



我国体育产业结构优化 及其市场化运营研究

陈 岩◎著

WO GUO TIYU CHANYE JIEGOU YOUHUA
JI QI SHICHANG HUA YUNYING YANJIU



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

我国体育产业结构优化 及其市场化运营研究

陈 岩◎著



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

• 北京 •

内 容 提 要

本书是在对体育产业进行长期研究、搜集大量相关资料,并对我国体育产业发展情况进行分析的基础上撰写的,并借鉴参考了诸多学者的相关研究,是关于体育产业发展的科学成果。

本书以体育产业为对象,对我国体育产业结构优化及其市场化的运营进行了较为深入的研究。主要涉及体育产业及其产业结构理论阐释、我国体育产业结构的演进与发展分析、我国体育产业结构优化的策略探讨、我国体育产业结构评价指标体系的构建、体育产业市场化运营的理论 with 多元分析、我国体育产业的多元发展与运营研究、现代重点体育产业的运营研究以及我国区域优势体育产业的运营研究等内容。

本书集科学性、系统性、实用性、时代性等特征于一体,知识性强,理论研究科学严谨,语言准确,章节划分得体,结构体系完整,理论与实践高度结合,对于推动我国体育产业的发展具有重要的价值与意义,可供体育产业研究者及从事体育产业的人员参考使用。

图书在版编目(CIP)数据

我国体育产业结构优化及其市场化运营研究 / 陈岩
著. — 北京:中国水利水电出版社, 2017.4
ISBN 978-7-5170-5300-2

I. ①我… II. ①陈… III. ①体育产业—产业结构优化—研究—中国②体育产业—经济市场化—研究—中国
IV. ①G812

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第074643号

书 名	我国体育产业结构优化及其市场化运营研究 WO GUO TIYU CHANYE JIEGOU YOUHUA JI QI SHICHANG HUA YUNYING YANJIU
作 者	陈 岩 著
出版发行	中国水利水电出版社 (北京市海淀区玉渊潭南路1号D座100038) 网址:www.waterpub.com.cn E-mail:sales@waterpub.com.cn 电话:(010)68367658(营销中心)
经 售	北京科水图书销售中心(零售) 电话:(010)88383994、63202643、68545874 全国各地新华书店和相关出版物销售网点
排 版	北京亚吉飞数码科技有限公司
印 刷	三河市天润建兴印务有限公司
规 格	170mm×240mm 16开本 16.25印张 211千字
版 次	2017年5月第1版 2017年5月第1次印刷
印 数	0001—2000册
定 价	49.50元

凡购买我社图书,如有缺页、倒页、脱页的,本社营销中心负责调换
版权所有·侵权必究

前 言

体育产业是随着社会的不断进步与体育的不断发展而逐渐产生的一种新兴产业,它是一种相对独立的经济领域。体育产业的发展与一个国家的经济存在着很大的关联,在西方的很多发达国家中,体育产业已经发展成为其支柱产业。如今,体育产业不仅在国民经济发展中起着越来越重要的作用,而且在人们日常生活中的作用也日益突出。

具体到我国来讲,虽然我国的体育产业在改革开放之后开始崛起,到如今已经发展形成了一定的规模,但是与西方很多发达国家相比还存在着不小的差距,体育产业的整个体系也亟须完善。其中,我国体育产业的结构很不合理,其运营的方式也非常落后;与此同时,当前我国体育产业的发展也缺乏足够的科学指导与理论支持,有关体育产业结构的研究成果还不够丰富,这就很难实现我国体育产业的健康发展。有鉴于此,笔者撰写了《我国体育产业结构优化及其市场化运营研究》一书,对我国体育产业结构优化及其市场化运营进行了较为深入地研究。

