组织,联合西安体育学院和武汉商学院老师共同编写,由李海、谢英教授担任主编,李海教授完成统稿、定稿工作,何俊毅和赵阳协助完成本书的编辑整理工作。具体编写分工如下:第1章,绪论,刘东宁(上海体育学院);第2章,体育活动主题及内容的选择,谢英、于美至(西安体育学院);第3章,体育活动的资金管理,于美至(西安体育学院);第4章,体育活动的人力资源管理,刘东宁(上海体育学院);第5章,体育活动的外部资源及其管理,谢英、于美至(西安体育学院);第6章,体育活动的风险管理,李海(上海体育学院);第7章,体育活动策划的文案撰写,刘东宁(上海体育学院);第8章,体育活动的筹备,李要南(武汉商学院);第9章,体育活动的实施,李海(上海体育学院);第10章,体育活动的收尾,于美至(西安体育学院)。研究生李雪、张凡、于福峰、赵阳、巢旭也参与了教材的部分编写。

在本书的写作过程中,受编者水平及所掌握资料的限制,加之时间仓促,瑕疵粗陋在所难免,恳请广大读者、专家批评指正。

李 海

2018年1月

目 录

第一章	绪论	1
第一节	体育活动概述	3
第二节	体育活动策划概述	9
第三节	体育活动组织概述	15
第二章	体育活动主题及活动内容选择	19
第一节	体育活动主题的来源及选择	20
第二节	体育活动内容与形式的选择	29
第三节	体育活动内容选择的评估	34
第三章	体育活动的资金管理	39
第一节	资金的来源渠道	40
第二节	寻求赞助的方法	48
第三节	体育活动成本与收益估算	55
第四章	体育活动的人力资源管理	65
第一节	体育活动的人力资源管理概述	66
第二节	体育活动的员工招聘	69
第三节	体育活动的员工培训	74
第四节	体育活动工作人员的管控	77
第五章	体育活动的外部资源及其管理	89
第一节	媒体资源的管理	90
第二节	交通资源的管理	94

第三节	食宿的安排与管理	97
第四节	安保的安排与管理	99
第六章	体育活动的风险管理	107
第一节	体育活动风险的概念及识别	108
第二节	体育活动的风险评估	113
第三节	体育活动的风险控制	117
第七章	体育活动策划的文案撰写	127
第一节	体育活动策划文案概述	128
第二节	体育活动策划文案编写前的调研	129
第三节	体育活动策划文案的构成与撰写	132
第八章	体育活动的筹备	147
第一节	体育活动筹备概述	148
第二节	体育活动筹备阶段工作实务	150
第三节	体育活动筹备阶段工作评估	160
第九章	体育活动的实施	163
第一节	体育活动实施概述	164
第二节	体育活动实施的具体工作	167
第三节	体育活动实施的整体控制	181
第十章	体育活动的收尾	185
第一节	体育活动档案的归档与工作总结	186
第二节	新闻报道、媒体采访工作的跟进与落实	194
第三节	体育活动评估工作	199

第一章 绪论

本章导语

随着信息科技和网络技术的飞速发展,各种形式的体育活动在世界范围内蓬勃发展。体育活动的管理者需要掌握体育活动组织与策划的相关知识与方法。本章首先对体育活动的基本内容进行阐述,包括概念、意义和分类;重点讲解体育活动的“策划”与“组织”两个阶段,即策划者以何种角度、何种立场来把控体育活动的运作,为全书内容的展开进行铺垫,使读者建立对体育活动策划与组织工作的整体性认识。

学习目标

1. 了解活动、体育活动、体育活动策划与组织等的相关概念
2. 掌握体育活动的特点、分类与意义
3. 熟练掌握体育活动策划与组织的原则、内容与流程

案例导入

风靡全球的“背妻大赛”

