

## 市场经济与体育产业

文/周宏伟 杨爱林

在世界高新技术飞速发展的今天,体育产业及其产业群已成为各国经济增长的重要源泉,世界各国政府都在不失时机地采取各种对策加速体育产业的发展。随着我国社会主义市场经济体系的逐步形成,体育产业在我国发展方兴未艾。也随改革开放的不断深入,我国的体育事业蒸蒸日上,发展体育产业也进入了一个全新的时期。高等院校是人口密集的场所,具有稳定的消费群体、配置了体育运动设施以及经验丰富的体育师资,因此理应成为体育产业快速发展的领域。在市场经济和高校体制改革中,如何把握机遇,利用高校现有以及潜在的多种有效的发展途径,加快发展高校的体育产业,使之逐步走向社会化、生活化、产业化、多样化就显得更为重要,实现经济效益和社会效益、教学与创收的双赢之策,是目前高校体育发展首要解决的问题。

### 一、高校体育产业化的概念

实现高校体育产业化就是转换现行体育教育机制,使体育教育适应市场经济的要求,按市场经济规律运作。包括对体育教育进行战略性结构调整,优化体育教育资源配置,大幅度提高私人和社会投资的强度和力度,提高体育教育产出的质量和投入效益,促使教育市场适应劳动力市场需求和变化。

### 二、我国高校体育产业发展现状

#### 1. 受传统思想束缚,不能与市场接轨,缺乏长远的发展目标

中国高校体育产业化发展,一方面受到传统思想观念的约束,不够开放,只注重体育课教学和课余的体育活动,另一方面受整个国家体育产业发展水平的制约,限制了中国高校体育产业化的速度。整个高校体育产业的发展尚处于起步阶段,高校体育市场的发展和开放程度,不能适应市场经济和高校体育事业发展的需要。

目前高校体育产业大多是在市场经济的刺激作用下形成和发展起来的,其数量较少,规模较小,层次较低。在一定时间内可以给学校体育产业的发展带来繁荣。但从长远目标来看,学校体育产业的发展必须注入更新的教育理念。而相当一部分办学的领导和管理者,对教育基本理论知之甚少,不熟悉教育规律,对国内外教育改革发展趋势等重大问题的理论储备明显不足,在办学思想上缺乏科学的理论指导。因此,在办学上存在着一定的功利主义和短期行为,缺乏长远的发展目标。

#### 2. 产权关系不明晰,体育资源未能得到有效的利用

学校是体育设施的拥有者,体育部或体育教研室是体育场馆的经营者,但二者往往混淆不清,产权界限模糊。有形资产和无形资产的所有权不明晰,部分资产多头管理或无人管理,责、权、利分配不合理,激励作用减弱,致使经营管理效率差,造成资产闲置和资源的浪费,从而影响了高校体育改革的进一步深化,制约着高校体育产业化发展。

近年来,我国群众体育参与率逐年提高,而在城市中可供居民进行体育锻炼活动的场所、设施严重不足,目前,我国在这方面的投入发展,远不能满足居民快速增长的体育锻炼的需要。从另一方面看,国家对高校的投入逐年加大,高校体育设备功能也都较为齐全,在满足学生教学和课外活动的同时,还能为全民健身提供好的服务设施。高等院校在教学、科研、训练等方面都聚集了本专业的一流人才,也能解决社区体育缺乏体育指导员的问题。但是,现阶段群众体育和学校体育的脱节,造成了高校体育教育资源的闲置和群众体育资源严重不足的矛盾。如何有效的利用高校的体育场馆,如何协调群众体育和学校体育的关系,成为了促进高校体育产业发展的重要因素。

#### 3. 缺乏市场经济条件下的运作意识和手段

对体育产业的认识滞后,思想保守,缺乏产业意识,对高校体育产业潜力和发展前景认识不足。经营管理形式单一,没能充分利用机遇,大力发展高校体育产业。目前市场经营管理者普遍存在的问题是:第一,对体育市场分析研究不够,缺少对市场的深入调查;第二,由于市场经营管理者素质偏低,经营决策的灵活性和应变性较差,市场分析能力差;第三,经营管理水平低,经营组织内耗大,资源严重浪费,效益不好;第四,缺乏先进的理念,不能有效地开拓市场。这都严重影响高校体育产业的深化。

#### 4. 推动高校体育产业发展的人才缺乏

拥有一定数量的高水平的体育经营管理专业人才,是一所高校体育产业发展的基本条件和必要基础。一般来说,体育产业的经营者和管理者需要具备市场经营和体育运动两方面的知识和经验。而目前我国高校体育产业中的人才现状是,具备体育知识的人不具备经济知识和市场经验,而具备经济知识和市场经验的人又缺乏体育知识。从一定意义上讲,当前我国高校体育产业发展中存

在的一切问题归根结底是体育产业的人才问题。就高校体育产业发展而言，当前我国缺三类人才：一是负责体育教育产业、体育教育市场规划、监管职能的高校行政干部；二是高素质的体育企业家和高校体育经纪人；三是体育营销人才和体育产品研发人才。

