

文章编号:1001-747 (2001)04-0004-04

启动体育消费对扩大内需增长作用的经济学分析*

杨铁黎¹, 张建华², 许松涛¹

(1. 首都体育学院, 北京 100088; 2. 北京师范大学 体育系, 北京 100875)

摘要: 运用经济学原理分析论述了扩大内需对我国国民经济持续发展的重要作用, 并根据我国经济发展的现状和居民的收入、储蓄、消费结构等经济指标进行了综合分析和论证, 得出目前启动体育消费, 发展体育产业, 对于扩大内需增长点不仅十分必要, 而且是可能的结论。

关键词: 体育消费; 扩大内需; 经济学

中图分类号: G80-05

文献标识码: A

Economic Analysis on the Effect of Sports Consumption for Expanding Domestic Demand

YANG Tie-li¹, ZHANG J-hua², XU Song-tao¹

(1. The Capital Institute of Physical Education, Beijing, 100088;

2. Department of Physical Education, Beijing Normal University, Beijing 100875)

Abstract: With the basis of economic principle, the profound significance of developing sports industry, expanding domestic demand and sustainable economic development in China has been studied in the paper. According to the current structure of economy in China and the status of Chinese income, savings, consumption, the paper attempts to explore the necessity and feasibility of expanding domestic demand with developing sports industry.

Keyword: sports consumption; enlarging domestic demand; economics

1 我国居民的消费潜力分析

我国目前面临的主要难题是内需不足, 我们的政策是刺激消费, 那么我国居民的消费潜力是直接影响扩大内需的前提条件。尽管我国政府几年来多次降息, 但人民的储蓄却连年上升, 到 2000 年我国居民储蓄总额已达 6800 万亿。我国高储蓄率的存在, 原因是多方面的, 如传统节俭观念驱使, 存款实际利率居高的诱惑, 投资预期偏低的阻力, 社会保障制度的不健全, 导致人们的被动储蓄等。但也要看到, 高储蓄是启动人们消费、提高人们物质文化生活水平的现实条件。因此, 国家须要采取措施, 使居民储蓄加快运转, 提高资金的使用效率。总之, 人民消费水平的提高不仅有利于提高全体人民的物质文化水平, 激发他们的工作, 生产和生活的积极性, 而且有利于实现生产和消费的良性循环, 形成推动经济增长的强大动力。目前我国居民的 6 万多亿的储蓄 80% 是归 20% 的人所有^[1], 这些人口相当于一个美国或两个日本的总人口。这说明我国是一个消费潜力较大的市场。

我国目前的需求不足, 虽然是低水平的, 但只要我们合理的刺激需求, 就有利于供给的增加, 拉动经济的增长, 这实际上是市场调节机制发挥作用的过程。只要我们遵循

市场经济的客观规律, 通过扩大内需, 一方面可提高原有商品市场的投资, 另一方面可以开拓一些新市场, 如房地产市场, 教育市场、旅游市场, 体育市场等。这无疑是对于我国市场体系的建立, 起到积极的推动作用。

2 启动消费与扩大需求的经济学关系

投资的最终目的是提供满足人们消费需求的产品, 所以在国内消费需求和出口需求没有扩大的前提下, 投资需求也难以扩大。投资是中间需求, 受最终需求的制约, 不可能无限制地增长。再有, 从社会再生产过程的四个基本环节(生产、交换、分配、消费)来分析, 消费是生产的目的, 社会产品在经过生产、交换、分配环节后, 也必须通过消费环节才能实现其价值。也就是说, 没有消费需求的扩大, 就不会有生产的扩展。故此, 按市场经济的资源配置方式, 决定了消费需求在经济增长中的作用。当前我国正处在建立社会主义市场经济的转轨时期, 市场经济以市场“看不见的手”调控全社会的资源配置, 它是一种需求导向型经济。而市场需求首先是消费需求。马克思说过:“消费的需求决定着生产。”^[2]通过消费满足了需求, 又会形成新的需求, 新的需求又推动生产不断发展, 促进经济增长, 而经济增长的结果又会增加居民收入, 扩大消费需求,

