

Current Situation of Sports Industry in China Table Tennis

Hao Yang, Rongzhi Li*

China Table Tennis College, Shanghai University of Sport, Shanghai
Email: 549830981@qq.com, lrz05@125.com

Received: Dec. 10th, 2015; accepted: Dec. 25th, 2015; published: Dec. 30th, 2015

Copyright © 2015 by authors and Hans Publishers Inc.
This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

Abstract

Sports economy industry is an important part of China's economic industry. It plays an important role in the economy of our country. Table tennis is an important part of Chinese sport and sports. Its industry development trend is related to the development of sports industry. This research mainly takes the industry situation, development trend and restricted factors to study the table tennis industry in our country, and proposes measures according to the existing problems, so as to develop table tennis industry healthily, well and quickly, and provide advices to relevant departments.

Keywords

Table Tennis, Sports, Industry Current Situation

中国乒乓球运动的体育产业现状

杨 皓, 李荣芝*

上海体育学院, 中国乒乓球学院, 上海
Email: 549830981@qq.com, lrz05@125.com

收稿日期: 2015年12月10日; 录用日期: 2015年12月25日; 发布日期: 2015年12月30日

摘 要

体育经济产业是我国经济产业组成部分中重要部分, 在我国经济中占有重要位置。乒乓球作为国球和我
*通讯作者。

国体育的重要组成部分, 其产业发展态势是否健康与良好关乎我国体育经济产业的发展方向, 本研究主要以我国乒乓球产业为调查对象, 以产业现状、发展态势和制约因素为内容对我国乒乓球产业进行研究, 根据发现问题提出解决措施, 以便使乒乓球产业健康、良好、迅速的发展和为相关部门提供意见参考。

关键词

乒乓球, 体育, 产业现状

1. 前言

乒乓球运动作为中国体育的一面鲜艳旗帜, 在世界竞技体坛傲视群雄, 立下了不朽功劳, 可是在产业方面的发展却进展缓慢, 相应的深入研究不多。在《向体育强国迈进》文中, 国家体育总局局长刘鹏强调“体育事业要与体育产业协调发展”, 其对乒乓球产业的发展指明了方向。在新时期如何实现乒乓球运动事业的可持续发展, 探索乒乓球产业发展对策, 就显得尤为重要。

2. 相应概念

2.1. 乒乓球产业

体育产业是指为社会提供体育产品的同一类经济活动的集合以及同类经济部门的综合。乒乓球产业就是指与乒乓球相关的一切生产经营活动, 包括体育物质产品和体育服务产品的生产、经营两大部分, 也可以是服务业中与乒乓球相关的部分[1]。

2.2. 乒乓球产业现状

我国乒乓球发展在世界上具有领先地位, 但乒乓球产品在国际上来说只有低利润产品, 如乒乓球、球台、球网等配套设施, 在球鞋和球拍等高利润方面相对来说薄弱[2]。在我国乒乓球行业中现有的知名品牌只有红双喜、双鱼等少数几个, 和国外的知名品牌在利润率上相比有很大差距, 且我国乒乓球产业中的产品主要集中在中低端产品, 高利润产品较少[3]。

3. 结果与分析

3.1. 对乒乓球运动项目的喜欢比例

体育经济发展根本动力是关注度, 只有关注度的不断提升才能使体育经济不断向良好的方向发展, 而关注度的主体就是观众。改革开放后, 特别是进入新世纪以来, 随着我国经济不断飞跃式发展的同时, 我国竞技体育商业化程度也随之不断增加。商业化程度加深主要为了吸引观众的目光, 只有观众的目光集中到比赛上才能更好的发展体育经济本身。

体育对观众的吸引力表现在多方面, 例如观众是否愿意掏钱去看比赛、观众是否愿意去买其体育用品、观众是否愿意花钱去进行其体育锻炼[4]。乒乓球作为我国国球, 在我国具有那么重要的地位, 有人觉得喜欢乒乓球的人应该有很多, 相对其体育消费人数应该很多, 事实是否如此呢? 采用随机调查方式, 对象包括不同性别、不同年龄、不同职业的人员共 500 人单场填写问卷, 单场回收, 结果如图 1。