“背妻大赛”是在芬兰、澳大利亚、印度、美国等国流行的一项民间体育活动，起源于18世纪的芬兰。活动要求男选手倒背、肩扛或托抱一名17岁以上、体重不低于50千克的女性搭档进行253.5米障碍跑，用时最短者夺冠。这项比赛历史悠久，充满竞技性而又富有趣味性，因此逐渐风靡全球，比赛中，甚至可以背别人的老婆参赛。

这项活动的起源是因为18世纪的芬兰盗贼盛行，他们经常闯进村子抢劫，在掠夺财物的同时，盗贼常常还会将碰到的女性扛走。男人们为了保护自己的妻子，在强盗来袭时也会立即扛起自己的妻子和财物逃跑。这种与强盗斗智斗勇的行为后来变成了背妻大赛。

1992年，芬兰举办了近代第一届背妻大赛。现今，背妻大赛已经成为芬兰夏季吸引观光客的著名活动。背妻这个有趣的比赛如今在其他国家也开始流行，澳大利亚曾经在2007年、2008年和2013年成功举办了三届赛事。在亚洲，印度是最先举办背妻大赛的国家，第一届背妻大赛于2011年举办。在美国，每年会在缅因州的滑雪胜地举办这项体育活动。目前，背妻大赛尚未进入中国。

比赛规则：

1. 参赛选手缴纳50欧元参赛费；
2. 男选手与一名女性搭档进行253.5米的障碍赛，越过一个1米深的水塘，最短时间完成的组合获得冠军；
3. 选手拥有两次机会，比赛期间必须戴着头盔。

比赛时间：

背妻比赛时间一般在每年的7月初，一年举办一次。

对参赛选手的要求：

1. 关于搭档，男子可以携自己的妻子、女邻居，或者愿意与其搭档的其他女性，前提是年龄必须在17岁以上，并且自愿参加。
2. 关于女选手也有一定的要求，如体重不能低于50千克，假如女选手体重未达标，则需要背负一个背包增加体重。

该项比赛只设一个冠军奖项，还会评选出最佳着装奖、最具娱乐性夫妻奖和最强壮老公奖。

资料来源：网易新闻. 中外背老婆大赛：国内常摔妻 国外可换妻参赛 [DB/OL]. <http://news.163.com/15/0715/14/AUIRL50M00014AED.html>, 2015-07-15.

第一节 体育活动概述

一、体育、活动与体育活动

（一）体育

在现代社会中，体育不仅是一种社会现象还是一种文化形态，它内容丰富、形式多样，不但能够促进个体的生长发育，提高健康水平，而且能够提高全民的综合素质，促进国家的综合国力提升。体育的本质与人的发展存在一定的联系，正是人们在生产劳动的过程中形成了身体的运动并改造了自身的活动，才产生了体育的雏形。另一方面，体育又能够促进人的身心统一。人们创造发展了体育运动，体育运动也反过来促进人类社会的发展。

本书把“体育”定义为社会文化形态之一，具体来说，是以身体与智力活动为基本手段，根据个体生长发育、技能形成和机能提高等规律，达到促进全面发育、提高身体素质与全面教育、增强体质与提高运动能力、改善生活方式与提高生活质量的有意识、有目的、有组织的社会活动。

（二）活动

国外学者普遍将活动表述为组织者在某个特殊场合为达到特定的社会、文化或社团目标而精心计划和举办的特定仪式、演讲、表演、竞赛或庆典。国内学者将活动定义为“为达到某种目的而采取的行动”，并指出活动可包括重大节日庆典、重大社会活动、独特的文化演出、重要的体育赛事、社团活动、贸易促销和产品投放、旅游活动、公关活动、会展活动、家教活动和学校教育活动等。

本书将“活动”界定为为达到某种目的而采取的行动，包括仪式、表

演、赛事和庆典等。

（三）体育活动

1. 体育活动的界定

一般理解体育活动有两层含义，个体层面和社会层面。个体层面一是指以强身、医疗保健、娱乐休息为目的的身体活动，并与德育、智育、美育相配合，成为整个教育的组成部分；二是指体育运动，包括身体教育、竞技运动、身体锻炼三个方面。体育活动社会层面的内涵是指不同层级的社会组织系统以个体的体育活动为中介，为实现组织目标而进行的组织活动（姚颂平，2011）。

