

孙杨商业价值受制举国体制 田亮曾因娱乐被除名

一些运动员为了追求个人的发展和更高的商业回报,不惜选择脱离体制“单飞”,李娜、田亮是显著的例子。2004年田亮加盟英皇,成为现役运动员与娱乐公司签约的第一人。但也因此被游泳中心除名。林丹也曾有过脱离体制单飞的念头。

举国体制下的收益分配

体育运动员的成长从一级一级的地方体育局一直到国家队,都是依靠各级体育部门提供的资金、场所、教练等资源,所以在运动员出成绩之后,个人商业价值的管理自然也归体育管理部门经营管理。

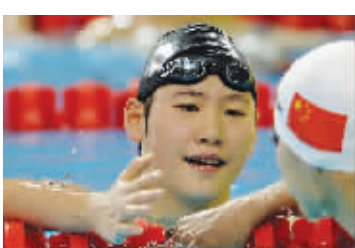
也正是因为这个原因,很多时候,运动员面对掌握各种体育资源的管理部门显得比较弱势。

据媒体报道,2011年8月29日晚,新科游泳世界冠军孙杨通过微博,就自己在不知情的情况下,被国家体育总局游泳中心领导带去参加某企业的签约仪式表示不满。

签约仪式上,孙杨在7月底结束的上海游泳世锦赛夺冠后所拍摄的一张照片,成为某饮料外包装上的人像之一。

国家游泳运动管理中心副主任尚修堂解释,在中国,大多数项目和运动员都是依靠国家培养的,从训练到比赛、出国训练等,都是由国家支付。“如果没有来自社会的赞助,游泳队每年哪里有那么多钱支付运动员出国训练,吃、住、行以及场租费用和外国教练的工资?每年至少600万元,光靠总局和中心自己的力量是难以承受的。因此,运动员有义务配合国家队参加相应的社会活动和签约活动”。

尚修堂同时也表示,国家游泳队意识到明星运动员商业开发管理的重要性,并且有明确规定,即运动员的无形资产所有权属于国家队,不允



叶诗文

许个人单独签约。

为了预防运动员与管理部门在商业利益上的冲突,“目前急需有一个明确的规章制度或规范的协议对运动员个人商业价值的开发使用及收益分享做出安排。”据张庆了解,目前运动员个人商业价值分配中,运动员与所属运动管理中心基本上是五五分成,运动员得到的可能还要多一些。

部分项目应该商业化

“其实,我们的体制更准确地来讲,应该叫做精英体制,而不是举国体制,我们是尽量把有限的体育资源用于竞技体育项目,用于个别有潜力的优秀运动员,以期在体育赛事中快速取得成绩。”张庆对记者说。

奥运的精神是重在参与,以前都必须要求是非职业运动员参加,而精英体制下的体育是重在金牌,重在成绩。

正如媒体报道,作为中国游泳队的领军人物,孙杨是科研医疗保障团队的主要服务对象,目前浙江省的科研医疗保障团队共有10多个专业科研人员,主要分成两个组,分别负责孙杨的日常训练分析,和其他运动员的数据分析。

孙杨在澳大利亚集训时,有三位专职工作人员全程陪同,每天都会详细记录孙杨在技术和身体机能方面

的各项数据,然后传回杭州进行分析。

知名体育评论员黄健翔认为,举国体制是“一切运作主要靠国家给钱,运动员早期专业化,脱离学校,放弃基础教育,在高投入、高淘汰率的前提下,筛选出极少数成功者,让他们以金牌作为唯一的目标,从而获得很高的回报”。

“举国体制短时期内难有大的改变,但是在一些商业化程度比较高的项目上,例如网球和篮球应该会有一些运动员有所突破,女网明星李娜就是一个众所周知的典型。”张庆如是说。

据悉,2011年李娜比赛奖金共300多万美元,而其去年总收入约在2000万美元左右,80%以上收入都来自于商业代言或赞助。

(摘自《投资者报》)

孙杨出场费太高 企业难接招

在“注意力经济时代”,中国的奥运冠军们在载誉归来后自然会受到商家的追逐,但如果由于定位不准、开价过高,也很容易导致自身的商业价值无法得到最充分的开发。

奥运前下单的企业笑了

在伦敦奥运会上独揽两金一银一铜的孙杨,俨然已成为姚明、刘翔之后的中国体坛领军人物,超高的人气自然让他成为商家眼中的头号香饽饽。在伦敦奥运会之前,孙杨签下了三份代言合同,而这三家公司也从中受益匪浅。在孙杨扬威奥运会时,与他合作的某服装企业不但在股市上收获颇丰,而且有孙杨签名的T恤在一周之内就卖出了800多件;某牛奶厂商在奥运期间发起的线上互动活动,也因为拿孙杨当招牌,上线首日的访问量就突破10万人次;在孙杨回国后,某饮料公司又出面将他与何姿、陈一冰等三名奥运冠军请到南京,参加了南京青奥会的活动,如果不是这家饮料公司在奥运会前就以超强眼光签下孙杨的话,现在要想请动孙杨出席,恐怕难度会相当之大。

