

论我国体育产业结构的优化

胡晓军¹, 饶平²

(1. 湖南工业大学 体育学院, 湖南 株洲 412008; 2. 衡阳师范学院 体育系, 衡阳 421008)

摘要:我国体育产业结构存在产业总体规模偏小,核心产业滞后、中介产业缺位、产业结构关联效应较低,区域发展不均衡,结构性矛盾突出和居民体育消费结构单一等问题。导致体育产业结构失衡主要是由于缺乏商业运作机制和资金的投入,缺乏稳定的优惠扶持政策,群众体育市场开发度不够以及体制方面的障碍。优化体育产业结构可以依靠国家力量,通过制定体育产业结构政策实现对体育产业的宏观调控。

关键词:体育产业结构;体育市场;体育消费

The Superiority of Sports Industry Structure of Our Country

HU Xiao-jun, RAO Ping

- (1. College of Physical Education, Hunan University of Technology, Zhuzhou Hunan, 412008;
2. Faculty of Physical Education, Hengyang Normal College, Hengyang Hunan 421008)

Abstract: There exist many problems in the structure of sports industry in China, overall scale being small, core industry hysteric, intermediary industry lacking, industrial structure relation effects low, district development disequilibrium, structural contradictions manifest and inhabitants' consumption structure single. The unbalance structures of sports industry is mainly caused by shortage of commercial operating mechanism and capital investment. There are other obstacles such as lacking stable favorable supporting policy, the development of mass sports market being not adequate and the related system not complete. The superiority of the structure of sports industry can depend on national force and the macro-control of sports industry can be realized by establishing sports industry structure policies.

Key words: the structure of sports industry; sports market; sports consumption

体育产业结构就是指体育产业内各生产部门之间的技术经济联系和数量比例关系,它既反映了各体育用品和体育服务生产部门之间在生产技术上相互依赖、相互制约的关系,也反映各类经济资源(含体育资源)在各部门的配置情况和体育产业总产值在各部门的分布情况。

一 我国体育产业结构的现状

1993年,原国家体委就提出了《关于培育体育市场,加快体育产业化进程的意见》,确定了体育事业要“面向市场,走向市场,以产业化为方向”的基

本思路。自此以后,我国体育产业结构调整与升级的步伐明显加快,产业结构的现状有了较大改观,但仍不尽合理,具体表现为:

(一) 体育产业总体规模偏小

2003年5月14日,中国国家统计局印发了《三次产业规划规定》,对经济行业分类进行了重新调整,修订后的三次产业划分将体育产业与文化、娱乐业一起组成文化、体育和娱乐业,并列为第三产业。依据美国经济学家钱纳里的发展模型,中国第三产业在GDP中的比例明显低于标准结构(见表1)。

收稿日期:2009-06-30

基金项目:湖南省教育厅科学研究项目“我国高校体育产业化发展机制及可行途径与方法研究”(04C153)

作者简介:胡晓军(1971-),男,湖南郴州人,湖南工业大学副教授,硕士,主要从事体育经济研究。

据有关资料表明,美国体育产业在上世纪80年代的总产值就超过600亿美元,远远超过石油化工(533亿)、汽车(531亿)等传统产业,90年代中期的产值超过3000亿美元,超过同期国内生产总值(GDP)的增长率,在第三产业中位居第三位,仅次于商业银行和证券市场。^[1]相比之下,我国体育产业的规模偏小,产值偏低,如能加速发展,必将有效拓展第三产业的发展空间。

表1 人均GDP1000美元时标准的产业结构与中国产业结构比较

项目	标准结构 /人均	中国 /2003年
	GDP1000美元	人均 GDP1090美元
一次产业	18.6	15.4
二次产业	31.4	51.1
三次产业	50.0	34.5
合计	100	100

数据来源:Chenery and Sycquin (1975): "Patterns of Development, 1950 ~ 1970". Oxford University press 及中国统计年鉴。

