

发展中国体育产业的思考^{*}

刘磊矗^① 李立健^②

(^①重庆建筑高等专科学校, 630030, 重庆市; ^②西安体育学院, 710068, 西安市;
第一作者, 38岁, 男, 副教授)

摘要 通过分析体育产业的基本要素(产业性质、流通领域、消费对象), 简述了现阶段发展体育产业的迫切性, 认为我国体育的根本出路在于发展体育产业, 并根据我国社会现状, 提出了发展体育产业的基本对策。

关键词 发展 中国 体育产业 思考

分类号 G80—05

1 体育是物质和精神的一大产业

体育, 是与人类生存发展, 社会进步共存的现象。由于社会科学技术与经济的迅猛发展, 尤其是各个社会形态商品生产和交换的积极促进, 体育日益与社会经济、文化相融合, 特别是在现代社会, 体育作为物质、精神生产的一大产业便应运而生。所谓体育产业, 是指通过工作化、信息化和商业化方式所进行的物质和精神产品及体育服务的生产、再生产、交换和传播。其外涉及影视音像、科技研究、新闻出版、信息咨询、设计策化等等, 涵盖了文化财产(书籍、音像制品、设计策化方案、软件开发等)、体育用品(各种器材、设施、服装)、宣传载体(报刊杂志、广播电视、大众传媒等)、体育彩票、体育竞技表演等几个方面。

1.1 体育产业的流通途径

现代化体育的特点是科学化、大众化、普及化和社会化, 这些特点使体育产业的流通空间领域逐步扩大, 流通时间更快。现代体

育借助各种传媒手段, 使其信息输出量大, 覆盖率高、观众量多、面广。使得体育呈一种海陆空全方位、立体化的传递, 时间的快捷化和手段的现代化(应用最先进的交通、通讯和传播工具)。所有这些流通方式, 如果离开产业化, 是不可想象的。

1.2 体育产业的交换方式

产业化的基础是市场, 而市场的大小则决定交换的方式。当代由市场策动不断发展着交换方式, 同时也拓展着生产的规模。如上所述, 体育的大众化和普及化特点, 为体育市场的多元化和交换的多样化创造了条件, 而这又反过来为体育的产业化拓宽了道路。为满足体育对科技的追求, 产生了体育科技市场; 为追求和适应大众不断增长的体育需要, 产生了各种各样的社会体育市场(如体育音像市场、体育信息服务市场、体育彩票市场)。正是适应体育发展要求, 涌现出来各种专业市场、综合市场和区域市场、跨国市场以及集团化、国际化经营, 使得体育产业的交换方式逐渐先进和复杂多样, 从而在客观上催发着体育产业, 使体育市场与体

育产业结合更为密切。

1.3 体育消费对象

大的市场需求是产业化的前提条件。随着我国人民物质生活水平的提高,人们对体育健身消费、体育娱乐观赏、体育休闲的渴望愈来愈高,对量的要求越来越大,对质的追求也越来越高,这就形成了一个庞大的体育市场。纵观当今社会,由于物质产品的高度市场化,极大地刺激了体育产品的商业化,为体育产业造就了厚实的社会消费群体。

体育产业化已是中国体育事业发展的方向,这已是一个共识。但问题是,现实中的体育产业,却囿于某些观念和体制上的问题,还缺乏体育产业政策和宏观调控手段,加以引导。因此,体育市场的缺陷,体育产业的滞后,已经制约了我国体育事业的发展。

2 发展体育产业势在必行

2.1 从社会经济和文化现状看发展体育产业,是满足人民群众日益增长的体育消费的客观要求

随着我国经济水平的提高,国民收入的增加,国民对生活质量提出了新的要求,消费结构也呈现一些新的变化,其中比较显著的是体育休闲消费占家庭、个人、社会消费的比例在逐渐提高。随着体育商业化和产业化程度的提高,人们花钱观赏精彩的体育竞赛和表演;花钱进行健身;花钱参加各种体育休闲娱乐活动,已是很正常的消费行为。另外,国民体育消费的层次化也越来越明显,这是因为,我国现阶段,以公有制为主体、个体经济、私营经济、外资经济为补充,各种经济成分长期发展的格局已经形成。在这种形势下,国民经济分配的差距逐渐拉开,国民对体育活动的方式选择有较大的差异,要满足这样的体育不同消费层次,最现实和有效的途径是发展体育产业。