本书一共分为八章。第一章是体育产业及其产业结构理论阐释,主要对体育产业的起源与发展、内容与分类以及体育产业结构的概念、特征、构成进行了分析。第二章是我国体育产业结构的演进与发展分析,主要对体育产业结构演进的组织机制、我国体育产业结构演进的阶段划分、我国体育产业结构的现状与存在问题、影响我国体育产业结构演进的因素、发达国家体育产业结构的演进及对我国的启示进行了具体分析。第三章是我国体育产业结构优化的策略探讨,主要对体育产业结构优化的内涵、目标与原则以及推动我国体育产业结构优化的政策等内容进行

了分析。第四章是我国体育产业结构评价指标体系的构建,主要是对当前体育产业结构评价指标体系的局限性,体育产业结构指标评价体系构建的基本要素、目标与原则,体育产业结构指标评价体系构建的程序进行了研究。第五章是体育产业市场化运营的理论多元分析,主要对体育产业经营管理的概念及层次、主体与目标以及内外环境进行了具体分析。第六章是我国体育产业的多元发展与运营研究,主要对体育用品业、体育广告业、体育彩票业、体育传媒业以及体育场馆的发展与运营进行了具体分析。第七章是现代重点体育产业的运营研究,主要对竞技体育产业、休闲体育产业以及体育旅游产业的运营进行了分析。第八章是我国区域优势体育产业的运营研究,分别对区域优势体育产业的相关理论基础、影响区域优势体育产业发展的因素、区域优势体育产业的选择与方法、区域优势体育产业培育与发展的策略、我国区域优势体育产业发展的个案进行了分析与研究。

总体来看,本书不仅结构严谨,而且内容翔实,多角度、全方位地对我国体育产业结构优化及其市场化运营进行了深入研究。因此,该书的出版应该对我国体育产业结构的发展研究贡献更多的参考价值。

本书在撰写过程中借鉴并参考了一些专家与学者的与体育产业结构相关的理论成果,在此深表感谢!由于撰写匆忙,书中难免会出现一些不妥之处,敬请广大读者批评指正。

作 者

2016年12月

目 录

前言

第一章 体育产业及其产业结构理论阐释	1
第一节 体育产业的起源与发展	1
第二节 体育产业的内容与分类	13
第三节 体育产业结构的概念与特征	17
第四节 体育产业结构的构成分析	22
第二章 我国体育产业结构的演进与发展分析	30
第一节 体育产业结构演进的组织机制	30
第二节 我国体育产业结构演进的阶段划分	34
第三节 我国体育产业结构的现状与存在问题分析	38
第四节 影响我国体育产业结构演进的因素分析	50
第五节 发达国家体育产业结构的演进及对 我国的启示	55
第三章 我国体育产业结构优化的策略探讨	59
第一节 体育产业结构优化的内涵	59
第二节 体育产业结构优化的目标与原则	63
第三节 推动我国体育产业结构优化的政策分析	67
第四节 促进我国体育产业结构优化的产业集群 研究	69
第五节 我国体育产业结构优化的路径与策略	79

第四章 我国体育产业结构评价指标体系的构建	90
第一节 当前体育产业结构评价指标体系的局限性	90
第二节 体育产业结构指标评价体系构建的基本要素	92
第三节 体育产业结构指标评价体系构建的目标与原则	93
第四节 体育产业结构指标评价体系构建的程序	96
第五章 体育产业市场化运营的理论多元分析	104
第一节 体育产业经营管理的概念及层次	104
第二节 体育产业经营管理的主体与目标	107
第三节 体育产业经营管理的内外环境分析	112
第四节 体育产业市场营销的步骤与策略分析	119
第六章 我国体育产业的多元发展与运营研究	129
第一节 体育用品业的发展与运营	129
第二节 体育广告业的发展与运营	138
第三节 体育彩票业的发展与运营	145
第四节 体育传媒业的发展与运营	152
第五节 体育场馆的发展与运营	156
第七章 现代重点体育产业的运营研究	164
第一节 竞技体育产业的运营	164
第二节 休闲体育产业的运营	178
第三节 体育旅游产业的运营	191
第八章 我国区域优势体育产业的运营研究	211
第一节 区域优势体育产业的相关理论基础	211
第二节 影响区域优势体育产业发展的因素分析	216

