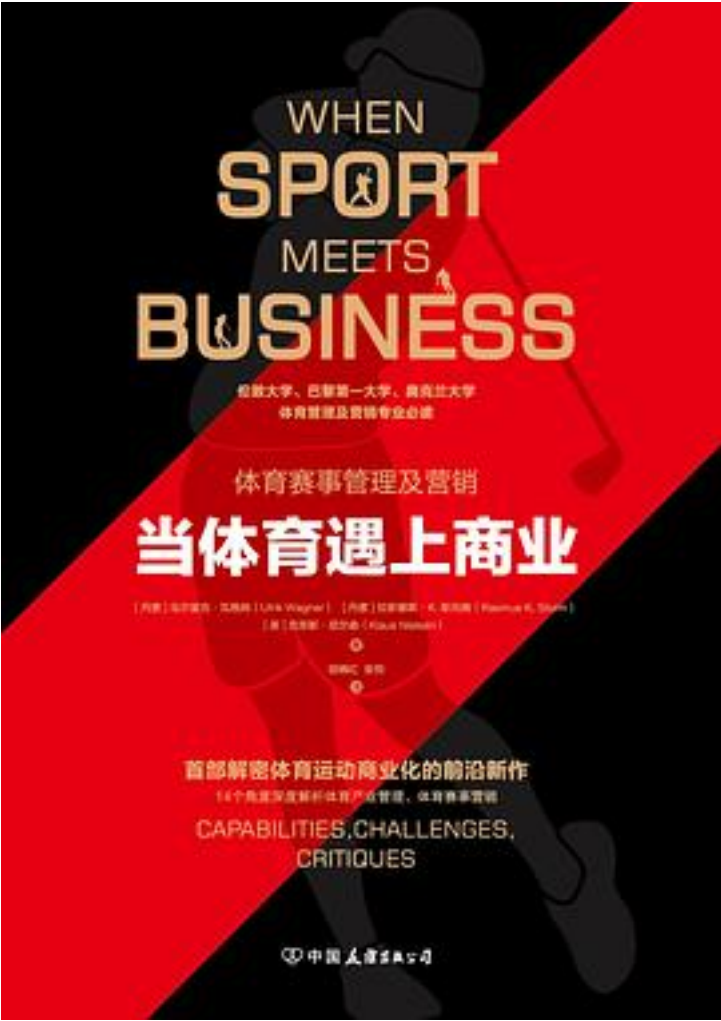


当体育遇上商业



[当体育遇上商业_下载链接1](#)

著者: (丹) 乌尔里克 · 瓦格纳

出版者:中国友谊出版公司

出版时间:2018-11-1

装帧:平装

isbn:9787505744196

体育产业收益不菲，潜力巨大，如今已成为一个重要的经济领域。《当体育遇上商业》

针对广大体育爱好者、体育领域从业者 and 研究人员、体育类商业公司及相关志愿组织，集结了23位欧洲体育营销领域专家教授最新研究成果，全方位多角度深度分析体育行业商业化进程带来的利与弊，希望可以借此促进体育行业更大的经济效益。

《当体育遇上商业》分新体育环境、体育营销与媒体、体育与金融、体育赛事四个部分介绍了体育行业的商业化下的体育产业管理及体育赛事营销，采用了交叉学科的研究方法，跨领域分析了体育行业当今面临的机遇与挑战，以期对学者和研究人员探索体育行业潜在利益有所裨益。

作者介绍:

乌尔里克·瓦格纳 (Ulrik Wagner) 博士是南丹麦大学营销与管理系的副教授，同时他还负责组织斯莱格斯校区体育与赛事管理的学士课程。乌尔里克是人力资源管理研究团队的一员，也是欧洲体育管理协会 (EASM) 的成员。他一直在研究与国际反兴奋剂和体育丑闻有关的组织变革，他目前参与了一些项目，这些项目以组织社会学和关键管理的视角来研究赞助。他的文章主要发表在《欧洲体育管理季刊》、《体育管理评论》、《国际体育社会学评论》、《国际体育传播杂志》和《国际药物政策杂志》等期刊上。

拉斯穆斯·K·斯托姆 (Rasmus K. Storm) 博士担任丹麦体育研究所的研究负责人。此外，他还是特隆赫姆商学院的客座副教授 (10%)。他曾主持过多项有关丹麦精英运动的研究项目，编辑以及合编了四本体育类书籍，并在《欧洲体育管理季刊》、《国际体育管理与市场营销学报》、《足球与社会》等一些国际体育科学与管理期刊上发表过论文。他经常接受丹麦媒体的采访，并进行了大量的公开演讲。此外，他还定期在丹麦报纸上发表评论。

