

高等学校教材



“十二五”普通高等教育国家级规划教材

体育产业概论

第二版

□ 主编 杨铁黎

□ 副主编 王子朴 林显鹏

陈锡尧 张文健

高等教育出版社

高等学校教材



“十二五”普通高等教育国家级规划教材

体育产业概论

Tiyu Chanye Gailun

第二版

主编 杨铁黎

副主编 王子朴 林显鹏 陈锡尧 张文健

高等教育出版社·北京

内容简介

本教材系统全面地介绍了体育产业的基本理论和实践运作的基本规律等内容,基本理论部分包括了国内外体育产业产生发展的经济社会背景,体育产业内涵、体育产品、体育产业结构、体育市场内涵、体育市场特征、体育市场结构、体育消费等;实际运作方面包括体育资本运作、体育无形资产运作、体育彩票运作、职业体育市场运作等。

本教材知识系统,覆盖面宽,数据新,理论结合实践,难度适中,可作为高等体育院校体育经济专业、体育管理专业、社会体育专业等基础课程教材,也可供其他体育学科选用和社会读者阅读。

图书在版编目(CIP)数据

体育产业概论 / 杨铁黎主编. --2 版. --北京:
高等教育出版社, 2015. 11

ISBN 978-7-04-043943-4

I. ①体… II. ①杨… III. ①体育产业-研究-高等学校-教材 IV. ①G811

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 228645 号

策划编辑 陈海
责任校对 刘春萍

责任编辑 张舒萍
责任印制 赵义民

封面设计 王鹏

版式设计 范晓红

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街 4 号
邮政编码 100120
印 刷 北京天来印务有限公司
开 本 787 mm×960 mm 1/16
印 张 16.75
字 数 300 千字
购书热线 010-58581118
咨询电话 400-810-0598

网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landaco.com>
<http://www.landaco.com.cn>
版 次 2010 年 3 月第 1 版
2015 年 11 月第 2 版
印 次 2015 年 11 月第 1 次印刷
定 价 29.80 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换
版权所有 侵权必究
物 料 号 43943-00

编委会名单

主 编：杨铁黎

副主编：王子朴 林显鹏 陈锡尧 张文健

编 委（按姓氏笔画排序）：

马 辉 张慧峰 陈文倩

原玉杰 董 杰 詹新寰

前 言

随着我国体育产业的快速发展,培养既懂经营管理,又懂体育的专业人才已成为我国体育产业持续健康发展的核心问题。目前,我国已经有多所高等院校开设了与“体育产业经济”相关的专业,几十所高等体育院校开设了《体育产业概论》课程。

本教材第一版于2010年正式出版,得到体育专业院校教师和学生的充分肯定。2014年本教材被评为教育部普通高等院校“十二五”规划教材。近五年来,体育产业得到快速发展,受到政府高度重视,被纳入国家经济社会发展的重要行业领域。2014年10月《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,以下简称《意见》)文件的下发,为中国体育产业的发展指出了新的方向和目标,也提出了一些具体政策和措施,为进一步改善体育产业发展环境奠定了基础。《意见》的出台,使中国体育产业进入了一个新的发展阶段。为了适应我国体育产业形势发展与人才培养的需求,对教材进行了重新修订。

本教材是首都体育学院、北京体育大学、上海体育学院等学校的专业教师经过十几年的教学经验积累,在各自讲义及教材的基础上,对体育产业的基本理论和内容进行梳理和提炼编写而成的。本教材集中体现了近年来国内外体育产业的最新理论和成果,也收集了一些典型的实践案例,具有很强的理论性、系统性和实践性,适于作为体育经济管理类专业的本科生、研究生教学用书,也适于体育相关专业作为参考教材。

本教材共分十一章,由来自全国的十几位体育产业的专家集体协作完成。各章节编写的具体分工如下:第一章第一节,原玉杰(国家体育总局体育彩票中心);第一章第二节,陈锡尧(上海体育学院)、王岩(上海体育学院);第二章,林显鹏(北京体育大学)、陈文倩(首都体育学院);第三章,原玉杰、杨铁黎(首都体育学院);第四章,张慧峰(燕山大学);第五章,王子朴(首都体育学院);第六章,詹新寰(江西财经大学);第七章,张文健(温州大学);第八章,杨铁黎;第九章,王子朴;第十章,马辉(上海体育

