



普通高等教育“十五”国家级规划教材

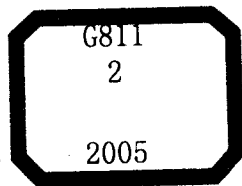
体育产业概论

TIYU CHANYE GAILUN

柳伯力 李万来 / 主编

人民体育出版社

普通高等教育“十五”国家级规划教材



体育产业概论

柳伯力 李万来 主编

人民体育出版社

图书在版编目(CIP)数据

体育产业概论/柳伯力,李万来主编. -北京:人民体育出版社, 2005

ISBN 7-5009-2832-7

I.体… II.①柳… ②李… III.体育经济学:产业经济学-概论 IV.G80-05

中国版本图书馆CIP数据核字(2005)第067955号

*

人民体育出版社出版发行
北京市昌平环球印刷厂印刷
新华书店经销

*

850 × 1168 32开本 11.5印张 296千字
2005年11月第1版 2005年11月第1次印刷
印数:1-5,100册

*

ISBN 7-5009-2832-7/G·2731
定价:18.00元

社址:北京市崇文区体育馆路8号(天坛公园东门)

电话:67151482(发行部)

邮编:100061

传真:67151483

邮购:67143708

(购买本社图书,如遇有缺损页可与发行部联系)

编写组成员

主编：柳伯力 李万来

编写组成员（按所编章节在本教材中的顺序排列）：

柳伯力 李万来

谢 英 苏义民

刘 英 陈林祥

张 泽 郭阳光

序

在刚刚过去的 20 世纪，世界体坛发生的最具有革命意义的变化是体育与经济的不断融合，体育前所未有地担当起了发展经济的时代责任。

第二次世界大战以来，体育的“原生态”和传统的功能价值定位发生了嬗变，体育沿着时尚化、娱乐化、大众化、消费化的路径狂奔“入市”，体育的生存与运作方式也相应地由业余化向职业化、由非经营性向经营性转变，体育成为了一种重要的经济资源，成为了商业资本追逐的新宠，体育财富和财富体育成为政府、企业和学者共同关注的课题。

当前，体育产业已经成为全球娱乐产业中最活跃、最具增长潜力的行业。据美国《体育经营杂志》1998 年的报道，全球体育产业总产值已超过 5000 亿美元，仅美国就高达 3240 亿美元。目前发达国家体育国内生产总值（GDSP）占本国 GDP 的比重一般都在 1%~3% 之间，体育产业已经成为发达国家新的经济增长点，在拉动经济增长，促进产业结构的调整与升级，特别是在扩大就业渠道，增加就业岗位方面发挥了重要而又独特的作用。

改革开放以来，我国体育事业以社会化和产业化为方向拉开了管理体制改革的序幕，体育领域内的经营活动逐步活跃，一个以健身娱乐市场和竞赛表演市场为龙头的体育市场体系开始形成，体育的产业地位初步确立。目前，我国体育产业整体上已进入快速启动的发展阶段，并形成了以北京为中心的京津冀地区、以上海为中心的长江三角洲、以香港广州为中心的泛珠江三角洲地区三个增长极，体育产业在带动区域经济增长、

▲ 体育产业概论

培育和发展现代服务业、完善中心城市的功能、化解就业压力、提高人民群众生活质量等方面已开始发挥实际的作用。体育产业正在成为我国国民经济新增长点，并表现出诱人的发展前景和极大的增长潜力。

21世纪将是中华民族实现伟大复兴的世纪，党的十六大提出，“我们要在本世纪头二十年，集中力量，全面建设惠及十几亿人口的更高水平的小康社会，使经济更加发展、民主更加健全、科教更加进步、文化更加繁荣、社会更加和谐、人民生活更加殷实。”在全面建设小康社会新的历史时期，特别是在中国加入世界贸易组织和北京举办2008年奥运会的大背景下，如何利用我国丰富的体育资源和巨大的体育需求，科学地推动体育与经济的互动与融合，培育和发展具有国际竞争力的体育产业，对于促进国民经济和体育事业的可持续发展都有十分重要的理论和实践意义。全面建设小康社会需要强盛的经济，也需要繁荣的体育，而不失时机地加快发展体育产业是实现经济发展和体育繁荣的重要途径。

