

当代中国体育产业发展策略研究



罗慧坚 谷枫 / 著



中国书籍出版社

当代中国体育产业发展策略研究

罗慧坚、谷枫 著

中国书籍出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

当代中国体育产业发展策略研究/ 罗慧坚, 谷枫著. — 北京: 中国书籍出版社, 2010. 7

ISBN 978-7-5068-2166-7

I. ①当… II. ①罗… ②谷… III. ①体育经济学: 产业经济学—研究—中国—现代 IV. ①G80-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 143179 号

书 名: 当代中国体育产业发展策略研究

作 者: 罗慧坚 谷 枫

策划编辑: 王金杯

责任编辑: 卢忠民

版式设计: 李中南

地 址: 北京市丰台区三路居路 97 号 (邮编: 100073)

电 话: (010) 52257154 (发行部)

电子邮箱: chinabp@vip.sina.com

印 刷: 杭州人民印刷有限公司

开 本: 185×260 1/16

印 张: 25.25

字 数: 283 千字

书 号: ISBN 978-7-5068-2166-7

版 次: 2010 年 7 月第一版 2010 年 7 月第一次印刷

印 次: 1-1000 册

定 价: 36.00 元 (册)

ISBN 978-7-5068-2166-7



9 787506 821667 >

版权所有 翻印必究

序 言

《当代中国体育产业发展策略研究》是国内第一本全面系统分析中国体育产业发展现状及未来走势的学术论著，是理论成果与实践成果相结合的产物，由于本书先于《中国体育产业发展蓝皮书》创作完成，因此在未来一段时间内必将带动中国体育产业研究的学术浪潮。

回望中国体育产业的发展，堪称喜忧参半——喜的是中国这个开发潜力巨大的市场所蕴涵的无限商机；忧的是一切刚刚开始，而且金融危机给世界人民留下的阴影还没有完全退去，对于第二轮危机是否即将到来也众说纷纭。而在当前经济背景下，并非公认主流经济形态的体育产业却在危机之中稳步前行，各界人士开始普遍意识到体育产业已然成为当今乃至未来世界经济中一股强劲的绿色旋风。

本书两位作者在了解世界发达国家体育产业发展的前提下，参照当前中国体育产业发展过程中暴露出的诸多问题，以理论指导实践，立足于中国体育产业基础理论的构建，系统盘点产业现状，实例讲述行业经典，客观展现当前经济形势下体育产业发挥的信心效应，并能够从体育产业从业者的角度，敏锐洞察时代热点，尽微薄之力以图开启中国体育产业腾飞之门。

当前国家不断出台有关政策强化振兴体育产业的重要性，政府工作报告中也一再强调要使体育产业成为国民经济新的增长点。在政策支持的基础上，基于大的世界经济背景，同时又本着强烈的民族责任感和使命感，在两位作者以及一批与其一样拥有体育和学术情怀的人的共同努力下，《当代中国体育产业发展策略研究》应运而生。然而，想做第一个“吃螃蟹”的人绝非易事，他们在编撰工作开始之前便进行了大量的访谈和调研，很多人对这样一个学术行为并不看好，觉得难以有所突破，而且国内专门研究体育产业的专家有限，只能综合百家思想，从中提炼并形成属于体育

产业的理论研究体系，其间有争论，有不解，也有困惑，但怀着一种坚定的信念，他们最终撰写完成了本书。

此书，以党和国家的方针政策为指导，认真贯彻科学发展观的理论思想，以体育、经济等相关领域的发展规律为依据，对中国体育产业发展的历史脉络进行了缜密梳理，对体育竞赛业、体育健身业、体育用品业、体育中介业、体育传媒业、高校体育产业和体育休闲娱乐业等中国体育产业各分支领域的发展现状进行了科学详尽的分析，并以经济学的视角对体育产业中经典的运作案例进行了全面解读，对北京奥运会后中国体育产业的发展走向进行了客观独到的预测，提出了切实可行的发展战略。同时，本书编撰绝不是一个闭门造车的过程，本书作者深入产业一线，了解行业实际运作过程，调研最新最可靠的数据，熟练运用并整合了数理统计法、专家访谈法、比较法、个案研究法、文献资料法、调查法等科研方法，让真实的资料有了最直接有效的体现，并最终指导中国体育产业发展的实践。

