

## 体育产业对市场经济的影响

文/陈华杰 付家林

### 一、体育产业与市场经济间的关系

1、体育是社会发展与人类文明进步的标志之一，体育作为一种群众广泛参与的社会活动，不仅可以增强人民体质，也有助于培养人们勇敢顽强的性格、超越自我的品质，迎接挑战的意志和承担风险的能力，有助于培养人们的竞争意识、协作精神和公平观念。体育对促进友谊、增强团结、改善人际关系、建立健康、合理的生活方式，创造文明和谐的社会环境都起着显著的作用。体育从竞技到娱乐、从对抗到健身，体育运动已从竞技场走向人们的身边。广大人民群众对体育的需求，造就了今天的体育市场。随着社会经济的发展，体育运动社会化和产业化发展速度日益加快。在一些经济发达地区，由于生活质量和方式的改变，人们对体育消费需求也日益增加，体育的参与型消费、实物型消费和观赏型消费促进了体育产业的发展。北京成功获得2008年夏季奥运会的举办权，有国内外权威经济机构预测北京申奥成功将以平均每年0.3个百分点的增长力度，带动“十五”期间经济增长。重视和加快体育产业经济的研究已经成为经济学界不应忽视的视野。

2、体育运动得到了普及，促进了体育消费的快速增长，各种以体育活动为主或密切围绕体育而开发的经济活动也迅速的兴盛起来，并不断的形成相应的公司、企业、俱乐部等经营实体，这些生产体育用品或提供体育服务以满足社会需求的各类行业就形成了体育产业。由这些体育产业所形成的以体育商品、劳务供给和需求及相互作用实现的商品流通总和，就形成了体育产业市场。我国体育市场虽然起步较晚，但发展很快，体育产业的领域不断拓展，发展规模也不断扩大，体育产业的质量也有所改善，体育产业的效益也明显增高。随着市场经济的发展，体育改革的不断深入，体育社会化、产业化程度的不断提高，现在体育市场逐步由过去的零星单一、主次不清，向本体为主、层次分明、全面发展推进。

3、我国体育产业已经发展到一定的规模，显示出其经济方面的优势，并在引导社会消费，调整产业结构，推动国民经济发展方面发挥出巨大的潜力。随着中国市场经济的建立和体育属第三产业的界定，为中国现代体育产业和市场经济开辟了联手共进、同步发展的新领域。市场经济有着旺盛的开发欲望和拓展及竞争需求。体育产业与市场经济越来越密切地相互介入、渗透、结缘。现代体育产业与市场经济必然形成难分彼此的全新境界。

### 二、体育产业在市场经济中的地位

知识经济时代人们的生产和生活方式发生重大变化，由于高新技术、通讯技术和计算机网络的广泛应用，生产劳动时间和体力消耗减少，主要依靠充分发挥人的聪明和智慧不断地将智力资源转化为巨大的社会财富。这种劳动生产方式导致了不活动器官功能退缩，一些生理器官功能发生病变，以及运动不足造成的“现代文明病”，心理性、神经性、器质性疾病大量出现，高血压、心脏病等各种病症逐渐增多，严重威胁着人类健康，不少中青年知识分子由于健康问题而英年早逝的例子不胜枚举。随着社会的发展，人们已经意识到体育运动的缺乏对身体健康的不良影响。人们自觉、主动、积极的参加体育锻炼已经成为时代潮流，使参加体育健身、健康、保健的群体不断增加。因此，体育产业获得了巨大的发展，体育产业成为知识经济时代不可缺少的重要组成部分，体育产业也将成为知识经济时代的重要产业热点。作为全球经济代表的美国，早在八十年代中后期，体育产业总产值就已经超过了600亿美元，到了九十年代中后期，体育产业产值更是超过了3000亿美元。

### 三、体育产业成为国民经济新的增长点

1、体育产业作为国民经济增长点，与社会经济产生越来越密切的联系，并对社会经济发展产生巨大的影响。1997年中国的国民生产总值比1980年增长了16倍，中国国民经济的持续快速增长为中国体育产业提供了良好的运行环境。从1996年到1999年，中国居民的体育消费增长了40%，平均每年增幅达12%，超过了国民总产值和国民收入的增幅，1998年中国体育消费达到1400亿元。20世纪90年代以来，体育产业作为国民经济活动的一个领域，随着中国综合国力的增强和人们生活质量的改善，正显示出体育产业对经济增长的价值，1992年党中央国务院《关于加快发展第三产业的决定》，明确将体育产业列为第三产业。体育产业作为关联面极广的上游产业，除了满足人们身心健康和需求外，还可以带动电子、食品、建筑、机械、纺织等制造业，及旅游、证券、保险、广告、博彩等相关产业的发展。在一些发达国家，体育产业作为服务业的重要领域，为社会提供众多的就业机会，1995年，美国体育产业提供了230万个直接就业机会。据有关专家研究，一个成功的国际性综合运动会，将会为承办国提供巨额经济效益。回顾1990年在中国北京举办的第十一届亚运会，