目 录

第三节	区域优势体育产业的选择与方法研究	229
第四节	区域优势体育产业培育与发展的策略	237
第五节	我国区域优势体育产业发展的个案	244
参考文献		250

第一章 体育产业及其产业结构理论阐释

开展体育产业结构研究工作首先应该了解体育产业及其产业结构相关的基本理论知识,这是研究体育产业结构与研究其市场化运营的重要基础。本章将首先对体育产业的起源与发展、内容与分类进行阐述,然后再对体育产业结构的概念、特征及其构成进行深入分析。

第一节 体育产业的起源与发展

体育产业的发展是一个体育运动逐渐走向商业化、职业化并与其他行业不断融合的过程。当前我国的体育产业正处于蓬勃的发展之中,通过分析体育产业的产生与发展历程能够从中寻找出体育产业发展的一般规律与主要特点,从而为我国体育产业的发展提供借鉴。

一、体育产业的兴起

在体育产业形成之前,首先是体育运动作为一种产品被纳入了商品经济之中,并且发展成为一种有利可图的经营项目。这是一个体育商业化、业余体育职业化的过程,历史上最早出现并完成这一过程的国家是英国与美国。

大多数学者认为,体育作为一项产业最早起源于英国。在16、17世纪,英国的“户外运动”在民间已经非常的盛行,一些贵族与资本家会雇用一些表演者进行表演,并给予他们相应的报酬,

与此同时还通过组织体育比赛来获得门票方面的收益。在这样的发展形势下,这些民间体育在贵族支持与商业赞助的情况下得到了很好的发展。由于利益的不断驱使,以体育为职业的人群不断发展壮大起来,社会上的体育比赛也日趋商业化。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原则进行经营,这也开创了现代体育俱乐部法人治理结构与制度安排。这种模式迅速地在板球、拳击等其他运动项目中得到了广泛的推广与应用。

这一时期,商业利润逐渐成为体育活动组织者的重要目标,形成了国家与国际的比赛体系,体育明星也应运而生,与体育相关的报道与赌博不断增加。体育比赛在社会中产生的影响不断增大,甚至可以使举办重大比赛的整个城市为之停止运转,体育的社会影响力与对相关产业的带动作用在此时已经显现。

英国工业革命完成于19世纪30年代,英国的体育产业尤其是职业体育已经逐渐演变为一个系统,体育组织、比赛规则、经营机制等都朝着专业化的方向不断发展,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。

体育产业最早在英国产生与发展是有着非常深刻的历史原因的,具体是由英国当时的经济、社会以及文化条件所造成的。

首先,资产阶级革命使英国建立起了资本主义制度,这就为商品经济在英国的发展创造了非常良好的社会条件,体育的商业化正是商品经济迅速发展的结果,市场的交易规则、经营模式以及组织结构等方面都能够方便地应用于体育运动的具体经营之中,只要有运动项目能够获得相应的利益,那么它就能够吸引资本与人才的加入。

其次,体育产业的产生基本与英国工业革命发生在同一历史时期,机器大工业使各行业的产值实现了飞速增长,经济条件的不断改善为英国人提供了追求运动与娱乐需要的可能,这就为英国体育产业的发展奠定了坚实的物质基础。

再次,英国是世界上首先完成城市化的国家,城市化的实现使居民工作与生活方式发生了很大改变,人们人身自由的扩大与对非劳动时间的支配能力为体育产业的发展提供了相应的前提条件。

最后,足球、拳击、橄榄球等户外运动是当时英国贵族与资本家的时尚追求,这种运动需求在一定程度上也促进了体育产业的形成与发展,带动出现了一些专为体育运动提供服务的企业与个体,并共同促进了运动俱乐部的出现。

