



博学·体育经济管理丛书

TIYU JINGJI GUANLI CONGSHU

■ 主编 钟天朗

体育经营管理

——理论与实务

(第三版)

学出版社

press.com.cn



博学·体育经济管理丛书

TIYU JINGJI GUANLI CONGSHU

■ 主编 钟天朗

体育经营管理

——理论与实务

(第三版)

復旦大學出版社

图书在版编目(CIP)数据

体育经营管理——理论与实务/钟天朗主编. —3版. —上海: 复旦大学出版社, 2017. 3
(复旦博学·体育经济管理丛书)
ISBN 978-7-309-12798-0

I. 体… II. 钟… III. 体育经济学 IV. C80-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 021980 号

体育经营管理——理论与实务(第三版)

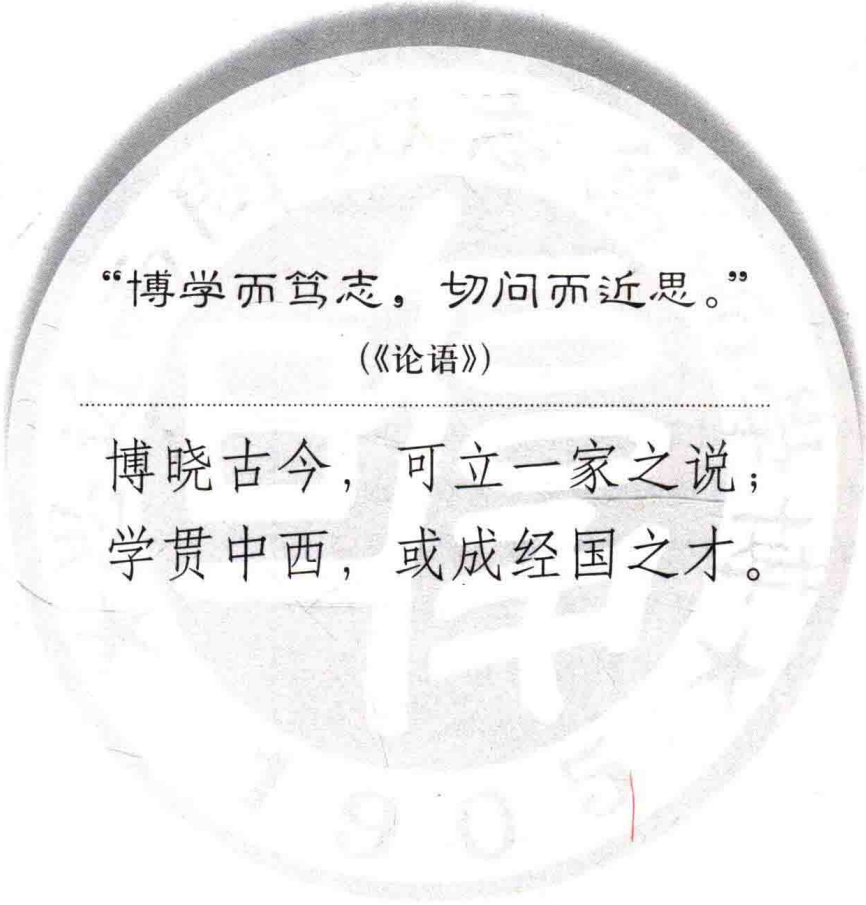
钟天朗 主编
责任编辑/陆俊杰

复旦大学出版社有限公司出版发行
上海市国权路 579 号 邮编: 200433
网址: fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>
门市零售: 86-21-65642857 团体订购: 86-21-65118853
外埠邮购: 86-21-65109143 出版部电话: 86-21-65642845
浙江省临安市曙光印务有限公司

开本 787×960 1/16 印张 17.5 字数 298 千
2017 年 3 月第 3 版第 1 次印刷
印数 1—4 100

ISBN 978-7-309-12798-0/C·341
定价: 35.00 元

如有印装质量问题, 请向复旦大学出版社有限公司出版部调换。
版权所有 侵权必究

A large, faint watermark of the Fudan University seal is centered on the page. The seal is circular and contains the university's name in Chinese characters, the year '1905', and a central emblem. The text '博学而笃志，切问而近思。' is superimposed on the seal.

