

市场经济框架重庆市体育产业发展解析及策略研究

文/白成良 秦荣廷

我国现已初步具备市场经济框架,法律体系日益完善,市场经济成为我国经济的主导方式,这为发展体育产业创造了良好的条件。特别是加入WTO和申奥成功将为我国体育产业发展带来前所未有的机遇,但同时也遇到严峻的挑战。作为最年轻的直辖市重庆地区体育产业的发展也面临机遇与挑战并存。一方面是西部大开发战略的逐步实施将促进国民经济保持较快的发展速度,人民生活水平的显著提高和经济结构的战略性调整,为体育产业的发展提供了广阔的空间;一方面重庆市城镇居民体育消费支出仍处于较低水平,体育消费以实物消费为主制约这一因素的主要原因为时间缺乏、经济支付能力低、体育场馆严重不足等的挑战。

一、国内、外形势对重庆体育产业发展的影响

1. 国外体育企业强有力的竞争

经济全球化是世界经济发展不可阻挡的潮流。经济全球化主要包括贸易全球化、要素流动自由化和金融全球化三个方面。经济全球化对我国体育产业的影响主要表现在世界上一些著名的跨国体育公司纷纷进入中国体育市场,并在部分体育市场上形成一定程度的垄断。随着中国加入WTO国内的体育企业在“十五”期间将会在国际国内两个市场上与国外同类企业展开更加激烈的竞争。

2. 体育市场主体不成熟

体育市场主体主要指体育产品的生产者、经营者和消费者。从供给方看,市场主体不成熟主要表现在企业规模小、组织形式不规范、经营方式落后、生产和经营的商品数量和品种单一,营销手段和方式陈旧、市场反应速度慢以及创造需求的能力弱等方面。从需求方看,市场主体不成熟主要表现在体育消费者的观念还没有完全转变,消费能力和水平不均衡,消费结构也不尽合理。

3. 体育市场管理不规范

体育市场管理不规范主要表现在三个方面:一是体育产业管理体制没有理顺,多头管理和无人管理并存,部门式条条管理按照原有体制有强化的趋势,部门分割、地区保护问题严重;二是尚未建立起统一、高效的行业监察、预警、评价、统计、考核体系和行业发展、投资、经营的信息系统;三是缺少扶持体育产业发展的明确政策,尤其是在用地、融资、税收、赞助、建立新产业发展基金等方面没有明确的可操作的产业扶持政策。

4. 高素质体育经营人才匮乏

目前我国体育市场缺乏的经营人才主要有两类:一类是高素质的通才:主要指知识结构合理、能力素质全面,并具有一定人格魅力的体育企业家队伍;一类是学有所长、技有专项的专才:主要指对某一项目市场的商业化运作有实际营销经验和技能的销售人员队伍。目前这两类人才在数量和质量两个方面都严重欠缺。

二、重庆体育消费水平和意识

1. 重庆市城镇居民体育消费意识

体育消费观念已普遍被重庆市城镇居民所接受。同时,重庆市城镇居民日常生活与体育联系越来越紧密,并引申到“终身体育”这一认识上,即75.6%的居民认为人的一生应该经常锻炼,有23.6%的居民同意这种看法,但自己做不到,只有1.8%的人表示不接受这种观念。自发参加体育健身、消费已成为了一种新的时尚,许多人把参加体育活动看成是改善生活方式,提高生活质量和文明程度的重要手段。这是一种可喜的变化,这将预示着加强体育健身的组织与管理,使全民健身活动健康地、稳步地向前发展,是我们首要应该解决的问题。

2. 重庆市城乡居民体育消费基本情况

调查统计显示,2004年被调查者中参加过体育消费的占43.8%,参加体育消费者个人年平均体育消费294元,这一水平比2000年中国城乡居民体育消费水平高出很多,说明重庆市体育消费已初具规模。但是,与北京、上海参加过体育消费的人数比例相比,仍存在一定差距。从居民体育消费来源看,“自费”、“自费多公费少”、“自费少公费多”、“公费”消费的比例分别为76.8%、13.2%、6.4%和3.6%,的层次。对2004年的体育消费调查中,消费200元以下的占了49.2%,消费在200~400元的占32.8%,两者之和81%。仅有19%的人口体育消费为500元以上。较2003年人口消费水平有所增加。体育消费作为新兴的产业蕴藏着巨大的潜力和商机,它必然为体育产业提供了广阔的市场,在拉动我国国民经济增长方面起到了积极的作用。

3. 重庆市城镇居民生活消费结构水平

一个国家、地区的经济收入决定着该地区人们的消费水平、消费结构、消费方式。调查

中发现,2004年重庆市城镇居民的收入稳步提高,生活质量继续得到改善。2004年全市在岗职工平均工资16020元,比上年增长11.7%,城市居民就业者负担系数为1.78,比上年增加0.07,城镇居民家庭年人均可支配收入为10276元,比上年增长6.4%,在收入增加的同时,城镇居民消费支出亦平稳增长。2004年重庆市城镇居民年人均消费支出为8475元,与上年同期比,增长2.3%。最高收入居民家庭年人均可支配收入为22613元,比上年增长6.9%,最低收入居民家庭年人均可支配收入为5759元,比上年增长9.4%,高低收入户的平均可支配收入之比为3.99:1。

4. 经济条件对居民体育消费的影响

重庆市2003年人均国内生产总值为10826元,城市居民人均可支配收入为10896元,农民人均纯收入为1737元,虽然经济增长和收入增加的速度十五期间一直保持在9%以上,但在总体上仍处于中低收入阶段,在这样的经济状况下,体育消费对多数人来说还是奢侈品,参加体育消费无论是在人数上还是在金额上都处于较低水平也就不足为奇。因此,经济收入对体育消费的影响相当大。

