



我国体育健身产业研究：“十二五”回顾 与“十三五”前瞻

周进国

摘要：以文献研究、理论分析为主要研究方法，对“十二五”期间我国体育健身产业研究现状进行了回顾，并对“十三五”期间的研究主题进行了瞻望。研究认为，“十二五”期间我国体育健身产业研究既取得了一定的成绩，也存在一些问题，突出表现在研究力度不大、理论借鉴不足、对市场需求关注不够等方面。在此基础上，结合国家政策以及体育健身产业的发展趋势，提出了“十三五”期间的主要研究议题，包括体育健身产业供给侧结构性改革研究、“互联网+”背景下体育健身产业研究、社会资本视角下体育健身企业发展研究以及区域体育健身产业协同发展研究等4个方面。

关键词：体育健身产业；供给侧结构性改革；互联网+；社会资本；协同发展

中图分类号：G80-05 文献标志码：A 文章编号：1006-1207(2017)01-0026-05

Research on Sport Fitness Industry in China: the Review during "12th Five-Year" and the Expectation during "13th Five-Year"

ZHOU Jinguo

(Department of Physical Education, Hanshan Normal University, Chao Zhou, Guang Dong 521041, China)

Abstract: In the 13th Five-Year Period, the sport fitness industry of China will face new opportunities due to the promotion of the national fitness strategy, the construction of Healthy China and the national sport industry policies. Using the methods of literature study and theoretical analysis, the paper looks back to the research status of the Chinese sport fitness industry during the 12th Five-Year Period and looks forward to the research themes in the 13th Five-Year Period. The result of the study shows that the researches on the Chinese sport fitness industry in the 12th Five-Year Period have achieved certain fruits, but some problems can still be seen in the aspects of weak research effort, insufficient theoretical consultation, less attention to the market demands, etc. In line with the national policies and the development tendency of the sport fitness industry, the paper puts forward the main research topics for the 13th Five-Year Period, including the research on the supply-side structural reform, the research on sport fitness industry under the background of internet plus, the research on the development of the sport fitness enterprises in the perspective of social capital and the research on the collaborative development of the regional sport fitness industry.

Key Words: sport fitness industry; structural reform of the supply side; internet plus; social capital; collaborative development

体育健身产业是体育产业最为重要的组成部分，它是指以非实物的形式向社会提供体育健身、娱乐服务的单位和个人的结合^[1]。目前在学术界与体育健身产业相似的概念有健身产业、体育健身休闲产业、体育健身娱乐业等，本文统一使用“体育健身产业”这一概念，它是一种提供以体育为手段的健身服务的产业形态。体育健身产业于20世纪80年代初传入中国^[2]，进入21世纪以来，随着我国经济社会持续发展及国民消费水平的逐渐提高，体育健身产业呈现出良好的发展态势。新时期，国家政策正在不断向体育健身产业倾斜。“十二五”期间的2014年，国务院《关

于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》(国发〔2014〕46号)将全民健身上升为国家战略，国务院《关于创新重点领域投融资机制鼓励社会投资的指导意见》(国发〔2014〕60号)将体育健身作为鼓励社会资本加大社会事业投资力度的重点领域之一。与此同时，国民体质健康水平下降的危机、素质教育缺失的危险、休闲时代面临的挑战，也为我国体育健身产业的发展提供了契机^[3]。国家《十三五规划纲要》提出，加快教育培训、健康养老、文化娱乐、体育健身等领域发展^[4]。因此，大力发展体育健身产业是“十三五”期间我国体育领域的重要任务之一。体育健

收稿日期：2017-01-21

基金项目：广东省哲学社会科学规划项目(GD15CTY05)。

作者简介：周进国，男，博士，副教授，硕士研究生导师。主要研究方向：体育社会学、体育经济学。E-mail: jgjim@126.com。

作者单位：韩山师范学院 体育学院，广东 潮州 521041。



身产业的实践发展离不开理论支撑。基于此,在“十三五”伊始有必要对“十二五”期间我国体育健身产业研究成果进行回顾与梳理,在此基础上根据国家政策及发展趋势对“十三五”期间需要着重关注的焦点问题进行瞻望,以期为该领域研究提供参考。