“博学而笃志，切问而近思。”

(《论语》)

博晓古今，可立一家之说；
学贯中西，或成经国之才。

主编简介

钟天朗：男，1956年8月出生，复旦大学经济系1983年本科毕业。中国体育科学学会体育产业分会学术处主任，上海体育学院经济管理学院教授，教学名师，师德标兵，硕士研究生导师。主要研究方向：体育经济、体育产业经营管理。曾在各类学术刊物及全国性学术会议上公开发表学术论文80多篇，其中在核心期刊发表论文20多篇。参与研究各类课题有近50个，其中主持研究的课题有30多个。公开出版的教材或专著有20多本，其中独著或主编的教材或专著有10本。代表作有：《体育经济学概论》《体育经营管理——理论与实务》《体育服务业导论》《体育产业学科发展研究报告(2008-2011)》《体育消费研究》等。



内容提要

本书是在第二版的基础上,根据近年来我国体育经营管理学科发展的实际和大学教学改革的需要而修订的教材。内容涵盖体育经营管理导论、体育市场、体育场馆经营管理、运动竞赛经营管理、体育俱乐部经营管理、体育广告经营管理、体育彩票经营管理、体育旅游经营管理、体育经纪人经营管理等。每章均附有相关的案例与案例思考题,对学生拓展视野、掌握实际案例很实用,是一本理论与实践相结合的体育经营管理教材。

适用对象:高等院校体育经济管理专业、社会体育专业、体育MBA学生,各级各类体育管理机构、体育组织、体育产业领域干部培训班。

总 序

体育产业是在20世纪60年代随着世界经济和社会的发展、人们生活水平的提高、闲暇时间的增加而发展起来的。20世纪70年代以后,由于现代高科技的发展,进一步推动了体育产业的发展,从而增强了体育产业发展的活力。到了20世纪80年代,体育产业的发展进入了一个前所未有的高峰期,其影响扩展到全球。也就在这个时期,随着我国改革开放的推行、经济和社会的飞速发展和人民生活水平的迅速提高,体育产业也得到了相应的发展。国务院1985年颁布的《国民生产总值计算方案》开始运用三次产业分类法,将体育部门列入第三产业;此后,理论界特别是体育经济理论研究中普遍出现了“体育产业”这一提法。1992年6月,中共中央、国务院发布了《关于加快发展第三产业的决定》后,体育界也掀起了对体育产业、体育经济的研究热潮。体育经济是比体育产业外延更广的一个概念,它不仅包括体育产业的经济活动,还包括体育与经济的关系,以及与体育关系密切的一些经济活动。所以,参加体育经济研究的人员更多、更广泛,包括一些著名的经济学家,使这方面的研究取得了不少的成果。这些研究成果对体育产业的实践以及体育经济的发展都是十分有益的。

理论研究的发展和体育产业的实践,使相关人才的需求得到重视。许多体育院校、师范大学内的体育系科,甚至一些著名的综合性大学也办起了体育管理、体育市场营销等等有关的专业,使人才培养工作跟上了发展的需要。

但当我们冷静地分析自己所面临的现实时又发现,在目前的相关教育中,系统性的教材仍显不足。许多教学工作者编写了不少相应的教材,但往往都是为了满足某一门课程的需要,而作为作为一个专业来说,还应该有自己的系列专业教材,即使一时还不成熟也不要紧,可以在今后的实践中逐步丰富、完善。

我们就是出于这样的初衷,编写了这一套有关体育管理与体育经济的系列教材,可能很不完善,但我们愿意听取大家的意见,再作努力,逐步使它完善、成熟起来。

我们的每位作者在具体编写时,除了利用自己长期积累的资料和研究成果外(因为有些书的选题就是来自作者自己的博士论文),还大量引用了许多其他学者的研究结论和教学成果。如果没有这些教学、研究的成果,我们这套系列教材也就难以完成。所以这套书能够编写出来首先要对他们表示感谢。

在这套书的选题上,我们就自己理解的方方面面的内容,确定了13本书,对于目前体育管理与体育经济所包含的内容都尽量涉及。也许不准确,肯定还不全面,可是我们的目标是明确的,即建立一套适合中国体育产业发展实践的理论教学用书。

这套书是从教学需要出发而编写的。为了增强它的实用性和可操作性,在写法上不但增加了不少练习题,还引用了大量的案例,使阅读者不仅可以从理论上进行思考,还可从实践上作更深一步的探索。因此,它对在体育管理岗位上开展体育经济活动的所有人员也都有参考价值。

希望大家多提意见!愿我们共同努力,尽快地把我国体育管理与体育经济方面的教学用书编得完善、系统、科学!