2.2 从现代市场经济特征看,发展体育产业

是建立社会主义市场经济体制的一部分

目前,我国体育产业滞后于其他社会产业,因为构成其市场的各要素发育不够成熟,这与社会其他经济市场特别是第三产业市场的成熟有关。在中国第三产业落后于其他产业的情况下,大力发展体育产业,将对社会主义市场经济体制的建立和完善起到一个促进作用。体育产业相对低的投入,相对较短的周期及有较稳定的回报率等特点,要求社会为之创建一种适合于这种特点的组织管理方式,以建立一套能充分满足体育经济发展需要的体育体制和机制。

2.3 发展体育产业对减轻国家的就业压力,具有现实和长远的意义

在传统的计划经济时期,国家侧重发展第一、二产业,在劳动力就业安排上,也集中于这两个产业。现在旧的体制已打破,第一、二产业也停滞不前,社会就业压力越来越大。在社会主义市场经济体制初步确立的情况下,发展第三产业,健全产业门类是当务之急。如果体育产业发展起来了,其种类繁多,接纳力较强,就可大大增加社会就业机会,缓解就业压力,甚至发展成为吸收、消化新增劳动力的一个重部门。

3 发展体育产业的对策

3.1 转变体育观念,引导人们认识到必须通过产业化和市场化,体育才能普及化,大众化和社会化

观念是行动的先导,对事物的认识正确与否,往往对这一事物的形成与发展产生重大影响。以往,过分夸大体育的政治功能和教育功能,而忽略了体育的产业功能。因此,有必要转变旧的体育观念,树立体育产业的新观念,推动社会经济与体育的结合,提高体育发展的产业化程度。通过市场这条纽带,密切联系社会经济与体育的关系,展开社会

体育消费调研,给人们一个体育产业效益的清晰认识,使广大国民逐渐接受这个观念,为体育产业发展的规模和效益,奠定社会基础,从而确立体育产业的地位。

3.2 建立与社会主义市场经济相适应的体育体制和运行机制

要根据党的“十五”大精神,通过深化改革,理顺关系,建立与市场经济相适应的体育体制和运行机制,这是发展体育产业的前提条件。现行的体育体制及运行机制是计划经济时期建立的,尽管为适应社会主义市场经济体制的要求进行了变革,但总体上还不能适应社会经济发展的需要,特别是发展体育产业的需要。因此,大胆探索社会主义市场经济条件下,体育体制与运行机制的模式,在当前,显得十分必要和紧迫。

3.3 调动社会各方面的积极性,使社会多方面参与办体育,拓宽体育产业的发展渠道

受传统体育体制的制约,实行从上到下的直筒式的大统一管理,体育的一切事情由国家统筹包办,形成体育的单一发展。改革开放以来,特别是社会主义市场经济体制初步确立后,传统的体制和机制已被打破,这就为体育产业化和市场化提供了条件和可能。因此,实现体育体制由直统式管理向横向联系式转变,实现办体育只发挥国家和地方的积极性向调动社会各方积极性转变,实现体育投资主体的国家单一化向投资的社会多元化转变,形成多层面办体育的格局。

改革体育管理体制,使政府由直接管理转为间接管理,通过代理机构管理体育,建立健全中介、咨询和研究机构,从而形成体育产业生产、科研、流通、咨询服务和战略研究的完整结构,使体育产业的发展有广泛的社会基础和强大的物质支持。

3.4 对体育产业实行全面推向市场和国家重点扶持相结合的方针

3.4.1 把体育产业全面推向市场,必须建立

体育大市场

体育市场是物质产品与精神产品的交换场所,它与其他物质产品比较,有一定特殊性。随着我国社会生活水平的提高,社会对体育的需求总量也将呈上升趋势,可以预料,体育市场将是一个潜力深厚、前途广阔的大市场。由于我国体育市场发育还不成熟,体育市场发展速度在很大程度上,受区域市场经济、文化、思想观念和生活方式等因素的影响,在经济发达的区域,人们的消费观念和生活方式有了较大进步,出现了一些体育买方市场,但经济文化落后的地区,如农村地区,对体育市场基本处于不接受状态,因而,我国体育市场的发育具有不平衡性。在发展体育产业的过程中,必须充分考虑到上述国情,才能有目的的发展相关体育产业。

