

市场经济条件下我国体育产业存在的问题及对策

文/王晓辉 张学军

我国在2003年5月4日国家统计局印发的《三次产业划分规定》中,将体育、文化和娱乐业一起纳入文化、体育和娱乐业,至此体育产业包括体育组织、体育场馆和其他体育三个门类。从而使体育产业在国民经济的核算体系中占有一席之地。

随着以市场为取向的经济体制改革的进一步深化,体育消费呈现出广阔的市场需求和良好的增长势头,需求引发市场,市场催生利益,利益带动投资,体育产业因此成为国民经济新的消费增长点 and 投资热点,成为促进经济发展的一个重要第三产业。体育产业在我国发展虽方兴未艾,但在取得很大成绩的同时,也产生了很多急需解决的问题。

一、我国体育产业存在的主要问题

(一) 体育产业布局 and 结构不合理,发展不平衡

我国体育产业布局 and 结构不合理,发展不平衡主要表现在三方面:第一,地域发展不平衡,呈现出城乡之间 and 东西部之间的差距。由于受经济、文化、思想观念和 resource 等各种因素的影响,在我国的东部特别是沿海的大中城市如上海、广州等,体育消费水平较高,且体育产业已成为本地区的投资热点。而西部地区如宁夏等,体育消费投入微乎其微。仅以体育彩票为例2005年广州39.1亿元,甘肃2.5亿元,可见地域发展的极度不平衡。

第二,运动项目产业开发不平衡。由于运动项目的竞技水平、观赏性、普及程度和在国际上取得成绩的含金量有较大差别等方面的原因,致使其产业资源价值、市场容量 and 效益有很大差别,如足球、篮球、乒乓球、网球和田径的个别项目等市场开发已有一定规模且带来一定效益,但除此之外的其他项目难以进入市场。

(二) 相关产业潜能没有充分发挥,产业质量不高

体育产业进入市场就必须遵循市场运行的法则,通过市场对体育产业的资源配置发挥作用。体育产业的资产很大一部分表现为无形资产。在无形资产开发和利用方面,我们虽摸索出一些成功的经验,如1998年的第13届亚运会期间,有30家中外企业购买了我国代表团专用标志的特许使用权、赞助款等3800多万元,但和其他国家相比此收入差距悬殊。目前的体育产业较注意有形资产的利用,如体育场馆的租借 and 经营,但对无形资产如对各赛事活动的会徽、会标、冠名权及指定产品,各协会、俱乐部自身标志、队名价值等重视开发不够。从体育用品市场上看,高档产品市场的大部分仍被国外著名的体育用品公司直接生产或合资生产,而国内体育用品行业中的一些明星企业高档产品在整体上仍有很大差距,许多体育用品企业没能开发新的名牌产品,普遍存在着款式品种陈旧、质量低劣的现象。产业质量不高主要表现在各类体育企业的规模相对较小、管理水平较低、经营管理观念落后 and 市场竞争力较弱。大部分体育企业还处于小本经营状态,缺乏满足客户需求的能力,经营方式落后,缺乏品牌意识。面对激烈的国际竞争,我国体育用品企业能否创造出国际知名品牌将是我国体育产业所面临的严峻问题。

(三) 法律法规不完善,缺乏优惠政策的扶持

体育产业和其他产业一样,既需要国家法律 and 政策的扶持 and 引导,更需要法律 and 政策的规范。虽然目前已经颁布的《体育法》对我国体育走向法制化奠定了基础,但与之配套的立法工作迟跟不上。目前我国尚未出台高层次的体育产业法规,没有一支有力的体育执法、监督队伍对我国的《体育法》实施状况进行监督检查。如今日,中国时至彩票市场仍未有一部统一的法律来规范彩票的发行销售体制,更别论引进竞争,建立起一个独立有效的公众监督体系。正是由于法治和公众监督的缺位,集体育彩票的管理、发行、销售于一身的体育彩票管理中心,才得以“发明”自建公司创收的方式,将彩票发行各个环节的收益尽数纳入囊中。体育彩票发行本属公益事业,本应最大限度地控制发行成本,将销售所得尽可能地用于社会公益事业。而事实上,中国彩票发行市场向来缺乏监管,发行成本高昂。仅在2004年,国内两大彩票发行主管部门之一的国家体育总局,从彩票发行费中非法获利达数亿元之巨。

政策倾斜往往是一个新兴产业必要的助推剂,体育产业迫切需要政策扶持以尽快走上良性循环的轨道。在体育经济发达的国家已有成功的经验,比如对体育场馆的投资可以享受土地征用的优惠政策 and 低息贷款、对体育比赛收入和体育组织接受的捐赠可减免税收等。而我国由于体育市场发育的不完善,缺少扶持体育产业发展的明确政策,尤其在融资、赞助 and 建立产业发展基金方面没有明确的、可操作的产业扶持政策,因此在一定程度上制约了体育产业的发展。

(四) 体育产业的管理人才匮乏,结构不合理

现代企业的竞争，归根到底是人才的竞争。体育产业一方面活动的组织者、参与者，另一方面又是经营者，因此既需要精通体育知识的专业体育人才，又需要熟悉市场的经营管理人员。但我国的体育产业长时间受计划经济的影响，面对激烈的市场竞争暴露出了体育产业人才严重不足的问题。从我国的实际情况看，现有的体育管理人员多是退役的运动员、教练员，且具有高学历的体育管理人员很少。这些人中有的只熟悉运动过程，而对经营知识知之甚少，很难想象一批没有高学历、没有经营管理知识的非专业人员能经营出高效率、高产出的体育产业实体组织。

