

# 试论体育产业结构及产业化特征

丛湖平

(浙江大学 体育学系,浙江 杭州 310028)

[摘要]体育产业是以体育资源为基础、体育活动为载体,向社会提供有关物质产品和服务为收入来源的经营性的各种行业的总和,它由体育本体产业和体育载体产业两大类构成。体育产业的基本特征有四:其一,追求目的是最大限度地实现经济效益;其二,运行机制以生产——供应——需求为基本框架;其三,组织形态以分散的、且又是独立的经济实体构成;其四,投资主体由国家、个体或多元联合体构成。

[关键词]体育产业;结构;产业化;特征

[中图分类号] G80-05 [文献标识码] A [文章编号] 1008-942X(2000)04-0154-05

## Structure of the Sports Industry and Its Features

CONG Hu-ping

(Department of Physical Education, Zhejiang University, Hangzhou 310028, China)

**Abstract:** Sports industry refers to the entire body of all businesses that make use of the sports resources and provide the community with material products and services. The general features of this industry are: i. the pursuit of maximum profits; ii. a production-supply-consumption basis; iii. independent financial organizations; iv. a combination of state-owned and private investments.

**Key words:** sports industry; structure; industrialization; features

在我国,体育产业的概念是在20世纪90年代才出现的,可以说它是随着计划经济体制向市场经济体制转型过程中逐渐演化并衍生出来的新事物。随着经济发展和产业结构的调整,以体育产业等十大产业作为21世纪我国第三产业重点发展的国家战略,将给体育产业的结构升级提供很好的发展环境和强劲的产业政策支持。当我们全面考察体育产业资源的基本形态、结构,以及各类资源在分化、重组、提升过程中的各类问题时,对体育产业的行业结构及产业化特征的把握,则具有重要意义。为此,本文在文献研究的基础上,按照逻辑的分类要求,讨论了体育产业的行业结构以及体育产业与体育事业的界面。

## 一、体育产业的行业结构

欲求真就必须科学地理解现实并依据一定的法则来探求事物的本质。从经济学角度而言,产业是指同类经济活动的总和,它是介于宏观经济和微观经济之间的一个概念,也即它是由一系列具有相同属性的微观经济活动组成,又成为宏观经济的重要组成部分<sup>[1]</sup>。基于这种认识,国内外的

[收稿日期] 2000-03-30

[基金项目] 云南省政府与浙江大学合作项目(F09901)

[作者简介] 丛湖平(1959-),男,山东海阳人,浙江大学教育学院体育学系教授,主要从事体育产业理论与实践及体育科学方法研究。

学者就该问题发表了一些看法。日本的中村金夫先生将体育产业理解成“一种可以提供场所、用品和服务的行业集合,它是为了适应体育的需要,同时也是为了满足人们对体育文化享受需要而产生”的<sup>[2]</sup>,同时,他也认为“体育产业生产经营活动的结构可分为硬件和软件两部分,硬件包括体育用品的制造业及体育场馆和设施的修建业等,软件是指体育服务业”<sup>[3]</sup>。欧美一些学者认为:“体育产业是以满足消费者和其他行业对体育需求的生产经营和社会服务等部门的总和,它以追求投入产出效益为宗旨,其领域涵盖一切与体育有关的生产经营活动”,其基本内容包括了健身娱乐业、体育用品业、体育竞赛观赏业、竞赛的媒体转播业、体育博彩业、体育广告业等<sup>[4]</sup>。在我国,关于体育产业概念的认识有四种:第一,认为体育产业即是体育事业、体育部门;第二,把体育产业理解为与体育密切相关的多种行业的综合;第三,把体育产业理解为各体育组织机构为创收而兴办的各种行业的综合体;第四,把体育产业理解为体育服务中能够进入市场并创利的那一部分<sup>[5]</sup>。又有些学者从广义和狭义角度认识体育产业,认为广义的体育产业是一切与体育有密切相关的所有经营行业的总和,它既包含体育服务类行业,也含有体育用品制造业和体育部门办体助体的多种经营行业,也称为体育的混合产业或复合产业。狭义的理解仅是指属于第三产业的体育服务业的总和,属第三产业。国家体育总局主任伍绍祖同志曾对体育产业的结构作了三类划分,即:本体产业(门票、转播费、专会费、培训费等)相关产业(体育服装、仪器、器材、运动用品等)以及体办产业(体办农场、体办宾馆等)<sup>[6]</sup>。