II 前言

学院);第十一章,董杰(首都体育学院)。由杨铁黎负责统稿。

本次修订在保持原有教材的框架体系基础上,吸纳了一些最新研究成果,补充了新的数据、新的事件和新的案例。本教材分为三篇,第一篇为历史与现实篇,以描述性的方式,重点介绍了国内外体育产业的起源、发展过程与现状;第二篇是理论与政策篇,该篇重点突出体育产业的理论性,以学理性的方式诠释体育产业的基本理论与政策问题;第三篇是运营与实践篇,该篇突出了体育产业的实操部分,在介绍体育产业相关理论的同时,注重强调体育产业的实践性。

本书在撰写过程中,承蒙高等教育出版社综合分社陈海先生的支持和推荐出版,同时还得到诸多专家学者的热心指导和大力支持,并参考和引用了许多专家的学术观点和相关文献,在此一并致以由衷的谢意。

由于“体育产业经济”是一门发展中的新兴学科,有许多理论问题和实践问题尚在探索之中,加以作者的水平有限,如有不当之处,请读者给予批评指正。

编者

2015年7月

郑重声明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》，其为人将承担相应的民事责任和行政责任；构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。为了维护市场秩序，保护读者的合法权益，避免读者误用盗版书造成不良后果，我社将配合行政执法部门和司法机关对违法犯罪的单位和个人进行严厉打击。社会各界人士如发现上述侵权行为，希望及时举报，本社将奖励举报有功人员。

反盗版举报电话 (010) 58581897 58582371 58581879

反盗版举报传真 (010) 82086060

反盗版举报邮箱 dd@hep.com.cn

通信地址 北京市西城区德外大街4号 高等教育出版社法务部

邮政编码 100120

目 录

第一章 体育产业的产生与发展	1
第一节 体育产业的起源与发展	1
第二节 我国体育产业的产生与发展	9
第二章 中国体育产业的发展与现状	24
第一节 中国体育产业发展的总体状况	24
第二节 中国体育产业各领域的发展状况	27
第三节 中国体育产业发展中的主要问题	38
第三章 体育产业基本理论	43
第一节 体育产品	43
第二节 体育产业	54
第三节 体育产业结构	70
第四章 体育市场	77
第一节 体育市场的需求与供给	77
第二节 体育需求弹性和供给弹性	89
第三节 体育市场结构	95
第五章 体育消费	103
第一节 体育消费概述	103
第二节 体育消费水平	110
第三节 体育消费心理	113
第四节 我国体育消费的发展趋势	117
第六章 体育产业政策	120
第一节 体育产业政策概述	120
第二节 体育产业结构政策	122
第三节 体育产业组织政策	128
第四节 体育产业布局政策	137
第五节 其他体育产业政策	141

第七章 职业体育	147
第一节 职业体育概述	147
第二节 职业体育的产生与发展	153
第三节 职业体育组织的经营	158
第八章 体育无形资产	163
第一节 体育无形资产概述	163
第二节 体育无形资产的经营与管理	168
第三节 体育赞助的营销	172
第四节 体育赛事转播权的营销	180
第五节 体育赛事特许经营策略	186
第九章 体育资本运营	195
第一节 体育资本概述	195
第二节 体育资本的运营模式	199
第三节 我国体育资本运营的现状和发展趋势	203
第十章 体育彩票	211
第一节 体育彩票概述	211
第二节 世界主要国家彩票的发展现状	219
第三节 体育彩票的游戏	226
第四节 我国体育彩票的管理和销售模式	231
第十一章 奥运经济	237
第一节 奥运经济概述	237
第二节 奥林匹克营销	242
第三节 奥运会对举办城市的经济影响	249
参考文献	255

第一章 体育产业的产生与发展

[内容提要]