* 收稿日期:2001-04-01 修回日期:2001-05-12

作者简介:杨铁黎(1958),男,吉林长春人,首都体育学院副教授,博士。研究方向:体育市场。

从而形成消费需求与经济增长之间良性的循环, 促进整个国民经济的发展。

消费需求不足制约经济的增长。马克思说过: “没有需求, 就没有生产。而消费则把需求再生产出来。”^[2]消费始终是整个经济活动的出发点和归宿点。一定时期内构成国民生产总值的最终产品中包括投资, 消费和净出口, 而真正的能成为最终产品的只能是消费, 如果缺乏消费或消费需求不足, 就会分割经济发展过程中的生产、分配、消费、再生产的有序规律。我国已初步形成的买方市场表明: 我国市场存在的消费需求不足。这种消费不是造成了工业企业生产能力大量闲置产品库存积压, 从而制约了企业的资金的周转, 严重影响了企业的经济效益, 阻碍了企业的扩大再生产。还有从短期看, 只有消费需求才是经济增长持久的拉动力量, 特别是经济启动以后, 必须有消费增长的配合, 才能把行政启动变为市场启动, 促进经济持续增长。据测算, 从 1978 年到 1996 年我国的 GDP 增长中, 消费的贡献率为 61.7%, 也就是说 GDP 每增长一个百分点, 消费就能拉动经济 0.6 个百分点以上, 可见消费对拉动经济的重大作用^[1]。

近年来, 我国政府为了扩大内需, 启动消费, 采取了一系列措施: 1996 年以来连续 7 次降低利率, 并征收利息税; 1996 年开始进行住房制度改革, 刺激社会有效需求; 推进高等教育产业化进程; 大力发展旅游业等。总之, 我国政府对于刺激消费, 拉动内需确实出台了很政策去调控, 希望启动消费市场, 但从前国内消费的市场情况来看, 虽然消费比去年或前年有一定的回暖, 可上升到使经济彻底活跃, 仍需要其它方面消费的刺激拉动。

3 启动体育消费对刺激内需增长的经济学意义

随着 1994 年宏观紧缩政策的出台, 中国经济增长速度开始减慢, 社会商品零售物价指数逐年大幅下降, 实现了“软着陆”。但是连续几年的速度下降形成一种下滑惯性, 中国在居民人均收入不足 1 000 美元的低水平下出现了供大于求的相对过剩, 尽管近几年, 国家对于刺激消费, 拉动内需采取了一系列的措施, 但通过几年的实际效果来看, 结果不是很理想, 内需不足仍然是今后国家经济所面临的最重要的困难。因此, 在这种客观经济形势下, 只有寻找新的经济增长点, 才能打破供给相对过剩和消费需求不足的局面, 扭转经济增长速度下滑的趋势, 保持经济适度快速增长。

所谓新的经济增长点是指在经济发展和产业优化的过程中, 产业关联效应较强, 能够将整个国民经济带动起来的产业。一般应具有几个特点, 第一在整个国民经济总产出中已占或将占较高的份额; 第二, 产业关联度高。它的发展能够带动整个经济体系的增长, 在产业体系升级中发挥重大作用; 第三, 整个产业及产品有着广阔的市场前景和潜在的巨大的社会需求^[1]。根据上述条件, 在我国目前除了房地产和教育外, 体育产业也具有这种新的经济增长点的所具有的条件。因为, 从近几年发展情况而言, 体育

产业在北京、上海等大城市中常年都以超过 20% 的产值增长。并且体育产业关联着其它产业, 如服装业、器械、饮料等, 体育产业是一个上游产业, 它可以带动一系列相关行业。再加上人民生活水平的提高, 对健康需求日益强烈, 因此有着广阔的市场前景和巨大的社会需求。

3.1 启动体育消费是时代发展的需要

体育作为一种社会现象, 从一开始就既有一定的独立性, 有它自身的规律。同时, 它又是整个社会结构的一个主要组成部分, 在社会发展中具有重要的作用和功能。我国的体育事业在不同的历史时期, 曾在社会主义各方面建设中发挥过诸如增强人民体质、打破外交封锁、展示我国综合国力激发爱国热情等方面的作用。