二、发展我国体育产业的对策

只有大力发展体育市场，才能满足人们不断增长的消费需求，才能使体育产业创造出前所未有的经济效益和社会效益。针对上述我国体育产业发展中存在的主要问题，我们应采取以下对策：

（一）调整体育产业结构，逐步实现平衡发展

体育产业的增長和經濟的增長是双向互动的。全国人大通过的《2010年远景目标纲要》中明确提出，体育要走社会化、产业化道路。只有充分走向市场，才能适应现代社会经济的发展趋势，只有符合社会和人民的需要，体育产业才能得以发展。知识经济时代，人们以健康、崇尚自然、追求和谐、生活充实和实现个体的全面发展为目的，它要求现代体育由社会功用性目的驱动的身体开发，向以人的全面发展为宗旨的自觉和谐转化。因此体育产业要发展必须进行结构的调整。

为解决地域不平衡的问题，可建立体育产业发展基金，启动和扶持地方龙头企业和培育骨干产业，多渠道筹措资金。通过国家财政增投资金、体育部门自筹资金和利用社会资金建设一批既能举办比赛又能向社会开放的多功能场馆，作为体育产业的阵地。同时乘西部开发之风，发展西部体育产业，提高各运动项目的竞技水平，加大比赛和表演的观赏性，为消费者提供高质量的体育产品，将促进体育产业结构的平衡。

（二）加快体育产业化改革步伐，不断提高资源利用效率和产业质量

随着人们收入水平的提高和健康意识的增强，对各类体育用品的消费需求将持续增长，国内体育用品企业必须不断开发研制新产品新工艺，并通过相应的营销手段提高市场占有率，通过技术、管理和市场营销，使国内体育用品满足国内消费者多层次、多样化消费需求的同时扩大出口量、占领国际市场。

市场经济的发展能使体育资产和资源显示出巨大的潜力，因此作为一个新兴的产业，关键是要把市场培育好。要努力开发体育无形资产，加强对商业赛事的管理，应着力把健身娱乐和竞赛表演等作为重点，并带动体育技术培训市场、体育无形资产市场、体育用品市场和体育中介市场的良性发展。从企业投资来看，由于竞技体育项目具有娱乐性和观赏性，因此高水平的竞技体育可以创造市场，有了市场就会有投资者和生产者，而投资的效益在很大程度上又依赖于所投资项目的市场能力和经营效益，因此，那些具有市场潜力的竞技项目应当受到关注。

针对我国体育产业总体质量不高、各类体育企业的规模小、管理水平差、市场竞争力不强，真正形成知名品牌的企業不多这一弱点，应加快企业的转型。从国际经验看，作为体育产业承担主体的体育企业应把重点放在无形资产的转换上，即品牌化经营。通过整合现存的体育企业，形成一批符合现代企业制度、规模化的企业集团，打造出自己的品牌企业，进而提高产业质量。

（三）建立健全体育产业法规体系，借助政策手段适度扶持

现代市场是以法制为保障的市场，没有健全的法制，各个产业都不可能得到良好的发展。为保证体育产业化进程的顺利与通畅，保证体育产业有序、稳定地发展，当今至关重要是加快和完善体育产业的法律法规体系建设，从战略的高度制定一个长远的产业发展规划，加强体育市场的立法管理，建立结构合理、层次衔接有序的体育法律法规体系，把体育产业的发展纳入法治的轨道。法制建设主要应从体育产业的主体组织、行为规范以及市场环境秩序的维护等几个方面进行。

体育产业从一定意义上讲，又是一项社会公益事业，国民的健康是整个民族素质提高的基础，是社会经济发展的保证。因此国家在培育体育市场、发展体育产业时，在规划布点、发展项目和发展产品上应给予必要的政策支持，如简化管理程序、税收优惠、利率优惠和对投资者利益特殊保护等，以吸引更多的社会资金投入体育，加快体育产业的发展。

（四）培养体育产业人才，提高体育产业管理水平

对高素质体育经营人才重视不够以及人才的匮乏，已严重制约了我国体育产业的发展步伐。因此必须彻底改革由体育工作者或行政干部管理的模式，采取多种方式、通过多种渠道加快体育产业人才的培养。如采取与大专院校联合办学的方式，在相关专业设置体育经济学科，培养体育经济管理人才，这方面复旦大学已经先行一步，2001年率先开设体育MBA专业。

总之，培养、培训、选拔既懂体育管理又懂市场营销的体育产业管理人员，是增强体育产业组织竞争力，适应多变的市场需求，实现体育产业高校发展的强有力的保证。

体育产业被誉为新的“经济增长点”，作为我国的“朝阳产业”已显示出了巨大的市场潜力。我国的体育产业尽管已有长足的发展，但其效应并没达到预想的目标。因此我们应从我国的具体情况入手，分析问题的关键所在，并借鉴体育经济快速发展国家的经验，为我国体育产业的蓬勃发展创造良好的条件。

相关链接

浅谈体育商业化
论体育对经济增长的作用
武术产业化发展模式研究
体育旅游资源的市场开发和分析
我国体育休闲产业发展策略研究
2008年奥运会北京市民个人利益研究
奥运经济对我国体育产业的发展影响研究
市场经济条件下我国体育产业存在的问题及对策

本网站为集团经济研究杂志社唯一网站，所刊登的集团经济研究各种新闻、信息和各种专题专栏资料，均为集团经济研究版权所有。

地址：北京市朝阳区关东店甲1号106室 邮编：100020 电话/传真：（010）65015547/ 65015546

制作单位：集团经济研究网络中心