注:标准结构中的美元为1964年币值的美元。

(二) 核心产业滞后,中介产业缺位,产业结构关联效应较低

体育产业是一个由核心产业、中介产业和周边产业组成的有机整体,其中核心产业的发展是整个体育产业的火车头。当前乃至今后相当长的一段时

期内,体育的核心产业应该定位于竞赛表演业和健身娱乐业,但目前这两大产业的规模还有限,没有形成支柱性优势,反而远远落后于相关产业的发展。表2就是体育产业较发达的北京市与美国的体育核心产业、相关产业在体育产业产值中所占比例的比较,从中我们可以看出相对于目前体育用品业的发展而言,我国的体育竞技表演业和健身娱乐业发展的速度仍较为迟缓。尽管体育用品业可以独立于核心产业而存在和发展,如果作为核心产业的健身娱乐业和竞技表演业长期滞后,那么外围产业的体育用品业就不可能在规模和效益上有大幅度的提升。

中介产业缺位是指目前我国体育产业结构中还缺乏能够提供高质量专业化服务的体育经纪业。体育中介产业对整个体育产业的发展起着催化剂的作用,对它的优先发展,不仅能直接带动其他体育市场,特别是竞技表演业的发展,而且可以规范整个体育市场的运作,促进整个产业的健康有序发展。目前,我国的体育中介市场的发育程度较低,中介产业严重缺位。它的缺位一方面会制约核心产业的发展,另一方面影响外围产业规模的拓展和效能的升级,并会由此造成体育产业结构的关联效应较低,进而抑制体育产业结构的整体优化。

表2 美国1988年体育产值^[2]与北京市2001年体育产值情况比较

项目	美国 1988年体育产值情况表		北京市 2001年体育产值情况表	
	经营收入 /亿美元	比例 /%	经营收入 /亿美元	比例 /%
健身娱乐业	227.89	36.12	23	21.62
竞赛表演业	32.4	5.13	-	-
体育用品业	190	30.11	58.9	55.36
体育彩票销售	-	-	15	14.10
其他收入	180.71	28.64	9.5	8.93
合计	631	100	106.4	100

数据来源:美国数据引自北京市数据引自北京统计信息网。^[2]

(三) 区域发展不均衡,结构性矛盾突出

受中国社会的二元结构影响,体育产业也表现出明显的二元结构特征,表现在人们对体育市场的认识、体育消费的观念,以及体育消费结构等方面存在巨大差异。一般而言,经济相对发达的东部沿海地区体育产业相对发达,而在经济相对落后的中西部内陆地区,体育产业尚未形成规模,体育产业的区域发展不均衡,结构性矛盾十分突出。以体育用品业为例,目前我国体育用品业发展排在前10位的主要是东部沿海省市,中西部除了安徽以外没有一个进入前10名,再从大区来看,主要集中在华东,集中了国内七成多的体育用品类企业,^[3]这种现象一方

面说明我国区域经济发展的不均衡,另一方面也反映出体育产业结构二元化的事实,这已严重影响我国可持续发展体育经济策略的战略实施。

(四) 居民体育消费结构单一

就消费主体而言,体育消费可以分为两个部分:一是体育行政事业部门的消费,指的是体育机关、体校以及运动队等单位在日常工作、训练和科研中对体育器材设备、食品饮料、书刊杂志等物质资料的消耗;二是居民消费,指的是居民为满足个人生活需要而在体育劳务、物质资料等方面的消耗。目前,我国居民的体育消费结构比较单一,以实物消费为主。实物性体育消费主要指人们参与体育活动时所消耗

的实物产品,包括运动服装鞋帽、健身器材设备、体育书刊杂志、食品饮料等。有数据表明:运动服装鞋帽等体育实物消费资料的比重占体育消费支出的 81.5%,而用于观看比赛,参加娱乐活动的劳务性消费比重仅占体育消费支出的 10%左右,体育书刊磁带占 7.1%;其他消费品占 2.4%。这也进一步反映了体育产业组织结构的不合理,核心产业的发展落后于相关产业的发展,对比其他发达国家的体育消费结构,我们还存在很大的差距。如美国早在 1988 年体育产业产值已达 631 亿美元,其中体育健身娱乐消费收入达 353.29 亿美元,体育劳务收入占当年度体育产业总值 55.98%,体育用品收入 190 亿美元,体育实务消费占当年体育产值总值 30.1%;德国 1990 年体育健身服务消费达 62%,而体育用品消费只有 38%;而中国发达地区与欠发达地区的劳务性体育消费与实物型消费比分别为:40% 60%和 20% 80%。^[4]

