

体育产业开发对吉林省老工业地区的经济效应

文/盖如彬

一、体育产业的经济效应

体育产业是指为了满足人们日益增长的体育需求而使体育产品(物质形态和非物质形态)进入生产、流通、消费和服务的产业门类。体育产业的内容,在现阶段根据体育产业发展的实际情况包括三大方面:(1)体育本体产业。指发挥和体现体育自身的经济功能和价值的生产和经营活动。主要有体育竞赛和表演业,体育健身和娱乐业,体育培训和咨询业,体育资产(有形和无形)经营业等。(2)体育相关产业。指与体育密切相关或与体育为载体向社会提供服务的经营活动。主要有体育彩票、体育用品、体育经济与代理、体育新闻与媒体广告、体育旅游、体育建筑等相关产业。(3)体办产业。指体育部门或单位利用自身条件为弥补经费不足而进行的各种生产和经营活动。如餐饮、宾馆、航空票务代理等。体育产业作为国民经济新的增长点有其内在和外在的经济效应。

从内在经济效应来看,一方面,体育产业与当前我国居民需求结构变动趋势相一致。当前我国居民尤其是城市居民的消费需求,正处于由温饱型的以物质消费为主向以小康型的精神、服务和文化等非物质消费为主的过度期。收入水平的提高带动了消费需求和消费结构的变化,人们的健康意识和生活质量意识在逐步加强,并且对此具备了实际的货币支付能力。而体育消费是满足人们健康需求的主要消费方式,也是提高人们生活质量的重要内容。作为体育产业而言,其与国民经济支柱产业有较高的相关度。体育产业属于第三产业,虽然不是支柱产业,但它和支柱产业有较高的相关度:体育产业可以明显带动机械、建筑、纺织、电子、食品等制造业,对旅游、证券、保险等相关产业的发展也有推动作用。另一方面,体育产业与我国转变经济增长的方式相一致。随着人民生活水平的提高和闲暇时间的增多,即使是逛街购物,也有越来越多的人喜欢身着运动装做为“时尚”类的休闲和放松方式;至于直接参与运动和到现场观看体育赛事就更是如此了。据有关研究报告:我国城市居民家庭体育消费1996年为186.52元,而1999年则达到了559.73元,三年内增长率达到70.22%,年增长率为17.56%,明显高出了国民经济总值的增长率,增长速度也是其它任何部门产业无法望其项背的,反映了我国城市居民体育消费的强劲趋势。

从外在经济效应来看,体育产业的蓬勃发展有利于提高产品的国际竞争力,从近几年我国运动员在国际大赛中取得的成绩看,中国已进入体育强国之列。充分利用体育强国和优势体育项目的影响力,以优良的品质和高科技含量为基础,在国际体育产业市场打造中国品牌的体育用品是带动我国其它产业的产品进入国际市场、增加国际竞争力的机。

二、吉林省体育产业开发的现状分析

在对吉林省的长春市、吉林市、通化市、四平市、延吉市等五个大中城市的体育产业市场进行大规模的调查结果中,目前,吉林省体育产业现状主要体现在以下几个方面。

1. 职业体育产业市场薄弱

由于宏观上缺乏足够的认识,导致吉林省体育用品制造业为零。吉林省在国内较有名气的四个职业体育俱乐部的经营管理普遍堪忧,基本上都是依靠政府投资才能得以“正常”运转。“体育服务业是体育产业的核心产业”,我们在市场上根本找不到吉林省制造的体育产品和体育服务产品;唯一能见到的是每个城市里的“运动器材、服装商店”和数量少、设施落后的“健身房(中心)”。目前,突出的问题体现在:首先,在吉林省做为第三产业即服务业的体育产业发展还很滞后,而分布在20多个省、市、自治区的300多万家庭体育产业实体中,吉林省一个也没有,也就是说吉林省体育产业是中国体育产业这一经济上的薄弱环节中的薄弱点;其次,振兴吉林省经济的手段和方法当然不只一种,发展体育产业也未必是振兴吉林省经济的最佳选择,但是,全球公认的新的经济增长点——体育产业,在吉林省振兴东北老工业基地经济的大环境下仍属空白