北京体育大学博士生导师肖淑红教授

前 言

我国体育产业虽然起步较晚，但发展很快，产业的领域不断拓展，发展规模也不断扩大，产业的质量也有所改善，产业的效益也明显增高。体育产业的整体规模和其他产业相比虽然不是很大，但是在社会主义市场经济发展中，已经构成了一个独具特色的产业门类。1995年6月，国家体育总局制定了1995—2010年的《体育产业发展纲要》指出：体育产业发展的目标是用十五年左右的时间逐步建成适合社会主义市场经济体制，符合现代体育运动规律，门类齐全，结构合理，规范发展的体育产业体系。纲要规定的具体目标是到2010年，基本上形成以主体产业为基础，多业并举，多种所有制并存，共同发展的产业发展新格局。

体育产业虽然发展很快，也形成了一定规模，而且前景光明广阔，但是，就全国总体而言，产业规模还不是很大，发展很不平衡，结构不够合理，体育产业的管理体制和运行机制不够完善，体育产业政策和法规建设也不适应产业的发展。目前阶段还是长期发展目标的初级阶段，体育产业化还需要一个相当长的时期，对此，我们要有一个清醒的认识。

当体育产业发展方向已经明确的时候，人们自然会将注意力聚集于体育资源产业化方面的各种经济学问题。迄今为止，我国学者在体育经济学方面已做了大量的研究工作，有一些研究成果被各级行政部门采纳，显示出很好的社会效益。但是由于我国学者研究体育经济问题的时间较短，不仅在同类问题上存有不同观点，而且还有很多客观现实中的体育经济问题尚需深入研究。

本书作者正是在这种大背景下，综合近10年来前人的研究成果，对于我国社会主义市场经济条件下，如何更快更好地发展我国的体育产业进行了大量理性的分析和思考，并以此为基础撰写了本书。限于作者的水平，书中存有这样或那样的错误和不足在所难免，望读者指正，同时渴望得到

同仁的指点和批评。基于此，本书所述的观点和内容可能不具有共识性。

本书由罗慧坚和谷枫共同创作完成，罗慧坚承担了第二章到第八章，共计 15.3 万字的撰写工作，谷枫承担了第一章、第九章至第十二章，共计 15.2 万字的撰写工作。在撰写本书过程中，得到了北京体育大学博士生导师肖淑红教授、北京物资学院《中国流通经济》总编、编审陈建中教授、国家新闻出版总署《出版参考》杂志社常务副社长周崇尚先生等的大力帮助和指正，特此致谢。

目 录

第一章 我国体育产业概述	1
一、体育产业的基本概念	1
二、体育产业的形成	2
三、西方发达国家体育产业的发展	4
案例一	6
美国体育产业与休闲产业关系	6
四、我国体育产业的形成与发展	8
(一) 我国体育产业的产生和崛起	8
(二) 我国体育产业的发展	13
五、市场经济条件下我国体育事业的重大改革	22
(一) 体育管理模式、机制的改革	22
(二) 体育运行机制的转变	23
六、大力推进市场经济体制下我国体育产业发展	24
(一) 我国体育产业领域仍存在诸多问题	25
(二) 我国体育产业在市场经济下的发展模式解析	27
案例二	29
F1——上海体育产业新亮点	29
一、F1 赛事已经成为上海体育文化的品牌	30
二、F1 赛事蕴含的商机和经济效益	30
三、F1 赛事的其他收益	31
第二章 社会主义市场经济条件下我国的体育产业结构	33
一、体育事业的产业属性和商品属性	33
(一) 体育的生产性	33

