

# 黄山市体育营销城市的理论与实践研究

徐亨屹<sup>1</sup>,张媛<sup>2</sup>

(1.黄山学院 体育系,安徽 黄山 245041;2.龙岩学院 体育系,福建 龙岩 364012)

**摘要:**通过体育营销城市是推介城市,塑造城市品牌的有效手段。黄山市以其特有的自然风光和徽文化资源,把黄山登山节、黟县山地车赛、黄山论剑等打造成具有国际影响的体育赛事,依托这些体育赛事,借鉴国内外体育营销城市的先进经验,发掘徽州民俗体育和体育旅游资源,形成体育营销城市的理念,弘扬徽州文化,吸引世界目光,树立黄山世界旅游胜地、休闲体育之都的城市品牌。

**关键词:**黄山市;体育营销;实践;对策

**中图分类号:**G80-05

**文献标识码:**A

**文章编号:**1672-447X(2009)05-0100-03

30年前,邓小平同志在视察黄山时说:“你们要有点雄心壮志,把黄山的牌子打出去”。小平同志在30年前就给黄山人提出了一个如何营销黄山城市品牌的命题。在小平同志黄山谈话精神的激励和指引下,黄山人经过30年的努力,已经实现了从叫响黄山品牌到不断丰富黄山品牌内涵的跨越。黄山的城市发展战略目标是建设成为现代国际旅游城市,使黄山成为“安徽旅游龙头、华东旅游中心、中国旅游名牌、世界旅游胜地”。黄山要赢得世界声誉,需有一套行之有效的营销城市策略,除打好黄山牌,做好徽文化外,体育营销城市也是很好的手段,为世界上很多城市所采用。

## 1 体育营销城市的理论基础

体育营销是以体育活动为载体来推广自己的产品和品牌的一种市场营销活动,是市场营销的一种手段。体育营销有两种类别:一是将体育作为商品销售的体育产业营销,二是借助体育活动而进行的其他产业的营销。体育营销城市即第二种体育营销类别。体育是一种有着世界影响力的传播媒介,

体育蕴含着巨大的潜在效益,在城市营销中起到重要作用。在当代世界,发展体育事业,举办体育赛事,能促进城市交通、娱乐休闲、体育设施等基础设施的建设,改善城市环境和公众生活质量,并起到宣传城市,发展旅游业及各项服务业,推动城市发展进步的作用。<sup>[1]</sup>

城市营销战略是指城市根据其现有或潜在的目标市场的需求及竞争现实,甄别、发掘和创造城市的价值与利益,通过设计、生产和提供比竞争城市更能满足城市顾客特定需求的城市产品或服务,来提升城市竞争力,促进城市发展的一系列研究、计划、执行和组织控制的过程。<sup>[2]</sup>黄山市可以利用其特有的自然和文化优势,设计、生产和提供比竞争城市更能满足城市顾客特定需求的体育赛事和体育休闲服务,以提升黄山市的城市竞争力。

## 2 黄山市体育营销城市的实践

### 2.1 中国黄山国际登山大会

中国黄山国际登山大会暨全国群众登山健身大会,举办多年,在风景如画的黄山风景区举行,每

收稿日期:2009-06-20

作者简介:徐亨屹(1977-),江西乐平人,黄山学院体育系教师,硕士,研究方向为体育人文社会学。

年吸引国内外许多户外运动俱乐部、企事业单位、高等院校的登山爱好者参加,已具有一定的规模和国际影响。

登山活动是新兴的体育运动项目,在黄山举办登山比赛,把旅游与文化完美地结合起来,能培养国民积极向上的思想品质,促进人们之间的沟通交流,是弘扬“全民健身与奥运同行”这一宝贵的奥运遗产,促进群众体育活动经常化、生活化、制度化的重要形式。登山大会在黄山举行,既是一次试比高低的赛程,亦是一次融入山水的旅程,更是一次赏心悦目的人生历程,能使参与者体验到回归自然的乐趣、升华出超越自我的境界。登山大会作为中国黄山国际旅游节暨徽文化节的重要内容,是打造黄山国际体育品牌赛事基地的一个重要方面。

