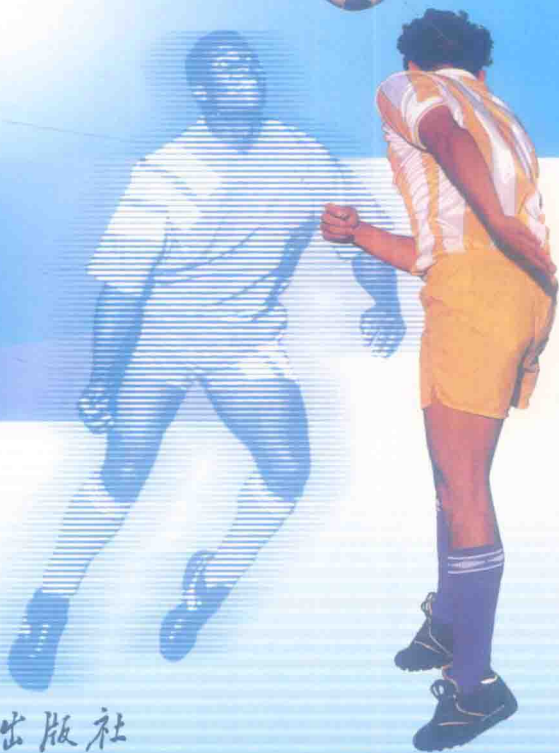


· 高等学校教材 ·

SPORTS

体育产业概论

张林 主编



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS

高等学校教材

体育产业概论

Tiyu Chanye Gailun

张林 主编



高等教育出版社·北京
HIGHER EDUCATION PRESS BEIJING

内容提要

本书以体育产业为主要对象,从体育产业概念和分类、体育产品及体育市场的概念与特征、体育产业资源的概念与分类等基础理论问题入手,分别介绍了我国体育健身娱乐业、竞赛表演业、体育场馆服务业、体育旅游业、体育中介业、体育彩票业和体育用品业的发展现状、存在问题及发展趋势等,并对体育产业投融资和体育产业促进等问题进行了分析。

本书可作为普通高等学校社会体育指导与管理专业教材。

图书在版编目(CIP)数据

体育产业概论 / 张林主编. --北京: 高等教育出版社, 2013. 8

ISBN 978-7-04-038038-5

I. ①体… II. ①张… III. ①体育产业-中国-高等学校-教材 IV. ①G812

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 165149 号

策划编辑 范峰 责任编辑 范峰 封面设计 顾斌 版式设计 杜微言
责任校对 窦丽娜 责任印制 赵义民

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 北京东君印刷有限公司
开 本 787 mm×960 mm 1/16
印 张 13.25
字 数 240 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 2013 年 8 月第 1 版
印 次 2013 年 8 月第 1 次印刷
定 价 21.50 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 38038-00

前 言

改革开放以来，我国体育产业走过了一段不平凡的历程。近年来，随着经济体制改革的逐步深入和经济发展方式的转变，国家宏观经济环境不断改善，居民消费水平和消费结构不断优化，国家产业政策的指导性不断增强，体育产业的发展环境发生了深刻变化，体育产业迎来了前所未有的历史契机和发展机遇。

体育产业的蓬勃发展离不开人才队伍的发展与壮大。但与我国体育产业的快速发展不相协调的是体育产业管理人才的缺乏。为适应新形势下体育产业发展的需要，2010年，国务院办公厅在《关于加快发展体育产业的指导意见》中明确指出，要多方投入，多渠道培养既懂经济又懂体育的复合型体育产业管理人才。同时要求有关高等院校积极推进教育教学改革，优化专业和课程设置，培养适应体育产业发展需要的专门人才。本教材的编写正是基于这一历史背景和客观需求，旨在为我国体育产业管理人才的培养贡献力量。

当前，国内外有关体育产业的教材较多，编写视角和体例各异，教材体系不断更新，内容日趋丰富，这为本教材的编写提供了重要基础。本教材在借鉴相关教材编写经验与教训的基础上，充分吸收国内外最新研究成果，在教材内容上力求突出我国的国情以及我国体育产业的发展实际。本教材的特色主要体现在以下几方面：

1. 系统性。本教材系统阐述了体育产业的基本理论，通过学习可以使學生较系统地了解国内外体育产业的形成与发展，掌握体育产业的构成、特征及其运行的规律。

2. 实践性。在教材内容的选择上，本书注重促进学生理论知识向实践能力的转化，在学生先前所修的经济学、管理学、营销学的基础上，进一步将所学的基础理论知识运用到体育产业的实践中。