综观上述关于体育产业的评述,我们认为,在理解体育产业的概念时,必须考虑两个基本问题:第一是体育产业构成要素(即外延),第二是各要素的共同属性,同时必须按照逻辑分类的原则进行分类和概括。基于此,我们认为,体育产业是以体育资源为基础,以体育活动为载体,以向社会提供有关物质产品和服务为收入来源的经营性的各种行业的总和。产业类别主要有两类:第一类为体育本体产业,第二类为体育载体产业,具体内容详见图1。

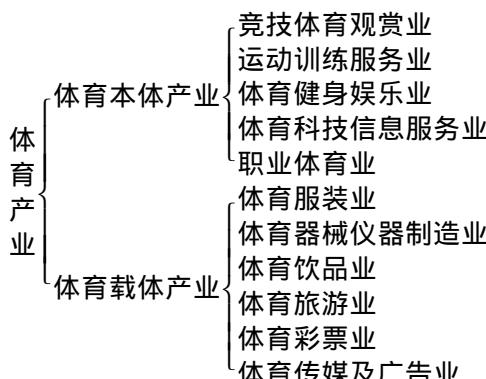


图1 体育产业结构图

### (一)体育本体产业

该产业是由纯体育服务型或劳务型的经济实体构成的集合。它的基本特征是:其生产的产品是无形产品,但劳务或服务是以“活动”的形式存在的,并能提供满足人们身心等方面需要的使用价值;其生产过程和消费过程同时发生,即生产过程也就是消费者直接参与并享受的过程。体育本体产业主要由图1中的五大内容组成,它是体育产业中最具有体育源生的部分。

竞技体育观赏业是指由不同特征的投资者(独资、合资或国家等)通过组织体育竞赛、表演赛等向社会提供精神性的观赏服务,并以市场运作规则进行操作,通过各种可能的渠道获取经济效益的经营型行业。

体育健身娱乐业是指投资主体以具有强身或休闲功效的项目(诸如形体训练、太极、气功、健美操、体育舞蹈、棋牌、台球、钓鱼、卡丁车、轮滑等)为经营内容,向社会提供指导性的完善体能服务或为闲暇消费者提供运动性的身心娱乐服务,以获取经济效益的经营性行业。

体育科技信息服务业是指提供竞赛情报(运动员状态情报、各国家队对手的技术、战术,各队近期比赛状况等)、技术研究、医学监测、伤病治疗、器械研制等技术服务或咨询服务为主要经营内容的经营性行业。

运动训练服务业是指以提供教练员业务培训、指导裁判服务和提供各类训练所需的基地、设备等为主要内容的经营性行业。

职业体育行业是指以具有竞技性和观赏性运动项目的高水平运动员或职业体育俱乐部为特殊商品,通过参赛及出场收入、广告及传媒的部分收入和运动员转会收入为主要经营内容的经营性行业。

## (二)体育载体产业

体育载体产业是以体育为符号的服务型经营实体和物质生产型经营实体构成的集合体。该行业的基本特征有三:其一,它充分利用体育本源部分的社会性影响,以实现经济价值;其二,在实现其经济价值的同时,又极大地促进体育本体产业的发展,最终实现体育本体产业和体育载体产业双向协同提升的作用;其三,若按行业类属来划分,体育载体产业中的各行业均有其“母体”行业,如体育服装用品业属服装生产行业,体育器械仪器制造业属设备制造业,体育饮品业属食品生产行业,体育旅游业属旅游行业,体育彩票业属于博彩行业,体育传媒及广告业则部分属于传媒业、部分属于广告业(本研究结合探讨云南省有关实际问题,采用上述方式予以分类和界定)。体育载体产业包含六大内容,它们是以体育为载体的、具有社会服务和产品生产效能的行业。

