ISSN 3105-7594（P）
ISSN 3105-7608（O）

https://doi.org/10.66106/tiyua5.20250104

体育产业高质量发展视域下跆拳道赛事 IP 打造与市场化运营策略

鲍赞同，An Min Joo
韩国全罗南道罗州市大湖洞建材路东新大学，韩国全罗南道罗州市，58242

摘要：在体育产业高质量发展的国家战略导向下，打造具有核心竞争力的体育赛事IP、推进市场化运营是激活体育产业新动能的关键路径。跆拳道作为我国普及度较高的格斗类体育项目，拥有深厚的群众基础和产业发展潜力，但当前其赛事IP存在辨识度不足、运营模式单一、商业价值挖掘不充分等问题。本文以体育产业高质量发展为研究视域，运用文献资料法、逻辑分析法、案例分析法等研究方法，界定跆拳道赛事IP的核心内涵与价值维度，剖析当前我国跆拳道赛事IP打造与市场化运营的现状及存在的问题，结合体育产业高质量发展的内在要求，提出针对性的赛事IP打造路径与市场化运营策略，为推动跆拳道项目产业化、规模化发展，助力体育产业高质量发展提供理论参考与实践借鉴。
关键词：体育产业；高质量发展；跆拳道；赛事IP；市场化运营

From the perspective of high-quality development of the sports industry, the IP creation and market-oriented operation strategy of Taekwondo events

Zantong Bao,An Min Joo
Jianshe Road, Dahu-dong, Naju-si, Jeollanam-do, Dongshin University, Republic of Korea 58242

Abstract: Under the national strategic guidance of high-quality development of the sports industry, creating sports event IPs with core competitiveness and promoting market-oriented operations are key paths to activate new driving forces in the sports industry. Taekwondo, as a combat sport with high popularity in China, has a strong mass base and industrial development potential. However, its current event IP has problems such as insufficient recognition, single operation mode, and insufficient commercial value exploration. This article takes the high-quality development of the sports industry as the research perspective, and uses research methods such as literature review, logical analysis, and case analysis to define the core connotation and value dimensions of Taekwondo event IP. It analyzes the current situation and problems of Taekwondo event IP creation and market-oriented operation in China, and proposes targeted event IP creation paths and market-oriented operation strategies based on the inherent requirements of high-quality development of the sports industry. It provides theoretical references and practical lessons for promoting the industrialization and scale development of Taekwondo projects and assisting the high-quality development of the sports industry.
Keywords: sports industry; High quality development; Taekwondo; Event IP; market-oriented operation

Copyright © 2025 by author(s) and Quest Press Limited.This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).
https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/

QUEST PRESS

OPEN ACCESS

1 引言

随着《“十四五”体育发展规划》《关于促进体育产业高质量发展的意见》等政策文件的相继出台，体育产业作为国民经济的支柱性产业之一，正迎来高质量发展的战略机遇期。体育赛事IP作为体育产业的核心载体，其打造水平与市场化运营能力直接决定了体育项目的产业价值与发展活力。跆拳道自传入我国以来，凭借其健身、育德、竞技等多重价值，迅速获得大众青睐，尤其是在青少年群体中普及度较高，形成了庞大的参与人群和消费市场，为赛事IP的打造奠定了坚实的群众基础[1]。

然而，与足球、篮球等成熟体育项目相比，我国跆拳道赛事IP发展仍处于初级阶段，存在赛事体系不完善、IP辨识度低、商业变现渠道狭窄、运营主体专业化不足等问题，制约了跆拳道产业的高质量发展。在体育产业高质量发展要求“提质增效、创新驱动、融合发展”的背景下，如何打造具有独特性、影响力的跆拳道赛事IP，构建科学高效的市场化运营体系，挖掘赛事IP的商业价值与社会价值，成为当前跆拳道产业发展面临的重要课题。基于此，本文以体育产业高质量发展为视域，系统研究跆拳道赛事IP的打造路径与市场化运营策略，旨在为推动跆拳道产业转型升级、助力体育产业高质量发展提供新思路[2]。