3.4.2 把体育产业全面推向市场,必须营造一个宽松、公平的竞争大环境

宽松,是就外部条件而言,如安定的社会环境,自由活跃的民主气氛,适宜的产业政策等;公平,是指社会为各类体育产业提供了平等的竞争机会,如平等的税赋,充分的自主权,有序的市场行为等。众所周知,放松、搞活,对于经济发展是必不可少的因素,对新兴的体育产业更是如此。基于此,要在客观上为体育产业的发展营造宽松、和谐、秩序井然的良好环境;在微观上为体育产业的优先发展提供政策支持、市场支持,做好体育产业与其他产业的衔接和平衡工作,要以社会经济发展为向导,以适度的行政干预,有效的舆论为手段,引导体育产业健康地发展。

3.4.3 发挥政策优势,以经济、法律手段为主要杠杆,促进体育产业迅速发展

产业政策要向体育产业倾斜。国家培育体育市场,发展体育产业时,要结合《全民健身计划》和《奥运争光计划》,在规划、布点、发展项目、发展产品上给予重点支持,还可参照办经济的思路,试办体育产业试验区、体育产业开发区。积极参与国际体育市场的

竞争。要重视体育产业的规划和体育设施建设。各级政府要把体育产业纳入经济和社会发展的规划中,并充分认识到体育设施对于一个地区和城市的精神文明和物质文明的意义,把各类体育设施作为城市建设规划中的基本公共设施,规划在较好的地段和繁华区域,以方便人们进行各项体育活动,营造现代体育氛围,为体育产业打下市场基础。

用市场经济的办法办体育产业。主要是运用金融、税收和法律手段对体育产业实行调控。金融控制方面,通过资金流向和利率杠杆,支持方向项目和产品;通过办股份有限公司,增强体育企业的经济实力;通过筹集和引进国外资金,发展体育产业;价格运作方面,在通过价格规律发生作用的同时,要运用价格杠杆,对高消费服务项目实行限价。法律应用方面,通过立法,制定和完善体育经济政策的有关法规,使政府和企业行为规范化,促使体育产业有序发展。

采用行政促进手段。国家应逐年加大对体育的投入,建立体育产业税率返还政策,尤

其在体育产业起步的过程中,这种手段十分重要。对于不同区域的体育,也要采取不同的对策,例如在“老、少、边、山、穷”地区,要“体育扶贫”,加大体育投入,缩小这些地区与经济发达地区体育发展的差距。

综上所述,体育的产业化是社会经济发展文化发展的必然要求,也是我国体育的根本出路。必须树立崭新的大体育观念,制定正确的产业政策,全面拓展我国体育产业,这是中国体育迈向 21 世纪的战略选择。

参考文献

- 1 刘诗白. 论体制创新. 成都: 西南财经大学出版社, 1994. 25 ~170
- 2 谢培栋. 市场经济与法制建设. 北京: 中国法制出版社, 1995. 11 ~160
- 3 邱晓华. 中国经济热点追踪. 北京: 中国统计出版社, 1995. 112 ~130
- 4 蒋国华. 计划未划. 南宁: 广西人民出版社, 1991. 72 ~74
- 5 体育院校专业教材. 体育管理学教程. 北京: 人民体育出版社, 1996. 27 ~39

Considerations on Development of Sports industry in China

Liu Leichu

(Chong Qing Architectual College 630030)

Abstract This paper analyses the basic elements (the quality, the field of circulation, consumers) of sports industry, and resumes the urgency of the development of them at present phrase. It is considered that the fundamental way-out for China sports lies in the development of sports industry. According to the present situation of our society some basic countermeasures of the development of sports industry are suggested in this paper.

Key words development; China; sports industry