

市场经济下我国体育产业的现状与发展

文/杨爱林 周宏伟

体育,是人类一项重要的社会实践活动,体育的发展是人类文明的一个重要标志。以前,没有人认为体育活动也可以成为一个产业部门,而现在,随着我国市场经济的建立,过去的体育运作方式已经失去了它所依附的基础,如果不尽快地将这种运作方式转移到与社会主义市场经济相适应的轨道上来,体育的存在和发展将会出现问题。从近几年来国内火爆的球市、越来越多的商业体育比赛和体育彩票的发行可以看出我国体育产业化是社会主义市场经济体制改革的一个重要部分。

1. 体育产业的涵义

1.1体育产业是指为满足人们日益增长的体育需求而使体育产品进入生产、交换消费和服务的产业门类。从大体育观的角度来看,体育产业涵盖所有与体育相关的经济活动,如体育物质产品(体育服装、体育器材、体育建筑、体育饮品等)和体育信息产品(体育广告、电视广播、报刊、体育信息的传送等)以及体育劳务(体育竞赛、健身娱乐、场地出租、体育旅游等)。

1.2体育产业市场经营环境的界定。体育产业市场经营环境是指从事体育产品和劳务经营的企业受外部影响的总和。包括宏观环境和微观环境。宏观环境是指给企业造成市场机会和威胁的主要社会力量,包括政治、经济、文化、人口、法律、科技等;微观环境是指组成企业基本经营系统的因素。人们对体育的需求受居住地、性别、年龄、地形地貌、生活习惯、经济、文化生活方式之间的差异。

2. 我国体育产业的现状

2.1国际体育产业对我国体育产业给予了极大的促进

在当代,体育产业已经是全球化的产业。从体育健身娱乐、体育培训到体育比赛的门票、体育广告、指定用品和电视转播权的销售,从体育无形资产的开发到体育彩票的销售,从体育服装用品和运动营养饮料的生产到体育场馆和体育旅游业的经营,体育产业已渗透到人们的日常生活,融入到市场经济之中。从上世纪70年代以来,随着各国经济的发展,体育产业规模逐步扩大,体育的经济功能被不断开发,体育产业呈现出快速化、国际化发展的趋势。可见,体育产业在发达国家已成为名副其实的重要经济部门,是国民经济体系中不可缺少的重要组成部分。

2.2人们生活水平的提高使体育产业不断壮大

人们生活水平的不断提高是体育产业发展的前提条件和根本保证。当前,虽然我们在强调如何通过发展体育产业来拉动经济的快速增长,但是我们并没有忘记,体育产业的发展从根本上讲是要依靠经济发展来拉动的,没有人们收入水平的不断提高,体育产业的发展和体育市场的繁荣是不可能的。因此,二者之间的关系是双向拉动的,但前者是基础,是前提。考察体育产业的发展前景,首先要分析考察人们经济收入的变动情况。

2.3人民消费水平的变化直接刺激了我国体育产业的发展

随着我国经济的发展,人们收入水平的提高,可支配收入的增加,体育消费观念的改变,体育市场容量将十分客观。从世界范围来看,世界体育市场的年规模以20%的速度增长。与发达国家相比,我国目前的体育市场容量固然微不足道,但是市场潜力却不可低估。另外,体育产业的扩张与发展,不但需要适应市场,而且需要培育市场。适应市场,要求业界人士将总体市场按照消费者的需要和欲望的差别进行细分,并在细分市场基础上选择目标市场,进而选择适应体育目标顾客的特性进行促销。开发市场,则要在识别潜在的体育消费者需要的基础上,通过培育、引导、造势等手段,将潜在消费者满足需要的愿望引向某种特定的体育产业,形成对该种体育产业的需求。

2.4我国产业结构的调整对体育产业创造了新的空间

目前,我国第三产业增加值只占国民经济的32%,不仅远远低于发达国家,而且也低于处于同样发展水平的发展中国家,这就决定了我国产业结构调整 and 升级的重点,通过市场经济来大力发展第三产业。北京申奥的成功为我国体育产业开辟了巨大的空间,将有更多的公司投资到体育产业中来,我国体育产业的前景将会是一片光明。

3. 我国体育产业的发展

3.1我国体育产业的发展前景

我国入世以来,体育产业面临严峻的挑战,同时又将遇到良好的发展机遇。挑战是随着国内市场对世界的开放,尚处幼稚发展阶段的中国企业在国内的市场份额将相对减少,同时还难以大规模进入国际市场。这种挑战还包括对我国体育产业制度、体育产品制造业以及我国的体育服务业的挑战。机遇是随着国民经济的发展,人们生活水平的不断提高,社会的体育消费需求越来越大,为