1 “十二五”期间我国体育健身产业研究回顾

本文主要运用文献资料法对“十二五”期间我国体育健身产业研究现状进行梳理与分析,选取代表性的核心期刊论文作为分析对象。

1.1 体育健身产业研究的基本概况

目前我国期刊种类繁多,质量良莠不齐,相对而言在核心期刊上发表的论文质量较高,能够代表某个领域的研究水平。同时,国家社会科学基金项目在当前我国哲学社会科学领域级别最高,能够在较大程度上反映某个领域的研究前沿。因此,本文在描述“十二五”期间我国体育健身产业研究的基本概况时主要基于在核心期刊发表的论文及国家社会科学基金项目。以“体育健身产业”“健身俱乐部”等为关键词在中国知网全文数据库进行搜索,时间跨度为 2011—2015 年,共发现相关的核心期刊论文 62 篇。在全国哲学社会科学规划办公室网站查询发现,“十二五”期间以体育健身产业研究为主题的国家社会科学基金项目立项数量共 10 项,具体如表 1 所示。从表 1 可以看出,“十二五”期间我国体育健身产业研究在核心期刊发表的论文数量均值为 12 篇,2011 年—2014 年呈现逐年递减的趋势,至 2015 年略有上升。国家社会科学基金项目立项数量均值仅为 2 项,2015 年较前 4 年有所上升。

表 1 “十二五”期间我国体育健身产业研究核心期刊论文及国家社科项目一览表(单位:篇/项)

Table I Theses of the Core Journals on the Chinese Sport Fitness Industry and the National Social Science Research Projects in the 12th Five-Year Period

	2011	2012	2013	2014	2015	合计	均值
核心期刊论文	18	12	10	9	13	62	12
国家社会科学基金项目	1	2	2	1	4	10	2

1.2 体育健身产业发展现状分析

体育健身产业发展现状分析主要包括三大部分内容。

第一,我国体育健身产业存在的主要问题,体现在:(1)不同健身俱乐部提供的健身产品同质化现象严重,产品差异化程度低^[5];(2)健身俱乐部对消费者需求的理解不够,市场导入较盲目^[6];(3)健身俱乐部发展规模较小、专业化管理水平不高、服务质量有差距^[6];(4)健身俱乐部对注重身心俱养、舒缓柔和的东方体育项目开发不足^[7];(5)不少民众对体育健身文化产业存在消极态度,如对会员卡制度不信任、对健身生活方式认识有偏差等^[8]。上述问题存在的主要原因可能在于以下几方面:一是我国体育健身产业起步相对较晚,体育健身企业发展尚不成熟,在经营策略、管理方式及服务模式等方面都还处于摸索阶段;二是国民的体育健身意识还不强,对“花钱买健康”的

认同度还不够高。

第二,我国体育健身产业的发展特征,表现在:(1)我国体育健身产业竞争激烈。我国健身行业属于竞争型市场,俱乐部数量众多^[5],在经历了服务竞争和价格竞争之后目前进入了残酷的品牌竞争阶段^[9],健身市场进入壁垒小,同时还存在一定的退出壁垒^[5];(2)健身行业中的经营项目以运动节奏较快的现代西方体育为主,注重通过一定程度的运动量锻炼达到健身的效果^[7]。现阶段我国体育健身产业的发展特征既体现了行业竞争的激烈程度,也预示了行业的发展潜力,尤其是体育健身企业应在普遍流行的西方体育项目基础上对健身项目的设置有所创新。