本章共分两节，第一节对体育产业起源的社会经济背景做了介绍和分析，在此基础上简要地介绍了国外体育产业发展现状；第二节以我国政治、经济体制改革以及体育体制改革为背景，对我国体育产业产生与发展的不同阶段做了介绍与分析。

第一节 体育产业的起源与发展

纵观国外体育产业的发展历程，是一个体育运动走向商业化、职业化并与其他行业逐渐融合的过程。在我国体育产业蓬勃发展的今天，回顾国外体育产业的产生和发展历史，从中梳理出体育产业发展的规律和特点，对于我国体育产业的发展具有特殊的借鉴意义。

一、国外体育产业的兴起

体育产业从无到有，首先是体育运动作为一种产品被纳入商品经济中，成为一种有利可图的经营项目，这是体育商业化、业余体育职业化的一个过程。在历史上，最早出现和完成这一过程的是英国和美国。

学者一般认为，体育作为一项产业起源于英国。16~17世纪英国的“户外运动”在民间广泛流行，一些贵族和资本家招募比赛表演者，并给予一定的报酬，又通过组织体育比赛获得更多的门票收益。于是这些民间体育在贵族支持和商业赞助的情况下得以发展。在利益的驱使下，以体育为职业的人群逐渐发展壮大，体育比赛也出现了商业化的趋势。1750年，英国贵族资助成立的赛马俱乐部按照所有权与经营权分离的原则进行经营，开创了现代体育俱乐部法人治理结构和制度安排，这种模式很快在板球、拳击等其他项目推广开来。这一时期，商业利润逐渐成为组织者的主要目标，形成了国家和国际的比

赛体系，出现了体育明星，有关体育的报道和体育赌博增加，体育比赛的影响也越来越大，甚至可以使举办重大比赛的整个城市为之停止运转。体育的社会影响力和对相关产业的带动作用在这时已经展现出来。

英国工业革命在19世纪中期基本结束，英国的体育产业特别是职业体育已经发展成为一个成熟的体系，体育组织、比赛规则、经营机制等都开始趋于专业化，进入现代资本运作时期，传统意义上的职业体育俱乐部成立。职业俱乐部制也成为后来欧洲职业体育的主导模式。

体育产业在英国的起源有着深厚的历史背景，是由英国当时的经济、社会、文化条件造成的。

首先，资产阶级革命为英国建立起了资本主义制度，为商品经济的发展打开了一片广阔的天地，体育的商业化正是商品经济快速发展的结果，市场的交易规则、经营模式、组织结构等可以很方便地应用于体育运动的经营，只要运动项目有利可图，便会吸引资本与人才进入这一领域来经营。

其次，体育产业的产生基本上与英国工业革命处于同一时期，机器大工业使得各行业产值得到飞速增加，经济条件的改善为英国人提供了追求运动和娱乐需要的可能，也为体育产业的发展奠定了物质基础。

第三，英国是世界上第一个实现城市化的国家，居民工作和生活方式发生了巨大变化，人身自由的扩大和对非劳动时间的支配能力为体育产业的发展提供了前提条件。

第四，足球、拳击、橄榄球、高尔夫球等“户外运动”是当时英国贵族与资本家的时尚追求，这种运动需求带动出现了一些专为体育运动提供服务的企业和个人，并促使运动俱乐部出现。

17~18世纪是英国向全世界大肆殖民扩张的时期，英国的文化习俗、经济制度等也随之向全世界传播开来。其中的北美殖民地在获得独立后依然继承了英国的体育文化，从19世纪初开始，美国就借鉴英国的经验创建了商业化的体育俱乐部。但是，英国俱乐部制的成功在很大程度上源于早期贵族不计经济利润的慷慨赞助，如果没有这笔资金作为原始积累，单一的俱乐部很难凭借自身的力量维持生存。而美国恰恰缺少贵族阶层，讲求实效的美国资本家不会白白把资金浪费在无利可图的体育运动上，于是美国人放弃了单一的俱乐部模式，转而创立了职业体育的联盟体制。1871年，部分职业棒球队联合成立了全美棒球协会，凡是给尖子队员支付薪金的棒球俱乐部都可加入该协会。1876年，有“棒球沙皇”之誉的威廉·赫尔伯特接管了全美棒球协会，将全美棒球协会改为全美棒球联盟，随后即着手制订联盟的各项规则，并有计划、有步骤地开发棒球联赛的市场，进行联盟的垄断经营。棒球职业联盟的成功运作，