3. 前沿性。本教材突出新形势下我国体育产业发展的历史背景，突出最新数据资料的运用和前沿性问题的剖析。本书采用了全国体育产业专项调查的最新统计数据，结合体育产业“十二五”规划的研究成果，强调在建设体育强国进程中体育产业的使命和任务。

4. 权威性。本教材编写组的12名成员均为长期致力于体育产业领域研究的专家学者，大部分为中国体育科学学会体育产业分会领导机构成员，且一直

活跃在我国体育产业的学术前沿。他们长期担任教学工作，具有丰富的教学经验，能够将其教学和科研中的最新成果融入本教材中。

本教材是集体智慧的结晶。张林教授（上海体育学院经济管理学院院长、中国体育科学学会体育产业分会秘书长、博士生导师）负责全书的总体策划、组织和统稿工作。全书共 12 章，各章节的具体分工如下：第一章由曹可强教授（上海体育学院）撰写；第二章由曹亚东教授（沈阳体育学院）、钟天朗教授（上海体育学院）撰写；第三章由谢英教授（西安体育学院）撰写；第四章由钟天朗教授（上海体育学院）撰写；第五章由黄海燕博士（上海体育学院）撰写；第六章由陈元欣教授（华中师范大学）撰写；第七章由赵承磊博士（河南科技大学）撰写；第八章由谭建湘教授（华南师范大学）撰写；第九章由李海教授（上海体育学院）撰写；第十章由席玉宝教授（安徽师范大学）撰写；第十一章由倪刚副教授（华东师范大学）撰写；第十二章由陈林祥教授（武汉市体育局、武汉体育学院）、方春妮博士（湖北大学）撰写。骆雷博士（上海体育学院）负责书稿的编辑工作。

本书作为体育产业管理类专业的专业课教材，既可以作为体育产业管理专业本科生和研究生的教学用书，同时也可以作为体育产业研究人员的重要参考资料。

本书在撰写过程中，参考和借鉴了许多专家学者的学术观点，对此作者已尽可能注明来源或出处。因篇幅有限，还有一些参考文献未能一一注明，在此向有关作者和出版单位表示由衷感谢。

最后，感谢高等教育出版社体育分社为本书的出版所付出的辛勤劳动。由于作者水平有限，书中观点如有不当之处，恳请读者批评指正。

编者

2013 年 5 月 10 日

目 录

第一章 导论	1
第一节 我国体育产业发展的背景	1
第二节 体育产业发展概况	4
第三节 体育产业的概念与分类	7
第四节 体育产业的属性与特征	9
第二章 体育产品与市场	12
第一节 体育产品	12
第二节 体育市场	15
第三章 体育产业资源	29
第一节 体育产业资源的概念与分类	29
第二节 体育产业资源配置	34
第三节 体育产业资源开发与保护	37
第四章 体育健身休闲业	44
第一节 体育健身休闲业概述	44
第二节 体育健身休闲业的分类及运营方式	51
第三节 体育健身休闲业的发展态势	53
第五章 竞赛表演业	58
第一节 竞赛表演业概述	58
第二节 竞赛表演业的运营	62
第三节 竞赛表演业的发展趋势	72
第六章 体育场馆服务业	75
第一节 体育场馆服务业概述	75
第二节 体育场馆服务业的经营	79
第三节 体育场馆服务业的发展态势	86

第七章 体育旅游业	90
第一节 体育旅游概述	90
第二节 体育旅游业发展现状	94
第三节 我国体育旅游业发展趋势	100
第八章 体育中介业	103
第一节 体育中介业概况	103
第二节 我国体育中介业发展状况	108
第三节 国外体育中介业发展现状	117
第四节 我国体育中介业存在的主要问题与对策措施	121
第九章 体育彩票业	125
第一节 体育彩票业概述	125
第二节 体育彩票业的功能	130
第三节 体育彩票业的运营管理与展望	134
第十章 体育用品业	142
第一节 体育用品业概述	142
第二节 体育用品业发展现状	146
第三节 我国体育用品业建设与发展	152
第十一章 体育产业投融资	162
第一节 体育产业投融资理论	162
第二节 我国体育产业投融资发展概述	165
第三节 体育产业投融资工具的应用	169
第十二章 体育产业促进	186
第一节 国外促进体育产业发展的政策措施	186
第二节 我国促进体育产业发展的政策措施	191
第三节 我国体育产业发展展望	199