90 年代中期, 随着我国经济体制改革的不断深入, 体育又被赋予了新的使命, 使体育向产业化发展, 来带动经济的发展。我国体育在市场经济条件下发展的现状, 为我国消费不畅, 内需不足, 通货紧缩的经济困难的解决提出了新的方案, 体育作为产业又走向经济主战场, 作为当前经济发展新的经济增长点受到政府的高度重视。朱镕基总理在九届全国人大二次会议上所做的《政府工作报告》中指出: “积极引导居民增加文化、娱乐、体育健身和旅游消费, 拓宽服务领域”^[3]。这是政府建国以来第一次在政府工作报告中阐述经济问题时涉及体育。另外, 1999 年 7 月, 由国务院研究室、国家体育总局政策法规司和国家计委社会发展司在北京联合举办了“体育产业与经济”研讨会, 由国务院三个职能部门联合研讨体育产业发展大计, 这也是新中国经济发展史上首次。

3.2 启动体育消费, 发展体育产业

我们之所以把体育消费作为新的消费热点启动内需, 除了看中其巨大的拉动作用外, 还在于我国目前严重的内需不足阻碍着经济的更快发展。体育消费能促进体育产业的发展, 直接刺激其它产品的消费。体育产业是一个上游产业, 它的发展将带动各相关产业的发展, 使国民经济向好的方向发展, 解决现实经济的困难。

(1) 体育消费可以增加国民收入, 使国民生产总值以较快的速度增长, 使国家的经济实力在处于其他行业不景气的情况下, 仍保持平衡发展。因为, 体育产业已成为国民经济体系中占显著地位的第三产业中的重要行业。以美国为例, 1995 年, 美国体育产业的产值增加到 1 520 亿美元, 居国民经济的 11 位^[4], 而 1999 年则增加到 2 000 亿美元, 成为国民经济的支柱产业。同样, 日本、意大利、英国等发达国家也都十分重视体育产业发展, 并对本国的经济增长起到了重要的作用。

(2) 增加就业机会、减少失业人口、增加人民收入。就象任何产业的发展, 任何企业规模的扩大都需要补充劳动力去生产更多的产品一样, 体育消费的增加所引起的体育产业内各部门产品需求的增加及相关产业产品需求的增加同样需要大批工人进行生产、销售, 以满足广大消费者进行消费的需求。因此一部分处于失业状态的工人重新走上了工作的岗位, 获得了收入, 从而又有能力去消费其他

产品,使经济发展进入良性循环。从经济学角度讲,一个国家不管发展的怎样,只要有较高的失业率,大批的工人靠救济生活,就不能说该国的经济发展态势良好。所以体育消费能给国家解决失业问题对经济有极大的促进作用。90年代初,仅英国体育产业一年就解决了30万个就业机会,新的工作机会带动了很多行业的发展。

(3) 增加政府的税收。我国中央电视台在悉尼奥运会期间,收视率大副提高,随之广告收入也大副上升,税收也相应增大。据统计,9月份中央电视台广告收入达6.8亿元,比去年同期增长了3.8亿元,缴纳营业税3400万元,与去年同期增长125.67%。这些资金又通过各种渠道,重新投入到体育领域;促进体育运动水平的进一步提高,吸引更多的人热爱和从事或欣赏体育比赛,进行体育消费,促进经济的进一步发展。

3.3 启动体育消费的可行性

经过理论界的反复论证,体育产业最终以第三产业的一个新兴行业正式的走向市场。它属于为提高和满足人们物质文化和精神文化需要的服务行业。近几年,随着我国的经济的快速发展,包括体育消费在内的社会娱乐服务业发展很快。如果把生存需求作为人类的第一需求的话,那么体育消费则属于“第二需求”,这也符合当前学术界把社会需求分为三级的观点即生活需求,享受需求及发展需求,体育需求则属于享受需求和发展需求阶段,它是满足人类自身发展和精神享受高层次的需求,是市场经济发展到一定阶段,人们物质生活达到一定水平,对精神文化产品需求扩大的产物。也就是说,只有人们的物质消费在一定程度上得到满足,才有可能追求精神上的消费,经济的发展和人民生活水平的提高对于体育消费的活跃起到了积极的作用。

从市场的角度讲,影响市场的最主要的经济环境力量是社会购买力,它是构成市场的要素之一,市场需求的大小,归根结底取决于购买力的大小。而社会购买力的大小取决于国民经济的发展水平和国民平均收入水平。人们的生活水平状况决定着人民和消费水平和消费趋向,收入水平的提高为消费水平的提高和消费结构的改善创造了重要条件,同时也为启动体育消费提供了必要的条件。