上海体育学院教授 胡爱本
博士生导师

目 录

第一章 体育经营管理导论	1
第一节 体育经营管理概述	2
一、经营管理的一般含义	2
二、体育经营管理的含义及由来	5
三、体育经营的基本要素和主要职能	8
四、体育经营管理研究的对象和内容	11
第二节 体育经营环境分析	13
一、体育经营外部环境分析	13
二、体育经营内部条件分析	18
三、体育经营内外条件与环境的综合分析	20
第三节 体育经营特征和经营风险	22
一、体育经营的特征	22
二、体育经营风险	23
第四节 体育经营程序及经营方针	28
一、体育经营程序	28
二、体育经营目标、经营思想与经营方针	30
[本章思考题]	35
[本章练习题]	35
[本章案例] 阿里体育:做中国体育的基础平台	36
[案例思考题]	38
第二章 体育市场	39
第一节 体育市场概述	40
一、体育市场的概念	40
二、体育市场的分类	42

三、体育市场体系的构成及作用	47
四、国内外体育市场发展的概况	51
第二节 体育市场的特点	64
一、体育服务消费品市场的特点	64
二、体育实物消费品市场的特点	65
三、体育要素市场的特点	66
[本章思考题]	68
[本章练习题]	68
[本章案例] 体育产业5万亿市场机遇何在?	68
[案例思考题]	71
第三章 体育场馆经营管理	72
第一节 体育场馆的含义及经营管理的任务	73
一、体育场馆概述	73
二、体育场馆经营管理的任务	77
第二节 体育场馆经营管理的方法及主要内容	78
一、体育场馆经营管理的方法	78
二、体育场馆经营管理的主要内容	81
[本章思考题]	85
[本章练习题]	85
[本章案例] 常州市积极探索 破解公共体育场馆运营难题	85
[案例思考题]	87
第四章 运动竞赛经营管理	88
第一节 运动竞赛概述	89
一、运动竞赛的含义及分类	89
二、现代运动竞赛的经济特点	90
三、我国运动竞赛体制的改革	94
第二节 运动竞赛的经营策划及经营内容	95
一、运动竞赛的经营策划	95
二、运动竞赛的经营内容	96
第三节 运动竞赛资金支出及管理	102
一、运动竞赛资金支出分析	102

二、运动竞赛资金的管理	104
[本章思考题]	107
[本章练习题]	107
[本章案例] 北京 2008 年奥运会市场开发计划启动书	107
[案例思考题]	112
第五章 体育俱乐部经营管理	113
第一节 体育俱乐部概述	114
一、体育俱乐部的含义及产生的根源	114
二、体育俱乐部的类型	114
第二节 体育俱乐部的经营管理	123
一、职业体育俱乐部的经营管理	123
二、商业体育俱乐部的经营管理	132
三、社区体育俱乐部的经营管理	138
[本章思考题]	143
[本章练习题]	143
[本章案例] 中体倍力健身俱乐部的经营策略	143
[案例思考题]	148
第六章 体育广告经营管理	149
第一节 体育广告概述	150
一、体育广告的含义及特点	150
二、体育广告的产生与发展	151
三、体育广告的功能、优势和分类	154
第二节 体育广告的经营策划与经营管理	158
一、体育广告的经营策划	159
二、体育广告的经营管理	166
[本章思考题]	172
[本章练习题]	172
[本章案例] 2015 年秦皇岛马拉松赛招商细则	172
[案例思考题]	181
第七章 体育彩票经营管理	182
第一节 体育彩票概述	183

一、体育彩票的含义及性质	183
二、发行体育彩票的社会意义	184
三、体育彩票的种类及玩法	185
四、国内外体育彩票的发展概况	187
第二节 体育彩票的经营策划与经营管理	191
一、体育彩票的经营策划	192
二、体育彩票的经营管理	198
三、体育彩票的营销策略	201
[本章思考题]	205
[本章练习题]	205
[本章案例] 让彩票为足球插上翅膀	206
[案例思考题]	211
第八章 体育旅游经营管理	212
第一节 体育旅游概述	213
一、体育旅游的含义及发展概况	213
二、开展体育旅游经营活动的必备要素	216
第二节 体育旅游的经营管理	219
一、体育旅游市场的经营开发	219
二、体育旅游的经营策划	220
三、体育旅游服务的经营模式与经营管理	224
[本章思考题]	226
[本章练习题]	226
[本章案例] 谁能在体育旅游这片万亿级蓝海中率先起航?	226
[案例思考题]	232
第九章 体育经纪人经营管理	233
第一节 体育经纪人概述	234
一、体育经纪人的概念与分类	234
二、体育经纪人的产生与发展	236
三、体育经纪人的特征	240
四、体育经纪人的必备素质	241
第二节 体育经纪人的主要经纪活动	245