## 2.2 中国黄山国际山地自行车赛

中国黄山国际山地车节是2006年开始创办的一项集体育、旅游、经贸为一体的国际性大型活动。山地车节的竞赛由中国自行车运动协会全程指导,融业余和专业为一体,赛事水平高,参与面广。比赛项目包括:全国山地车冠军赛(山地车越野赛、山地车个人计时赛)、40公里个人马拉松山地自行车赛、20公里个人山地车越野赛、20公里团体山地车越野赛。设业余组和专业组,每年吸引国内外的众多选手参加。黄山自然风光绝妙,徽文化底蕴深厚,以“山”著称于世,举办山地车运动具有明显的优势,山地车赛道所在地黟县西递、宏村是世界文化遗产地,不仅风光秀美、民风淳朴,更有悠久的历史文脉,在这种自然和文化的背景下,体育与环境完美融合、相得益彰,既提供了展示体育魅力的最佳平台,也为展示地方的风土人情提供了一个良好的契机,成为培育、发展黄山市旅游经济新增长点的载体。通过一年一度的黄山国际山地车节,可进一步促进黄山市与世界各国的经济、贸易、体育和文化的交流和发展。

2009年,黄山山地车节邀请中央电视台体育频道作为山地车节战略合作伙伴,双方携手打造“中国黄山国际山地自行车节”品牌赛事,使黄山国际山地自行车节扩大了影响,进一步实现市场化、品牌化和国际化。

## 2.3 黄山论剑与中国武术职业联赛

黄山论剑演武大会系由国家体育总局武术运动管理中心、中国武术协会、安徽省体育局、安徽省旅游局、黄山市人民政府、安徽省文化产业发展促

进会主办,安徽省社会体育指导中心、安徽省武术拳击运动管理中心、黄山市体育局等单位承办,中央电视台体育频道等单位协办。<sup>[6]</sup>比赛以“弘扬中华武术、再现状元英姿”为主题,将武术精髓与徽州文化紧密结合,已成为安徽省的品牌赛事,在国内有一定影响,并吸引了许多国外武术爱好者参赛。

中国武术职业联赛,英文全称 WUSHU MASTERS ASSOCIATION,英文缩写为:WMA。WMA由中央电视台体育节目中心、国家体育总局武术运动管理中心、中国武术协会、中国大学生体育协会主办,中视体育娱乐有限公司独家组织、运营和推广,是全面揭示中国武术技法的武术职业联赛。WMA首赛季将于2009年7月26日在黄山市体育馆开赛,安徽省体育局、黄山市人民政府也将作为WMA首届的主办单位。<sup>[7]</sup>比赛持续到9月5号,中央电视台体育频道将对比赛全程直播,这无疑在提升黄山市知名度和影响力方面起到积极的宣传作用。

## 3 黄山市体育营销城市的对策

### 3.1 借鉴国内外体育营销城市的先进经验

许多国内外城市在体育营销城市方面积累了丰富的经验,黄山市要充分借鉴并消化吸收。国外城市如西班牙的巴塞罗那、韩国的汉城、德国的曼彻斯特、芬兰的赫尔辛基、荷兰的鹿特丹、意大利的都灵等城市,都拥有利用体育进行城市营销、打造城市品牌的经验。以巴塞罗那为例,它是西班牙第二大城市,也是欧洲体育城市中的佼佼者。举办奥运会给巴塞罗那留下了丰富的遗产,成为巴塞罗那历史上的转折点,也使其成为通过体育赛事推销城市的典型。奥运会把巴塞罗那从一个工业港口城市转变成为一个服务导向型城市的过程中起到了重要作用。奥运会通过两种方式使巴塞罗那成为旅游目的地,首先市政改造提高了旅游服务的质量和城市内部的通达性。其次,赛事本身提供了大量的宣传机会,使巴塞罗那获得了免费的潜在的广告宣传。媒体的报道使全世界的人民加深了对巴塞罗那的了解,为巴塞罗那树立了良好的城市形象。巴塞罗那的经验证明利用体育进行城市营销可以获得潜在的协作效应。<sup>[8]</sup>

国内的环青海湖自行车赛对黄山市有很好的启示作用。环湖赛是青海省宣传青海、推动生态立省战略的重要举措之一,它的重要特点是各级政府

高度重视,各个部门积极参与,其宣传推广具有商业运作与政府资源和媒体优势紧密结合的特色。因为有国家广电总局和中央电视台的参与,赛事在品牌推广和媒体资源上具备了与生俱来的引力,得到国内外许多媒体的关注。每年比赛期间,国内外各大媒体积极报道。在环湖赛举办之前,青海人很难想象青海能举办亚洲顶级赛事,能够走向国门,让世界认识青海。环湖赛给青海带来的不仅是环境的变化,更是人们思想上、观念上的变化。环湖赛不但带动了旅游景点的建设,也成为青海吸引国内外游客的一张“王牌”。黄山市也要充分利用体育赛事资源,完善市政建设,加强赛事宣传,打造城市名片。