近年来国内的一些财经类和体育类院校为抓住中国加入世界贸易组织和北京举办2008年奥运会的战略机遇，纷纷增设了体育经济与管理的本科和研究生的相关专业，但缺乏专业教材，特别是缺乏切合中国实际的教材，是新设专业面临的共性问题。由柳伯力、李万来教授组织编写的《体育产业概论》，以国际视野，观中国实践，博采众家之长，独辟梳理之径。相信本教材的出版，对于促进我国体育经营与管理专业的学科建设，培养新时期所需要的复合型体育人才，都大有裨益。

鲍明晓

二〇〇五年七月于北京

前 言

20世纪世界体育最显著的发展特征是体育的职业化和商业化。20世纪后期,随着中国市场经济体制的逐步建立,体育的社会化、产业化、商业化发展成为了我国体育发展的必然。

中华人民共和国第九届全国人民代表大会第二次会议的《政府工作报告》指出,要“积极引导居民增加文化、娱乐、体育健康和旅游等消费,拓宽服务性领域”。这表明体育产业已经进入政府扩大内需、拉动经济增长的视野,预示着体育产业将迎来一个十分有利的发展环境。

引导体育消费,培育体育市场,发展体育产业是具有当代意识,符合世界潮流的一种新的体育发展观和体育服务观。目前,体育产业在我国还是一个新兴产业。作为世人瞩目的朝阳产业,在新世纪,应加快中国体育产业的发展,使之尽快成为国民经济新的增长点。

体育产业的发展是建立社会主义市场经济体制的需要,符合我国经济结构战略性调整的要求,对于扩大内需、拉动经济增长,实现现代化建设发展目标,有着明显的推动作用。加快体育产业的发展,也是实现中国体育在新世纪可持续发展的必然选择。

我国体育产业产生与发展的过程,既是我国体育改革与探索的过程,又是借鉴和学习国外先进经验的过程。随着我国经济和体育的发展以及体育改革的不断深化,体育产业已初具规模,并呈现出勃勃生机,具有巨大的潜力和广阔的前景。但也应该看

▲ 体育产业概论

到，在未来的发展中，还存在着许多必须解决的问题。因此，总结我国体育产业发展的实践，并积极探索其未来发展的趋势和规律，对我国体育产业的发展有着重要的意义。

目 录

第一章 产业研究基础理论	(1)
第一节 产业的概念与产业分类	(1)
一、相关经济学基础	(1)
二、产业的概念	(3)
三、产业的分类	(4)
四、产业类型	(9)
第二节 学科性质和研究方法	(11)
一、学科性质	(11)
二、研究对象及范畴	(13)
三、研究内容	(14)
四、研究方法	(16)
第三节 产业成长周期	(17)
一、产业的形成	(18)
二、产业的扩张	(20)
三、产业的成熟	(22)
四、产业的衰退	(23)
第四节 产业兴衰机理	(25)
一、产业兴衰的动力机制	(25)
二、产业兴衰的供求机理	(26)
三、产业兴衰的内在本质机理	(26)
四、产业兴衰的外部推动机理	(27)
五、产业兴衰的决策与协调机理	(27)

六、产业兴衰的创新机理·····	(28)
第二章 产业政策与产业结构·····	(30)
第一节 产业政策的基本内涵·····	(30)
一、产业政策的概念·····	(30)
二、产业政策的内容与类型·····	(31)
三、产业政策的特点·····	(34)
四、产业政策的功能·····	(35)
第二节 实施产业政策的原则和手段·····	(36)
一、基本原则·····	(36)
二、手段与措施·····	(38)
第三节 产业结构理论与分析·····	(39)
一、产业结构的涵义及影响因素·····	(40)
二、产业结构演变趋势及其特征·····	(43)
第四节 我国产业结构的形成与调整·····	(47)
一、中国产业结构形成的特点·····	(47)
二、我国三次产业结构的现状·····	(48)
三、我国产业结构的战略性调整·····	(50)
第五节 产业行业结构与区域结构·····	(52)
一、产业行业结构·····	(52)
二、产业区域结构·····	(54)
三、我国产业区域结构政策的调整·····	(58)
第三章 体育产业概述·····	(60)
第一节 体育产业的涵义·····	(60)
一、体育产业的提出·····	(60)
二、体育产业的涵义·····	(61)
三、体育产业的归属·····	(64)
第二节 体育产业的构成·····	(67)