孙杨开价吓退90%企业

日前,国内知名体育产业营销专家、北京奥林匹克促进会市场开发委员会主任王奇根据他在奥运会之后接到的各种体育营销咨询、邮件、电话、微博私信,整理出了一个“奥运冠军价值排行榜”,在男运动员排名中,孙杨超过了林丹、张继科、雷声、陈一冰等人,雄踞“男榜”首位。

不过,现在孙杨这棵树却不是那么好攀的,国内媒体报道孙杨出席一次商业活动的出场费就高达百万。王奇说希望通过他来联系孙杨的企业就不下20家,不过王奇表示:“我觉得孙杨现在有个问题,就是摆不正位置,开出来的价格非常不现实。”据王奇介绍,现在真正找孙杨代言的企业很少,更多的都是希望能把孙杨拉出来出席一次商业活动,但这种商家一听到孙杨经纪团队开出来的报价,很多都立刻打起了退堂鼓,“中国的奥运营销不成体系,还处于初级阶段,很多企业都是一锤子买卖,所以他们请孙杨出席一次活动,心理价位也就是二三十万,现在孙杨开价太高,十个有九个都会说‘算了,算了’。所以现在孙杨有点像艺术收藏品,有价无市那种。”王奇透露,孙杨新谈成的协议很少,现在他出席的活动基本上都是奥运会之前签约的企业所操办的,“这是因为孙杨在体育经济上不恰当的定位所造成的。”王奇说。

叶诗文报价同样偏高

在王奇所整理出来的“奥运冠军价值排行榜”中,叶诗文排名“女榜”第一位,但王奇认为叶诗文有着与孙杨相同的问题:“叶诗文现在的报价也是比较高,超过了50万,同样让不少企业却步。我个人觉得她的报价在30万左右比较合适,这样大家都能接受。”

在接受采访时,王奇用了在伦敦奥运会上获得帆船激光镭迪尔级女子单人赛冠军的徐莉佳来举例,他表示,徐莉佳现在也是受到商家的热捧,这其中除了帆船项目比较高端,能满足一些奢侈品牌的诉求外,也和徐莉佳对自己定位较为准确有关,王奇说:“徐莉佳算是比较实事求是的,知道自己有几斤几两,所以她反而能谈成一些合作。”王奇表示,根据他的经验,奥运冠军们在奥运会结束后一个月之内,心态都处于不正常状态,过了这个时间段,才会慢慢回归理性,那时候他们的身价应该能恢复到一个比较正常的水平线上。

(摘自《成都商报》文/姜山)

枪王之王 AK47 制造商破产 被盗版毁掉

有人说,“美国出口的是可口可乐,日本出口的是索尼电器,而俄罗斯出口的是AK47。”

然而,令人匪夷所思的是,在AK47诞生65周年之际,这款全球畅销品的厂家制造商——伊热夫斯克机器制造厂已宣布破产,目前已进入破产管理程序。

“去外星只选AK47”

AK47诞生于1947年,在此后的65年里,它成为世界上单一武器中杀人最多的突击步枪。截至目前,数百万人丧命于它,而且这个数字还以每年25万人的数量递增。

结实耐用、故障率低、容易操作。在测试AK47的时候,曾用4吨卡车轧过枪体,结果只造成该枪轻微变形;将它埋藏在泥土、雪地、砂砾中几天,挖掘出来后仍然能够稳定射击。

设计者卡拉什尼科夫曾说:“我的枪可靠、耐用、很轻,不论谁都会使,因为它构造简单。”AK47全枪零件数量很少,战斗时可迅速拆卸,排除异物和故障,甚至连小孩子也会拆卸组装。

一位美国军官曾表示,如果要去未知区域或不明的星球,却只让他带一把枪去,那他一定会选择AK47。

黑市买卖中的枪械价格可以说是某地区暴力冲突严重与否的风向标。在社会比较稳定的地区,AK47的价格大约在230-400美元之间;如果价格低到100美元左右,这表示,该地区的冲突状态突然停止了。如果价钱高到1000美元以上,则标志着该地区的冲突还很漫长。

