

The Enlightenment of the Practical Experience of World Corporation Games on China's Corporation Sports

Juanjuan Zhang

Beijing University of Sport, Beijing
Email: pearl_jia@163.com

Received: May 30th, 2018; accepted: Jun. 15th, 2018; published: Jun. 22nd, 2018

Abstract

This article uses the literature data method and field investigation method to analyze and summarize the practical experience of the World Enterprise Games. By analyzing the existing problems and status quo of the Chinese enterprises' sports, we put forward several inspirations for the development of Chinese corporate sports: enterprises should renew old working ideas. By means of breaking down the old eligibility restrictions, setting up multiple types of sports events, they could increase the enthusiasm of organizations and employees, and maximize employees' participation satisfaction. And enterprises supposed to accelerate the pace of institutional reforms and institutional innovations and create positive incentive relationships for multiple entities to meet their respective interest demands. The article has guiding significance for the development of enterprise sports in China.

Keywords

Corporate Sports, World Corporate Games

世界企业运动会的实践经验对我国企业体育的启示

张娟娟

北京体育大学, 北京
Email: pearl_jia@163.com

收稿日期: 2018年5月30日; 录用日期: 2018年6月15日; 发布日期: 2018年6月22日

摘要

本文采用文献资料法、实地考察法对世界企业运动会的实践经验进行剖析和总结,结合我国企业体育开展现状、组织现状的存在问题,得出对我国企业体育的发展启示:转变陈旧的工作思路、更新观念。打破旧有的参赛资格限制、设置多类型运动项目及奖项,以提高组织和职工的参与热情,最大化满足员工参与需求。加快体制改革和制度创新的步伐,打造多主体的正向激励关系,以满足各自利益诉求,对我国企业体育的发展具有指导意义。

关键词

企业体育, 世界企业运动会

Copyright © 2018 by author 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

1. 企业体育的内涵及中国企业体育现状

1.1. 企业体育的内涵

国内学者普遍把企业体育归结为群众体育(或社会体育)范围内,或者安排在更小的单位体育范围内。群众体育指厂矿、企事业、机关单位的职工,城镇居民和农村居民,以及军队的官兵,为了满足健身、健美、娱乐、医疗的目的,而进行的内容丰富,形式多样的体育活动[1]。所谓单位体育,一般指在机关团体、企事业单位,以职工为主体所展开的形式多样的群众性体育活动。它是在职工自愿的前提下,使用业余时间进行的,旨在使广大职工的健康水平得到提高、业余文化生活更加丰富,乃至促进单位文化建设的一种群众性体育活动[2]。何冰等人认为,“企业体育”,是指“为了使企业职工的身心健康水平和劳动生产率得到提高,建立企业形象,增进企业文化和精神文明建设,加强企业凝聚力,企业职工在单位内、行业内开展的各种体育活动的总称[3]”。

1.2. 我国企业体育现状

1.2.1. 我国企业体育开展现状

第一,企业体育工作的管理普遍存在着权责落实不到位,分工不明确。第二,企业对体育的多种功能了解不足,体育工作开展缺少组织规划的系统性和规范性,体育场馆设施严重不足。第三,体育活动组织运作的方法过于传统陈腐,重形式而不重效果,经费的来源渠道和利用渠道都过于单一。第四,企业对于体育工作宣传的力度不够,职工自主组办的体育协会和俱乐部数目少,职工积极性和潜力没有发挥出来。第五,企业职工对参与体育活动的重要性没有足够的认识,体育消费意识不强,体育尚未成为广大职工的生活所需。第六,企业有关体育的体系和制度缺乏创新,体育职能部门的具体工作方法跟不上新形势发展的需要,管理运作过于死守封闭[3]。

1.2.2. 职工体育的组织机构状况

我国职工体育管理由国家体育总局负责从宏观进行调控和指导,并按照党和政府的有关文件精神 and 全国总工会共同研究确定职工体育的工作方针和计划。在中华全国总工会的领导下,各级地方工会宣教

部具体负责当地职工体育。由工会直接领导，以文化宫、俱乐部为依托，以职工体协指导和组织开展职工体育活动，是我国现行的职工体育管理体制。截至 1986 年底全国的文化宫俱乐部数量为 6 万个，职工体协的基层单位数量为 3.7 万个。