第三,我国体育健身企业的经营模式。目前我国商业健身俱乐部虚拟经营模式丰富多样,包括连锁加盟、采购外包、同行联盟、与高校合作(培养健身教练、健身课程开发)、与体育场馆合作等^[10]。可见,尽管当前我国体育健身产业整体发展尚不成熟,但不少体育健身企业在经营模式上正在逐渐探索,多元化的经营模式有助于我国体育健身产业的不断发展壮大。

1.3 体育健身产业发展思路探索

在对体育健身产业发展现状进行研究的基础上,学者们积极探索发展思路,提出了不少有价值的观点。

第一,促进体育健身企业品牌化发展是不少学者的共识。主要观点有:(1)体育健身企业应树立品牌意识,实施品牌战略^[11],走品牌化发展之路^[12],提升品牌形象^[13];(2)政府应加强对体育健身产业的引导,采取扶持政策^[11],为品牌化发展创造良好的环境;(3)体育健身企业应重视高级管理人才的引进,规范品牌管理^[11];(4)体育健身企业应培养品牌的个性与创新能力^[11];(5)体育健身企业要了解市场需求,确定最具吸引力的细分市场^[6];(6)体育健身企业应形成独特性的品牌联想,并善于不断评估与改善自身的品牌^[6];(7)体育健身企业应积极塑造品牌的功能性形象、体验性形象与象征性形象^[9]。品牌制胜是商界的一个重要法宝,体育健身企业亦不例外。可见体育学术界已充分认识到体育健身企业品牌建设的重要作用。

第二,加强健身产品创新与服务管理,提高服务质量,提升消费者满意度。主要观点有:(1)体育健身企业应将产品服务创新与精细化管理作为战略重点^[5];(2)体育健身企业应改善服务质量,包括提高服务人员素质,改善交互质量、设计舒适与富有亲和力的服务环境,改善实体环境质量、优化服务条件,改善结果质量^[14];(3)体育健身企业还可以通过适度降低顾客预期质量的方式以提升产品质量^[13]。加强创新力度、提高服务质量对于有效解决我国体育健身产业存在的现有问题、促进体育健身产业健康发展至关重要。

第三,加强基于价值观念的商业健身俱乐部组织文化建设。主要包括建立俱乐部组织文化建设保障机制,明确俱乐部组织愿景和使命,培育俱乐部组织精神^[15]。文化是企业的生命力,体育健身企业同样要注重文化建设。

第四,建立体育健身俱乐部联盟,实现健身俱乐部之间的横向交流^[16]。体育健身企业相互之间的交流合作有助



于促进资源共享、协同发展。

第五,重视发挥体育学院对体育健身产业发展的积极作用。如首都体育学院以“协同创新”“全民健身”和“京津冀协同发展”3个国家战略的结合为出发点牵头组建了“京津冀体育健身休闲发展协同创新中心”^[3],对于高校服务体育健身产业发展具有重要的借鉴意义。

1.4 “十二五”期间我国体育健身产业研究述评

“十二五”期间,随着我国体育健身产业的逐渐发展,学术界做出了积极回应,开展了系列相关研究,既呈现出一定的特点,也存在一些不足。

第一,“十二五”期间我国体育健身产业研究的特点,主要表现在3个方面。一是研究内容具有时代性。主要体现在一些学者紧密围绕“十二五”期间国家的“全民健身战略”开展体育健身产业研究工作,探讨二者之间的相互关系,寻求二者之间的互动机制。二是研究方法多元化。学术界对体育健身产业的研究既有常用的文献资料法、问卷调查法、访谈法及观察法等研究方法,还在研究方法上不断创新,如有学者采用SCP(结构—行为—绩效)分析法从商业健身产业发展的宏观角度把握商业健身俱乐部的发展概况^[5]、有学者运用结构方程模型路径分析方法考察健身俱乐部品牌形象各维度、感知价值、顾客满意、顾客忠诚之间的关系^[9]、有学者运用“CTT文化转换工具”对商业健身俱乐部组织文化现状进行了测量与分析^[15],等等。三是研究视角不断创新。学者们基于多种视角研究体育健身产业的发展问题,如营销平衡视角^[6]、集聚战略视角^[7]、虚拟经营视角^[10]、价值观念视角^[15],等等。