2. 健康体育产品市场体系不健全

相对于职业体育而言,健康体育产业应说是起步早但发展慢的体育产业。因为,健康体育产业虽然社会潜在价值高、未来社会效益大,但是由于其经济利益小,研究人员也少,导致如今的近乎于萧条的局面。除了在公园中可以见到一些健康体育设施之外,社会健身设施大多是“缺胳膊少腿”,零乱不堪。这和我国1995年就启动的《全民健身运动计划》极不相称。

3. 休闲体育产业市场非均衡

由于受地方经济滞后等诸多因素的影响,我省休闲体育产业市场目前突出表现出地域非均衡和时间非均衡。从地域上看,明显不及南方发达省市,这一点在高档次的休闲体育场所表现得尤为

突出; 另外全省城市和农村的体育产业开发差距扩大。2004年长春市接受调查的四家保龄球馆普遍存在不同程度的亏损。相反, 普通的游泳馆、大众健身俱乐部等休闲运动场所都有不同程度的盈利。从时间上看, 尤其是具有北方冬季特色的冰雪运动休闲场所, 在相应季节都有相对较高的经济收入。如吉林市北大湖滑雪场, 长春净月潭滑雪场, 通化市冰雪度假村等。

4. 吉林省体育产业的市场潜力巨大

尽管我省的体育产业市场目前还存在诸多需要改进和提高自己的地方, 但却不能排除我省居民特别是城市居民所蕴藏的巨大的体育消费潜力, 体育正在悄然成为全社会公民的一个消费和投资热点。仅长春市就有100余家不同规模的体育用品商场(商店), 虽然经营体育用品的零售商不是体育产业业主, 他们的利润也不是体育产业的产值, 但由此我们可以看到人们对体育的关注和对体育用品的青睐, 这势必带动体育产业的发展。

5. 大中城市体育消费成为时尚

越来越多的城市居民喜欢在周末穿上宽松的休闲运动服装去购物、远足、野餐或直接参与运动。主要原因是: 一是收入的增加会促使居民的体育消费从可能变为现实。作为满足人们享受和发展需要的体育消费, 只有在人们的收入水平足以支付生存消费并形成一定剩余后, 才有可能产生。近年来, 我省地方经济稳步持续增长, 人们生活水平逐步提高, 越来越多的人具备了体育消费支付能力。未来几年内, 随着人民生活水平的进一步提高和消费观念的转变, 必将促使这种消费的可能变成消费现实。二是消费观念的转变会让更多的居民(家庭)增加体育消费的比重。健康生活、健康体育等理念已经逐渐为人们所认同并接受。调查显示, 这种生活方式不仅给家人带来了身体上的健康, 而且使他们的心情更加舒畅, 家庭的和谐度明显提高。收入的稳步增长也将带来消费观念的进一步转变, 形成两者之间的良性循环, 这也会推动人们在休闲体育和健康、健身方面的投入的持续增加。三是余暇时间的增多为体育消费提供了时间保证。从消费者的角度看, 实现消费需要具备三个基本的客观条件: 为健康投资的消费观念; 充裕的余暇时间; 实际的支付能力。而余暇时间的增多必将导致体育消费人群的扩大。从全省大中型城市居民余暇时间的支配方式看, 体育消费作为人们余暇时间消费的一种方式已经凸显出来。

6. 体育产品制造业大有前途

目前吉林省体育产品制造业尚属空白, 还没有建立和形成体育制造业产业链条。我省市场上的体育用品全部来自外省市或国外。由于流通环节上的原因, 除个别商品是全国连锁店统一定价外, 大部分商品的市场价格都高于该产品生产商所在地的市场零售价格, 致使我省的体育用品消费者消费更多的成本。但根据目前居民的消费观念和选择消费品的倾向性来看, “地方品牌”的本身就意味着在产品生产地域内更容易建立起营销优势。