我国的职工体育组织体制是建国以来计划经济相沿下来的。在转轨时期，这种体制已经暴露了它固有的僵硬性，体现在：人事上因为机构精简，原有的专职人员逐步离岗，少设或不设专职体育干部；经费上由于企业的经济效益状态不稳定很难得到保障；活动内容上，大型的、整齐划一的群体性体育活动，在现代社会已经难以满足人的个性需求[4]。

2. 世界企业运动会(World Corporation Games)简介

世界大师赛的创始人，毛利恩·约翰斯顿博士于 1985 年在加拿大多伦多提出了举办世界企业运动会的想法。她发现了人们一个强烈的需求，可以有一项综合性的世界范围内的运动会，让来自不同行业、组织、协会、社团的不同年龄和水平的人们，聚在一起，穿上自己的队服代表球队竞争，体现团队的荣誉感和归属感。于是，企业运动会以公司的形式诞生了，为企业员工们带来了一项大家都可参与的全球性的体育盛宴。

世界企业运动会是体育、商业和旅游的终极融合。它将不同规模、不同商业部门的组织者聚在一起，在特定城市，完成一系列运动项目。它通过使工作中的员工参与一系列竞技类项目来强身健体，提升精神面貌和智慧。

从 1988 年第一届在旧金山(2700 名参与者)的比赛开始，企业运动会走遍了世界各个知名城市，其中在墨尔本的澳大利亚企业运动会创造了超过 11,000 参赛选手的最高纪录。1994 年，世界企业运动会在南非的约翰内斯堡举行。尼尔逊·曼德拉先生为运动会背书，有超过 11,000 名运动员参与了这届赛事。截止 2016 年底，全世界 5 大洲超过 85 个城市、37 个国家、28,000 个大小组织、1,000,000 名参与者参与过世界企业运动会，并且在过去多年来持续支持这个项目[5]。

3. 世界企业运动会(World Corporation Games)实践分析

3.1. 改变赛制以最大程度满足参与需求

3.1.1. 降低参赛门槛

世界企业运动会向所有人开放，没有参赛资格标准。即对参赛选手的年龄、宗教、种族、性别、政治面貌和国籍没有限制。参赛选手可以由本地域、本国或国际共同组成，以保证竞争者们多样的文化交流。

对于每个代表队伍没有人数限定，同时对参加运动会的组织数量亦没有限定。跨国和本土企业、中小企业、合资企业、机构、社团、俱乐部、协会和任何阶层的组织都有资格参与比赛。全职和兼职员工，董事会成员、职业经理人、退休员工、代理人、客户、员工家属、朋友和嘉宾均可成为队伍的一员。

3.1.2. 设置多类型运动项目及奖项

在企业运动会的官方运动列表中有 73 个运动项目。运动项目中既有个人项目也有团队项目，部分项目也向残疾人开放。主办方可根据本地需求在官方列表中挑选 15 个项目作为比赛内容。

团体和个人通过比赛分数的累积，可为组织赢得各类奖项。每项运动的前八名(单人、配对或团体)均可为他们各自的组织赢得分数(表 1)。

3.2. 世界企业运动会让城市营销主体受益

科特勒认为：地域营销是指为满足地区目标市场的需求而进行的规划和设计，成功的地区营销应使市民、企业对其所在的社区感到满意，游客和投资者对地区的期望得到满足[6]。

Table 1. Awards settings**表 1. 奖项设置**

终身体育奖	颁给实际参加项目人数最多的组织，奖励公司对于其员工运动健康的前瞻、关心和承诺
最佳团队奖	颁给获奖牌最多的组织
组别冠军奖	颁给每个组别得分最多的组织
运动分项奖	颁给每项运动中得分最多的组织
个人奖牌	颁给每项运动中的前三名，作为个人的奖励和留念

3.2.1. 企业受益

世界企业运动会拥有众多的企业客户，他们了解并参与多地的运动会，同时也感受到了运动会给他们带来的无限机会。如德勤、IBM、可口可乐、埃森哲、壳牌、联合利华、惠普等，都平均参加超过 50 次，还在不断增加中。

传统的官方庆祝活动必不可少：可以在街头，或是在著名历史景点以及场馆进行选手大游行，在开幕式进行欢迎致辞、运动会官方背书人致辞、运动会主题展示和文娱表演。所有选手、裁判、VIP 和媒体必须要本人在赛事中心登记注册。以最大化展示运动会及参与者的面貌，及品牌影响力。

举办企业商务会谈，给主办城市和企业提供一次增进了解、促进交流的机会。活动将提供一个城市展示的平台，缔造新的商机，带来内部投资。企业领袖也可以借此机会提升关注度，以获得潜在的同主办方的合作机会。