(二) 体育创造价值	35
(三) 体育可以成为商品	36
二、我国的体育产业结构理论性分析	38
(一) 体育产业内部结构分析	39
(二) 大众体育产业与竞技体育产业的关系	41
三、我国体育产业结构优化调整	42
(一) 我国体育产业结构现状	44
(二) 关于我国体育产业结构优化调整的内涵与目标	46
(三) 我国体育产业结构优化、调整	47
四、我国产业结构调整的方向与体育经济的发展	49
(一) 从经济结构调整的角度来看待体育产业的思路	50
(二) 全面建设小康社会, 给体育产业提供了新的发展机会	51
(三) 推进体育产业市场的体制创新, 按照市场化的思路来 发展体育产业	52
第三章 社会主义市场经济条件下我国的体育产业组织	53
一、现代产业组织的基本形态	53
(一) 国际产业组织理论的形成和发展	53
(二) 现代产业组织的基本形态	56
二、世界体育组织的发展历程	60
(一) 自由竞争时期的体育产业组织	61
(二) 垄断竞争阶段的体育产业组织	61
(三) 体育产业组织发展趋势	62
三、我国体育组织的发展和现状	63
(一) 建国后我国体育产业组织的发展	64
(二) 我国体育产业组织现状	67
四、发展中国体育产业组织的理性思考	73

(一) 中国体育产业的生命周期·····	73
(二) 中国体育产业的内部关系·····	75
(三) 发展中国体育产业组织的几点思考·····	77
第四章 社会主义市场经济条件下我国的体育产业政策·····	79
一、体育产业政策概述·····	79
(一) 体育产业政策的概念·····	79
(二) 体育产业政策的基本要素·····	80
(三) 体育产业政策与体育经济政策的关系·····	81
(四) 体育产业政策与其他经济政策的关系·····	81
二、发达国家体育产业政策·····	82
(一) 美国职业体育的公共立法与政府的职业体育政策·····	82
(二) 加拿大政府的体育产业政策·····	85
(三) 德国的体育产业政策·····	86
(四) 意大利的体育产业政策·····	87
三、我国体育产业政策的制定及实施效果的历史回顾与评价·····	90
(一) 我国体育产业政策发展的历史回顾·····	90
(二) 我国体育产业政策实施过程中所存在问题分析·····	94
四、新的历史时期我国体育产业政策的调整 and 选择·····	96
(一) 调整我国体育产业政策所遵循的原则·····	96
(二) 我国体育产业结构政策的选择·····	99
(三) 我国体育产业组织政策的调整·····	102
五、我国体育产业现代化的政策取向与建议·····	105
(一) 制定优惠的财政、金融、价格政策, 扶持体育 产业发展·····	106
(二) 规范体育市场管理政策·····	108
(三) 引导居民体育消费的政策·····	109

(四) 转变政府职能, 完善体育产业服务体系	111
第五章 体育产业与国民经济	115
一、体育产业与我国国民经济发展的关系	115
(一) 我国体育产业现状	115
(二) 未来的中国将拥有世界上最大规模的体育消费 群体和体育市场	116
(三) 体育产业的发展对全民健身具有积极的促进作用	117
二、体育产业在国民经济中的价值分析	119
(一) 体育产业在我国国民经济发展中的价值体现	120
(二) 体育产业对社会发展的意义	122
三、大型体育赛事对城市经济和社会发展的推动作用	123
(一) 大型体育赛事对城市经济的推动作用	124
(二) 大型体育比赛对社会发展的作用	129
例:	131
中国-东盟自由贸易区与环北部湾体育产业的发展策略	131
一、东盟自由贸易区的经济发展水平及北部湾体育产业 发展状况	131
二、环北部湾(广西)体育产业在经济建设中应有的 地位和作用	133
三、推动环北部湾(广西)体育产业建设的发展策略	134
第六章 市场经济条件下我国竞技体育产业的开发研究	139
一、竞技体育产业概述	139
(一) 竞技体育产业的概念	139
(二) 竞技体育产业的属性	139
(三) 竞技体育产业体系构成	140
(四) 竞技体育产业研究程式	140