克劳斯·尼尔森 (Klaus Nielsen) 是伦敦大学伯贝克管理学院的制度经济学教授，同时他也是伯贝克体育商业中心的成员。他教授研究方法、创新、欧盟业务和体育经济学。他目前的研究领域包括资本主义、创新、社会资本、精英体育和体育经济学。他负责协调了几个关于丹麦精英体育、体育参与和体育经济方面的研究项目。他已在多本书籍和期刊上发。

目录: 第一部分 新体育环境

第一章

当体育遇上商业：概述 / 003

体育行业和商界一旦接轨，究竟会导致哪些方面的变化？

第二章

体育用品行业的扩张 / 013

体育用品行业的发展对社会、健康和经济活动的意义越来越重要。

第三章

移民和人才发展 / 035

越来越多的运动员和体育人员为追求跨国职业生涯，在国内和国际进行移民，这也是体育运动推动全球化进程的表现之一。

第四章

精英运动员的商业化 / 047

体育逐渐向娱乐业靠拢，使得运动员受到大众关注，成为体育明星。

第五章

跑步的商业运作模式 / 063

商业利益兴起不只影响精英运动，大众体育也不再是自愿参与那么简单了。

第二部分 体育营销与媒体

第六章

赞助的商业性增长 / 083
赞助是体育和商业结合的最好例证。

第七章
欧洲足球俱乐部的媒体权利之争 / 101
对最富有的俱乐部而言，媒体权利是其主要收入来源。

第八章
体育领域的伏击营销 / 121
伏击营销的出现和发展，为赞助商、商业权利人、活动组织者和消费者带来了许多重大挑战。

第九章
体育、社交媒体和在线社区 / 135
社交媒体深刻地改变了体育的传播和消费方式。

第十章
企业在体育领域的社会责任 / 153
企业社会责任既为体育组织带来了机遇，也为其带来了挑战。

第三部分 体育与金融

第十一章
欧洲职业体育的利润、锦标赛和预算约束 / 173
“胜利最大化”才是欧洲职业体育团队做出决策的关键性因素。

第十二章
欧洲足球领域的《财政公平法案》 / 189
足球收入呈爆炸式增长，但俱乐部仍旧亏损。

第十三章
体育的腐败和治理 / 209
具有腐败文化和不良治理的国际体育联合会更容易发生腐败。

第四部分 体育赛事

第十四章
奥运城市遗产的可持续性 / 225
在当代社会，大型体育赛事通常为举办城市提供了建设新体育设施、开展广泛的城市发展或再生计划的机会。

第十五章
举办国际体育赛事的费用 / 241
我们几乎不可能成功举办一个预期成本与预期收益相符的大型体育赛事。

作者简介 / 259
延伸阅读 / 265
• • • • • ([收起](#))

[当体育遇上商业_下载链接1](#)

标签

体育

营销

三星半

评论

对于体育产业的结构性的阐述相对而言比较准确，但是大量类比北美市场，有失准星。

后面列的文献都够研究好一阵子的了。原本用Kindle看的，后来觉得很有必要备一本实体书经常翻一翻看。

有一定启示，但整体案例确实太欧洲了，对中国国情有诸多不适用。

以剖析俱乐部和各大联赛为主，尽管有聊到奥运会，但似乎避开了中国样本（实际花费比预算高了十几倍），略为遗憾，但还是有不少数据。

欧洲学者自然写的是欧洲体育，但是欧洲体育与商业的联系总没有北美体育如此丰富。最醍醐灌顶的一页是说欧洲体育联赛大部分有升降级机制，因此对于俱乐部来说赢球是关键；北美俱乐部的历史起源和如今的垄断市场使其需要追求商业回报；而中国大部分的俱乐部因为过去体制原因导致其在经营过程中就期待财政救助，因此商业化的道路依然会十分漫长。

体育赛事，尤其是奥运会、足球世界杯等全球体育盛会，一直以来都受到经济、政治等因素的加持或掣肘。当体育遇上商业又会碰撞出怎样的火花？本书为我们研究体育赛事提供了别样视角，其中，跑步的商业化运作、精英运动员的商业化、奥运遗产的可持续性问题值得继续深究。但作为一本论文集，本书的研究深度不够，不少数据略显滞后。

[当体育遇上商业_下载链接1](#)

[当体育遇上商业_下载链接1](#)