### 5. 缺少市场化运作的商业赞助

体育赞助促进了体育运动的发展，高校体育没有依靠商业规律和市场规律来运作。获得的企业赞助也只是一小部分，企业还没有真正把高校体育运动作为提高企业知名度的一个窗口，没有把校园体育运动作为企业文化来发展。学校领导层和管理层不仅要懂得体育知识，还要有企业、市场、科学管理、经济管理等方面的知识。要想办法广泛吸取社会资金，弥补学校资金不足的问题，从而加快发展高校体育产业。

## 三、发展高校体育产业的措施和对策

### 1. 转变观念、更新体制，建立与市场经济相适应的体育产业思想体系

多年以来，由于国家财力有限，福利性的教育事业支出不得不让位于生产性支出。体育教育的组织者也仅把体育教育看作是社会的一种浪费，并不追求经济效益，体育教育的规模、数量，以及对体育的需求都受到财政拨款或福利基金的限制。显而易见把体育教育限于事业型之中，已不能适应社会主义市场的需要。因此，学校体育教育在由事业型向产业型转变的过程中，让学校体育产业更加适应市场经济改革的规律，这就要求学校体育教育必须转变教育观念，更新教育体制。

### 2. 充分利用资源优势，提高高校体育产业的专业化和特色化水平

各高校应根据本校的实际情况，制定出相应的、科学合理的高校体育产业发展规划。充分利用高校现有资源，通过提高专业化水平和培育有自身特点的体育产业来促进高校体育产业的发展，并要以大众喜闻乐见的体育运动服务为突破口，提高高校体育产业的专业化水平，形成一批社会分工明确、服务配套规范、经济运作独立的体育服务机构，利用得天独厚的自然条件，加强与社会各部门的横向联合，形成一批具有高校特色的体育产业服务机构。

### 3. 建立结构合理的高校体育市场体系

按照国家制定的《体育产业的发展纲要》精神与对我国加入WTO和申奥成功后给高校体育产业带来的机遇和挑战，高校要积极引导发展体育消费，实现高校体育消费稳步增长，积极扩大高校体育产业规模，逐步形成以体育教育、体育竞赛表演、体育中介、健身娱乐市场和体育用品为主体的多种形式，共同发展的体育市场体系。紧紧围绕高校第三产业的总体目标，加强高校体育的产业经营，充分利用其资源优势，使高校体育产业布局和资源配合理化。

### 4. 注重培养国际化高校体育产业人才，提高我国高校体育产业的竞争力

国际体育产业的竞争，实际上就是体育产业的人才竞争。为缓解我国高校体育产业人才流失，关键在于要提供一个有利于引进人才、留住人才的发展环境，要解决利益机制、创新环境和工作条件等问题，因此要建立人才评判评估机制，加强人才培养和引进工作，形成一支懂技术、会管理、具有相关经济和法律知识的专门性人才队伍。这也是我国高校体育产业在世界服务贸易商海中得以不断成长壮大的基本条件，从而进一步提升我国高校体育产业品牌和产品的竞争力。

### 5. 采用校企联合，共扩校企知名度

多数高校都拥有自己的运动队，由于运动队在参加比赛时所需经费都是学校自己来负担，使各高校在经费支付上存在一定的困难，进而运动队外出参加比赛、交流的机会减少，有时不得不放弃参加一些比赛，这样的情况下，高校应主动将运动队推向市场，开展与企业联合办队，由企业出资解决比赛、训练的费用，运动队冠名企业的名称参加比赛，既提高企业的知名度，也可不断提高运动队的技术水平，从而达到增加学校的知名度和声誉。同样，学校体育活动的开展也可以积极争取企业出资赞助。争取费用的也可以通过参与企业的工会活动，指导企业体育文化活动和运动队的训练，这样就丰富了发展高校体育产业的形式。

随着市场经济的不断繁荣，大力发展高校体育产业化是高校体育深化改革，自我发展的必然要求；高校体育产业及运行机制必然要发生符合市场经济运作规律的变革，也是高校体育主动适应社会发展的必然趋势。现阶段高校体育产业具有以福利体育为主，商业体育为辅助的特征。高校体育产业有着其他体育产业所无法代替的优势，高校应充分发挥和利用自身优势和有利条件，使高校体育产业在市场经济中展现出更为广阔的前景（作者单位：吉林农业科技学院体育教学部）

## 相关链接

[透过雅典奥运会看北京奥运经济的发展](#)  
[浅析奥运经济与体育产业的互动关系](#)  
[论我国的体育消费结构](#)  
[市场经济与体育产业](#)  
[后奥运经济](#)  
[体育产业化的现状与发展对策](#)  
[对转型时期影响我国体育经济发展因素的分析](#)  
[探讨二十世纪八十年代以来奥运营销的成功历程](#)

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