



棋类市场化 道路漫漫 三大棋步伐 快慢有别

本报记者 许恺玲

上赛季围甲排名第三的棋队居然只能依靠低价出售实物赞助来换取经费,否则棋手的比赛费用和奖金将面临困难。当这样的报道近日见诸报端之时,也许普通人会感叹甚至怀疑,难道那些成绩出众的围棋俱乐部也会为生计发愁?恐怕只有业内人士看到后,才能体会经营棋队的辛酸。其实这种情况不只是发生在一家围棋俱乐部身上,屈指算来,国内能够自负盈亏的围棋俱乐部也属凤毛麟角。在中国棋类职业化市场化最好的围棋界尚且这样,国际象棋和中国象棋的境遇亦不能例外。



周睿羊

● 围棋需要更长远规划

1999年围棋率先举办职业联赛。当年围甲的成功举办,再一次掀起了围棋热潮。一大批家长不惜重金,把自己年幼的孩子送到棋校,甚至不惜辍学,也要把孩子培养成职业棋手。14个年头过去了,围甲联赛一直朝着良好有序的方向发展。今年,百灵爱透杯、MLILY梦百合世界围棋大赛诞生,国内棋战奖金创新高的棋圣战也在洛阳问世,围坛看上去一片红火。

围棋赶上如今的红火最大原因还是在于几乎所有围棋赞助商都是棋迷,真正的商业赞助较少。这些老

板怀着深厚的感情赞助,不刻意追求商业回报,中日擂台赛的绵绵后劲依然在发挥作用。但当这些围棋精英渐渐淡出后,围棋如何寻找运转的法门?

围甲联赛已经成为中国年轻棋手起步的摇篮,每一位“90后”世界冠军的成功都离不开围甲联赛的锤炼,但是围甲却始终没法建立起像其他体育运动一样健全的市场营销体系。作为中国运行比较好的一项联赛,我们很难在报纸或电视台上看到围甲联赛的形象广告。聂卫平曾多次公开指责央视,认为播围棋太少,但围棋

本身是否缺乏足够的卖点,毕竟媒体也有自身的运作特点,他们的产品需要与相关价值挂钩。

各项体育运动之所以能够实现市场化,很大程度上是凝聚在偶像周围的粉丝的功劳。在这一点上,不可否认,围棋的市场化有它自身的局限性。因为更多的人将围棋归结为高雅的运动,甚至是一种艺术,我们无法想象围棋棋手出席各种商业场合谈笑风生。但不能因为这样就放弃对棋手的包装,如何将棋手打造得更有价值,也许是值得许多围棋从业者思考的。

● 中国象棋要摆脱“名人刷脸”

广西象棋队2012年首次晋级全国联赛并成功保级,但随着赛季一天天临近,广西象棋队的参赛经费问题却迟迟未解决。赞助商未能敲定,内部组织仓促变动,广西象棋队的相关负责人表示,如果找不到实力雄厚的赞助商,即使棋队能够组建,也会因为经费有限,请不到国内一流的大师。最终,广西象棋队不用担心请大师的问题了,因为广西象棋协会直接宣布“2013年不再组队”。

其实,多年以来,并非广西象棋队一家经历过拉不到赞助、请不到

大师的艰难处境。中国象棋国际特级大师许银川在接受媒体采访时表示,现在的中国象棋棋队依旧依靠棋院领导或者名人棋手等自己刷脸来拉赞助,许多得不到赞助的棋队只能自筹经费参赛。自2003年首届全国象棋甲开赛以来,河南队、四川队、湖南队,广西队都曾出现过无人赞助的窘况,包括广东队、北京队这样的强队在,各路地方队伍无不面临资金困境。经济的困境,不但使各地方棋队的日常开支和参赛经费难以为继,在无形中也加速了人才

的流失和象棋文化的衰落。

许银川曾说过,象棋市场运作程度并不高,象棋的市场化、品牌推广等问题,不是依靠比赛的高度职业化来赢得企业的关注,赞助的落实往往要依靠少数人借助社会人脉来完成。他认为,象棋的发展除了要凭借深厚的文化积淀和广泛的群众基础外,更重要的是需要建立一个良性发展的商业运作模式,如果有一个专业的公司或者机构来专门从事资金筹措、包装策划等事项,中国象棋或将迎来新的机遇。



许银川

● 国象联赛职业化还有欠缺

在三大棋类项目中,论文化背景,国象远不及围棋,论群众基础,也无法和“草根运动”中国象棋相比。作为舶来品,国际象棋在中国发展不过几十年,如果论市场化速度,它的确不逊于其他两个棋类项目。2005年国际象棋从无到有地开创了全国甲级联赛,这在一定程度上推动了国内国际象棋事业的发展,尤其是给了更多年轻棋手成长的机会,解决了国内国际象棋人才青黄不接的难题。

但回看国象联赛已经走过的8个年头,这几年的市场化尝试并没有大

的突破,国象现阶段依旧处于“头大身小”的阶段。赞助商为什么要冠名比赛或者赞助队伍?无非是看到了潜在的市场利益。尽管国象联赛一直在搞国象进校园等活动,但学生应当不是赞助商最理想的广告对象。严格来说,国象联赛缺乏和成年人的互动,没有更多的观众群,联赛品牌的商业利益自然会下降。

其实欧洲的顶尖国际象棋大师收入并不低,比如去年的国际象棋棋王争夺战,夺冠的印度棋手阿南德获得了约140万美元的奖金,即约890万

元人民币。去年侯逸凡击败印度棋手科内鲁卫冕棋后头衔,获得的奖金为12万欧元,大约120万元人民币。另外,由于世界范围内国际象棋的比赛数量众多,棋手们有更多拿到奖金的机会。从奖金数量来看,国际象棋在世界范围内的影响力也是毋庸置疑的。虽然伴随着中国诞生四位世界棋后,国际象棋在国内的普及度大大提升,但国际象棋的主导力量始终在欧洲,这就让中国的国象看起来更像是先天不足的婴儿,必须在经营发展中更加努力才能培养出肥沃的土壤。



侯逸凡



第六届山东国际大众艺术节系列活动之一

2013第五届 中国书画名家精品博览交易会

主办单位: 山东省文学艺术界联合会 齐鲁晚报

承办单位: 齐鲁晚报书画院 齐鲁晚报天一国际会展有限公司

展览时间: 2013年8月1日——8月4日

展览地点: 济南舜耕国际会展中心

展品范围: 中国画、书法、油画、水彩画、艺术衍生品等

第五届中国书画名家精品博览交易会作为第六届山东国际大众艺术节系列活动之一, 将借十艺节东风, 为艺术家带来更为高层次的展示平台。本次展览首次启用济南舜耕会展中心上下两层展厅, 总面积超过15000平米, 一层、二层互动展出, 个人主题展区、名家联展区与书画交易区三大板块将以丰富的内容、宏大的规模展现在广大观众面前!

继2012成功举办“学术·责任·市场——书画市场健康发展论坛”之后, 此次展会期间还将再次举办论坛活动, 为艺术产业发展进程提供理论支撑。

新浪微博: @山东齐鲁晚报书画院



欢迎各位艺术家、艺术机构、支持企业的踊跃参与!



火爆招展中

招展电话: 4006526688

传真: 0531-81758636

网址: www.qlwbshy.com

邮箱: qlwbshy@163.com