我国自改革开放以来,特别是十四大明确提出建立社会主义市场经济体制以来,我国经济出现了前所未有的发展势头。国民经济增长率1993年到99年的年平均增长9.8%的持续高速增长,人民群众的生活水平也不断提高,城镇居民人均收入,1990年为1572.7元,到了1995年城镇居民人均实际收入增长到4288.09元,到1998年增长到5458.34元。同时人民的消费结构方面也发生了明显变化。恩格尔系数是反映国民生活水平阶段的重要指标之一。我国近几年城镇居民的恩格尔系数连续走低,1995年为49.9%,1996年为48.6%,1997年为46.14%,98年为44.5%^[5]。从这些数据来看,我国人民生活水平已基本达到小康水平。由于恩格尔系数的下降,使人们收入中的其它有效支出扩大,为更高一层的消费提供了空间。由于我国人

民生活水平的不断提高,居民的消费呈现出以下特征1、消费多样化、多层次。2、人们的消费,由以数量扩张为主逐渐转变为质量提高为主。3、人们的消费,由满足生存需要为主,转为追求发展需要,享受需要的满足^[5]。我国城镇居民娱乐教育文化服务在消费结构中逐年增加,1996年9.57%,1997年10.7%,1998年11.54%^[6],这也反映出我国城镇居民在精神文化方面的消费倾向。这一消费结构指标已接近美国90年代初的水平。

另外,国家计委宏观经济研究院产业所的马晓河副所长经过测算认为,1998年全国体育消费总额约为1400亿元,其中城市居民消费1040亿元^[7]。这个数字还没有包括体育用品的消费额。国家体育总局经济司副司长李敦厚撰文,1992~1997年全国居民的文化体育消费指数年平均增长率已达5.1%,而这个增长是在物价连续21个月出现负增长,经济开始出现紧缩的情况下实现的^[8]。

所有这些条件都说明了我国的体育消费,作为一种新的消费方式已经具备了开发的依据。虽然我国的体育产业还很稚嫩,规模还很小,但只要能够准确认识体育消费的作用,政府给予必要的政策扶持,开发人们的消费潜力,体育作为一个刺激内需的新的增长点,为我国消费不振提供新的渠道,是完全可行的。

4 小结

(1) 我国居民有着巨大的消费潜力。

(2) 体育在新的历史时期被赋予了新的使命,体育产业作为发展国民经济新的增长点,受到政府和社会的高度重视。

(3) 从我国近几年国民经济发展状况以及居民人均收入、消费结构、居民储蓄等经济指标分析,巨大的体育消费潜力可以充分的挖掘。

(4) 从我国目前体育消费的现状分析,如果政策得当,启动体育消费,完全有可以成为我国经济发展的新的增长点。并与房地产业、金融业、旅游业和教育产业一起,共同承担刺激内需,拉动经济增长的使命,使内需不足的局面尽快改变。

参考文献:

- [1] 古建佳, 缪炳. 论经济增长 [M]. 长沙: 湖南师范大学出版社, 1999.
- [2] 马克思恩格斯全集 (第42卷) [M]. 北京: 人民出版社, 1972. 31.
- [3] 朱镕基. 九届全国人大二次会议《政府工作报告》[R]. 1998.
- [4] (日) 原田宗彦: 体育产业论入门 [M]. 东京: 杏林书院, 1999. 69.
- [5] 国家统计局. 中国发展报告 [M]. 北京: 中国统计出版社, 1999. 258.
- [6] 国家统计局: 中国统计年鉴. 北京: 中国统计出版社, 1995 - 1999年.
- [7] 马晓河. 产业政策与体育发展 [A]. 体育产业与经济 (下转第9页)

以有针对性地向相应类型的社团诉求自己的发展对策——而社团分类的一般研究也往往能够向我们提供体育社团的发展对策。例如, 高丙中先生对社团所进行的合法性分类^[13], 对于体育社团的产生、存在和发展具有巨大的指导价值: 根据不同类型体育社团的具体特点, 可以分别进行相应的合法性诉求, 以体育社团深化体育改革, 推进体育社会化^[13]。

