

市场经济活动中我国体育产业发展的可行性研究

文/刘凤婷

随着市场经济体制的全球化发展,市场经济体制迅速扩展到了各行各业。在市场经营的大潮中,高校体育发展也导入了经营的新概念,所以,如何定位学校体育?怎样开发高校体育产业?高校体育如何进入市场并参与市场经济活动?高校体育产业经营范围及其概念的界定?等等,都是当今高校体育改革的一个新课题。本文就对高校体育能否实现产业化,进入市场参与市场经济活动,提出了一些个人观点,共与各位学者商榷。

体育产业是全人类体育文化与运动技能不断发展的过程,从而使人类文明与民族文明得以不断延续与不断创新。体育产业在知识经济社会里,它是个人与社会双赢的产业,体育产业作为第三产业的重要组成部分,已经逐步成为我国国民经济发展中新的增长点。高等院校是人口密集的场所,具有稳定的消费群体、配套的体育运动设施、经验丰富的体育师资,因此理应成为体育产业快速发展的地方。

1. 高校体育产业的发展背景及现实状况

1978年后,我国体育产业化的高速发展,特别是1994年职业体育制度的实施,观众对运动员文化素质要求的不断提高,运动员对提高自身文化素质及社会生存能力培养的需求也快速增长,为此高校体育产业化发展具有了新的活力。迅速在全国各大名校组建了高水平运动队和带有产业经营性质的高校体育俱乐部的试点工作,并且许多高校体育俱乐部还大胆树立了明确的经济目标。本世纪80年代末期,我国高等学校开始实行收费制度。90年代末期,我国明确树立了教育产业化发展方向,无疑再一次为我国学校体育产业化发展创造了条件,高校体育进入了产业化的高速发展进程。

2. 高校体育产业的市场规模

在我国高等院校较为集中的北京、上海、江苏、广州等沿海地区和经济相对发达地区,高等院校已经开始了体育产业化的尝试。通过对一些数字的估算,可以了解并把握高校体育产业市场规模大概情况。例如:某省大学公共体育部的体育俱乐部,运用20%的体育课成绩调控规定,在校的大1-2两个年级每个学生必须选择参加一个自己喜欢的体育运动项目俱乐部,每人入会时必须交纳会费20元人民币,每周必须参加1次以上俱乐部活动,每次活动时间必须保持在30分钟以上,每参加1次活动计1分,累计得分必须达到20分,并将此成绩纳入体育总成绩。如果以此大学现在住校大1-2年级学生6000人计算,大学公共体育部仅此一项每学期将有12万元人民币的收入。每学年将有24万元人民币的收入,而且这个收入是固定收入。如果将此方法在全省高等院校推广,那么,此省高等院校现有在校大1-2两个年级学生30多万人。纳入高校正常规定体育教育课程计划的体育俱乐部市场规模,即可达到每学期600万元人民币、每学年1200万元人民币。如果将此方法在全国高等院校推广,那么,全国高等院校现有在校1-2两个年级学生约500万人,纳入高校正常规定体育课程计划的体育俱乐部市场规模,即可达到每学期1亿元人民币、每学年2亿元左右人民币。以上只是对我国普通高校学生直接用于体育消费支出的一个简单估算,而实际的数字远比这要大得多。如果再加上学校开发新体育项目的投资,新体育空间设施建设的投资,学生用于体育运动的相关消费,教职员工的体育消费,学校体育空间设施产业的对外经营,学校体育服务产业的经营,优秀运动员培养的经营等等,全国的高校体育产业市场将是何等的辉煌。

3. 高校体育产业的经营模式

3.1 体育场馆的有偿开放

随着我国高等教育事业的不断发展,高校体育场馆建设的力度也在不断加大,许多高校特别是一些新校区,体育场馆的数量明显增加,质量也有明显的提高,有些场馆还能够满足大型体育比赛的需要。这些场馆在承担正常的教学之外,可以进行有偿使用,在课余时间向学生开放,向社区开放。特别是通过对外开放,高校体育场馆不仅可以为高校体育产业的发展提供直接的经济支持,还可以为社会体育的发展提供良好的场馆设备,实现经济效益和社会效益的双赢。

3.2 体育用品的销售

高校是人口集中的场所,有稳定的消费人群,因此体育用品的消费也是高校体育产业发展的重要组成部分。随着高校健身热潮的兴起,体育用品已经开始成为大学生基本消费品之一,诸如网球拍等不仅是一体育用品,也是一种消费时尚。体育服装在功能上具有多样性,不仅可以作为运动服装,也可以作为平时生活、学习、休闲的普通服装,因而体育服装的销售应成为高校体育产业的一个重要组成部分。另外随着高校体育场馆的对外开放,周围有更多的居民到高校里面进行体育活动,可以向居民销售(或租赁)体育用品,不仅其本身是一项经营活动,而且也可以作为场馆开放的配套服

