

4.2 对抗是二人三角传接配合最为突出的特点之一。世界级比赛中二人三角传接配合有80%以上是在2、3级防守干扰条件下完成的。

4.3 “斜传一直插”、“斜传一斜插”、“直传一斜插”是世界级队伍二人三角传接配合最常用的配合形式,约占全部配合战术的50%~60%。

4.4 影响本项群二人三角传接配合成功率的最重要的因素有7条,其中与进攻队员有关的5条是传球队员的技术水平、临场观察能力及传出球的落点;接应队员所选择的接应路线及跑动时机。与防守队员有关的有两条,即防守队员的技术水平及比赛经验。

5 主要参考文献

- 1 田麦久,武福全,等. 运动训练科学化探索. 北京:人民体育出版社,1988
- 2 张明立. 常用体育统计方法. 北京:北京体育学院出版社,1986
- 3 卢正勇. 教育测量与统计方法基础. 福建教育出版社,1987
- 4 体育院系统编教材(足球、篮球、手球、曲棍球)

1998-05-22 收稿 责任编辑:尹 玉

竞技体育在企业促销中的优势探析

刘志坚(厦门大学工商管理学院,厦门,361005)

陈少坚(集美大学体育学院运动系)

随着竞技体育走向市场,竞技体育更有可能通过自身价值的开发和运用来促进其持续发展。与此同时,它还创造和产生了许多新的市场机会,为企业的市场开拓提供了十分有效的促销手段,迎合了企业现代促销的需要。具体表现为:首先,竞技体育有较强的观赏性,并能激发人们强烈的民族情感,因此吸引着众多的“体育迷”。这就使得企业能够利用竞技体育,在人们了解和欣赏竞技体育的同时,把企业及其产品展现在世人面前,从而使消费者了解企业及其产品,树立良好的企业形象;其次,竞技体育能塑造人们所崇拜的偶像,这就形成了市场营销学上所说的参照群体,参照群体可以向人们传递新的生活方式,改变人们的消费习惯,使人们在购买商品时产生安全感。因此企业可以利用体育明星来传递有关企业和企业产品的信息;第3,企业界对竞技体育的重视又提高了竞技体育在企业产品促销过程中的作用。事实上,已有许多企业利用竞技体育创造了许多新的市场机会,并将赛场视为传播企业和企业产品的信息、塑造企业形象、提高企业竞争能力的一种有效的场所;第4,为了追求竞技体育自身的目标,竞技体育界不断谋求竞技技术水平和竞技欣赏价值的提高,努力培养高水平的竞技运动员,改革竞技体育的竞赛组织方式,把商业企业的组织结构形式应用于竞技运动队的营运与管理。企业应该充分认识竞技体育在企业现代促销中的优势,并结合自身的具体情况有选择地加以运用。