(五) 我国竞技体育产业的发展历程	141
二、竞技体育产业形成的条件及在体育产业中的地位	142
(一) 竞技体育产业形成的具体条件	144
(二) 竞技体育产业在体育产业中的地位	147
三、阻碍我国竞技体育产业发展的诸因素分析	151
(一) 我国竞技体育产业的特征	151
(二) 影响我国竞技体育产业发展的重要因素	152
(三) 我国竞技体育产业发展面临的问题	154
四、环境因素对于中国竞技体育产业发展的影响	156
(一) 竞技体育产业环境的构成	156
(二) 制约我国竞技体育产业高速发展的环境因素	156
五、欧美体育竞赛表演产业快速增长的经济动因及其对我国 体育竞赛产业的启示	161
(一) 发达国家体育竞赛表演产业快速增长的经济动因	161
(二) 发达国家体育竞赛表演产业快速增长的经济 动因对中国的启示	165
六、社会主义市场经济条件下中国竞技体育产业化发展 战略研究	169
(一) 国外竞技体育产业化经营概况	170
(二) 国外竞技体育产业化经营的组织发展模式	170
(三) 国外竞技体育产业化经营的新倾向	171
(四) 中国竞技体育产业经营的现状	171
(五) 中国竞技体育产业化经营的基本模式	174
(六) 中国竞技体育产业化经营的操作	175
(七) 中国竞技体育产业化经营开发的可持续发展 战略与对策	176
(八) 加快发展我国竞技体育产业的相关对策	177

七、关于我国竞技体育产业可持续发展的战略目标的展望	181
(一) 竞技体育社会化	182
(二) 竞技体育科学化	183
(三) 竞技体育国际化	184
第七章 中国体育传媒业的发展	187
一、中国体育传媒产业的特性及市场生态研究	187
(一) 中国体育传媒产业的特性	187
(二) 中国体育传媒产业的市场生态	188
二、中国传媒产业与体育产业的资源整合探析	192
(一) 传媒产业与体育产业的资源整合现状	192
(二) 提升传媒产业与体育产业资源整合水平的对策建议	196
三、我国电视体育资源运营现状及趋势分析	198
(一) 电视体育节目运营	199
(二) 电视体育广告运营	203
四、全球化背景下我国体育传媒产业的发展策略	205
(一) 全球化的不同见解及其与我国体育传媒业的关联	206
(二) 全球化背景下中国体育传媒业生存与发展的环境	208
(三) 新时期我国体育传媒业发展的对策	214
五、大众传媒与竞技体育产业关系的分析研究	215
(一) 大众媒体与竞技体育的相互影响	216
(二) 正确处理竞技体育产业与大众媒体的关系	218
(三) 职业化进程中的竞技体育与大众传媒互为动力	220
六、后奥运时期我国体育传媒产业发展展望	225
例	230
美国体育传媒的发展模式	230
第八章 体育休闲娱乐产业	235

一、休闲体育与休闲体育产业	235
(一) “体育休闲”与“休闲体育”	235
(二) 休闲体育产业概述	236
二、新时期我国休闲体育产业的培植及发展	239
(一) 发展休闲体育产业具有重要的意义	239
(二) 我国休闲体育产业发展优势分析	239
(三) 我国休闲体育产业发展面临的问题	241
(四) 推动休闲体育产业发展的思路	241
三、21 世纪我国休闲体育产业的时代特征及发展趋势	242
(一) 休闲体育产业的时代特征	243
(二) 21 世纪中国休闲体育的发展状况	245
四、假日经济与休闲体育产业的发展	247
(一) 假日经济与休闲体育产业	249
(二) 假日经济与当前休闲体育产业发展中存在的突出问题	250
第九章 市场经济条件下我国的体育用品产业发展	255
一、当前我国体育用品产业的政策选择和结构分析	255
(一) 我国体育用品产业的政策选择	255
(二) 我国体育用品产业结构分析	259
二、我国体育用品产业的发展现状和不足	262
(一) 我国体育用品业的发展现状	263
(二) 我国体育用品业目前存在的问题	265
三、对我国体育用品产业市场结构特征分析、研究	266
(一) 分析中国体育用品产业的理论基础	267
(二) 我国体育用品产业市场集中度分析	270
(三) 对我国体育用品产品差异化的分析	273
(四) 市场壁垒	278