3.2.2 社团分类与我国的体育社团研究

3.2.2.1 社团分类与体育社团分类的研究

由于体育社团分类的研究还十分欠缺, 这直接制约着我国体育社团研究的进一步发展。社团分类的一般研究成果既可以使我们了解当前社团分类研究的学术倾向, 从而作为体育社团分类研究的参考, 同时又可为体育社团的分类所借鉴, 丰富体育社团的分类, 进而促进体育社团分类研究、乃至整个体育社团研究的进一步发展。

3.2.2.2 社团分类与体育社团研究的进展

如前所述, 单一的“系统的”分类可能使体育社团的研究本身变得僵化, 制约研究的进一步发展——由于受已有分类方式的限制, 研究者往往会把自己的研究放到前人限定的分类“盒子”里, 忘记了自己的具体研究问题和研究情境的特点和特殊要求, 使研究过多地受到已有模式的约束, 难以自由地进行创新^[21]。因此, 针对我国体育社团当前的研究现状, 借鉴社团分类的一般研究成果来丰富亟待丰富的体育社团分类, 其意义不仅在于体育社团分类本身, 更在于它对整个体育社团研究的深远影响。

4 结论与建议

(1) 随着社会的进步以及国家对社团的一些新政策的出台, 我国的社团发展已经呈现出许多新的特点; 对于社团以及体育社团的学术研究却并未体现出这种趋势。学术界对于社团问题应给予足够的重视, 而社团的分类当是研究的一个切入点。

(2) 社团分类的一般研究成果对于体育社团的分类具有借鉴意义。体育社团既可以从社团的一般分类中找到自己的位置, 明确自己的发展方向, 而且可以从中直接获得自身的发展对策; 社团分类的一般研究成果丰富了体育社团的分类, 对于体育社团分类的理论研究、乃至整个体育社团的理论研究都具有深远的意义。

参考文献:

- [1] 高丙中. 社会团体的合法性问题 [J]. 中国社会科学, 2000, (2): 100-109.
- [2] 康晓光. 创造希望——中国青少年发展基金会研究 [M]. 漓江出版社、广西师范大学出版社, 1997.
- [3] 王颖, 折晓叶, 孙炳耀. 社会中间层——改革与中国的社团组织 [M]. 北京: 中国发展出版社, 1993.
- [4] 吴平. 刑法中“人民团体”概念辨析 [J]. 西北政法学院学报, 2000, (1): 125-128.
- [5] 曲广华, 王富国. 试论五四时期社团繁荣的原因 [J]. 北方论丛, 1998, (4): 23-25.
- [6] 刘卓红, 龙柏林. 澳门社团问题初探 [J]. 华南师范大学学报 (社会科学版), 1999, (6): 16-21, 29.
- [7] 冯尔钢. 社团自我发展之路初探 [J]. 山西交通科技, 1998, (5): 29-31.
- [8] 卢元镇. 论中国体育社团 [J]. 北京体育大学学报, 1996, (19): 1-7.
- [9] 卢元镇. 中国体育社会学 [M]. 北京: 北京体育大学出版社, 1996.
- [10] 卢元镇. 中国体育社会学 (修订本) [M]. 北京: 北京体育大学出版社, 2000.
- [11] 马怀德. 公务法人问题研究 [J]. 中国法学, 2000 (4): 40-47.
- [12] 陈向明. 质的研究方法与社会科学研究 [M]. 北京: 教育科学出版社, 2000.
- [13] 李宗海, 陈德龙. 加强管理, 推动体育社团工作健康发展 [J]. 河北体育研究, 1997, (4): 26-29.

(上接第 6 页)

- 发展 [C]. 北京: 国家体育总局政策法规司, 1999. 106-107.
- [8] 李敦厚. 我国体育产业发展现状与问题 [A]. 体育产业与经济发展 [C]. 北京: 国家体育总局政策法规司, 1999. 15-16.
- [9] 尹世杰. 消费经济学 [M]. 长沙: 湖南人民出版社,

1999, 2.

- [10] 程学童. 政府经济调节研究 [M]. 杭州: 浙江人民出版社, 1999.
- [11] 鲍明晓. 我国体育市场投资前景分析 [C]. 中国体育市场研究. 北京: 国家体育总局政策法规司, 2000. 7.
- [12] 中共中央关于制定国民经济和社会发展第十个五年计划的建议. 北京: 人民出版社, 2000