第二,“十二五”期间我国体育健身产业研究的不足,主要表现在3个方面。一是研究力度不大,明显少于对体育产业的另一个本体产业——体育竞赛表演业的研究的成果数量。通过中国知网检索发现,“十二五”期间关于体育竞赛表演业研究的核心期刊论文数量达430余篇,在全国哲学社会科学规划办公室网站查询发现国家社会科学基金项目立项达30多项,而体育健身产业相对应的数据分别是60余篇和10余项。可见我国学术界目前对于体育健身产业的关注尚显不够,理论研究现状与日益发展的实践需求之间存在一定的差距。二是理论借鉴总体不足,虽然学者们选择了一些创新视角,但主要是基于市场营销学的相关理论,而较少运用产业经济学、新制度经济学、经济社会学、管理学等相关学科理论分析体育健身产业领域的理论与实践问题。三是对体育健身市场需求关注尚显不够,多数研究主要是从体育健身企业的角度探寻发展策略,而基于对消费者调查的体育健身市场需求了解不足。

2 “十三五”期间我国体育健身产业研究前瞻

在“十二五”研究的基础上,结合国家政策以及体育健身产业的发展背景和趋势,主要运用理论分析法,本文从4个方面提出了“十三五”期间我国体育健身产业研究的主要议题。

2.1 体育健身产业供给侧结构性改革研究

2015年11月习近平总书记提出了要着力加强供给侧结构性改革,这是我国经济发展新常态下的重大举措,必将具有划时代意义。供给侧结构性改革就是从提高供给质量出发,用改革的办法推进结构调整,矫正要素配置扭曲,扩大有效供给,提高供给结构对需求变化的适应性和灵活性,提高全要素生产率,更好地满足广大人民群众的需要,促进经济社会持续健康地发展^[17]。其中产业结构供给侧结构性改革是重中之重,而产业供给侧结构性改革的方向是加快服务业发展^[17]。国家《体育产业发展“十三五”规划》也提出,推进体育供给侧结构性改革^[18]。因此,无论从国家供给侧结构性改革的大背景还是基于我国体育健身产业存在的供给结构不合理、服务质量不高的问题来看,体育健身产业供给侧结构性改革都是“十三五”期间的一个研究重点。这一主题的研究内容主要包括以下几个方面。(1)体育健身产业创新发展研究。创新驱动发展战略是中央既定的发展战略,创新也就是从供给侧着手提升供给质量和效率^[17]。一方面要在深入调研的基础上充分了解新时期国民的体育健身消费需求,根据需求设计服务产品,提高服务质量;另一方面要了解发达国家体育健身产业的发展动态,分析其产业发展的创新要素,在借鉴其经验并结合现实国情的基础上突破传统发展模式,创新产业发展思路。(2)体育健身产业制度改革研究。新制度经济学认为,制度变革可以刺激创新。只有好的制度,才能保障生产出好的商品^[17]。当前我国体育健身产业制度建设是较薄弱的,完善制度建设是体育健身产业健康发展的根本保障。一是体育健身市场监管制度研究。政府监管行业的主要原因有:防止寡头和垄断的市场力量滥用、矫正信息不灵、正视外部性^[19]。体育健身市场监管制度需要围绕建立行业标准,实现规范化发展;防止不正当竞争,维护市场秩序;确保信息有效,保障消费者权益;遏制扰民行为,保护健康环境等方面展开研究工作。二是体育健身产业扶持制度研究。虽然近年来政府出台了有关发展体育健身产业的政策,但关于体育健身产业的具体扶持制度还是不完善的。体育健身产业作为一个尚不成熟但又是关系到“健康中国”建设的重要产业,政府的扶持至关重要。有必要围绕融资、税收、用地、人才等方面开展具体可行的制度研究。