四、经济全球化对我国体育用品业的影响	285
(一) WTO 与我国体育用品产业相关的谈判条约	285
(二) 从条约内容看我国体育用品产业面临的机遇与挑战	286
(三) 应对挑战的措施	288
五、我国体育用品产业集群的发展研究	289
(一) 体育用品产业集群的现状	290
(二) 我国体育用品产业集群的特点	293
(三) 我国体育用品产业集群的优势	295
(四) 我国体育产业集群化发展过程中存在的问题及解决办法	297
六、国际化背景下我国体育用品产业的发展前景	299
(一) 创名牌产品, 拉动体育用品业的发展	300
(二) 办好博览会, 促进体育用品业的发展	301
(三) 拓展服务对象, 强化服务意识, 扩大体育用品业大领域	302
第十章 市场经济条件下我国体育经纪人业的发展	305
一、体育经纪人概述及其在体育产业经济发展中的作用	305
(一) 体育经纪人的概念	305
(二) 我国体育经纪人的兴起	306
(三) 体育经纪人的业务活动和作用	306
二、影响我国体育经纪人发展的主要因素分析	309
(一) 我国体育经纪人的发展现状	309
(二) 影响我国体育经纪人发展的主要因素	311
(三) 加快我国体育经纪业的建设	314
三、体育经纪人管理之法律制度及其完善	315
(一) 当前我国体育经纪人管理及法律制度	316
(二) 我国体育经纪人管理与发展中存在的问题	319
(三) 逐步完善和规范我国体育经纪人管理法律制度	320

四、构建符合我国国情的体育经纪人职业培训体系	325
(一) 促进培训机构的多元化	326
(二) 切实开展培训需求分析	327
(三) 规范培训师资的来源渠道	328
(四) 合理限定培训学员的资格条件	329
(五) 合理设置培训内容和学时	330
(六) 教学方式力求多样化	332
(七) 统一培训考核	335
(八) 开展培训效果评估	335
五、后奥运周期我国体育经纪业的发展	336
(一) 体育市场更需要经纪人	337
(二) 北京奥运会后我国体育经纪人面临的挑战	338
(三) 北京奥运会后我国体育经纪人的发展对策	340
六、21 世纪市场经济条件下体育经纪人所具备的特征	342
第十一章 21 世纪中国高校体育产业化研究	345
一、美国高校体育产业的发展给我国高校体育产业的启示	345
(一) 美国高校体育市场化给运动队的发展注入活力	345
(二) 专业化的队伍是运动队蓬勃发展的保证	348
(三) 美国大学体育产业化运作机制的启示	349
二、当前我国高校体育产业发展状况	352
(一) 高校体育产业化概念	352
(二) 高校体育产业发展的背景与机遇	353
(三) 高校体育产业发展现状	354
三、市场经济体制下高校体育产业的发展	355
(一) 发展高校体育产业的必要性	356
(二) 高校体育产业发展的优势与潜力	357

(三) 发展我国高校体育产业的对策与措施	358
四、未来高校体育产业区域化结构特点及社会责任	359
(一) 高校体育产业区域化结构特点	360
(二) 高校体育产业化“一体两翼”发展理念	362
(三) 高校体育产业的社会责任	363
第十二章 新时期我国民族传统体育产业发展研究	365
一、我国民族传统体育的涵义及自身经济价值	365
(一) 民族传统体育的涵义	365
(二) 民族传统体育自身经济价值	366
二、当前我国民族传统体育产业的发展及存在问题	367
(一) 改革开放以来我国民族传统体育产业已取得 巨大进步	367
(二) 民族传统体育产业与其他项目体育产业之间的差距	368
(三) 我国民族传统体育产业发展中存在的问题	369
三、社会主义市场经济条件下我国民族传统体育产业的 发展方向	371
(一) 我国民族传统体育产业发展策略	371
(二) 建立适应社会主义市场经济体制的市场发展模式	373
四、假日经济对于民族传统体育产业开发的影响	375
(一) 假日经济对民族传统体育产业发展的影响	375
(二) 假日经济环境下民族传统体育产业开发对策	377
五、民族传统体育产业化政策支撑与社会环境	379
(一) 民族体育产业化发展政策分析	379
(二) 民族体育产业的社会支撑环境分析	382
参考文献	386