体育产业提供更为广阔的空间。同时开放国内市场还可以换来其他国家开放的市场，从而为国内企业打入国际市场提供新的发展机遇。在党和政府的关心、重视下，在社会各界的支持下，在经济全球化的影响下，培育体育市场，发展体育产业，必将成为拉动内需、促进国民经济增长的重要方面。

3.2制定发展体育产业的具体策略

体育产业的发展必须有宽松的政策环境、法规保障、完善的各种体育市场。政策法规和完善的市场是体育产业的必要条件。没有政策的支持，就没有体育产业，没有法规的保障，体育产业就不能顺利地实施，没有完善的体育市场，体育产业就无法进行，三者缺一不可。各级政府要把体育产业的发展适时纳入本地的国民经济和社会发展的总体战略当中，要从宏观战略的角度出发，而不是从体育行业本身的发展来看待体育产业的培育和发展。要建立和明确总体的方向和目标，改善外部政策环境，解决综合保障问题，在战略规划的基础上制定体现一定的指导性的实施计划。

3.3提高体育产业信息市场的发展

健身体育、休闲体育、大众体育都与体育信息产品或多或少地联系在一起。例如：体育竞赛转播权的销售，它不只是体育产品价值实现的一种途径，还是体育信息活动的重要空间。信息就是市场的组织性及其内外关系变化状态有序程度的标志。体育产业信息市场以无形商品作为交易对象。信息商品的交易具有多次性和同时性，体育竞赛观看权可以多数人购买。体育信息商品，具有可疏导性，通过电子媒介和高科技手段来实现。因此，要强化体育信息商品意识，缓解体育信息商品的供求矛盾，科学管理体育信息市场，使其向着有序、健康的方向发展。

3.4挖掘社会各方面潜力，开展多种多样的体育产业

要进一步解放思想，打破体育行政部门独家办体育产业的旧观念，采取各种有效措施，大力推进社会办体育产业的进程。鼓励学校、企业、事业单位、农村乡镇和个人开展不同所有制形式的体育产业，要不拘一格，多种多样，百花齐放。引社会资金，实行资金来源多渠道。扶持民间体育组织，确定他们的法律地位，提高他们的经济能力，引导规范运作，发挥他们在吸纳社会资金，传播体育技术，提高全民运动水平的作用。

3.5满足人们的体育消费，丰富人们的精神生活

市场经济下体育产业的发展，是与市场经济下体育运行的特点相联系的，是由体育特有的功能结构所决定的，也是市场经济的发展为体育产业的发展提供了良好的条件。人民群众随着生活水平的日益提高，对生活质量也提出了更高、更新的要求。消费结构的新变化也在体育消费上反映出来，经济的迅猛发展也激发了人们对体育的需求，而每周5天的工作日又为人民群众提供了体育消费的基本条件。随着经济体制改革的不断深入，市场经济的不断发展，人们的收入也将大幅度地增加。由于多种经营方式的出现，人们的收入差距逐渐拉开，人们对体育的消费需求的层次也将逐渐多样化。许多人花钱观赏精彩的体育比赛和表演，以陶冶情操。而更多的人把着眼点转移到提高劳动者的身体素质和心理素质上，花钱买体力和脑力的恢复，花钱买健康，这都是人们思想观念的巨大转变。

3.6我国体育产业的发展要有立法来保障

根据我国体育产业的发展现状，我国应当加快体育产业相关法律法规的立法工作，以规范体育产业的发展。虽然有些省市出台了一些体育市场管理的法规，但是比较宏观、覆盖面较窄。我国应当出台与《体育法》相关的法律法规，如制定《体育市场管理条例》，可以明确管理部门的权限和职能，规定各类市场主体的法律地位、权利和义务和相关的法律责任。完善竞技表演业的法规，通过对各种竞技体育表演的立法来保护竞技体育参加者的权益，规范体育竞技赛事的赞助、转播、广告等事宜。从而促进体育产业健康快速发展。

总的看来，体育产业是社会经济文化发展的必然要求，也是我国体育的根本出路。可它在我国还是一个年轻的门类。我们必须紧紧抓住零八年北京奥运会的历史机遇，深化改革，努力创新，积极培育和拓展体育消费市场，在管理、经营和服务等方面上一个新台阶。同时还要借鉴发达国家发展体育产业的经验，结合我国社会主义初级阶段的实际，走出一条具有中国特色的体育产业发展道路（作者单位：吉林农业科技学院体育部）

相关链接

产业集群的创新机制分析
加快秦皇岛市文化产业发展研究
浅谈我国产业集群及其形成的途径
浅析构建合理的文化产业发展模式
建设创新型国家 发展图书产业经济
论产业结构调整与政府人力资本投资
创意产业集群的生成机理与政策支持
从经济学视角分析我国体育产业的发展
市场经济下我国体育产业的现状与发展

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