综上所述,可以看出我国的体育产业结构仍不合理,既不符合发达国家的发展趋势,同时又存在严重的趋同化和低度化问题,体育经济和体育产业的发展必须转向结构优化与升级。

二 我国体育产业结构不合理的成因

导致我国体育产业结构失衡的原因比较复杂,我们可以从以下几个方面来考察:

(一)缺乏商业运作机制和资金的投入。目前在我国的体育经营机构中,没有建立起符合现代化企业的商业运作机制,不能激发投资者对体育产业的兴趣和欲望,这样就导致了资金的缺乏。体育产业除通过市场化模式筹集一部分资金外,仍主要依赖国家的资金投入,没有能够实现体育产业资金筹措的自我发展。反观美国由于其体育产业发展到了相当高的水平,其资本利润率远远高于社会平均利润率,所以现在它已完全脱离了风险资本和证券市场,主要依赖自我积累。

(二)缺乏稳定的优惠扶持政策。在拉动国民经济增长的消费、投资、净出口三大因素中,消费需求是主要因素,是拉动经济增长的主要动力。体育消费属第三产业范围内的消费,增加体育消费就会加速第三产业的发展,这对优化国民经济结构,改善经济发展质量,具有重要的社会意义和经济意义。但是,目前关于如何增加体育消费,鼓励社会兴办体育产业和引导、扩大体育消费并无有效政策可循。

(三)群众体育市场开发度不够。在中国,体育

活动长期以来作为一项福利事业来运作,可是国家拨款又不能满足全国人民体育健身的需要,所以不得不退而求其次,将资金重点全部用在发展竞技体育上,这样群众体育市场就没有得到应有的开发,而这块市场非常巨大,对体育产业结构的优化作用也是非常巨大的。

(四)体制障碍。由于体育产业经营门类多,涉及的部门也多,有些项目很难有明确的统一归属管理依据,加之发展环境和市场运行机制等尚未完善,致使体育行政部门对体育产业的发展缺乏研究和指导,很难行使宏观管理职能。这些问题在一定程度上影响和制约着体育产业结构的合理发展。

三 优化我国体育产业结构的建议

为推动体育产业结构的调整和优化,促进体育经济的增长,国家将出台一系列的体育产业政策。确切地说,制定和实施体育产业政策就是国家为了促进市场机制的发育,纠正市场机制的缺陷及其失败,对特定产业活动以干预和引导的方式施加影响,来保证市场经济运行的外部环境。在这过程中,政府必须遵循体育结构演进的规律,正确处理和市场之间的关系,使市场机制成为体育产业结构调整最重要的方式,同时辅助政府调节,充分发挥两种资源配置方式的优点。

(一)科学规划,分类发展

产业结构的优化与升级主要是由支柱产业和主导产业的更替推动的,这是一个持续动态过程。而引导主导产业更替、调整的主体仍是政府,政府应走科学规划,分类发展的道路。从国内体育市场发育程度来看,现阶段应把健身娱乐业和竞赛表演业作为主导产业发展,它们对其他产业的发展能够起到引导和支撑的作用。把体育用品制造业作为基础产业来发展的同时,还要把体育用品业、体育彩票业、健身娱乐业作为当前体育产业的支柱来发展。以激发健身娱乐体育消费为先导,以培育健身娱乐、竞赛表演两个市场为根本,形成健身娱乐、竞赛表演、体育用品和体育彩票四大支柱为主的发展战略。

(二)完善体育市场的投融资机制

投融资政策是确保体育产业快速发展的重要手段,建立和健全体育产业的投融资政策对我国体育产业发展有着特别重要的意义。随着体育体制改革的不断深入,在体育投融资方面进行了许多改革和尝试,改变了以前单纯依靠国家拨款的体育事业模式,为发展体育事业筹集了巨额资金。但同时也应