“枪王”被盗版毁掉

伊热夫斯克的破产是AK47专利母公司俄罗斯科技国营公司去年



1947年7月7日,AK47突击步枪在世界著名枪械设计师卡拉什尼科夫手中诞生。之后的65年里,数千万支AK47进入世界各个角落,上至各国精锐部队,下至恐怖分子、索马里海盗。AK47生产数量之巨大,高居世界轻武器榜首,是名副其实的“枪王之王”。

提出的重组计划之一。公司总裁马克西姆·库兹涅克称,破产程序将挽救这一著名品牌和公司的其他资产。

俄罗斯科技国营公司制造了全俄约九成步枪,其最成功产品AK-47更是风靡半个世纪。然而,去年该公司巨亏逾8000万美元,生产总值亦跳水近半。

去年9月,俄罗斯武装力量总参谋长马卡罗夫宣布俄军将不再订购卡拉什尼科夫式自动步枪。这是半个多世纪来俄罗斯军购清单中首次缺席这款著名枪械的身影。谈及军方停购的原因,马卡罗夫给出了两个:一是库存太多,二是其作战性能已不符合现代要求。

军事专家杜文龙表示,越南战争中,以精细著称的美国M16在炎热、潮湿的气候下多发故障,而简单、粗糙耐用的AK47一战成名。不过轻武器发展到今天,AK47射程短,精

准度低等缺点已经暴露无遗。

另一个不盈利的重要原因是:AK47长久以来面临的大量仿冒产品。《AK47:改变战争面貌的武器》一书的作者卡纳尔说:“AK47太易于制造,以至于任何人都能制造它。”在巴基斯坦山区的一些村落,除了枪管和扳机需要订购以外,其他零件在村落的作坊里就可以制造出来。

目前在全球流通的AK47仿制品与原版AK47的比例估计是10:1。一把AK47官方售价大约在300-800美元。如购买100支以上,官方价格为150-300美元。然而,即便多买多送,官方价格仍然低不过仿制品的价格。

越南战场力压M-16

AK系列突击步枪在轻武器史上有着其他轻武器无法企及的地位,在世界上有战火燃烧的地方,不论是亚

洲、非洲、欧洲、美洲,都能看到AK突击步枪在冲锋陷阵,其中尤以被美军视为梦魇的越南战争最具代表性。

1964年8月,美国制造“北部湾事件”,并以此为借口,对越南北方进行大规模轰炸,侵越战争全面扩大。为支持越南反帝救国斗争,苏联援助了越南数量巨大的武器和弹药,其中包括AK47突击步枪。这是AK47自发明以来第一次在大规模战争中露面,也是AK47和M-16这两种当代最优秀单兵武器的第一次直接较量。

越南北部地处亚热带,阴雨多,云层厚,空中力量的使用受到不少限制;同时道路网很少,到处是难以通行的密林和沼泽,给地面部队的重型装备输送带来很大困难。于是,单兵对抗成了主要作战方式。

在这场对轻武器的检验中,AK47发挥了作战技能强、对环境要求低的特点;而设计精巧的M-16遇到风沙、雨水便出现卡壳和射击精度降低的情况,而且炎热潮湿气候使M-16极易锈蚀,在欧洲可用8年的枪支,在越南只能用1年。于是,经常可见美军士兵手持AK47战斗的场面,美军给了这种苏制步枪很高的评价。

装备全球 至少已产7500万支

AK47问世之后,成为许多国家优先选择的武器。这种步枪有铁质枪托和木质枪托两种。铁质枪托稍长一些,木质枪托是为特种部队设计的,便于在近距离的白刃战中使用。在400米的距离中它的效率最大,最远射程可达800米,可连续射出30发子弹,轻便,总重量只有3.8公斤。由于它坚固耐用、故障率低、杀伤力大、操作简便、易保养,因此从一问世它就受到各国军界的青睐。

按照美国轻武器评论家伊泽尔博士的统计,AK系列是世界上生产量最多的一种步枪。

有报道称,迄今为止,全世界大约生产了7500多万支卡拉什尼科夫突击步枪。更有人指出,AK步枪目前已生产上亿支。欧洲评论家说:“卡拉什尼科夫垄断了苏联轻武器领域。世界上有82个国家的军队装备或部分装备AK系列。在轻武器发展史上恐怕只有马克沁、毛瑟和勃朗宁可以和它比比高低。”

(摘自《济南时报》)