使得这种体制很快在篮球、美式橄榄球、冰球等项目中推广开来，成为美国体育产业的主导模式。

职业体育联盟制使得联盟在全国范围内对该运动项目的经营形成垄断优势，联盟可以获得高额的垄断利润，联盟成员即各俱乐部（运动队）自然也有丰厚的经济收益。强大的赢利能力使得美国体育产业在后来创造了惊人的经济成就。

在今天的体育产业中，大众体育也是重要的组成部分，但在 17、18、19 世纪，受制于社会经济水平，体育健身娱乐的消费规模很小，整体上未形成产业。直到 20 世纪中叶，体育健身娱乐消费才真正实现了平民化、普遍化和生活化，大众体育才有了产业地位。经过短短几十年的发展，后发的体育健身娱乐业也在产业规模和产值上超过了先发的竞赛表演业，成为体育的主导产业。

总的来说，体育产业的产生包含两条基本线索：一是体育走向商业化和职业化的过程，二是职业俱乐部制和联盟制两大运作模式的形成过程。我们把英国和美国称为体育产业的两大发源地，除了现代体育产业中主要的运动项目诞生于这两个国家外，更重要的是，体育运动在这两个国家第一次能够创造财富、能够独立发展，成为国民经济中不可忽视的组成部分，并且其创立的职业俱乐部制和联盟制成为后来各国体育产业发展的两大基本模式，对全世界体育产业的发展产生了深远影响。

二、国外体育产业的发展

20 世纪 50 年代之前，尽管西方发达国家的体育产业已经起步，但由于经济、社会条件的限制，特别是体育尚未实现大众化，而且战争频繁，两次世界大战对各国经济影响非常严重，体育产业的规模很有限，并没有在国民经济中显现出重要作用，体育产业基本上还处于初创阶段。

第二次世界大战结束之后，社会主义国家实行计划经济，体育作为一项事业并未形成产业。而在市场经济国家，随着战后重建工作的展开，经济逐渐恢复并超过战前水平，人们的生活水平快速提升，体育市场需求日益增长，体育的经济功能得到大规模开发，体育产业得到了快速发展。特别是在 20 世纪 90 年代之后，市场经济被普遍接受，许多国家面临产业结构的调整和转换。具有较强产业带动能力和就业吸纳能力的体育产业日益获得西方主要发达国家的关注，体育产业也在全球范围内快速发展，在很多发达国家甚至成为国民经济的支柱产业。总体来看，今天的体育产业发展呈现出以下几个主要特征：

第一，体育产业在国民经济中的地位日益突出。20 世纪 90 年代末，美国

体育产业产值占 GDP 的 2% 以上, 在各行业中排第六位; 英国体育产业产值占 GDP 的 1.56%, 直接提供近 50 万个就业机会; 德国体育产业产值占 GDP 的 1.25%, 法国为 1.09%, 意大利为 1.06%, 西班牙为 1.68%。这些数据表明体育产业已经成为各发达国家经济中不容忽视的部分, 为经济发展提供了一个充满活力的增长点。

第二, 体育产业全球化发展趋势。在体育用品业, 耐克、阿迪达斯等运动用品公司已发展成为规模庞大的跨国公司, 占据了全世界运动服装市场的大半份额; 在竞赛表演业, 欧洲五大足球联赛, 美国的 NBA 都已将全球作为它们的市場, 不仅球迷遍布世界各地, 而且还到许多国家开展赛事推广活动。自 1984 年洛杉矶奥运会实现盈利之后, 奥运会也引起世界各国的关注, 不再仅仅是体育的盛会, 同时也成为各行各业跨国公司展开经营和竞争的舞台。