根据调查显示, 在被调查的人中, 最喜欢羽毛球运动的占 15%, 最喜欢足球运动的占 13%, 最喜欢乒乓球运动的占 23%, 最喜欢篮球运动的占 26%, 最喜欢排球运动的占 6%, 其他的占 17%。我国的国球虽然是乒乓球, 但人们最喜欢的运动却不是乒乓球而是篮球。

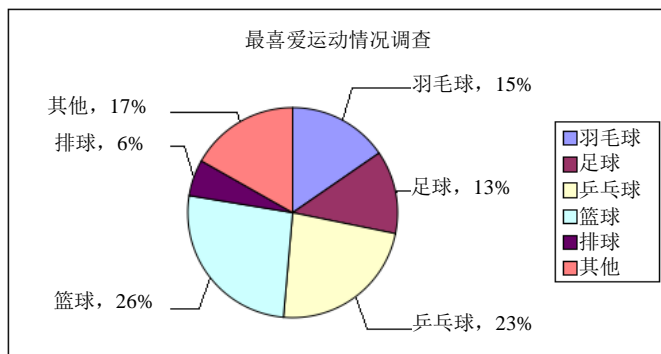


Figure 1. The most popular sports items questionnaire
图 1. 最喜爱运动项目调查表

3.2. 乒乓球消费情况

体育产业的发展离不开消费, 乒乓球产业也不例外。人们是否愿意在喜爱的运动项目上消费关于这个产业的发展快慢和发展规模, 那么喜爱乒乓球的人们是否愿意在购买乒乓球产品或是在乒乓球运动上消费又将是一个什么情况, 由此专门对选择最喜爱乒乓球运动的 115 人进行调查, 查看人们是否愿意在乒乓球上消费, 调查结果如图 2。

根据调查显示, 在最喜爱乒乓球运动的 125 人中, 全部愿意购买低端球衣和球拍; 37 人表示愿意购买高端球拍和球衣, 88 人不愿意购买高端球拍和球衣; 26 人愿意消费观看比赛, 99 人不愿意消费观看比赛; 21 人愿意消费进行打球, 104 人不愿意进行消费打球。由图 1 和图 2 得出, 乒乓球虽然是我国国球, 但是喜爱人数并不是最多的, 而且大部分人不愿意去进行高端球衣球拍、观看比赛和消费打球的消费活动。

3.3. 网络媒体中乒乓球的关注度

20 世纪后, 我们便进入了信息化的时代, 在电脑上可以查阅你想知道的任何信息, 特别是近几年移动客户端的大量激增, 网络信息化时代的便利性更加凸显出来。全世界各种地区的各种体育比赛都能在网络上搜索出来, 只要你想看就会呈现在你的眼前。

体育产业的发展和网络媒体的发展是相互联系的, 体育产业的发展离不开网络媒体, 网络媒体也不愿意离开体育。因为人们在观看体育新闻的同时也支持了网络[5]。乒乓球贵为我国的国球, 其比赛观看率和在网络媒体上的关注度如何。我们就乒乓球比赛转播和乒乓球新闻全国各大门户网站上搜索和查询, 统计结果如表 1。

根据表 1 可知, 在 CCTV5、腾讯、新浪、搜狐、网易五个门户网站上, 都有乒乓球比赛的网络转播, 都没有乒乓球的专栏, 一般都是足球、篮球和网球的专栏, 而且在各大门户网站的体育板块内首页上一般没有乒乓球新闻。可以说乒乓球在网络上的宣传不是那么如意。

网络不断发展的同时会让人们的信息来源面和信息获取速度不断的加快, 人们想要获取什么样的信息直接在网络上搜索就可以直接得到。在体育方面人们的搜索情况如何呢, 根据百度搜索提供的 2014 年体育信息搜索信息, 统计后制成如图 3。

根据图 3 可知, 在 2014 年使用百度搜索进行体育信息搜索的人中, 有 18% 的人对足球方面的信息进行了搜索, 有 26% 的人对篮球方面的信息进行了搜索, 有 8% 的人对排球方面的信息进行了搜索, 有 13% 的人对乒乓球方面的信息进行了搜索, 有 9% 的人对网球方面的信息进行了搜索, 有 7% 的人对羽毛球方面的信息进行了搜索, 有 19% 的人对其他体育方面的信心进行了搜索。