2.2 “互联网+”背景下体育健身产业研究

互联网作为一种创新发展思维和模式,已与许多传统与新兴行业相结合,促进了不少产业的升级换代与跨越式发展。国家《体育发展“十三五”规划》提出,引导和支持“互联网+体育”发展,鼓励开发以移动互联网为主体的体育生活云平台及体育电商交易平台^[20]。体育健身产业与互联网的结合是必然趋势,也是“十三五”期间的研究重点之一。这一主题的研究内容主要包括以下几个方面:(1)“互联网+体育健身产品开发”研究。当前,体育健身市场上出现了不少高科技运动产品,如运动手环、运动手表、运动背心等、网络课程等,通过这些产品健身者可以即时掌握自己的一些生理指标,在一定程度上提高了健身的科学性,也增添了健身兴趣。在此基础上,有必要集合运动康



复、运动生理、体能训练、健身健美、互联网等诸多领域的专业人才研发一批高端互联网+体育健身产品,进一步提高产品科技含量,提升产品国际竞争力;(2)“互联网+体育健身企业管理”研究。目前,国内不少体育健身企业在员工管理、客户管理、市场管理等方面模式较传统,尤其在管理上存在不少漏洞,不仅降低了管理效率,而且影响了企业效益。有必要充分利用互联网技术研发体育健身企业网络管理平台,集员工、客户、市场等管理一体化,包含会员入会、预约、健身、消费、效果监测、追踪服务等在内的系统化信息管理系统,促进体育健身企业管理模式的变革,切实提高体育健身企业管理效益。

2.3 社会资本视角下体育健身企业研究

“社会资本”概念自1915年提出到20世纪90年代开始成为了学术热点^[21],如今已广泛应用于社会学、经济学、管理学、政治学等学科研究,为学者们分析问题提供了一个重要的理论视角。综合分析皮埃尔·布迪厄^[22]、罗伯特·D·普特南^[23]、罗纳德·伯特^[24]、詹姆斯·科尔曼^[25]、美籍华裔学者林南^[26]等的社会资本研究领域权威学者的观点,笔者认为社会资本是建立在信任、规范、认知基础上的社会关系网络资源。社会资本对企业发展的积极作用早已被国内外学者所证实^[26-29]。无疑,社会资本的合理运用有助于促进体育健身企业的发展壮大。国家《体育发展“十三五”规划》也指出,加强体育与社会相关领域的融合与协作,积极吸引社会力量共同参与体育发展^[20]。因此,社会资本视角下的体育健身企业研究应该成为“十三五”期间的研究重点之一。这一主题的研究内容主要包括以下几个方面:(1)体育健身企业社会资本理论研究:包括体育健身企业社会资本的内涵与外延、特征、功能、分类以及测量量表设计等;(2)体育健身企业社会资本实证研究:包括体育健身企业社会资本的总体状况(内部结构、总体存量及特征分析)、体育健身企业社会资本的形成功能、社会资本与体育健身企业经营绩效的关系、社会资本对体育健身企业经营绩效的作用机制等;(3)体育健身企业社会资本个案研究:选取社会资本较充裕、经营绩效较好的体育健身企业作为个案研究对象,主要采取定性研究的范式深入剖析其社会资本的形成功能与作用机制;(4)社会资本视角下体育健身企业发展思路:分别从政府、行业协会的层面探讨如何营造社会资本形成的外部环境,以及从体育健身企业自身的层面思考如何合理运用社会资本。