看到,目前国内还没有建立完善的体育投融资的市场机制,下一步应加大力度,本着“多方投入,风险共担,利益共享”的市场化运作原则,充分发挥不同体育产业资本市场投融资主体的积极性,实现体育产业投融资渠道的多元化。扩大体育产业资本市场投融资规模,引进国外发达国家体育产业资本市场投融资及管理运作模式的成功经验。转变政府投融资主体的角色,让政府从投融资主体变为宏观调控者,执行规范和监督职能,同时加快体育投融资立法,通过法制化来规范和建设体育用品市场的投融资机制。

(三) 出台宏观调控举措

体育产业是社会公益事业,政府对它的发展应给予必要的扶持调控,特别是在宏观方面应予以调控,例如财政税收政策。这是一种宏观调控体育产业发展,优化体育产业结构的有效手段。财政政策方面,国家应在不减少财政投入总量的情况下,调整财政投入的结构和方式,适当增加用于扶持体育产业发展的政策性专项投入。税收政策方面,可对各级各类体育产业采取分类对待的方式。例如,在公共体育方面,建议凡是公共体育场馆开展训练、比赛和群众性体育活动的营业用地均免征土地使用税;在健身娱乐业方面,针对健身娱乐企业开展体育项目的多样性,分别实行高税、低税及免税等差异性的税收政策。

(四) 加强体育设施建设

加强体育设施建设,能够有效地促进体育需求的增长。目前欧美一些发达国家,体育场地平均每人已达1平方米,国内离这个要求还有一段距离,政府应采取措施解决此体育产业发展的制约瓶颈,一是应加快建设,采用BOT、TOT、ABS等新型的融卖方式进行场馆建设,通过整体或局部使用权的招商,进行综合开发,运作和经营,以加快基础设施建设;二是调整现有不良资本,面向社会与市场,改善原有的体育场管设施。三是利用经济手段、市场法规管好用好体育设施,建立谁投资谁受益的良性循环机制,实现设施利用效益的最大化。

(五) 建立和完善体育经营人才培养体系

体育产业的市场化运作需要大量合格的体育经营人才,这些人才除了具有组织协调等基本能力外,还需要熟悉体育行业运作的各个环节,熟悉与体育产业相关的法律环境和国际惯例。因此,我们可以让体育经营部门和体育院校加强横向联系,联合培养学生。同时也可通过专业培训、岗位培训、在职进修、招聘引进等多个渠道来培养和造就一批适应体育产业化发展需要的主要从事体育市场经营管理工作的高层次专门人才。

(六) 进一步完善体育市场体系

建立一个门类齐全、结构合理、功能齐备的体育市场体系是优化体育产业结构的需要,也是体育产业蓬勃发展的基础。从结构上分析,体育市场是以娱乐健身市场、竞赛表演市场、体育无形资产市场作为核心市场,从而带动相关体育市场,如体育用品市场、体育彩票市场、体育服务市场等。健身娱乐业、竞赛表演业与其他体育服务业相比,它的市场需求相对比较稳定,有比较稳定的消费群体,行业集中度较低,竞争比较激烈,行业壁垒较低,企业比较容易进入或退出,作为主导产业,它与体育产业的其他部分关联度较大,能够带动相关产业的发展。因此,政府可以考虑把健身娱乐、竞赛表演两类市场作为龙头,并进行重点培育和发展。

参考文献:

- [1] 王晓亮. 体育的双赢——谈谈体育产业化[J]. 世界知识, 2003(5).
- [2] 张岳峙,等. 中外第三产业要览[M]. 中国计划出版社, 1993: 689 - 690.
- [3] 陈剑. 2004北京奥运经济报告[M]. 北京:北京出版社, 2005.
- [4] 刘远祥,孙冰川,等. 优化我国体育产业结构的政府行为分析[J]. 成都体育学院学报, 2008(4): 25.

责任编辑:徐蓓