Table 1. Survey of table tennis in the major portals

表 1. 乒乓球在各大门户网站调查

内容	CCTV5	腾讯	新浪	搜狐	网易
网络转播	有	有	有	有	有
乒乓球专栏	没有	没有	没有	没有	没有
乒乓球栏目	没有	没有	没有	没有	没有
乒乓球新闻	较少	较少	较少	较少	较少

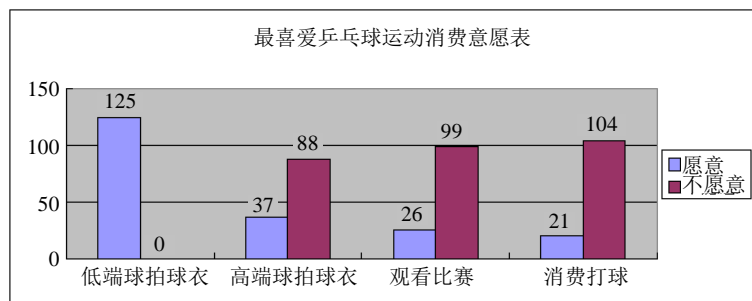


Figure 2. Table tennis consumption

图 2. 乒乓球消费意愿表

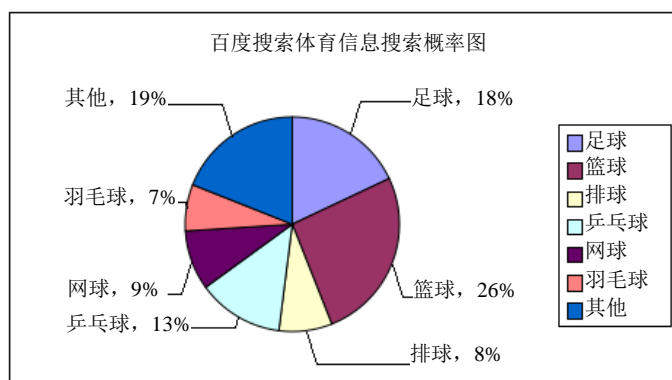


Figure 3. Search probability map of Baidu search sports information

图 3. 百度搜索体育信息搜索概率图

由表 1 和图 3 可知在当前的网络中, 在体育方面中占据主要地位的是篮球和足球, 无论从网页板块还是信息搜索数量可以明显得出。乒乓球在网络中没有得到和国球相等的地位和位置, 对乒乓球的关注明显不如对篮球和足球的关注多。

3.4. 电视转播数量

在网络普及之前, 人们一般通过电视和报纸获取更多的信息, 随着网络的发达报纸的作用的逐渐减小, 但是人们对于电视报道的关注却并没有怎么降低。2008 年北京奥运会约有 10 亿人观看了开幕式, 约占世界人口的 15%。在我国收视份额最高达 90%, 当时约有 8.42 亿人在观看奥运会。由此可见电视转播对体育产业的发展起到了多么大的推动作用。

2014 年全年在 CCTV5 转播的乒乓球赛事有十二项, 分别是: 2014 青奥会乒乓球比赛、2014 世界乒乓球团体锦标赛、2014 乒乓球世界杯、2014 亚运会乒乓球比赛、2014 乒乓球亚洲杯、2014 国际乒联巡

回赛、2014 国际残疾人乒乓球锦标赛、2014 乒乓球亚欧男子对抗赛、2014 乒乓球全国锦标赛、2014 乒乓球全国青少年锦标赛、2014 中国乒乓球超级联赛、2014 直通(横滨)世乒赛选拔赛。对这些比赛的转播采取直播和录播两种方式, 这十二项赛事的转播情况如表 2。

根据表 2 可知, 2014 年 CCTV5 转播的乒乓球赛事达到 97 场, 其中直播 69 场录播 28 场。从表 2 中可看出, 对于世锦赛(15 场)、中超(14 场)、亚运会(13 场)的直播较多, 而录播的比重则放在国际乒联巡回赛(13 场)、世界杯(6 场)、世锦赛(4 场)。但 2014 年在南京举行的青奥会却仅有 1 场直播无录播。

