



北京凯兴投资管理有限公司董事长潘石坚:

中国的马拉松不是过剩而是不足

随着体育产业的发展,马拉松市场迎来了又一个爆发期,政策的利好和越来越多的跑步参与者为中国马拉松市场提供了非常好的发展平台。我每年要参加十场左右的比赛,少的时候也有五六场。跑步领域确实是一个很大的市场,从2012年我开始跑马拉松,2012年我报北京马拉松的时候轻轻松松就能报上,而且对之前的成绩也没有太多的要求。但现在由于报名的跑者太多,要求也高了,报名就比较困难。比如第一要求跑者要有全马成绩;第二要求取得的成绩还要在一定范围内,第三还要抽签。这说明马拉松现在发展非常火。

现在很多人惊呼马拉松是不是过剩了,其实还不过剩,甚至还不够。例如仅仅在美国一年有8000多场马拉松,有时候每个小镇都有一个马拉松。对于拥有13亿人口的中国来说,有上万场的马拉松都是正常的。作为一个商业模式,它不一定是最好的商业模式,因为马拉松的举办实际上进入门槛低,分散度也很高,盈利水平也

比较低。作为一个群众性体育运动,它激发了大家锻炼身体的积极性,但作为一个成熟的公司还需认真思索,马拉松赛事如何才能持续健康地发展下去。

如今,长跑已经成为我生活的一部分,并且还影响了我的家人,我们家能完成全马的至少有10个人。

凯兴资本是做投资的,但对于投资人而言,如果对于一个产业没有透彻了解,很难投出有价值的企业。凯兴资本选择进入体育产业不是盲目之下的冲动,而是基于自己的判断和理解。体育产业发展得越来越好的原动力是人民生活水平的提高。人均GDP超过7000美元时,动态的文化消费将爆发,所谓动态文化消费,指的就是全民健身、出境游等。

进入体育投资领域主要看好三个大方向:第一,中国体育改革的政策红利;第二,中国的消费升级;第三,很多上市公司在谋求转型,它们进入体育产业寻求新的增长点。

新丝路创始人李小白:

马拉松和企业管理有很多相似处

自2010年起,马拉松运动开始逐渐在中国起步,在“全民健身”口号的号召下,我国的马拉松赛事从最开始的一年13场逐步壮大到现在几乎每月都会有大大小小十余场马拉松赛事的规模,马拉松活动也逐渐成为一项可以全民参加的体育项目。

从马拉松这项运动本身的角度来说,它是一项极限运动,因此参与者在参赛前和过程中需要科学地训练、科学地参加,这样在比赛中就可以避免严重的伤害。但是马拉松运动也不是高不可攀的,而是一项可以促进全民健身、全民健康、实现全民参与的大众体育赛事。大家对于马拉松的认识和参加需要一个循序渐进的过程,动员大家参与马拉松活动也并不意味着要求每个人都要跑42.195公里,只要敢于参加,愿意动起来就已经是成功。

对于每个参与者来说,马拉松赛事可以让人在身心上都受益匪浅。首先在身体上,跑步是一项简单而有效的体育活动,马拉松也是一项低门槛的全民运动,

年龄不受限制,有助于推动全民健身,提高身体素质,形成健康的生活习惯,马拉松的核心是每个参与者自己,只要愿意坚持下来,每个人都会成功。

从心理上来说,作为一项极限运动,马拉松可以磨炼人的意志力,每一次马拉松都是一次对自己毅力的考验。但马拉松不仅仅只是跑步运动,更重要的是在这一过程中实现对自我的战胜和超越,因为往往最大的困难是再次站到起跑线上。敢于参加就已经是战胜了自己,能够跑完全程更是超越了自己,马拉松就是这样一个可以让人们更好了解自己潜能的机会。

马拉松运动与企业管理有着很大的相似之处,无论是事业还是马拉松,只有熬过去才有可能一览众山小。在每个人跑马拉松的过程中都会遇到“撞墙期”,就是在跑到一定程度时好像前面有一堵墙挡住,怎么跑都跑不动的一个阶段,在这样一个阶段中每个人都会想退下来,就像是企业的爬坡期,但只要能够挺过去,不到终点不说放弃就会迎来新的一片天地。

盾安控股集团有限公司总裁吴子富:

马拉松能给企业家很多有益启示

2013年的杭州马拉松是我开跑的第一个“首马”。截至目前,我已完赛50多场马拉松或超马,其中包括11场的国外赛事。5年来,跑步里程数累计已超过10000公里,相当于超过200个全程马拉松的距离,此外跑步足迹已遍布105座城市。

不仅如此,2014年我还与跑友在杭州民政局注册组建了“杭马会”——杭州马拉松爱好者俱乐部,现在我们的注册会员已有2000余人,而且我们团体还连续2年获得由中国田协授予的“中国十佳跑团”称号。

马拉松是一个系统工程,有战略管理、风险控制,有时需要量力而行,有时需要急流勇退。不管你是为了比赛PB(个人最好成绩),还是欢乐跑马,我认为,企业高管参与其中都能得到许多有益的启示。

我现在到了五十知天命的年纪,在做好事业的同时,我认为管理好自己的身体也同样重要,这也是我坚持跑步锻炼的原因。为了督促和鼓励自己完成设定的跑步目标,我给自己起了一个网名叫“百马王子”,不是白

色的“白”,是一百两百的“百”,用这个称号作为目标向导。

当然给自己取这个名,我还赋予它另外三层含义。首先,我要坚持跑过100座城市。现在每到一个城市出差,我的大中小三个行李箱中,每一个行李箱里都备着一双跑鞋。这样,每到一个城市,我都可以跑一跑,用脚步去丈量每一座城市会更加亲切。

其次,我要坚持跑完100场马拉松。我给自己设定的目标是希望用8年左右时间完成100场马拉松。

最后,我还想影响周围100个人去参与马拉松。所谓,独乐乐不如众乐乐,我因此还专门建立了一个微信群,叫“百马王子百马群”。目前群里有100余人,里面既有教练,也有康复医生,还有其他各领域高手。他们都是我的好同学、好同事、好朋友,以及这些好同学、好同事、好朋友们拉进来的朋友,他们从从未接触过马拉松,到喜欢上并参与到马拉松比赛,在这个过程中我们不仅收获了欢乐与健康,也得到了很多启示。

上海朗泰医疗科技有限公司董事长王莉:

马拉松精神其实也是企业家精神

马拉松代表着耐心、坚持、不放弃的体育精神,推动参与者在这一过程中可以更好地发现自我,挑战自我,完善自我,而这正是企业家精神的魅力所在。除了二者之间在精神上的相同之处外,企业家们青睐马拉松赛事还因为它与企业的管理发展有着诸多的相似之处。

首先,马拉松对生理条件的挑战也趋于上限,需要选手对自己的身体状况有一个很清晰的认识,并且能够对自己的身体状况进行渐进式的系统性调整和控制。做企业也是一样,需要企业家们对行业发展趋势有一个很清晰的判断,并依此制定企业战略,设计一套完整的执行方案,系统性执行并监督执行过程,确保公司能够实现企业战略目标。

其次,马拉松在奔跑的过程中会很枯燥,需要持续设立小目标点,不断达到小的目标点可以更轻松地坚持下来。做企业也要在确立完企业大战略大方向后,将战略进行分解,分解成一个个的小目标,实现一个就赶紧设立下一个,这样一路下去,企业

最终能够离战略目标越来越近。

马拉松也是一个冒险的运动,因为室外赛事,天气状况、赛道状况等诸多外在条件都是不受人为控制的,但无论外在环境如何,好便是运气,不好也无需抱怨,核心是要调整自己的心态,去适应外在环境。对于企业而言,外在的商业生态及政策环境我们无法控制,唯一能做的是在企业内部建立相应机制,能够及时预测环境变化,并及时调整企业策略适应外在环境变化,将环境变化对企业造成的影响尽量降到最低。

每个人在跑马拉松的时候会有一个生理极限期,这时脑子里面总会出现“放弃吧”和“坚持住”这两个声音,但是跑着跑着就发现别人其实都不是对手而是同伴,真正的对手只有你自己,要学会跟自己较劲,不能放弃。做企业每个阶段都可能遇到一些难题,但是如果放弃了企业就没了,而咬咬牙挺住了,就会发现每次将要触底的时候都会出现新的生机,而企业也会上升到另一个阶段。

(本版稿件由本报记者朱晨辉、何芳采写)