17、18 世纪是英国向全球不断进行殖民扩张的时代,英国的文化习俗以及经济制度等很多方面也同时向世界各地传播开来,其中的北美殖民地在实现独立之后仍然继承了英国的体育文化。从 19 世纪初开始,美国人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赞助,如果没有这项资金,单一的俱乐部很难通过自身的力量实现生存与发展。而美国正好缺乏向英国社会那样的贵族阶层,注重实效的美国资本家并不会无偿将自己的资金花费在没有利润的体育运动上,美国人也从而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,美国一些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以加入该协会。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,并且将全美棒球协会改为全美棒球联盟,之后又制定了联盟的各项规则,并有计划、有步骤地对美国棒球联赛的市场进行开发,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、冰球等其他运动项目中广泛推广,并逐渐发展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美境内对该运动项目的经营形成了垄断优势,联盟能够从中获得高额的利润与回报,加入联盟的各俱乐部(运动队)也能够得到非常丰厚的经济收益,强大的营利能力使得美国体育产业在此后取得了非常巨大的经济成就。

在如今的体育产业中,大众体育也是非常重要的一个组成部分。但是在 17—19 世纪,由于受到当时社会经济发展水平的限制,体育健身娱乐的消费规模非常有限,并且也没有形成一个完整的产业。直到 20 世纪中叶,欧美在二次大战之后的经济重新崛起时,体育健身娱乐消费才真正实现了平民化、普遍化与生活化,大众体育在此时才最终有了相应的产业地位。经过几十年的发展,后发的体育健身娱乐业已在产业规模与产值方面都超过了先发的竞赛表演业,并且发展成为体育的一项主导产业。

总体来讲,体育产业的产生主要包括两条基本线索:一是体育逐渐实现商业化与职业化的过程,二是职业俱乐部制与联盟制两大运作模式的形成过程。英国与美国可以被称为是体育产业的两大发源地,除了因为现代体育产业中主要的运动项目诞生于这两个国家之外,更为重要的是,体育运动在这两个国家首次能够实现创造财富与独立的发展,这也成为国民经济中不可忽视的组成部分。与此同时,其创立的职业俱乐部制与联盟制成为之后各国体育产业发展的两大基本模式,这对于这个世界体育产业的发展产生了非常深远的影响。

二、体育产业的发展

(一)国外体育产业的发展

在 20 世纪 50 年代之前,虽然西方发达国家的体育产业已经起步,但是由于经济、社会条件等方面的限制,尤其是体育还没有实现大众化,加之频繁世界战争的影响,世界体育产业的发展规模非常有限,并没有在国民经济中表现出重要作用。

在第二次世界大战结束之后,社会主义国家开始实行计划经济,体育作为一项事业并未形成一种产业。而在市场经济国家之中,随着战后重建工作的逐渐展开,这些国家的经济逐渐恢复并超过了战前的水平,人们的生活有了很大程度的改善,体育市场

的需求也在不断增长,体育的经济功能得到了有效开发,体育产业得到了很好的发展。尤其是在 20 世纪 90 年代之后,市场经济被世界各国普遍接受,许多国家面临产业结构的调整与转换。具有较强产业带动能力与就业吸纳能力的体育产业逐渐受到了西方主要发达国家的关注,体育产业也在全球范围内得到了迅速的发展。总体来看,今天的体育产业发展主要表现出以下几个方面的特征。

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到 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的重要组成部分,也为经济的发展提供了一个增长点。

第二,体育产业全球化的发展趋势。在体育用品业,耐克、阿迪达斯等运动用品公司已发展成为大规模的跨国公司,占据了全世界运动服装市场很大的份额;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场,不仅球迷遍布世界,而且还到许多国家开展赛事推广活动。随着体育产业的不断发展,奥运会也不再仅是体育的盛会,也同时成为各行各业跨国公司抢占市场的平台。

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,不仅体育产品制造企业上市,一些俱乐部也采用股份制;另一方面,金融机构开始广泛渗透到体育产业。