2 体育产业高质量发展视域下跆拳道赛事IP打造与市场化运营现状

2.1 发展基础：群众基础深厚，政策支持有力

跆拳道兼具健身、育德、竞技功能，在我国拥有广泛群众基础。据中国跆拳道协会数据，我国跆拳道习练人数超3000万，青少年占比逾70%，形成庞大参与人群与消费市场，为赛事IP打造提供坚实受众基础。同时，居民收入提升与体育消费意识增强，推动消费者对跆拳道赛事、培训、器材等产品服务需求升级，为赛事IP市场化运营开辟广阔空间[3]。

近年来，国家及行业层面政策持续赋能，《“十四五”体育发展规划》提出打造国际影响力体育赛事IP、推动格斗类项目产业化；中国跆拳道协会发展规划明确完善赛事体系、打造特色赛事IP、推进市场化运营等目标，为跆拳道赛事IP打造与市场化运营提供良好政策环境，引导社会资本投入，助力产业高质量发展[4]。

2.2 发展现状：赛事体系初步形成，IP运营起步发展

我国已形成由全国性、区域性、地方性赛事构成的跆拳道赛事体系，全国性赛事有中国跆拳道公开赛、全国锦标赛等，区域性赛事包括华东地区邀请赛等，地方性赛事以省市、区县级比赛为主。层级分明的赛事体系为不同水平习练者提供参赛平台，也为赛事IP培育提供了丰富资源[5]。

部分赛事注重IP打造，涌现出一批有影响力的特色IP。“中国跆拳道俱乐部联赛”作为国内规模最大的群众性赛事，打造“全民共享”品牌形象，累计参赛超100万人次；“跆拳道世界杯团体赛”落户我国，成为展示运动水平、提升国际影响力的重要平台。青岛国际跆拳道公开赛、成都跆拳道嘉年华等地方特色赛事，也推动了区域产业发展[6]。

赛事市场化运营逐步起步，商业价值初步挖掘。大型赛事通过招商吸引器材、运动品牌等赞助商参与，以冠名、赞助获取商业收入；媒体传播渠道不断拓展，除传统电视、报纸报道外，借助抖音、视频号等新媒体直播推广，提升赛事曝光度；部分赛事尝试开发纪念服、徽章等衍生品，进一步拓宽了商业变现渠道[7]。

2.3 存在问题：IP竞争力不足，运营水平有待提升

我国多数跆拳道赛事缺乏独特品牌定位与视觉标识，名称、LOGO、口号等同质化严重，如“XX市锦标赛”“XX地区邀请赛”等名称缺乏记忆点，赛事内容、规则、流程等大同小异，难以满足多样化需求，且与跆拳道“礼义廉耻”精神内涵融合不足，文化底蕴薄弱，品牌吸引力不

OPEN ACCESS

ISSN 3105-7594（P）
ISSN 3105-7608（O）

足。赛事体系不完善，层级衔接不畅，基层选手缺乏晋升更高层级赛事的通道，挫伤参与积极性；部分地方性赛事由小型机构承办，专业化运营团队缺失，组织、裁判、保障水平低，存在流程不规范、公平性不足等问题，且赛事类型单一，以竞技类为主，群众、亲子等类型占比低，覆盖人群有限[8]。

市场化运营水平薄弱，赛事多由协会、政府主导，市场主体参与度低，缺乏市场化运营理念，商业变现主要依赖赞助与报名费，媒体转播权、衍生品开发、粉丝经济等价值未充分挖掘，衍生品种类少、设计糙，转播渠道不稳定、曝光度低，粉丝互动机制缺失、粘性弱。产业链整合不足，赛事运营、场馆、媒体、赞助商等主体缺乏长期合作机制，各自为战，场馆租赁成本高、资源利用率低，媒体传播多为一次性报道，与赞助商多为短期冠名合作，粘性不足，且与培训、旅游等产业融合欠缺，未形成多元业态，产业价值未释放[9]。