一、体育产业结构分类·····	(68)
二、体育主导产业的确定·····	(69)
第三节 发展体育产业的经济意义·····	(70)
一、对经济的增长具有拉动作用·····	(70)
二、人力资源投资的形式之一·····	(71)
三、为社会提供就业机会·····	(71)
四、扩大内需、拉动消费·····	(72)
五、在一定程度上吸纳社会资金·····	(73)
第四节 我国体育产业的发展·····	(74)
一、体育产业是体育发展的客观需要·····	(74)
二、改革开放以来我国体育产业的发展·····	(76)
三、我国体育产业发展现状·····	(80)
四、我国体育产业发展中存在的主要问题·····	(84)
五、我国体育产业发展的主要制约因素·····	(87)
六、加快体育产业发展的可能性·····	(89)
第四章 体育企业组织·····	(94)
第一节 体育企业组织概述·····	(94)
一、体育企业组织的含义及其规定性·····	(94)
二、体育企业组织结构的形式及选择·····	(96)
三、体育企业行为·····	(102)
第二节 建立现代体育企业制度·····	(104)
一、体育企业建立现代企业制度的必要性·····	(104)
二、企业制度的类型·····	(105)
三、建立现代体育企业制度·····	(108)
第三节 产业组织相关理论·····	(110)
一、规模经济·····	(110)
二、进入与退出·····	(112)
三、市场绩效·····	(115)

第五章 体育产业政策与环境	(116)
第一节 体育产业政策	(116)
一、体育产业政策概述	(116)
二、制定体育产业政策的主要原则	(118)
三、发展体育产业的基本政策	(120)
四、我国体育产业政策的主要内容	(121)
第二节 体育产业环境	(130)
一、体育产业环境的含义、特征	(130)
二、体育产业的外部环境	(133)
三、体育产业的内部条件	(137)
四、体育经营内外条件与环境的综合分析	(140)
五、体育产业环境与生产经营风险	(141)
第六章 体育产业资源的开发与利用	(144)
第一节 体育产业资源的含义和分类	(144)
一、体育资源的含义 及在体育产业发展中的地位	(144)
二、体育产业资源的特点	(147)
三、体育产业资源的分类	(149)
第二节 体育产业资源的配置及合理化	(158)
一、体育产业资源配置的含义	(158)
二、体育产业资源配置的内容	(158)
三、体育产业资源配置方式	(160)
四、体育产业资源配置的合理化	(161)
第三节 体育产业资源的开发	(163)
一、体育产业资源开发的原则	(163)
二、体育产业资源开发的方法	(166)

第七章 体育产业生产消费主体与产品价值 ·····	(168)
第一节 体育产业的生产与消费主体 ·····	(168)
一、体育产业的生产经营主体·····	(168)
二、体育产业的消费主体·····	(172)
第二节 体育产品的形式与价值 ·····	(179)
一、体育产品的类型·····	(179)
二、体育产品的使用价值·····	(182)
三、体育产品的价值·····	(185)
第八章 体育产业服务系统与 service 方式 ·····	(187)
第一节 体育产业的服务的系统 ·····	(187)
一、体育产业服务系统的基本涵义·····	(187)
二、技术条件类·····	(188)
三、职能条件类·····	(190)
第二节 体育产业的服务对象 ·····	(193)
一、体育产业服务对象的类型·····	(193)
二、体育服务对象的特征·····	(195)
第三节 体育产业的服务方式 ·····	(196)
一、准备阶段的服务·····	(196)
二、实施阶段的服务·····	(198)
三、后续阶段的服务·····	(198)
第九章 体育市场构成 ·····	(200)
第一节 体育市场的内涵和特点 ·····	(200)
一、体育市场的内涵·····	(200)
二、体育市场的性质与构成·····	(202)
三、体育市场的特点与作用·····	(204)
第二节 体育市场主体 ·····	(211)