除了上述特征,每个国家的体育产业都具有自己的发展特色,下面就对一些西方国家的体育产业发展概况进行具体分析。

1. 英国的体育产业

英国是体育产业的发源地,发展至今英国已经建立起了相当

完善的体育产业体系。

从发展的历史来看,体育产业在 1987 年所提供的就业岗位达 37.6 万个,就业人数相当于整个英国化工与人造纤维工业的就业人数,超过了煤炭、农业、汽车零件制造业的就业人数。1990 年,英国体育产业增加值为 89 亿英镑,居于英国国民经济各行业的第五位,同时直接提供近 50 万个就业机会。因此,在 20 世纪 90 年代英国体育产业增加值增加了 70%,超过了汽车制造业与烟草工业的产值。1995 年,体育产业产值占 GDP 的 1.56%,年均增长率为 6%。2000 年,英国体育产业增加值为 152 亿英镑,占英国当年 GDP 的 1.8%;体育产业的就业人口 45 万,占英国就业人口的 1.6%。体育产业增加值增长速度超过了全国 GDP 的增长速度。

从产业结构方面来看,英国体育产业中最突出的是体育赞助、体育博彩以及职业体育产业。1996 年,英国体育赞助总额为 160 亿美元,赞助所得收入为 7.92 亿美元,占世界体育赞助市场的 4.8%。1995 年,英国体育彩票发行总收入达 27 亿英镑。2001 年,英国足球超级联赛总收入首次突破 15 亿英镑。而英国天空电视台和独立电视台仅为购买英超的三年电视转播权就支付了 16 亿英镑。此外,以足球、赛车、赛马、网球、高尔夫为代表,英国的职业体育在全球范围内都处于领先的地位。

2. 法国的体育产业

1995 年,法国体育产业产值占 GDP 的 1.09%。根据法国青年与体育部 1998 年的统计显示,法国有各类体育俱乐部 17 万个,正式注册的会员有 1250 万人,体育人口占总人口的 73.9%,职业运动员约 4 000 名。

从产业结构来看,法国的体育产业以健身娱乐业、体育用品业、体育彩票业以及体育赞助业最为发达。由于法国的体育人口占总人口的 2/3 以上,因此该国有着相当高的大众体育消费水平。1993 年,法国居民用于购买体育用品的总支出接近 300 亿法

郎,平均每个法国人购买体育用品的消费支出超过 500 法郎。但是,法国人在体育用品上消费额只占个人体育消费总额的 38%,他们用于获得体育健身娱乐服务的消费支出占总支出的 62%,约 409 亿法郎。根据相关数据统计,在 1980—1990 年的 10 年之间,法国国家体育基金会的资金有 70% 来自体育彩票发行,高达 50 亿法郎;1994 年体育彩票给法国体育发展提供了 7.3 亿法郎的经费支持,这占了法国预算外体育经费的 86%。在体育赞助方面,1996 年法国体育赞助的总金额达 6.3 亿美元,占世界体育赞助总额的 38%。此外,以法国甲级足球联赛、环法自行车赛、法国网球公开赛等职业体育赛事也在体育产业中占据着非常重要的地位。

3. 德国的体育产业

德国的体育产业非常发达。从产业结构方面来看,体育用品业、体育健身娱乐业、职业体育产业以及体育赞助业在德国体育产业中占据非常重要的位置。

阿迪达斯是德国体育用品业的标志,它也是世界上最大的运动品牌之一。按照德国体育用品商贸协会的有关数据,2008 年德国体育用品行业的销售额达到 71 亿欧元。体育健身业方面,根据科隆体院教授克里斯多夫·布劳耶博士所做的德国 2005/2006 体育发展报告显示:德国奥林匹克体育联合会共管辖 91 000 个体育运动协会,这些协会有 2 750 万个注册会员,约占德国总人口的 32%,它是德国人数最多的协会,也是世界上最大的体育运动组织。这些无偿的服务在经济上创造了约 85 亿欧元的价值,提供带薪工作岗位达 24 万,有 2 400 个体育运动协会提供培训中心,在健康领域体育协会所占的市场份额估计达 20%。德国足球产业的发展非常繁荣,像多特蒙德这样的德甲俱乐部每年的营业额约为 1 亿欧元。2006 年在德国所举行的世界杯更是为德国带来了非常巨大的收益:100 万外国球迷的涌入,带来近 30 亿美元的直接收入;电视转播费用 13 亿美元;门票销售收入 10 亿美元;21