同时，专业人才匮乏，赛事 IP 运营需体育、营销、品牌管理等复合型人才，目前从业人员多为教练员、运动员转型，缺乏市场化运营知识，高校人才培养侧重竞技体育与教育，缺乏赛事 IP 运营相关方向，人才供给不足，制约运营能力提升[10]。

3 体育产业高质量发展视域下跆拳道赛事 IP 打造路径

3.1 明确IP定位，塑造独特品牌形象

精准定位赛事 IP，实现差异化发展。结合跆拳道项目特点与市场需求，针对不同群体精准布局：面向青少年打造“育德健身、快乐竞技”IP，设置亲子互动、技能展示环节，凸显趣味与教育性；面向成年习练者打造“竞技交流、提升水平”专业 IP，提升赛事竞技水准；面向大众打造“全民参与、娱乐健身”IP，降低参赛门槛，借鉴中国跆拳道俱乐部联赛模式，传递“全民跆拳道、共享健康生活”理念。

打造独特视觉标识体系，强化品牌认知。设计简洁易记的赛事名称如“跆风杯”“尚武汇”，LOGO 融入跆拳道动作、太极图案与地域文化元素，搭配“以跆会友、以武铸魂”等有力口号，统一视觉标识在海报、场馆、衍生品等场景的应用，提升 IP 辨识度。

深度融合跆拳道文化，丰富 IP 内涵。挖掘“礼义廉耻、忍耐克己、百折不屈”精神内核，将礼仪环节融入赛事流程，增设文化展示、名师讲座等活动，把跆拳道文化融入品牌故事，通过媒体传播传递文化价值，增强 IP 文化底蕴与品牌吸引力。

3.2 完善赛事体系，提升赛事质量

构建层级衔接的赛事体系，整合全国性、区域性、地方性赛事资源，打造“全国赛 - 区域赛 - 地方赛”贯通体系，明确各层级定位：全国赛打造高端 IP、提升国际影响力；区域赛承接上下、搭建交流平台；地方赛普及推广、挖掘后备人才，建立晋级机制以提升选手积极性。

丰富赛事类型，突破单一竞技局限，打造多元产品矩阵，增设群众类、娱乐类、亲子类、商业表演类赛事，如群众趣味赛、亲子接力、明星对抗赛等，覆盖不同年龄段与需求，扩大受众。

强化赛事质量管控，组建专业运营团队，规范组织流程、加强裁判培训、完善服务保障，建立赛事评价机制，收集多方反馈持续优化赛事品质。

3.3 强化创新驱动，提升IP竞争力

推动赛事内容创新 结合时代发展与消费者需求，推动赛事内容创新。在竞赛规则方面，可适当优化规则，提升赛事的观赏性与安全性；在赛事环节方面，增设赛事开幕式、闭幕式、明星见面会、粉丝互动等环节，丰富赛事内容；在赛事形式方面，尝试“线上+线下”融合的赛事模式，打造线上跆拳道挑战赛、线上技能培训等，打破时间与空间的限制，扩大赛事的覆盖面。例如，在疫情期间，部分跆拳道赛事推出线上赛事，通过线上直播、视频评审等方式，吸引了大

量选手参与，取得了良好的效果。

推动技术创新应用 借助大数据、人工智能、5G等新技术，推动跆拳道赛事IP的创新发展。利用大数据分析消费者需求、赛事运营数据等，为赛事IP打造与市场化运营提供数据支撑；利用人工智能技术实现赛事直播的智能剪辑、智能解说等，提升赛事传播的质量与效率；利用5G技术实现赛事的超高清直播、VR观赛等，提升观众的观赛体验。例如，通过VR技术，观众可沉浸式观看跆拳道赛事，增强赛事的吸引力。

