

## 第四节 全球背景下的奥林匹克运动

- ❖ 一、奥林匹克运动的全球化与商业化
- ❖ TOP计划：是奥林匹克全球合作伙伴计划的简称，也称为顶级赞助商。是国际奥委会创立的国际性奥运会市场开发计划，为保证奥林匹克运动充足和稳定的财源从全球范围内选择各行业内最著名的大公司，作为国际奥委会的正式赞助商，向整个奥林匹克运动提供资金支持，这是目前国际体育市场开发最成功的项目。

❖ **TOP**计划每四年为一个运作周期，每个周期含一届冬季奥运会和一届夏季奥运会。加入该计划的企业获得在全球范围内使用奥林匹克知识产权、开发市场营销等权利及相关的一整套权益回报。

## 二、奥林匹克运动组织体系与制度安排

- ❖ 国际奥委会作为国际奥林匹克运动的最高领导机构，它的职责是在世界范围内弘扬奥林匹克精神，推广奥林匹克运动授权，举办夏季和冬季奥运会，在奥林匹克宪章的基础上指导和帮助个国家奥委会和国际单项体育联合会。

# 三、奥林匹克运动的扩大化与奥运会 设项改革

## 国际奥委会提出“瘦身计划”的原因

- ❖ 1.高额的奥运场馆建设成本增加举办国负担2.过多的奥运会比赛项目，增加了观众的负担；
- ❖ 3.有些比赛项目已经不适应现代社会，有点项目只在少数国家开展得比较好，在世界范围内不具有普及性。
- ❖ 4.大量的运动员和观众给城市的住宿、交通、环境和治安都带来很多的麻烦，也增加了政府的财政负担等等，



# 设项改革

- ❖ 1.通过了**2012**年伦敦奥运会棒球、垒球将退出奥运会正式比赛项目的决定；
- ❖ 2.通过了**2020**年东京奥运会由**28**个大项缩减为**25**个；
- ❖ 3.接纳棒垒球、空手道、攀岩、冲浪、滑板成为**2020**年东京奥运会比赛项目。