虽然根据中央电视台公布的数据得知, 2014 年 CCTV5 转播的乒乓球比赛场均观看人数达 342 万人次。这看似好的转播次数和观看人数但和篮球、足球运动项目相比就捉襟见肘了。

3.5. 移动客户端和报纸杂志对乒乓球的关注

移动电话功能不断的增多和功能发展的全面化使我们由原来的桌面端向移动端慢慢转化。据不完全统计我国移动客户端大约有 7.8 亿部, 其中智能机比例约为 83%, 这就意味着我国的智能移动客户端数量大概在 6.48 亿部左右, 而且这个数量每年还在剧增, 这在体育产业发展中, 特别是在乒乓球产业发展中是一个重要的发展机遇, 但乒乓球产业在移动客户端的发展怎么样呢, 分别用体育、乒乓球、篮球、足球等词在安卓市场进行 app 数量搜索, 得到数据制成图 4。

根据图 4 可知, 在 app 市场中有关乒乓球的 app 数量相比于篮球足球差距很大, 乒乓球 app 软件只占体育产品中的 4%, 这意味着乒乓球没有在移动客户端上吸引人们的眼球, 没有引起过多的关注。

报纸杂志曾在过去的相当长的一段时间内是人们获取体育信息的重要来源, 订阅杂志的人数相当之多。现在订阅杂志的人数较以前有所下降, 但数量还是不少。无法对订阅杂志的人数进行统计吗, 但杂志的种数在一定的程度上能反应订购人数。为此在市场上进行了调查, 根据调查数据制成表 3。

根据表 3 可知, 篮球和足球方面的杂志数量都在 10 种以上, 而且都是大家耳熟能详的, 乒乓球杂志只有两本。体育项目杂志的数量在一定程度上反映了购买人数, 由此可知乒乓球在纸质传媒中的关注度相对篮球和足球较低。

Table 2. 2014 table tennis in CCTV5
表 2. 2014 年 CCTV5 乒乓球转播情况

播放方式 赛事名称	青奥会	世锦赛	世界杯	亚运会	亚洲杯	国际乒联巡回赛
直播	1 场	15 场	5 场	13 场	3 场	7 场
录播	0 场	4 场	6 场	1 场	1 场	13 场
播放方式 赛事名称	国际残疾人 锦标赛	亚欧男子对 抗赛	全国锦标赛	全国青少年 锦标赛	中超	直通(横滨) 世乒赛选拔
直播	1 场	2 场	1 场	2 场	14 场	5 场
录播	1 场	0 场	0 场	0 场	2 场	0 场

Table 3. Journal of sports items
表 3. 体育项目杂志数量表

项目	篮球	足球	乒乓球
种数	10 种以上	10 种以上	2 种
名称	《灌篮》 《NBA 体育时空》等	《足球周刊》 《足球俱乐部》等	《乒乓世界》 《乒乓》

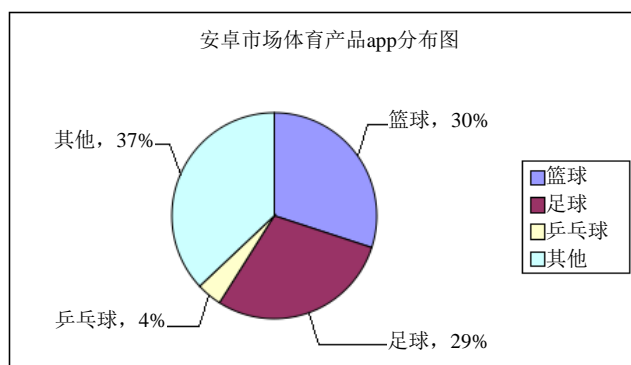


Figure 4. APP distribution map of Android market sports products
图 4. 安卓市场体育产品 APP 分布图

4. 结论与建议

4.1. 结论

中国乒乓球的体育产业与其竞技体育领域的辉煌成绩相比发展缓慢。其根本原因是网络媒体的关注度不够, 电视转播及杂志报刊数量较少; 导致喜爱人数递减, 进而消费意愿不强等, 严重影响和制约了中国乒乓球体育产业的发展[6]。