4 体育产业高质量发展视域下跆拳道赛事IP市场化运营策略

4.1 构建多元化商业变现渠道，提升商业价值

深化商业赞助合作，建立多元化赞助体系，开发冠名、场地、官方合作伙伴等不同层级权益，提供个性化方案，通过联合营销实现双赢，如与器材企业合作推出定制器材，与运动品牌开展联名活动。

开发媒体转播权市场，打造多渠道传播矩阵，加强与传统媒体合作争取电视转播权，拓展抖音、快手等新媒体平台开展直播与推广，对重点赛事推出付费转播服务。

拓展衍生品开发，围绕赛事 IP 开发涵盖服装、器材、文创产品等多品类的实用、纪念性衍生品，通过赛事现场与线上渠道销售。

运营粉丝经济，建立粉丝社群与官方平台，开展见面会、训练营等互动活动，推出优先购票、专属周边等粉丝权益，针对不同群体开发培训套餐与高端服务，挖掘消费潜力。

4.2 加强产业链整合，实现协同发展

整合产业链核心资源 以赛事IP为核心，整合产业链上下游资源，实现赛事运营、场馆、器材、媒体、赞助商等主体的协同发展。建立长期稳定的合作机制，与场馆方签订长期合作协议，优化场馆租赁成本，提高场馆资源利用效率；与器材供应商合作，实现赛事器材的统一供应与保障；与媒体建立深度合作关系，打造常态化的赛事传播渠道；与赞助商形成战略合作伙伴关系，实现资源共享与优势互补。通过产业链资源整合，提升赛事IP的运营效率与商业价值。

推动产业融合发展 顺应体育产业融合发展的趋势，推动跆拳道赛事IP与文化、旅游、培训、科技等产业深度融合，培育多元化的产业业态。“赛事IP+文化”：结合跆拳道文化与地域文化，举办跆拳道文化节、文化展览等活动，提升赛事IP的文化内涵；“赛事IP+旅游”：与旅游景区、酒店合作，推出“赛事+旅游”套餐，吸引外地选手与观众前来参赛、观赛，带动当地旅游业发展；“赛事IP+培训”：以赛事IP为依托，开展跆拳道培训业务，打造“赛事+培训”的闭环模式，提升赛事IP的可持续发展能力；“赛事IP+科技”：借助新技术，开发智能跆拳道器材、线上培训平台等，拓展产业边界。

4.3 培育专业化运营主体，提升运营水平

激发市场主体活力 打破政府与协会主导的运营模式，引入社会资本，培育专业化的赛事运营企业，提升赛事IP市场化运营水平。鼓励体育企业、俱乐部、社会组织等参与赛事IP的投资、运营与管理，建立市场化的运营机制，实现赛事IP的商业化、专业化发展。政府与协会应转变职能，发挥引导、监管与服务作用，为市场主体参与赛事运营提供政策支持与保障，营造公平竞争的市场环境。

加强专业人才培养 建立多元化的人才培养体系，培养一批兼具体育专业知识、市场营销、品牌管理、媒体传播等能力的复合型赛事IP运营人才。一方面，高校应调整体育专业人才培养方案，增设体育赛事运营、体育品牌管理、体育市场营销等专业方向，培养专业人才；另一方面，加强行业培训，由中国跆拳道协会、赛事运营企业等组织开展赛事IP运营培训，提升从业人员的专业能力；此外，引进国内外优秀的赛事运营人才，借鉴先进的运营经验，提升我国跆拳道赛事IP运营水平。