第三, 体育产业与资本市场的联系越来越密切。一方面, 体育产业从资本市场募集的资金越来越多, 体育产品制造企业纷纷上市, 一些俱乐部也开始采用股份制。从 1997 年 11 月开始, 英国就有 19 家足球俱乐部在股票市场正式注册上市; 另一方面, 金融机构开始广泛渗透到体育产业, 英国投资公司收购了捷克布拉格斯拉维尔足球队 29.9% 的股份、雅典 AEK 队 80% 的股份、意大利维琴察队 99% 的股份, 并宣称其长远规划是建立一个横跨欧洲的足球俱乐部大家庭, 通过联合经营提高规模收益。

除了这些特征, 每个国家的体育产业发展都具有自己的特色, 下面简要介绍几个主要发达国家的体育产业发展概况。

(一) 美国

美国的体育产业规模庞大, 经营模式成熟, 涉及职业比赛、休闲、健身、器械制造、媒体传播、娱乐时尚等众多行业。据美国有关机构估算, 美国体育市场整体规模约为每年 4 850 亿美元。其中, 美国体育设备零售额约为每年 410 亿美元。职业体育是美国体育产业最具影响力的一个领域, 美国劳工统计局 2013 年公布的数字显示, 美国有 13 880 名专业运动员, 206 808 名教练与审核员, 16 410 名裁判员等比赛官员。美国橄榄球联盟 (NFL)、美国职业篮球联盟 (NBA)、美国冰球联盟 (NHL)、美国职业棒球联盟 (MLB) 这四大职业体育运动组织是美国职业体育产业的支柱。美国四大职业体育联盟有着巨大的影响力和创造财富的能力, 据调查, 约有 27.9% 的美国人 是 NFL 球迷, 12.9% 的美国人 是 MLB 球迷, 9.6% 的美国人 是 NBA 球迷, 四大联盟目前的年收入在 230 亿美元左右。

美国的健身业市场规模较大, 占美国整个体育产业的 1/3, 整体经营水平高, 组织化程度高。在美国, 有大约 130 万人直接服务于娱乐休闲行业。休闲

体育带动了旅游、交通运输、食宿、体育用品等方面的消费，极大地推动了美国体育产业的发展。近年来，参加健身运动的美国人越来越多。据国际健康及运动俱乐部协会统计，2005年美国的健身俱乐部会员仅为4 130万人，到2012年增至5 020万人。美国30 500个健康俱乐部在2012年获得2 180亿美元收入。

据美国体育活动理事会（PAC）2013年公布的对120种运动项目的统计数字显示，美国中小學生（K—12）参加团体运动的人数有所增加，美国所有年龄段人群参加健身运动的人数增长了2%。另外，美国7 500万婴儿潮一代（二战后1946年至1964年出生的人）已经积累了巨大财富，有大量时间用于休闲，他们对生活质量非常关注，对运动休闲业的贡献正在增长，已经成为俱乐部与家庭运动行业的重要收入来源。很显然，美国运动健身行业仍然存在很大的市场开拓空间。对企业而言，持续增长的体育市场提供了大量商机。对体育设施开发商和地方政府而言，体育是通过吸引游客与体育爱好者获得经济效益的重要途径。

（二）英国

根据英国体育娱乐联盟发布的截至2013年年底英国体育产业最新统计报告，相关数据汇总如下：

1. 总体概况

2011—2015各财年，英国国家财政预算对体育的拨款数额呈逐年递减之势：2011—2012财年拨款9 500万英镑，2012—2013财年9 400万英镑，2013—2014财年8 800万英镑，2014—2015财年则为8 600万英镑。

2009—2013伦敦夏季奥运会期间，英国国家彩票、财政部以及国家队专项赞助共向英国各奥运会项目投入了2.64亿英镑，共向残奥会项目投入了4 800万英镑。2012年，英国中央政府对体育和娱乐的支出为13亿英镑。