本书所指的体育活动既包含了不以竞赛为目的，而以交流、健身、娱乐、集体活动为主，促进集体凝聚力的身体活动；又包含了以体育竞赛为组织形式的体育赛事活动。由此，体育活动是指为了达到一定目的通过体育的形式展现出来的综合性活动。

2. 不同视角下的体育活动

（1）策划与组织者眼中的体育活动。策划与组织者偏重于体育活动的筹备、组织、运行以及后期要达到的效果，他们超越参与者和观众的眼光，并且自始至终参与整个体育活动过程。策划与组织者关注活动过程中的每个细节，考虑各种突发状况，多方位评判所处环境条件的优劣，他们在策划与组织过程中事无巨细，核心是使体育活动以最好的面貌呈现，并希望给世人留下良好的效应。

（2）参与者眼中的体育活动。参与者是整个活动的主体，活动策划的目的就是为了吸引参与者的参加并受到参与者好评。

（3）观众眼中的体育活动。观众偏重于对体育活动过程的欣赏，更关注体育活动最终的结果。他们对于活动的总体评价相对来说是最客观的，活动结束后有必要对旁观者进行调查，关注观众的看法，能更好地完善活动举办的各个方面，从而提高活动的关注度与影响力。



二、体育活动的特点

（一）规模性

体育活动一般都具有一定的规模，大到国家举办的国际奥林匹克运动会、各种国际锦标赛、世界杯足球赛、全国大学生运动会等，小到以家庭为

单位组织的家庭趣味运动会、家庭亲子活动等。

（二）组织性

体育活动的组织性体现在体育活动开始之前都要经过一番策划与组织。通常分为三个阶段：一是活动开始阶段，包括活动的选题、大型活动还有活动的审批、体育活动人员的分配、地点的安排、器材的购买与使用、活动流程的设计和预期目标的设定等；二是活动进行阶段，包括场地器材的保管与使用、活动的调控、活动过程中时间的安排、工作人员以及参与人员的操控等；三是活动收尾阶段，主要有器材的回收、参与人员的输送、大型体育活动还有新闻发布会、活动的回顾总结等。

（三）目的性

体育活动的举办一般都是为了达到一定的目的，因此在策划阶段应设计不同的内容和主题。举办不同的体育活动有不同的目的，例如举办北京奥运会时，作为策划组织者和工作人员需要展现国家的综合实力、民族精神和树立国家形象；在单位、社区开展的体育活动应达到参与者之间相互交流、促进了解、融洽氛围等目的。

三、体育活动的分类

（一）一般分类

1. 按照规模分类

体育活动按照规模可分为两种类别，一是大型体育活动，包括超大型体育活动和标志性体育活动；二是规模较小型的体育活动，即除了第一类之外的其他活动。国际与国家级别的体育活动为超大型体育活动，这类体育活动一般参与人数较多、地区较广、影响力较大，如奥林匹克运动会、世界杯足球赛、全国大学生运动会、国际马拉松赛等。标志性体育活动具备四个特点，即不经常发生、在同一地点举办、规模相对较大。规模较小的体育活动的影响力、人力、物力等相对于大型体育活动而言覆盖面较小，一般不以竞技比赛为目的，更多的是为了交流情感，如各单位的趣味运动会、学校运动会、家庭运动会和亲子运动会等。