OPEN ACCESS

ISSN 3105-7594（P）
ISSN 3105-7608（O）

4.4 加强国际交流合作，提升国际影响力

积极开展国际交流合作，借助国际赛事平台，提升我国跆拳道赛事IP的国际影响力。一方面，积极承办国际跆拳道赛事，如跆拳道世界杯、世锦赛、公开赛等，吸引国际选手参赛，提升赛事的国际知名度；另一方面，推动我国本土跆拳道赛事IP“走出去”，与国际跆拳道组织、国外赛事运营企业合作，举办跨国赛事、赛事交流活动等，扩大赛事IP的国际影响力。同时，加强与国际体育品牌、媒体的合作，提升赛事IP的国际传播力与商业价值。

5 结论与展望

5.1 结论

在体育产业高质量发展的视域下，打造具有核心竞争力的跆拳道赛事IP、推进市场化运营是推动跆拳道产业转型升级、助力体育产业高质量发展的重要路径。当前，我国跆拳道赛事IP打造与市场化运营拥有深厚的群众基础与有力的政策支持，赛事体系初步形成，IP运营起步发展，但仍存在赛事IP辨识度低、品牌形象模糊、赛事体系不完善、市场化运营水平低、产业链整合不足、专业人才匮乏等问题。

基于此，本文提出跆拳道赛事IP打造路径：明确IP定位，塑造独特品牌形象；完善赛事体系，提升赛事质量；强化创新驱动，提升IP竞争力。同时，提出市场化运营策略：构建多元化商业变现渠道，提升商业价值；加强产业链整合，实现协同发展；培育专业化运营主体，提升运营水平；加强国际交流合作，提升国际影响力。通过上述路径与策略，能够有效提升跆拳道赛事IP的核心竞争力与市场化运营能力，推动跆拳道产业高质量发展。

5.2 展望

随着体育产业高质量发展的不断推进，以及消费者体育需求的不断升级，跆拳道赛事IP打造与市场化运营面临着更多的机遇与挑战。未来，跆拳道赛事IP发展应更加注重创新驱动，借助新技术、新模式，提升赛事IP的竞争力；更加注重融合发展，推动赛事IP与多产业深度融合，拓展产业价值；更加注重国际合作，提升赛事IP的国际影响力。同时，需要政府、协会、企业、高校等多方协同发力，共同推动跆拳道赛事IP的高质量发展，为体育产业高质量发展贡献更大的力量。

参考文献

[1] 余泽栋，桑博闻.终身体育背景下高职院校太极拳教学探析[J/OL].武术研究,2025,(12):92-94[2025-12-28].

[2] 肖素霞.新时代医学院校医体化教学融合体育教学发展探索——以八段锦等为例[J/OL].武术研究,2025,(12):54-56+139[2025-12-28].

[3] 麻飞.体教融合视域下传统导引术在现代体育教学中的应用研究——以八段锦为例[J/OL].武术研究,2025,(12):67-69[2025-12-28].

[4] 蒙祖敏.课程改革视域下高校体育教学训练一体化路径研究[J].学周刊,2026,(01):13-16.

[5] 赵旺，王芹，周曰智.体育教师数字素养的发展逻辑、现实困境与路径[J].山东体育科技,2025,47(06):61-66.

[6] 崔行凯，郝龙，吴晓曦，等.数字化快速反馈系统在高校体育教学中的应用[J].新体育,2025,(24):56-58.

[7] 田立山.高校体育教学改革的逻辑机理及实践路向——评《新时代高校体育教学改革对策与实践探索研究》[J].教育理论与实践,2025,45(35):2.

[8] 唐永泉，殷秋豪.体育师范生数字素养培育现状、影响因素与优化路径[J/OL].河南财政金融学院学报(哲学社会科学版),2025,(06):71-75[2025-12-28].

[9] 尹彦，唐亮，郑茗芥.大学体育健美课程教学创新设计与实践研究[J/OL].体育科技,2025,(06):146-148+152[2025-12-28].

[10] 陈新华，王梦凡.体教融合视域下社会力量助力学校体育的价值意蕴、现实困境与优化策略[J/OL].体育科技,2025,(06):118-121[2025-12-28].