当时除了向社会集资了6亿多元外，仅旅游一项就获得了相当可观的收入。当年的9月份，只是对从北京入境的游客进行了统计，就有15万多人，旅游外汇收入达8100多万美元，还不包括从上海、广州、天津等地入境的旅游者，更没有包括广告、电视转播等收入，这是一个成功的大会，胜利的大会。

2、体育产业开发的领域不断拓展，体育产业的质量和效益在不断的提高，由于市场经济发展对资源发挥着配置作用，所以许多体育产业显示出了巨大的发展潜力。在体育比赛和职业俱乐部赛事冠名权、电视转播权等方面，有关的项目取得了很大的成绩。1998年维达杯全国排球联赛的冠名权收入是800万元。中国篮球协会甲A联赛冠名权和推广权及75%的广告场地权整体转让给国际管理集团，每年收入达300多万美元。而冠名权的收入则是俱乐部的主要收入，在男篮甲A俱乐部中，北京奥神的冠名权收入就达到了600万元，全国12家甲A俱乐部冠名权收入达到了4600万元，平均每队达到了380多万元。而每逢国际大赛，中国体育代表团在代表称号和标志的特许使用权等方面也是一笔可观的收入。

3、1984年的洛杉矶奥运会是一个成功的典范。美国商人尤伯罗斯开创了个人企业承办奥运会的先例，他像经营企业那样，经营奥运会的全部工作，采取了一系列商业化手段，把23届奥运会办成了一个空前成功的体育盛会，盈利2亿多美元，改写了奥运会的经济史。著名的德国奔驰公司，每年向体育投资3000多万美元，奔驰公司的信条是：“对体育界投入得越多，获得的利润就会越多。”诸多的事实证实了，体育界和经济界已经对双方共存共荣达成了共识。

4、世界体育已经被实践所证明，体育本身是具有巨大经济价值的，作为一种产业是大有潜力的。体育已经成为国民经济中颇有影响力的产业部门。比如日本体育产业产值在日本十大产业中排名第六位，1990年的体育产值收入达4.2万亿日元。1988年美国体育产业总产值更是高达631亿美元，超过了实力雄厚的石油工业、汽车制造业和航空业。

5、现代竞技体育商业化与全民健身、休闲、娱乐体育的不断发展，使得体育产业需求与消费日益增多，从而促进了体育产业市场的形成和发展。近年来，体育用品市场有了很大的发展，体育用品生产企业已经不仅满足中国市场需求，还有很大的出口能力。1993年10月，在西安举行了中国首届体育用品博览会，有近200个厂家到会参展，成交额达1亿2千万元，引起了海内外体育用品行业的极大关注。此后又举行了几届体育用品博览会，且成交额逐年增加，这种顺应市场经济发展需要的体育市场经济定会完善起来。

#### 四、体育产业经济发展的未来趋势及特点

1、当代经济全球化和信息技术的飞速发展，给中国经济带来了前所未有的压力，同时也带来了新的发展机遇。随着人们生活质量的不断提高，体育产业经济与人们生活的联系更加紧密，体育产业经济在社会整体经济中的地位将更加重要。

2、体育产业作为中国的第三产业正在发展壮大，现已面临激烈的国际竞争。机遇与挑战并存，中国要高效的发展体育产业，应做到调整体育产业结构，加快促进中国体育产业结构的整体优化，合理的体育产业结构可以使体育产业各部分之间发展保持平衡，可有效地利用人力、物力、财力资源；制定完善的体育产业政策，建立、健全与国际规则接轨的体育产业市场法律、法规；制定有利于体育产业发展的政策、法规，可改善投资环境和畅通国际间的投资渠道。

#### 五、结束语

21世纪是体育产业经济大展风采的世纪，缺乏体育经济内容的经济学是不完整的经济学，体育产业经济正以独特的魅力影响着社会整体经济。相信北京2008奥运会会给中国经济带来不可估量的经济效益，体育产业经济在人们日常生活中的地位越来越重要（作者单位：重庆工商大学）

#### 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