三、体育产业开发对吉林老工业区经济的经济效应

1. 体育本体产业开发复苏了老工业区经济

吉林老工业经济中80%是国有, 是最早接受计划经济的地区, 因此受计划经济的影响也最深, 在公有制和市场经济结合手段上, 没有充分认识到股份制的内涵和现实意义。当务之急, 就是尽快转变这些不适应市场经济要求的观念, 变封闭的思想为开放的意识, 变守旧的意识为创新的理念。只有这样, 吉林老工业区才能走出一条全面闯新的振兴之路。而体育本体产业的开发恰恰为吉林老工业区的发展提供了一个突破口, 因为吉林老工业区有着得天独厚的水利资源, 可以开展和承办各种水上运动项目, 比如, 近几年举办的世界名校大学生龙舟赛, 不仅展示了吉林的风貌, 同时也引来了经济发展的商机, 还有吉林有得天独厚的北大湖划雪厂, 去年刚刚成功举办完亚东会, 这不仅让世界了解、认识了吉林, 同时也吸引了很多外资, 这将为吉林老工业经济的发展起到了导火索的作用, 同时也为冰雪及水上竞技运动项目的开展提供了更广阔的发展空间。

2. 体育产业的开发带动了相关产业的发展

经济发展是循着主导部门发展带动其他部门的发展, 由一个企业的发展引发另一个企业的发展方式进行的。体育产业在国民经济中与其它产业具有较强的关联性。体育产业的发展将带动旅游业、服务业、交通、通讯、建材、食品等产业的发展, 尤其是旅游业的发展, 吉林自古有北方小桂林之称, 由于近几年水上、冰上、雪上重大比赛的成功举办, 使吉林的旅游业得到了迅猛发展, 使世界了解了吉林, 同时也使吉林走向了世界。吉林的雾凇景观、吉林的松花湖、吉林的北山、吉林的长白山等等, 这些不仅引来了八方游客, 同时也给吉林带来了无限商机, 外商投资源源不断注入吉林大地, 使这个计划经济的早产儿通过体育产业的开发焕发着勃勃生机。

3. 体育产业有望成为老工业区经济重要的增长点

一是以强身健体为基础发展体育产业, 人们有了健身的欲望, 那么就有相对应的体育服务场所的出现, 而且是多样化发展的。以单项协会实体化和俱乐部制等运动项目管理机制, 使越来越多的运动项目走上职业化道路。其中收取场租和各种服务费是健身体育的主要收入来源。只有这些机构的发展以人们的需求为主, 才能使人们参与性增强, 更好的提高经济效益。二是以娱乐性为主导发展体育产业会推动公众参与和观赏性体育产业, 从而创造巨大的经济效益。如: 大型的体育竞赛, 各家厂商、赞助商可以通过门票广告、场地内外广告、海报、纪念品、抽奖、指定商品等对消

费者提供真诚到位的服务，取得经济效益，门票、彩票、体育债券等都会带动地方经济发展。

4. “两个计划”的启动和实施为体育产业的发展提供了良好的机遇

体育产业不像某些产业的发展受到产业发展方向的限制，也不会受到日益关注人类健康问题
的环境组织和消费者组织的责难，只会随着人们健身意识的增强和社会文明的进步而日益受到欢
迎。随着中国“奥运争光计划”和“全民健身计划”的启动和具体实施，体育产业作为两个计划的
重要组成部分将得到进一步的发展，使各运动项目的发展逐步朝社会化、产业化的方向发展。

(作者单位：北华大学体育学院)

相关链接

体育经济商业化探讨
体育产业对市场经济的影响
奥运会建设项目融资的PPP模式探讨
我国体育产业发展的问题及对策研究
对我国电子足球职业化与商业化的分析
浅析奥运经济对城市房地产开发投资的影响
体育产业开发对吉林省老工业地区的经济效应
我国职业足球俱乐部股份制的发展现状及对策研究
市场经济下对我国体育经纪人管理体制的发展对策研究

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