一、体育健身娱乐市场·····	(211)
二、竞赛表演市场·····	(215)
三、体育培训市场·····	(218)
第三节 体育关联市场·····	(220)
一、体育用品·····	(221)
二、体育经纪·····	(221)
三、体育彩票·····	(223)
四、体育传媒·····	(226)
五、体育旅游·····	(227)
六、其他体育市场·····	(227)
第十章 体育消费与市场营销·····	(229)
第一节 体育消费·····	(229)
一、体育消费的内涵·····	(229)
二、体育消费的特点和种类·····	(231)
三、体育消费结构与消费水平·····	(234)
第二节 体育消费心理·····	(239)
一、消费心理的涵义·····	(239)
二、对体育消费心理的宏观分析·····	(240)
三、对体育消费心理的微观分析·····	(242)
四、我国体育消费发展趋向·····	(243)
第三节 体育市场营销环境与营销组合·····	(244)
一、营销的宏观与微观环境·····	(244)
二、体育市场营销组合·····	(247)
三、体育市场中销售渠道策略·····	(251)
四、体育市场营销组合的作用·····	(254)
第十一章 体育投资与效益分析·····	(256)
第一节 体育投资分析·····	(256)

一、投资与体育投资	(256)
二、体育投资的主体	(257)
三、体育投资领域	(258)
四、体育投资的主要形式	(258)
第二节 体育投资的效益分析	(259)
一、体育投资效益	(259)
二、体育产业投资的经济效益分析	(263)
三、体育投资的社会效益分析	(271)
四、体育投资的环境效益分析	(273)
第三节 提高体育产业投资效益的意义与途径	(274)
一、提高体育产业投资效益的意义	(274)
二、提高体育产业投资效益的途径	(275)
第十二章 体育产业发展保障机制	(280)
第一节 体育产业发展的动力机制	(280)
一、动力机制的概念及动力来源	(280)
二、体育产业发展与体育管理体制改革	(281)
三、体育产业发展与科技创新	(283)
第二节 体育产业发展与法制建设	(285)
一、法制建设与体育产业的发展	(285)
二、我国体育产业法制建设状况 与存在的问题	(286)
三、法制建设对促进体育产业发展的 理论分析	(289)
第三节 体育产业发展与人才培养	(291)
一、体育产业与人才培养的关系	(291)
二、国内体育产业经营人才培养的现状	(292)
三、体育产业经营人才培养的原则和途径	(296)

第十三章 国外体育产业评介	(300)
第一节 国外体育产业的形成和发展	(300)
一、体育产业的起源	(300)
二、体育产业的形成	(302)
三、发达国家体育产业的发展	(303)
第二节 国外体育产业发展现状	(307)
一、美国体育产业现状	(307)
二、西欧国家体育产业现状	(311)
三、东亚国家体育产业现状	(315)
第三节 国外体育产业发展模式及启示	(317)
一、国外体育产业发展模式	(317)
二、国外体育产业发展的特点	(319)
三、国外体育产业发展的启示	(321)
四、中国体育产业前景展望	(323)
体育产业案例及分析	(328)
案例 1 F1 赛事运作	(328)
案例 2 曼联足球俱乐部经营模式	(334)
案例 3 耐克体育用品公司	(338)
案例 4 三星公司的体育赞助	(344)
主要参考文献	(349)
后记	(351)

第一章 产业研究基础理论

产业经济学中研究的产业，是指在社会分工条件下进行同类生产或提供同类服务的企业及单位的集合体。所谓“同类生产或同类服务”，是指产品或服务的经济用途相同，或使用的原材料相同，或工艺技术性质相同，即产品或服务的可替代性。本章对产业的概念、产业分类、产业的类型以及其学科性质、研究内容和研究方法等方面作了介绍，对产业学基础理论的了解有助于本课程的学习。

第一节 产业的概念与产业分类

一、相关经济学基础

产业经济研究是经济学研究的一个分支学科。现代西方经济学上由宏观经济学和微观经济学两大部分组成的，这也是产业经济研究的理论基础。

宏观经济学主要研究一国总产出水平和一般物价水平的决定问题。宏观经济学研究的一个基本出发点是认为在一国范围内存在着资源的闲置现象，因而宏观经济学研究的主题是提高一国资源的利用程度，并把闲置资源动员到生产中去，从而达到更高的产出水平。在提高一国资源利用程度的过程中，可能会引起物价总水平的波动。因此，宏观经济学的第二个主题就是维护物价总水平的稳定。