2. 按照场所分类

按照场所可以将体育活动分为户外体育活动和室内体育活动两类。户外体育活动包括马拉松、高尔夫、帆船、龙舟、攀岩、远足、越野和户外定向

活动等；室内体育活动包括室内攀岩、冰壶、桥牌、乒乓球、室内游泳和羽毛球等。

3. 按照发展阶段分类

按照发展阶段可以将体育活动分为民间传统体育活动和时尚体育活动。民间传统体育活动特指我国的传统体育运动。例如：跳绳、围棋、舞龙舞狮、踢毽子、抖空竹、武术和气功等项目；时尚体育活动主要指在物质以及经济文化空前发展的现状下兴起的更加符合当代人兴趣的新兴体育活动，它是以健身、健心、健智、娱乐休闲及社交等为目的的社会体育项目，包括赛车、高尔夫、网球、轮滑和攀岩等项目。

4. 按照项目分类

按照不同的项目，例如田径、游泳、篮球、足球、排球、羽毛球、网球和乒乓球等，可以将体育活动分为不同的主题活动。具体来说，有以田径为主题的校园运动会，以篮球运动为主题的职工篮球赛，以网球为主题的校际联谊赛，以跳绳为主题的亲子嘉年华等。

（二）以体育活动策划者的视角分类

1. 活动频率分类

依据活动频率，体育活动策划者可以将活动视为日常性体育活动、例行性体育活动和主题性体育活动。

日常性体育活动是指个人或者组织日常生活中所参加的体育活动。一般都是个人的生活习惯养成的每日必做的体育活动，例如散步、跑步、打球等。例行性体育活动是在集体活动中每到一个相对固定的时间段就会举办的活动，它的主题也是相对固定的，项目内容基本不会有太大变化，有固定的参与人群。主题性体育活动指以一个主题为线索，围绕该主题进行的体育活动，通常是集体性体育活动，且相比较日常性和例行性活动来说，举办频率较低。例如：2004 年上海相扑表演赛、2004 年佛山中日功夫对抗赛。

2. 活动性质分类

依据活动性质，体育活动策划者可以将活动分为公益性体育活动和商业性体育活动。

公益性的体育活动是指一定的社会组织、团体或者个人以体育作为公益的表现形式或资助领域而直接参与或者从事的公益活动。主要有政府在社区举办的社区体育活动以及政府与社会组织共同举办的体育活动等，如 2015

年“奔跑的力量”大型公益体育活动（搜狐新闻）、2015年“体育有约”公益体育活动（深圳新闻网）。商业性体育活动是指专业机构精心策划和组织的活动，有时还会涉及有关部门或协会的支持和协调，该类赛事是以体育活动为主要内核，通过大众媒介的系列报道，创造竞赛产品和服务产品，以挖掘和创造其商业价值，满足和迎合不同参与体共享社会效益和综合效益为主要目标的社会活动，且大多是各个企业、个人投资赞助的各类挑战赛、公开赛等，如美国男子职业篮球联赛、美国国家橄榄球联赛、英格兰足球超级联赛。

四、体育活动的作用及功能

随着社会的发展，体育活动的内涵不断地丰富，并且始终与体育活动系统本身及其外部环境的发展变化密切相关，在探讨其功能时不能脱离时代背景。从微观层面来看，体育活动与人的生活有着较为密切的联系，从宏观角度而言，它对于经济社会的发展也有一定的影响。

（一）微观层面

1. 健身功能

体育活动的直接作用对象是人。健身功能既是体育活动最基本、最直接的功能，也是体育活动其他功能的基础。通过体育活动可以达到增进健康、强健体魄的作用。

2. 娱乐功能

体育活动中的娱乐功能一般由参与和观赏这两种基本途径实现。为满足人类特殊的娱乐需求，体育活动在人类社会产生、存在，并随着社会的发展而日益壮大，它所具有的功能可以满足人类社会中每一个个体的需求。

3. 益智功能

个人智力发展的过程中，体育活动是不可缺少的重要手段，它能够与人的智力活动相互调剂。对于儿童来讲，适量的体育活动不仅有利于他们感觉器官的发育和发展，对他们大脑的发育也非常有益。

4. 德育功能

在参与体育活动的过程中，活动者的意志品质、道德观念、集体主义思想等会因体育活动中的形式、规则、要求等得到强化。