一、运动员经纪	245
二、体育比赛的推广	248
三、其他经纪活动	253
第三节 体育经纪人的管理	254
一、国家有关部门对体育经纪人的管理	255
二、体育经纪人的行为规范与法律责任	257
三、有关体育经纪人和体育经纪活动的管理规定	258
[本章思考题]	261
[本章练习题]	262
[本章案例] 体育经纪人:不仅仅是“拼缝” ——中国体育经纪人群体现状	262
[案例思考题]	266
主要参考书目	267
编后寄语	269
再版后记	270
第三版后记	271

第一章

体育经营管理导论

本章学习要点

- 体育经营管理的含义及由来
- 体育经营的基本要素和主要职能
- 体育经营环境分析
- 体育经营特征与经营风险
- 体育经营目标
- 体育经营思想
- 体育经营方针

体育经营管理是在我国社会主义市场经济条件下,体育产业部门面向市场,走体育产业化、体育商业化发展道路的重要举措。在当前我国体育产业部门运行机制转轨时期,加强对体育经营管理的理论与实践的研究,具有十分重要的意义。

第一节 体育经营管理概述

一、经营管理的一般含义

1. 现代企业经营理论

经营与管理是两个既有联系又有区别的概念。在现代经营管理中,企业经营是与企业的物质生产活动和生产的社会化相联系的。目前,国内外对经营与管理的关系有三种不同的解释,从而形成三种不同理论。

(1) 经营与管理等同理论。经营与管理等同理论认为,经营和管理是同一个概念。英语 Management 就包含管理、处理、经营、安排等意思。因此,从概念上说,给管理下的定义也可以用在经营上。它的定义是:通过计划、组织、协调、指导、控制等方面的职能和手段,合理地利用人力、财力、物力、市场、士气(职工的精神面貌)等条件,最大限度地满足社会需要,争取最好的经济效益。

(2) 大经营小管理理论。大经营小管理理论,是指经营包括管理。这种理论的代表人物是法国的管理专家、现代经营管理理论之父、欧洲科学管理运动的创始人法约尔。法约尔在 1916 年发表的《工业管理和一般管理》一书中认为:管理不同于经营,管理只是经营的六种职能活动之一。他认为,经营的六种职能活动是技术活动、商业活动、财务活动、安全活动、会计活动和管理活动。至于管理活动,又包含五种因素,即通常所指的计划、组织、指挥、控制和协调。其实这里法约尔讲的经营是指厂部一级的管理,而管理主要是指泰勒制下的车间一级的管理工作。

(3) 小经营大管理理论。小经营大管理理论的观点与大经营小管理理论正好相反,该理论认为:管理的范围很广,不仅企业单位,而且事业单位、机关、学校、各类社会团体都存在管理问题。自从人类出现了共同劳动,也就产生了管理,它将永远随着共同劳动的存在而存在。管理的主要功能是计划、组织、指挥、协调、控制。而经营则是由商品经济引起的一种调节或适应的职能,它随商品经济的发展而发展。而且,经营总是和营利相联系的,只有企业才存在经营。当