2.4 区域体育健身产业协同发展研究

区域经济协同发展是较区域经济协调发展更高级的发展模式,指的是区域之间或同一区域内各经济组分间的协同共生,合力推进大区域经济由无序至有序、从初级到高级的动态转变,形成“互惠共生,合作共赢”的内生增长机制,并最终促进大区域高效有序发展^[30]。国家《体育产业发展“十三五”规划》指出,积极推进区域体育产业协同发展^[18]。因此,区域体育健身产业协同发展研究也是“十三五”期间的一个研究重点。这一主题的研究内容主要包括以下几个方面:(1)区域体育健身产业协同发展现状分析。

当前需要重点研究京津冀、长三角、珠三角等重点区域体育健身产业协调发展现状、问题与制约因素,同时逐步将地理位置相连、经济社会发展联系紧密的其他区域纳入研究视野;(2)区域体育健身产业协同发展模式。运用协同发展理论并结合我国体育健身产业现状探索科学有效的发展模式是该领域研究的核心问题。同样着重关注京津冀、长三角、珠三角等重点区域,努力建立区域体育健身产业协同发展示范区。可以从3个方面考虑发展模式的构建。一是政府层面的制定安排。区域内的政府部门如何通过制度安排制定区域产业发展规划、破除地区壁垒、促进资源整合是首先需要考虑的问题。二是区域内行业协会层面的积极作为。行业协会作为行业内企业利益的代言人应该切实发挥积极作用,在促进区域体育健身产业协同发展方面有所作为。行业协会如何为区域体育健身产业协同发展创造条件以及是否可以成立区域体育健身产业联盟都是需要思考的问题。三是体育健身企业层面的相互合作。区域内体育健身企业应避免相互之间的恶性竞争,本着合作共赢的态度实现优势互补、资源共享、共同发展。而如何建立区域内体育健身企业协同发展的机制则是需要深入思考的问题。

3 结语

在全民健身战略、“健康中国”建设及国家体育产业政策的推动下,“十三五”期间将是我国体育健身产业发展的重要战略机遇期。理论研究的不断成熟是促进体育健身产业健康发展的重要支撑。在“十三五”的开局之年,对“十二五”期间我国体育健身产业的研究成果进行回顾并对“十三五”期间的研究主题进行瞻望具有现实意义。“十二五”期间我国体育健身产业研究既取得了一定的成绩,也存在一些问题,突出表现在研究力度不大、理论借鉴不足、对市场需求关注不够等方面。在“十二五”研究的基础上,结合国家政策以及体育健身产业的发展趋势,本文提出了“十三五”期间的主要研究议题,包括体育健身产业供给侧结构性改革研究、“互联网+”背景下体育健身产业研究、社会资本视角下体育健身企业发展研究以及区域体育健身产业协同发展研究等4个方面。体育健身产业研究涉及到诸多理论与实践问题,必须广泛借鉴产业经济学、新制度经济学、经济社会学、管理学、市场营销学等多学科的理论与方法,紧密结合我国体育健身产业发展的现实环境及国外的发展动态,在今后的研究中不断发现新问题、拓宽新视野、探索新思路。

参考文献:

- [1] 鲍明晓.我国体育健身产业发展的思路与建议[J].天津体育学院学报,1996,11(4):23-27.
- [2] 陈金鳌,相建华.我国大众商业性体育健身俱乐部特征研究[J].体育文化导刊,2011(3):28-31.
- [3] 钟秉枢.全民健身国家战略的提出与体育休闲健身产业的发展[J].体育科学,2015,35(11):19-23.
- [4] 新华社.十三五规划纲要[EB/OL].http://sh.xinhuanet.com/2016