务。

3.3 组建健身俱乐部

随着高校大学生体育健身需求的不断增加,体育健身俱乐部的形式已经成为高校课余体育生活的一种基本方式。体育俱乐部可以根据学生的不同服务要求,制定有商业含量较高的各种不同收费标准;这种俱乐部也面向社区或全社会开放定时开放。据某大学体育部资料:游泳俱乐部的每期会员基本保持在200人以上,如果以每期3个月、每位会员交纳150元会费计算,每年即可收入12万元。另外如果再加上专门用品、专门服装等等销售,完全可能创造可观的经济收入,成为学校体育发展的经济来源之一。

据资料统计,全国近千所高校有室内体育馆的占60%,而广东、上海、江苏等地则达到90%以上,部分学校甚至是一校多馆;田径场拥有率达95%以上,游泳馆、羽毛球馆、乒乓球馆、网球场地的普及率都达到50%以上。各大高校完全可以在贯彻落实教育部倡导的“每天锻炼一小时,健康工作50年,幸福生活生活一辈子”精神理念,推广全民健身运动,进军社会健身娱乐业,对社会开放部分场馆,校方辅以咨询、指导之责,这样势必会吸引众多消费者。此举既可扩大学校知名度又能取得良好的经济效益,实现体育自身造血功能。还可以通过举办各种体育比赛与地方企业合作,发展体育赞助业,实现“校企”共赢合作,也为赞助企业树立良好的品牌形象。

3.4 举办竞技运动培训

普通高校办高水平运动队,是我国高校体育改革的成果之一,也是我国竞技体育体制改革的一个重要组成部分。1985年底,由原国家教委和原国家体委联合做出在部分高校试办高水平运动队的决定以来,经过近20年的实践,取得了可喜的成绩,为我国竞技体育的快速发展起到了重要的作用,也为高校体育产业的发展带来了新的活力。特别是许多名牌高校利用自己的社会影响和独特的招生优势,能够招来优秀运动员。此外,还可以完全运用市场的机制,利用高校体育资源,招一些小班学员,进行竞技体育后备人才的培养,用市场化的机制办竞技体育。

3.5 承办竞技体育比赛

大学生比较喜爱体育比赛,特别是具有竞争性的竞技运动,可以通过举办各种体育比赛与地方企业合作,发展体育赞助业,实现“校企”共赢合作,利用资源,增加收入,同时也为赞助企业树立良好的品牌形象。从发达国家高校体育产业发展的实践来看,高校之间体育竞赛的收益是高校体育产业发展最主要的部分。当前,我国大学校园里的篮球联赛等发展势头较好,其他一些项目还有待进一步开发。

4、发展高校体育产业的对策及建议

4.1 制约当今高校体育产业发展的主要因素是资金短缺,场馆条件差,建议体育行政领导应与校领导沟通汇报,赢得领导对体育的重视。

4.2 高校体育产业是近年来新兴的产业,有较大的市场和广阔的发展前景,对社会做好宣传工作。

4.3 体育和经济挂钩,不但能实现高校体育资源的最大化利用,而且还可以为高校创造可观的经济效益。

4.4 切实加强理论研究队伍建设,加大理论研究投入力度,牢固高校体育产业经营理论,扎实经营理论的发展支点。

4.5 高校体育产业化发展还需要一大批具备学校体育产业化发展素质的体育教师及管理人员。要求我们的在职体育教师,不但要有上好体育课的能力,还要有专门技术的训练辅导能力,还要有体育产业经营的基础知识及管理水平。

4.6 领导定期让体育教师外出进修、学习,不断充实教师的综合素质,建立适应学校体育产业化发展的竞争意识。

4.7 把握学校体育产业经营的实际状况,制定出适应本校体育产业发展需要的经营模式。

5 结论

高校体育产业经营,不仅要求有明确的经济目标,还要求有不断提高学生体质的社会目标。不仅要求在经营中体现出直接的经济价值,还要求能够在经营中体现出间接的社会价值。不仅要求能够为学生(顾客)提供正常的体育运动指导,还要能通过这种体育运动指导帮助学生形成健全的人格,培养他们热爱生活、热爱自然、奋勇进取的社会生存、竞争和创造意识。从而为21世纪人才的素质培养服务,这是体育服务的最高境界,也是学校体育产业经营的最高目标(作者单位:河南省商丘师范学院)

相关链接

市场经济活动中我国体育产业发展的可行性研究
北京奥运会对我国体育产业发展的影响
论体育赛事赞助
对河北省社会体育人才需求的研究
假日体育消费潜力开发策略的研究

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