体育服装用品业是指以各类运动项目、运动员或体育爱好者为消费对象,提供适用的运动鞋、袜、帽、盔、服装等用品的经营型行业,它可视为服装业的一部分。

体育器械、仪器制造业是指为社会提供体育和运动活动的健身、娱乐等器材、设备(诸如室内外联合式运动器、专项素质练习器、各类比赛、训练器械、各类球类的网、架、台、拍等)的生产和经营行业,它可视为机械制造业的一部分。

体育饮品业是指为专业运动员、业余运动员和体育爱好者提供恢复疲劳、增强体能的各类药品、补品等为主要内容的生产经营性行业,它可视为食品业的一部分(注:体育服装用品业、体育器械仪器制造业和体育饮品业的集合也可称为体育用品行业)。

体育旅游业是指以体育资源中最具有娱乐效应、健身效应、参与效应的运动形式或项目为主要内容,并将其溶于相应的旅游行业中,为旅游者提供服务的经营型行业,它可视为旅游业的一部分。

体育彩票业是指以与体育有关的活动为媒介的、印有号码、图形、文字、数字等的、供人们自愿购买和填写的并按特定的规则取得中奖权利的票证经营性行业,它可视为博彩业的一部分(注:现阶段我国发行的是集资及发展体育事业为目的的摸彩类彩票)。

体育传媒及广告业是指以体育类的书刊、音响、体育新闻、体育广播电视传播、体育赛事中的广告为主要内容的经营性行为。它可视为传媒业或广告业的一部分。

在上述六种行业中,体育旅游业是一种体育资源的“外联”形态,它只有与旅游业联系在一起时,才能显示出其资源价值,其他五种是具有“内联”形态的行业,它们或是以体育中的某部分为服务对象,或是通过体育效能来实现其经济价值。

综上所述,体育产业结构分类是以其属性进行的。体育本体产业是直接将体育资源产业化并以劳务或服务的形态进行社会的交换,实现其经济价值,而体育载体产业则是将体育作为载体与某一非体育本源产业部门连接在一起,并以物质生产、经营和劳务或服务的形态进行社会的交换,实

现其经济价值。若按 A. Fisher、C. Clark 和 S. Kaznets 的三次产业分类法<sup>[7]</sup>来进行分类,体育本体产业中的所有行业以及体育载体产业中的体育旅游业、博彩业、体育传媒及广告业是属于第三产业的部分;而体育载体产业中体育服装用品业、体育器械、仪器制造业和体育饮品制造业又属于第二产业。因此,体育产业的主体部分属于第三产业,而整个体育产业属于“复合产业”。

## 二、关于体育产业与体育事业特征的认识

长期的计划体制,已使体育具有浓厚的公益性和福利性特征,人们的观念也在这种氛围中形成了认识上的积淀。随着市场经济的不断深化,体育中原属于事业性质的部分资源逐渐从公益和福利形态中分离出来,进入市场、步入产业化阶段,由此形成体育产业的基本雏形。由于我们国家体育产业正处在形成阶段,体育体制也处于转型时期,加之人们关于体育产业认识上的分野,常常将体育事业与体育产业混为一体(或是将体育产业归于体育事业,或是将体育事业作为体育产业),使得我们在研究和分析时会产生认识和判断方面的偏误。为使本研究较清晰地突出体育产业(尤其是云南省的体育产业)的有关问题,在此对体育事业和体育产业的相对界面予以划分是必要的。需要说明的是,本节论及的体育事业是从狭义对应于体育产业的角度展开的。