- 03/18/c_135200400_21.htm,2016-03-18.
- [5] 刘彩凤,卞光明.北京商业健身俱乐部发展现状及走势分析——基于海淀、朝阳、昌平3区调研数据的解读[J].体育科学,2015,35(9):35-43.
- [6] 陈滔,李兴汉.营销平衡视角下我国健身俱乐部的品牌定位探析[J].沈阳体育学院学报,2014,33(2):17-21.
- [7] 朱安洲,杨慧馨,王婷,等.从集聚战略的视角审视太极健身娱乐产业的定位与开发——由“太极养生堂”引发的思考[J].山东体育学院学报,2014,30(1):47-50.
- [8] 张冰松.中国式健身文化产业的品格探讨[J].广州体育学院学报,2014,34(1):37-39.
- [9] 刘高福,聂磊.健身俱乐部品牌形象对顾客忠诚影响的实证研究[J].北京体育大学学报,2011,34(10):20-23.
- [10] 周俊辉,周勇.呈现与建构:商业健身俱乐部虚拟经营竞争力模型的理论研究[J].天津体育学院学报,2013,28(6):539-542.
- [11] 马春林.我国中部城市体育健身俱乐部品牌发展的影响因素与对策研究[J].体育科学,2011,31(2):36-41.
- [12] 梁小莉.商业健身俱乐部品牌化发展研究的思考[J].沈阳体育学院学报,2013,32(3):46-48.
- [13] 许彩明,汤雪桃.江苏省健身俱乐部顾客满意度影响因素的研究[J].体育与科学,2014,35(2):78-82.
- [14] 虞蓉丽,唐勇,杨文斌.商业性健身俱乐部服务质量、关系质量与顾客忠诚感的调查分析[J].成都体育学院学报,2011,37(4):38-40.
- [15] 杨晓艳,赵岩,张庆庆.基于价值观念的商业健身俱乐部组织文化现状及建设策略研究——以南京市为例[J].沈阳体育学院学报,2011,30(5):33-36.
- [16] 袁国英.北京市社区体育健身俱乐部发展现状[J].首都体育学院学报,2015,27(3):219-222.
- [17] 刘志迎,徐毅,庞建刚.供给侧改革:宏观经济管理创新[M].北京:清华大学出版社,2016:205-208,185.
- [18] 国家体育总局.体育产业发展“十三五”规划[EB/OL].http://www.sport.gov.cn/n319/n4833/c733613/content.html,2016-07-13.
- [19] 保罗·萨缪尔森,威廉·诺德豪斯.经济学(第19版)[M].萧琛主译.北京:商务印书馆,2013:186.
- [20] 国家体育总局.体育发展“十三五”规划[EB/OL].http://www.sport.gov.cn/n316/n340/c723004/content.html,2016-05-05.
- [21] 苗红娜.社会资本研究:分类与测量[J].重庆大学学报(社会科学版),2015,21(6):123-131.
- [22] 李惠斌,杨雪冬.社会资本与社会发展[M].北京:社会科学文献出版社,2000:31-32.
- [23] Robert Putnam. Making Democracy Work[M]. Princeton: Princeton University Press, 1993:167.
- [24] Ronald Burt. Structural Holes[M]. Cambridge: Harvard University Press, 1992:9.
- [25] 林南.社会资本——关于社会结构与行动的理论(Social Capital: A Theory of Social Structure and Action)[M]. 张磊,译.上海:上海人民出版社,2005:28.
- [26] 边燕杰,丘海雄.企业的社会资本及其功效[J].中国社会科学,2000,(2):87-99.
- [27] Hans Westlund, Roger Bolton. Local Social Capital and Entrepreneurship[J]. Small Business Economics, 2003, (21):77-113.
- [28] Bou-Wen Lin, Po-Chien Li, Ja-Shen Chen. Social capital, capabilities, and entrepreneurial strategies: a study of Taiwanese high-tech new ventures[J]. Technological Forecasting & Social Change, 2006, (73): 168-181.
- [29] Ela Ozkan-Canbolat. Social Capital Influences On Business Groups' Diversification Strategies[J]. Procedia Social and Behavioral Sciences, 2011, (24):1436-1443.
- [30] 李琳,刘莹.中国区域经济协同发展的驱动因素——基于哈肯模型的分阶段实证研究[J].地理研究,2014,33(9):1603-1616.

(责任编辑:杨圣韬)