5. 其它客观因素对居民体育消费的影响

调查表明,影响重庆市居民体育消费的因素还有“缺乏场地、器材”、“缺乏技术指导”、“体育消费品种少、价格高”、“体育比赛缺乏吸引力”等。重庆市体育场地受地型条件限制较大,多山、坡陡、沟壑多,使适合人们锻炼的场地较平原地区少得多,影响了人们适时锻炼的积极性,从而影响了体育消费。

三、重庆体育产业发展的措施

1. 扩大体育消费,满足社会需求,提高体育消费水平和意识

消费观念对体育消费的影响相当大,体育消费观念又主要受体育价值观的影响。随着社会经济的发展,目前,重庆居民体育价值观比改革开放前有很大的变化,花钱买健康的观念越来越深入人心,人们在满足了物质生活的需要后,在精神消费领域体育消费、体育娱乐消费成为这部份人生活的必需。对于体育消费观念,除客观现实生活条件决定外,多渠道的社会体育宣传、《全民健身计划纲要》的大力推广、健康延寿的作用以及从体育中获得娱乐需要都会对居民消费观念产生向体育消费倾斜的效果。

2. 健全以政府为核心的宏观调控体系

要重新界定政府在体育中的职能和作用。政府的职能就是提供体育领域的公共物品,要建立体育市场,监管体育市场,政府的职责不是去挣钱,而是要引导投资者有秩序的、有规模的去挣钱。要以地方分权为主,主要是加强地方的体育管理职能,中央主要是提供跨区域性的全国性的乃至国际性的公共物品,包括大型公共体育基础设施的建设。成立一个由府出面,体育和相关职能部门共同组成的跨部门的综合性的促进体育产业发展的办公室,统一协调共同促进体育产业的发展。

3. 构建以城市为重点、民营化、外向型的体育产业发展模式

在发展进程中,首先以城市为重点选择非均衡发展的模式。第二向民营化发展,体育产业非国民经济的命脉,可以更多的引入非公有制经济成分,加大发展民营体育企业的力度,培育一大批实力雄厚的民营体育企业或混合经济的企业,把民间资金转化为民间资本促进体育产业的发展。第三构建多元的投资机制。第四外向型的产业市场。包括两个方面,一是投资资金的外向,尽可能创造和改善有利于体育产业发展的投资环境,把引资作为发展初始阶段的重要措施,争取更多的外来投资。二是消费市场的外向。可以大力发展受欢迎的以体育旅游、野营、生存训练、攀岩、摩托、汽车、少数民族体育为内容的体育产业项目。

4. 形成具有西部特点,结构合理的体育产业体系

构建西部的体育产业体系,要在形成特点和优势上下功夫:一是利用西部的自然资源优势和少数民族体育资源优势,形成具有西部的地域特点的产业体系。二是正确选择主导产业。充分发掘和利用体育资源优势 and 特点,选择主导产业,打造体育产业的精品和品牌,通过主导产业的带动作用,促进相关体育产业的发展,形成具有西部特点,结构合理的体育产业体系。

5. 建立体育产业人才培养机制

除了体育学院之外,有条件的高等院校可以逐步设置培育体育产业人才的专业或者设置相关的课程,通过学历教育、继续教育相结合,送出去,走进来的方式,培养既懂体育又善经营管理的复合型人才。

6. 构筑中央和地方、东部与西部地区在体育产业发展方面的沟通渠道

一是会议机制。通过定期召开关于西部地区体育产业发展问题的会议,形成关于发展的决议、行动计划,以此制定相应的产业政策。二是研究、分析机制。重庆体育产业发展机制中的机构体系,特别是它的各种专业委员会应该在国家体育总局和重庆政府的支持下,就重庆体育产业的发展问题进行宏观和微观研究,对发展问题进行政策分析和对发展项目效率进行评估,此举将有利于发展计划的实施成功。三是支援与操作机制。在重庆体育产业的发展过程中,由其综合机构来负责发展项目的可行性研究,提供技术合作项目和筹集前期投资所需的资金,专门机构负责具体操作。

7. 加大对大型赛事的投入,发挥优势体育项目

重庆被誉为“新中国体育事业发源地”,体育历史悠久。自古以来,武术、摔跤、对弈、龙

舟竞渡、凫水、登山、舞龙等体育活动就在巴渝地区流传。重庆有着中国最火爆的球市、最狂热的球迷和甲A足球队。大田湾灯光体育场可容纳4万观众。田径场有西南、西北地区第一条塑胶跑道。重庆体育正向产业化、市场化发展，体育产业逐步成为新的经济增长点之一。重庆奥林匹克体育中心已经投入使用。2008年北京奥运会预计总投资为3000亿元，将会吸引来华人数逾千万。奥运会举办当月，除3万余名各国运动员、教练员和记者外，还会有百万人的游客大潮。如此巨大的外国资金和人员涌入，带来了体育产业千载难逢的无限商机，西部体育产业应乘机而动，在巨大的消费市场中抢占一席之地。同时，举办奥运会还需要引进国外先进的管理思想和方法、体育科研成果和先进的体育器材设施。它必将冲击我国体育管理的各个层面，改变落后的管理思想与体制，完善现有的体育设施，提高运动竞技水平和推动全民健身运动的开展（作者单位：重庆文理学院）

相关链接

市场经济框架重庆市体育产业发展解析及策略研究
发挥经济杠杆作用，推动我国高校体育经济发展
健身俱乐部管理者胜任力结构方程模型分析
后奥运时期广西体育产业发展战略研究
我国体育健身消费的现状与对策研究
对我国武术产业经济化运作的思考
乐山体育旅游开发初探
论我国奥运经济环境下职业教育发展的机遇与挑战
人力资本理论与体育教育投资的经济意义

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