### 3.2 突出徽文化特色,发掘徽州民俗体育

徽州文化是一个极具地方特色的区域文化,其内容广博、深邃,有整体系列性等特点,深切透露了东方社会与文化之谜,全息包容了中国后期封建社会民间经济、社会、生活与文化的基本内容,被誉为中国封建社会后期的典型标本。徽州民俗体育是徽州文化的一部分,黄山市体育营销城市要突出徽文化特色,特别要发掘徽州民俗体育的作用。徽州民俗体育资源丰富,如赛龙舟、划旱船、傩舞、叠罗汉、五猖会、抬阁、目连戏等,<sup>[6]</sup>可充分利用,为黄山市的

旅游增加特色,提高黄山市旅游资源的文化内涵。

### 3.3 充分利用体育旅游资源,多方位拓展旅游资源

黄山市的体育旅游资源丰富,具有开发体育旅游的先决条件。可开展如漂流、攀岩、野营、登山、定向越野等体育旅游项目,在开发过程中使体育旅游与黄山市的自然风光相融合、与徽州文化相结合、与民俗体育相契合,把黄山打造成休闲体育之都。

总之,通过体育营销城市,可提升城市的知名度和影响力,展示和推介城市的风貌与资源,丰富城市的内涵,提升城市的魅力。黄山需要体育赛事作为名片,营销城市品牌。

#### 参考文献:

- [1] 里奥·艾瑞克·亚历山大. 体育与城市营销[M]. 北京: 东方出版社, 2006: 1-100.
- [2] 刘彦平. 城市营销战略[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2005: 1-5.
- [3] 黄山体育局官网[EB/OL]. <http://www.hsty.gov.cn>.
- [4] WMA 官网[EB/OL]. <http://www.cctvwma.com>.
- [6] 李俊喜. 徽州民俗体育的调查研究[D]. 芜湖: 安徽师范大学, 2007.

责任编辑: 胡德明

## Theory and Practice of Sports Marketing in Huangshan City

Xu HengYi<sup>1</sup>, Zhang Yuan<sup>2</sup>

- (1. Department of Physical Education, Huangshan University, Huangshan245041, China;
- 2. Department of Physical Education, Longyan University, Longyan364012, China)

**Abstract:** Sports marketing is an effective way to promote city image and build city brand. Relying on its unique natural scenery and Huizhou cultural resources, Huangshan city should make sports events like Mt. Huangshan mountaineering festival, Yi County mountain bike racing and duel on Mt. Huangshan and so on international sports events. Based on these events, Huangshan city should explore Huizhou folk sports and sports tourist resources, form the idea of sports marketing to promote Huizhou culture, attract the world's attention and set up the city brand as the world tourist spot and city of leisure sports by learning advanced experience from the domestic and foreign sports marketing cities.

**Key word:** Huangshan city; Sports marketing; Practice; Countermeasure

# 黄山市体育营销城市的理论与实践研究

作者: [徐亨屹](#), [张媛](#)  
作者单位: [徐亨屹\(黄山学院体育系, 安徽黄山, 245041\)](#), [张媛\(龙岩学院体育系, 福建龙岩, 364012\)](#)  
刊名: [黄山学院学报](#)  
英文刊名: [JOURNAL OF HUANGSHAN UNIVERSITY](#)  
年, 卷(期): 2009, 11(5)  
引用次数: 0次

## 参考文献(5条)

1. 里奥·艾瑞克·亚历山大. 体育与城市营销[M]. 北京: 东方出版社, 2006:1-100.
2. 刘彦平. 城市营销战略[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2005:1-5.
3. 黄山体育局官网[EB/OL]. <http://www.hsty.gov.cn>.
4. WMA官网[EB/OL]. <http://www.cctvwma.com>.
5. 李俊喜. 徽州民俗体育的调查研究[D]. 芜湖: 安徽师范大学, 2007.

## 相似文献(1条)

1. 期刊论文 [徐亨屹](#) 论体育营销与黄山市城市品牌建设 - 科教文汇2009(26)

体育是具有国际影响力的传播媒介, 通过体育营销城市已成为城市营销的重要手段. 黄山市在打造自己城市品牌的过程中, 应积极学习借鉴国内外体育营销城市的先进经验, 强化体育营销城市的意识. 以打造国际品牌体育赛事为契机, 提高城市品位, 传播徽州文化, 吸引世界目光, 形成独具特色的城市品牌.

本文链接: [http://d.wanfangdata.com.cn/Periodical\\_hsxxyb200905027.aspx](http://d.wanfangdata.com.cn/Periodical_hsxxyb200905027.aspx)

下载时间: 2010年3月22日