举办企业活动派对，给参与组织一次充分展示自己、促进业务交流的机会。组织代表可以在活动现场进行名片呼唤、结交朋友以及业务洽谈等等，提高与其他企业组织的合作机会。

3.2.2. 主办城市受益

举办城市将成为关注企业员工运动健康理念的领军人。同时运动会还提高了区域内企业的粘性，并为创造新的商业机会打下良好基础。

带来即刻的投资回报。“企业运动会”将在当地打造一场高端的体育盛会，带来大量即刻的直接经济效益和投资回报。几乎所有的花费都将产生在主办城市内，并且创造了大量在当地社区和场馆内的工作机会。而很多参赛选手将会因为新的商机或是度假再回到主办城市，创造更多的经济效益。

成为教育和发展的工具。企业运动会将激励当地员工更积极地参与体育运动，并为当地政府和组织者提供一次绝佳的举办大型国际赛事的经验。

3.2.3. 公众受益

社会公众和城市市民，他们诉求能有更好的生活环境和生活质量，包含就业机会、健康、休闲、文化体验、交往等等。大型企业运动会带给当地的不仅是就业机会，还有不同企业文化的交流体验、不同员工之间的参与较量，充分满足城市市民的利益需求。

4. 对我国企业体育的启示

4.1. 转变陈旧的工作思路、更新观念

企业运动会的目标不应只是为提高本企业职工的身心健康水平和劳动生产率，建立企业形象，促进企业文化和精神文明建设，增强企业凝聚力。它是所有企业组织、企业员工共享的盛会，它通过活动增强自己凝聚力、企业形象以及提高与别人的合作的机会，旨在共同提高，共享效益。

打破旧有的参赛资格限制，使企业运动会成为真正意义上的企业盛会。通过降低赛事门槛(打造零门

槛参赛资格标准、不限组织及参赛人数)、设置多类型运动项目及奖项,以提高组织和职工的参与热情,最大化满足员工参与需求,激发企业职工主动参与体育锻炼,自觉维护体育权益的积极性。

4.2. 加快体制改革和制度创新的步伐

我国处在社会转型期,企业经营机制由计划经济向市场经济的转化,旧有的企业体育管理模式已经没法满足职工日益增长的文化需求、企业的经济诉求没法顺应新时期企业内外环境的变化。随着社会的发展,其弊端愈显,改革已是迫在眉睫。政府、协会、工会组织必须靠市场这只无形的指挥棒来进行资源配置,为推动企业的发展和大众体育的发展做出贡献。

4.3. 打造多主体的正向激励关系,以满足各自利益诉求

经济全球化时代,企业与其所在地区的联系纽带更加紧密,企业必须依靠所在地提供的经济发展环境、当地与外部其他地区和城市所建立的社会、经济联系。城市之间的激烈竞争、发展愿望往往基于当地的财政实力,这离不开企业的经济贡献。社会公众和城市市民诉求更好的生活环境和生活质量,需要当地政府在需求-供给的协调过程中,以公共利益为依托,引导、支持、协调和监督各领域主体的行为,努力保证公共价值和私人价值之间达到相互激励的正向关系和动态平衡的状态。

参考文献

- [1] 全国体育学院教材委员会. 群众体育学[M]. 北京: 人民体育出版社, 2000: 1.
- [2] 吕树庭, 刘德佩. 体育社会学[M]. 北京: 人民体育出版社, 2007: 205.
- [3] 何冰, 胡耿丹, 刘夫力, 郭琴, 郑小苹, 梁俊雄. 社会转型期企业体育的现状及其未来发展趋势的研究[J]. 广州体育学院学报, 2005, 25(3): 13-17.
- [4] 赵子江, 肖焕禹. 社会转型期我国职工体育社会化、产业化现状与对策[J]. 上海体育学院学报, 2003, 27(5): 15-17.
- [5] <http://www.corporate-games.com/>
- [6] 郭国庆, 汪晓凡. 市场营销学通论[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2009.

知网检索的两种方式:

1. 打开知网页面 <http://kns.cnki.net/kns/brief/result.aspx?dbPrefix=WWJD>
下拉列表框选择: [ISSN], 输入期刊 ISSN: 2334-3400, 即可查询
2. 打开知网首页 <http://cnki.net/>
左侧“国际文献总库”进入, 输入文章标题, 即可查询

投稿请点击: <http://www.hanspub.org/Submission.aspx>

期刊邮箱: aps@hanspub.org