2010年，英国消费者用于体育的消费约为203亿英镑，其中花在参与（118亿英镑）上的数额多于消费（85亿英镑）。英国家庭平均每周用于体育锻炼的场地门票费、器材租用费和休闲课程培训费为6.7英镑。与体育相关的就业人数约为44万，占英国总就业人口的2.3%。

2. 足球市场

足球基金会提供的每1英镑，都会通过供给链的间接消费为英国经济带来7.73英镑的收入。

1991—1992赛季，英甲（英格兰足球甲级联赛，简称“英甲”）22个俱乐部的总收入为1.7亿英镑，而20年后的2011—2012赛季，20个英超（英格兰足球超级联赛，简称“英超”）俱乐部的总收入达到23亿英镑，几乎翻

了14倍；其中有5个英超豪门俱乐部的收入已经超过20年前整个英甲的收入。

从商业的角度，英超已成为世界上最有影响力的足球联赛。2011—2012赛季，英超各俱乐部的总收入为23.6亿英镑，增长16%，继续保持世界足球俱乐部赛事收入的领先地位，超过排名第二的德甲（德国足球甲级联赛，简称“德甲”）10亿欧元，其中收入排名首位的是曼彻斯特联队，共3.2亿英镑，排名最后的是威根竞技队，共5300万英镑。2011—2012赛季，英国足球四个级别联盟共92个俱乐部的总收入首次超过了30亿英镑。2013—2014赛季，英超俱乐部的总收入达到45亿英镑以上。2011—2012年度，英国职业足球向政府的纳税总额为13亿英镑。

英超一个赛季的国内电视实况转播权已卖到10亿英镑以上，价格暴涨了近70%。一签三年的总价值已达55亿英镑。

3. 自行车市场

2011年自行车运动共向英国经济贡献了29亿英镑，相当于每名自行车骑行者年平均贡献230英镑。2015年年底，如果骑自行车者增加20%，将会为英国经济挽回交通拥堵损失2.07亿英镑，挽回空气污染损失7100万英镑。预计到2019年，欧洲的自行车旅游市场总值将会达到全年200亿英镑。通常自行车骑行者平均每年请病假的时间不到1天，相当于每年为英国经济挽回了因缺勤造成的1.28亿英镑损失。

（三）澳大利亚

澳大利亚于2010年推出了一份体育与休闲领域统计报告，数据源自澳大利亚统计局和其他途径，报告从统计的角度描绘了澳大利亚体育与休闲领域的全貌。以下是该报告公布的主要统计结果：

1. 体育设施

2008—2009年，澳大利亚用于休闲项目（包括景观美化）的工程建设资金为21.344亿澳元，比2007—2008年的17.814亿澳元增加了不少；休闲项目（不包括景观美化）工程建设中私营部门贡献的资金从2007—2008年的3.753亿澳元提高到2008—2009年的4.575亿澳元；2006年共出现了332个由不少于50个人组成的独立的本土体育社团，其中33%的社团不拥有自己的体育设施。

2. 体育服务

2004—2005年，体育休闲俱乐部、运动队和职业体育领域的收入在以提供服务为主的运动休闲产业中收入最高（18.841亿澳元），但同时，这个项目的利润率却排在倒数第二（3.7%），最低的是赛马和赛狗（2.7%）。2004—

2005年,营业利润最高的项目是体育休闲场地设施(利润率为8.1%,利润为9 010万澳元),第二高的是体育休闲支持服务(利润率为15%,利润为8 570万澳元)。

2006—2007年,玩具和体育用品生产商的总收入为5.2亿澳元,利润为2 900万澳元(5.7%),2007年6月底的就业人数为3 564人;2005—2006年,玩具和体育用品批发商的总收入为35.175亿澳元,利润为2.537亿澳元(7.3%),2006年6月底的就业人数为8 336人。

2005—2006年,运动和露营装备的零售额为22.703亿澳元,船舶器材的零售额为11.032亿澳元;露营装备零售业有18 558名雇员,船舶器材零售业有4 039名雇员。

3. 体育用品

2008—2009年,体育休闲用品出口额为4.631亿澳元,比2007—2008年略低(5.109亿澳元);2008—2009年,澳大利亚体育休闲用品的进口额(按当时的价格)为20.555亿澳元,低于2007—2008年的20.788亿澳元。