4.2. 建议

4.2.1. 以健康意识来推动乒乓球产业发展

随着经济水平的不断提高和健康意识的不断增强, 人们对生活质量的要求越来越高。乒乓球作为国球不但能为国争光, 在普及上也具有其便利性。乒乓球场地器材设施安装简便, 活动量适中, 非常符合未来生活的发展趋势。并且乒乓球不像足球篮球那样运动量大而且基础设施建设投入资金大[7]。所以用健康意识来驱动人们对乒乓球的喜爱, 相当于直接增加乒乓球产业总量。既能增进人们健康, 又能促进乒乓球产业的发展。

4.2.2. 加强乒乓球在传媒中的宣传

近几年科技发展迅速, 人们从网络中获取信息的比例越来越大。现在媒体的作用就是为人们提供一个巨大的共享平台[8], 乒乓球产业在发展过程中一定好充分利用这个平台, 把乒乓球推出去的同时也能把乒乓球产业越做越大。乒乓球企业也要培养自己的媒体人才, 这样才能更加深入的且迅速的把乒乓球融入媒体中, 才能更好地发展乒乓球产业。另外报纸杂志等纸质传媒虽然较前几年略显颓势, 但纸质媒体有其特殊的价值, 适合保存便于长时间发挥作用, 所以在关注网络传媒的同时也不能放松对纸质传媒的关注[9]。

4.2.3. 在电视转播中寻找看点

电视转播乒乓球比赛结局差不多都是中国队取得最后的胜利, 在一定程度上使得观众对结果没有可期待性, 以至于人们不太愿意观看乒乓球比赛, 对于结果我们无法做出改变, 就对过程多下功夫, 在电视转播中对运动员技战术进行着重说明, 来提高人们的期待性[10]。这样才能使人们愿意观看乒乓球比赛, 只要人们有了意愿, 乒乓球产业也才能更好的发展下去。

4.2.4. 抓住移动客户端

随着芯片和显示屏的不断发展, 移动客户端无论在规模还是在各领域中都将有巨大的发展机遇。在

这个发展机遇期中, 体育产业以及其中的乒乓球产业要紧紧抓住这个机遇期, 使体育产业和乒乓球产业搭上移动客户端大发展的顺风车, 让体育产业和乒乓球产业迎来一个新的增长高峰期[11]。

体育产业尚在蓬勃发展中, 虽然还未走向成熟, 面临的问题还有很多, 受到很多关注。但在各行业都瞩目体育产业的同时, 我们同时也期待着, 因为乒乓球产业中肯定能够涌现出真正的霸者, 能够引领着乒乓球产业不断向前发展, 从而使得整个体育产业始终保持着不断崛起的强势, 迈向一个又一个高峰。

参考文献 (References)

- [1] 体育概论编写组. 体育概论[M]. 北京: 体育大学出版社, 2013.
- [2] 郎朝春. 乒乓球项目产业化的思考[J]. 产业科技论坛, 2013, 12(17): 22-23.
- [3] 路明. 浅析乒乓球产业经济发展的影响因素[J]. 产业经济, 2011(20): 293.
- [4] 梁妮. 网络时代电视传媒对我国乒乓球运动市场化影响的研究[D]: [硕士学位论文]. 武汉: 武汉体育学院, 2008.
- [5] 孙娟, 王建海. 我国乒乓球产业发展研究[J]. 体育文化导刊, 2010(8): 68-70.
- [6] 陈积峰. 影响我国乒乓球产业发展的因素[J]. 资质文摘, 2010(3): 61.
- [7] 王光. 影响我国乒乓球产业发展的主要因素[J]. 湖南农业大学学报, 2008, 9(2): 130-131.
- [8] 杨强. 我国体育产业发展存在的问题及其解决对策[J]. 体育学刊, 2012, 19(4): 30-38.
- [9] 张林, 黄海燕, 王岩. 改革开放 30 年我国体育产业发展回顾[J]. 上海体育学院学报, 2008, 32(4): 1-5.
- [10] 王晓微. 中国体育产业管理体制体制改革研究[D]: [博士学位论文]. 长春: 吉林大学, 2014.
- [11] 施俊香. 体育产业发展研究[D]: [硕士学位论文]. 杨凌: 西北农林科技大学, 2006.