所谓的体育事业,是指在社会生活中以一定的目标、组织、系统活动为基本框架,在国家的相应部门领导下,由国家财政支持来生产或创造具有公益性、福利性公共产品(物质产品或精神产品)的组织单位的集合。例如我国的“奥运争光计划”就是典型的创造体育“公共精神产品”的计划,它是在国家体育总局的统一领导下,各省、市、区团委及下属各类部门统一行动,政府在人、才、物合理调动和配置的基础上,实现竞技体育强国的目标,由此树立国家形象的,这种精神产品属于由全国人民共享的公共产品。

体育事业与体育产业有着诸多方面的不同特征:第一,从最终追求的目的看,体育事业创造的是社会公共产品,其最终目的是突出和实现社会效益,体育产业所生产的是服务或实物型产品,在市场中进行交换,其最终目的是最大限度地实现经济效益。第二,从运行机制看,体育事业的基本运行机制是由政府统一规划,在国家财政支持的条件下,由各级行政部门按统一步骤、统一管理的方式进行的;体育产业的运行机制则是按供需双方关系的市场规则进行的,亦即生产——供应——需求的经济机制。第三,从组织形态看,体育事业是由自上而下且隶属关系清晰的行政组织系统构成的,体育产业则是以分散型的、且又是独立的(或相对独立的)经济实体构成的。第四,从投资主体看,体育事业的投资主体是国家,体育产业的投资主体可以是国家,可以是个体,也可以是多元联合体。

在我国各类体制转型的过程中,有很多体育资源的社会效能具有混合型特征,亦即既有生产公共产品的事业型功能,又有以市场服务为内容的产业化的功能。当我们在认识这种体育资源产业化问题时,必须对体育资源产业化的研究概念及其基本内涵加以界定。所谓体育资源的产业化是指将具有体育属性或以体育为载体的要素(有些是原体育事业中的部分内容)经过改造和重组,使其按照价值规律和市场供需机制,实现逐步纳入市场经济的轨道的转型。从目前我国的实际情况看,体育产业化的基本内涵是:第一,将体育产品商品化。体育的劳务和服务同实物产品一样,具有使用价值,能在很大程度上满足人们增强体质和精神文化生活的需要。随着人们生活水平的提高和消费结构的变迁,体育的劳务和服务的使用价值必将越来越成为人们重要的享受资料和发展资料,并构成提供体育劳务所耗费的物质生产资料和劳动消耗总和。第二,体育事业单位企业化,亦即由事业型转变为经营型单位,并以市场运行机制进行运作,通过市场体系,主动参与竞争,以市场供需关系对人、财、物资源进行合理组合和配置。第三,培育和逐步形成竞争的体育市场,主要

是体育要素市场和体育服务或产品市场。体育要形成产业，离开市场就没有实现交换的渠道，也就无法得到承认和获得价值补偿的源泉，市场规律就不能起作用，体育再生产也就没有基础。所以，体育要实现产业化，市场的培育是非常重要的内容。

### [参 考 文 献]

- [1] 夏大蔚.产业组织学[M].上海:复旦大学出版社,1994.1-2.
- [2] 中村金夫.体育产业的内涵[J].国外体育动态,1994(9):65-67.
- [3] 中村金夫.国外体育产业的主要市场(上、下)[J].国外体育动态,1995(12-13):99-101.
- [4] 杜利军.国外体育产业的主要市场(上、下)[J].国外体育动态,1995(12-13):97-98.
- [5] 邵芳,丛湖平.体育产业若干问题之辨析[J].浙江体育科学,1999(2):24-27.
- [6] 伍绍祖.加快体育产业化步伐,促进体育事业发展[R].全国体委主任会议报告,1995.
- [7] 石磊.中国产业结构成因与转换[M].上海:复旦大学出版社,1996.2.

[责任编辑 徐 枫]