然,随着市场经济的发展,事业单位实行企业化管理也存在经营的问题。

小经营大管理理论把现代企业管理看作由经营、管理、业务三部分组成。这三者既有区别,又有联系,“三位一体”,构成了现代企业管理的整体。经营的主要任务是着眼于全局,解决关系到企业未来生存和发展的大问题。它要研究市场和用户需求,通过市场调研和经营预测来确定企业的经营目标、经营方针、经营策略,其实质是解决企业经营目标与经营环境、内部条件三者之间的动态平衡问题。因此,经营的主要功能是为使企业的全部经济活动达到总的预期目标而进行的选择理想方案、作出正确决策等一系列工作。管理的主要任务是按照企业经营决策的目标、方针和策略,对企业内部的人、财、物资源和供、产、销等生产经营的各环节进行合理的计划、组织和控制,运用科学管理的方法,提高生产效率,缩短产品生产经营的周期,减少物资消耗,提高产品质量,降低产品成本及资金占用,以提高经济效益。因此,管理的主要功能是执行,即利用科学的方法去研究和解决日常的、具体的战术性和执行性的问题,包括计划、组织、指挥、协调和控制。它的任务是正确处理企业内外之间以及人与人、人与物、物与物之间的关系,以保证企业目标的实现。业务指日常生产过程中的管理业务,它的主要任务是对企业生产活动的各个环节进行控制与信息反馈,以保证管理任务的完成。作为一个企业来讲,在市场经济条件下,经营、管理、业务三者是密切联系、相互交织渗透、不可分割的整体,讲管理离不开经营与业务,抓经营必然涉及管理,但现代企业管理的重点在经营,这一观点已被无数事实所验证。

2. 现代企业经营的概念

由于在理论上对经营与管理的关系有如上所述的三种不同的观点,所以对“经营”一词概念的解释也就各有所异。按照小经营大管理理论,对现代企业经营的具体含义,可作如下的解释:

现代企业经营是指企业从事商品生产或交换的经济活动。具体是指企业在进行物质生产或商品交换的经济活动中,搞好市场调研与经营预测,选定产品发展方向,制定长期发展规划,进行产品开发,开展销售与技术服务,达到预定的经营目标这样一个不断循环的过程。这种不断的循环发展是螺旋式上升的,它从市场调研、掌握用户需求变化方向、取得市场(消费者、用户)信息开始,对市场需求量作出预测,对生产经营作出决策与计划,通过销售和技术服务,满足社会需要,同时通过市场、用户的信息反馈,调查研究新的市场需求,进一步改进产品的设计、制造,生产出更加适销对路的产品投入市场。每一次经营循环的过程都将促进企业生产技术与经营管理水平的提高。

现代企业经营的重点是决策,其实质是解决企业外部环境、企业经营目标和

企业内部条件这三者之间的动态平衡问题,是与企业命运密切相关的战略性问题。

3. 现代企业经营管理

小经营大管理理论认为,现代企业的生产经营过程,基本上是一个物质运动的过程。企业的全部物质运动过程,从性质和范围来看,可以看作是由生产活动和经营活动两大部分组成的。对经营活动过程的管理称为经营管理,对生产活动过程的管理称为生产管理。经营管理是重视外部环境的,以经营为中心、以决策为重点的决策性管理,其实质是解决企业经营目标与外部环境、企业内部条件三者之间的动态平衡问题。

广义的经营管理,是指以提高经济效益为目标,对企业的全部生产经营活动进行决策和组织实施的全部过程。

狭义的经营管理,是指从生产领域向两头延伸至流通领域的管理。向前延伸至产品生产以前的决策和计划,而为了进行正确的决策,必须进行市场调研和预测,为决策方案选优提供依据,并通过经营计划将决策方案具体化;向后延伸至产品生产出来以后的销售,包括售后的技术服务和获得新的市场信息进行反馈的过程(如图1-1所示)。

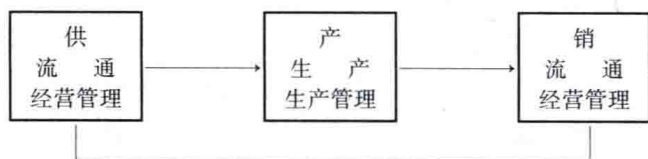


图 1-1 经营管理图示

所以,对现代企业的经营管理可作如下定义:

现代企业经营管理,是指企业的各级各类经营者,为了保证企业的生存和发展并取得良好的经济效益和社会效益,运用现代企业经营的理论和方法,对企业的经营活动行使一定的管理职能(决策、计划、组织、指挥、协调、控制、教育、激励等),有效地实现预定目标的过程的总称。

现代管理理论认为,任何一项完整的管理活动,一般均由管理的主体、客体、目的和职能等四个基本要素构成。按照上述对现代企业经营管理下的定义,不难看出:现代企业经营管理的主体是企业各级各类经营者;现代企业经营管理的客体是企业的经营活动过程;现代企业经营管理的目的是保证企业的生存和发展,并取得良好的经济效益和社会效益;现代企业经营管理的职能是一定的管理职能,如决策、计划、组织、控制等。