家世界杯赞助商直接贡献近 30 亿美元。除此之外,体育用品业、建筑行业、餐饮业、传媒业、零售业都从世界杯中获得了一定的经济回报。这些行业的收入超过 150 亿美元,而其中有超过 60% 属于德国人。更为重要的是,德国世界杯为德国增加近 10 万个新的就业岗位,这意味着承办世界杯的每座城市的居民每人增加了 300 美元的收入。

此外,德国的赛车与网球都在世界竞技体育中占有着非常重要的位置,德国的体育赞助业也非常发达,西门子、大众都是世界体育市场的重要赞助商。

4. 意大利的体育产业

意大利的体育产业结构相当完善,其中最重要的部分是职业体育产业,而在职业体育中足球产业又是最重要的部分。

早在 20 世纪 80 年代末,意大利的足球产业产值就已经高达 182.5 亿美元,这在意大利的国民经济各部门中名列前茅。意大利足球甲级联赛有着相当规范的联赛制度,同时也有着非常激烈的竞争,管理方式也非常完善,这不仅吸引了世界上很多优秀足球运动员的加盟,同时也通过门票、电视转播权等方式获得了高额的利润回报。在职业足球的带动下,意大利与足球运动相关的其他商业活动也非常活跃,如足球彩票、体育赞助等。意大利每年的足球彩票发行量高达 20 多亿美元,其中政府财政收入的 1.5% 就直接来自足球彩票收入。如今,意大利竞技体育的发展已完全不需要政府投资。

(二)国内体育产业的发展

1. 我国体育产业的产生与发展

从新中国成立到 1978 年党的十一届三中全会召开期间,我国体育的运行、发展与壮大都处在计划经济体制当中。在这一时期,我国的体育事业发展遭遇到了很多的挫折与考验,尤其是在

“文化大革命”期间,我国的体育事业发展甚至出现了停滞与倒退的局面。不过整体来看,我国体育事业的发展仍然是向前进步的。客观来讲,高度集中的计划经济体制在这一时期我国体育事业的发展过程中发挥出了非常重要的作用,这些作用主要体现在以下三个方面。

(1)政府通过强有力行政手段的运用,使有限的人力、物力、财力能够集中进行计划、动员与调配,这样有助于取得更加良好的宏观效益,从而为我国体育事业的发展奠定基础。其中,具体的措施主要包括:对一大批体育场馆的兴建和改造;在符合计划经济的条件下建立相应的体育体制,并进行完善;培养体育专业人才,组建高素质的体育工作者队伍等。

(2)通过采用行政手段来对学校体育和群众体育进行推广与普及,并将20世纪50年代后期扣在国人头上的“东亚病夫”的帽子丢掉。

(3)在有限的时间内,通过依靠“举国体制”使我国的部分竞技体育运动项目水平得到快速提高,这为我国国际声誉的提高,以及与外国开展和平外交做出了非常重要的贡献。

随着我国体育事业的持续发展进步以及我国社会经济条件的不断改善,到了20世纪70年代末和80年代初,我国体育事业发展模式所存在的固有缺陷在计划经济体制下愈发明显,如国家统得过多,管得过死;对商品化经营和市场机制进行排斥;不堪重负的国家财政;用人制度的“铁饭碗”和分配中的平均主义这些都导致我国体育事业的发展缺乏活力。

在此时期,我国体育事业生存与发展的外部环境也发生了很大改变。党的十一届三中全会提出,要以经济建设为中心,并对经济体制进行相应的改革,这使得我国社会拉开了经济体制改革的序幕,这种经济体制改革以市场为取向,并且涉及社会生活各个层面的改革。虽在这一时期存在着一系列的提法和争议,如“计划与市场双重覆盖”“计划为主,市场为辅”等,但是已经对将商品和市场排斥在外的传统观念彻底打破,对于商品和场所