4. 家庭支出

2003—2004年间,澳大利亚家庭平均每周花在体育休闲用品上的费用为15.7澳元,其中最大的单项支出为游泳(3.41澳元),运动设施租用费(2.3澳元)排在其后。2003—2004年间,澳大利亚家庭用于体育休闲用品的总支出为63.325亿澳元,占澳大利亚家庭所有产品支出的1.8%。

(四) 日本

日本体育产业发展水平在亚洲甚至全球都处于先进行列,不仅体育产业总产值及其占GDP的比例较高,而且产业基础牢固,产业结构合理。

1. 总体概况

2007年,根据日本经济产业研究所的报告公布的数字显示,日本2006年体育产业总产值为11兆日元,约合1 050亿美元,占日本2006年GDP(日本内阁府公布数字为519兆日元)的2%。

2. 产业结构(表1-1)

日本体育健身业年产值5.24兆日元,占体育产业总产值的46.83%,说明日本的体育健身业非常发达,是日本体育产业的主体产业和支撑产业。在体育健身业中,高尔夫运动的产值最高(1.58兆日元),占健身业产值的30.15%。

体育用品业占体育产业总产值的20.82%,体育(休闲)旅游业和体育赛事业分别占13.58%和11.53%。在体育赛事业数据中值得关注的是,其中90%的收入来自赛马和自行车凯林赛(博彩赛事),另外10%来自足球、棒球、相扑等其他体育赛事。

表 1-1 日本体育产业结构

体育产业分类统计	产值/兆日元	占体育产业总产值的比例/%
日本体育健身业年产值	5.24	46.83
日本体育用品销售额	2.33	20.82
日本体育旅游业年产值	1.52	13.58
日本体育赛事年产值	1.29	11.53
其他(媒体、体育用品租赁等)	0.81	0.72
日本体育产业总产值	11.19	2% (占 GDP 比例)

3. 日本体育消费概况

20 世纪 90 年代日本经历了泡沫经济, 体育产业也受到较大影响。1993 年至今, “年人均可支配收入”与“年人均消费额”呈逐年下滑趋势。然而值得关注的是, 从体育消费的情况来看, 2004 年至今的 10 年来, “年人均体育消费额”和“体育消费系数”这两项指标却逆势反弹。年人均体育消费从 2004 年的 4.27 万日元增加至 2009 年的 4.68 万日元, 体育消费系数从 2004 年的 121.92 增加至 2009 年的 133.78。2010 年两项指标出现下滑后 2011 年再次出现反弹。2011 年人均体育消费额 43 915 日元, 约合 540 美元。

(五) 韩国

韩国非常重视体育产业的发展, 政府从宏观政策和经费补贴方面着手, 颁布了相关法规政策, 并且制定了未来的发展目标。

1. 颁布法规计划引导体育产业发展方向

韩国于 2007 年颁布了《体育产业振兴法》, 主要措施包括从 2007—2011 年共拨款 250 亿韩元(当时约合 17 500 万人民币)用于技术研发。选择项目时根据体育产业方面专家团的评估, 对具有高成长性、实用性为主产品的企业提供经费, 以缩短技术开发时间, 提高企业的国际竞争力。参与体育产业研发的公立研究院、大学研究所、企业研究室等也可获得最高 2 亿韩元(当时约合 140 万人民币)的研发经费。政府还指定专门机构培养体育产业、体育营销、体育市场方面的专门人才, 到 2010 年共培养了 3 000 人, 并组织体育产业方面的从业人员到先进国家考察和学习。

为促进韩国体育用品、体育设施及体育服务业的均衡发展, 韩国政府又颁布了《2009—2013 年体育产业中长期计划》, 计划共投资 5 900 亿韩元, 其中 1 000 亿韩元用于开展体育赛事, 500 亿韩元用于开发室内模拟高尔夫等在假想环境中进行的项目, 融合先进的 IT 技术, 开发提高这些项目的附加值。