第一章 导 论

学习要点

在社会主义市场经济条件下，随着我国产业结构调整的不断深入和城市化进程的加快，作为现代服务业重要组成部分的体育产业获得了前所未有的发展。体育产业的发展对于拉动经济增长、促进就业、优化产业结构以及引导体育消费具有积极的作用。通过学习本章，在了解部分国家体育产业发展现状的基础上，重点掌握体育产业的概念、分类、属性和特征。

第一节 我国体育产业发展的背景

一、我国体育产业发展的背景

在计划经济时期，体育是福利事业，由国家包办。改革开放以来，我国实行了经济体制改革，使得市场经济逐渐成为社会主义现代化建设的主导经济模式。首先，体育事业作为社会主义文化事业的组成部分，尽管是一种相对独立的社会现象，但它不可能超越经济发展模式而独立发展，必须及时进行适应社会主义经济关系、经济结构和经济利益的变革。这就要求体育事业在顺应世界体育运动改革与发展潮流的同时，还要加快体制调整与机制转换，使之与社会主义市场经济体制和运行机制的基本要求相一致。其次，在我国调整产业结构和大力发展现代服务业的背景下，现代生产性服务业和消费性服务业都将获得较大的发展机会。同样，作为现代服务业组成部分的体育产业，在满足居民个人体育需要、提高生活质量方面发挥着积极的作用。再次，随着我国城市化进程的加快，城市人口显著增长。城市居民在拥有小康生活后，就有了更高的生活追求，诸如对健康身体的期望、对和谐人际关系的向往、对社区活动的参与等。所以，在构建社会主义和谐社会的过程中，城市居民产生了对文化、体育娱乐的强烈需求，客观上带动了体育产业的快速发展。

为适应社会主义市场经济体制，最大限度地满足居民日益增长的体育需求，我国体育主管部门深刻地认识到体育事业适应社会主义市场经济体制的紧

迫性,及时调整改革与发展思路,努力实现体育事业由福利型、事业型向公益型、经营型的转变,改革的核心是充分运用市场经济的基本规律、方法和手段办体育,走社会化、大众化的发展道路,以充分发挥体育的经济功能,达到彻底改变计划经济体制下通过行政干预和行政命令管理体育事业的运作方式。1992年,原国家体委在广东省中山市召开了全国体育工作会议,提出了我国体育改革的总体目标,并决定以足球改革为突破口,向职业化方向过渡。1993年,在全国体委主任会议上制定了《关于培育体育市场,加快体育产业化进程的意见》,提出了体育产业的发展要遵循“面向市场,走向市场,以产业化为方向”的基本思路。

以足球、篮球、排球等职业体育俱乐部联赛为先导的体育体制改革,促进了我国体育竞赛表演业的发展,也带动了体育信息传播、体育广告和体育用品制造等相关产业的发展。进入21世纪,在国家经济社会以及体育事业快速发展的大背景下,我国体育产业乘势而上,取得了重大进展,实现了新的历史跨越。体育产业结构进一步优化,体育市场主体日趋成熟,投资主体日渐多元化,体育市场体系逐步完善;体育产业统计等基础性工作取得了重大进展,完成了第一次全国体育及相关产业专项调查,摸清了体育产业基本情况;创办体育旅游博览会,以展会为平台,进一步带动了体育与旅游业的融合发展;先后建立了6个国家体育产业基地,有效地调动了地方发展体育产业的积极性;以北京奥运会为代表的重大体育赛事极大地带动了文化、娱乐、旅游、建筑、通信等相关行业的发展,充分体现了体育产业的辐射效应;以高危险性体育项目为重点的体育市场监管体系初步建立,保证了体育市场的规范发展;体育彩票销量持续增长。由于国家和社会的重视,出台了包括《关于加快发展体育产业的指导意见》在内的多项促进体育产业发展的政策文件,使我国体育产业逐步走上了规范化和法制化的发展轨道。

二、体育产业的地位与作用

随着经济的发展和产业结构的调整,体育产业在国民经济中的地位和作用不断提高。从国际体育产业发展的经验看,经济越发达、居民越富裕的国家和地区,体育产业的产值就越高,如许多西方发达国家,体育产业占国内生产总值的比重为1%~3%。而在美国、日本、英国、意大利等国,体育产业已经上升为本国国民经济的支柱性产业。

作为一个覆盖面广、产业关联度较高的上游产业,体育产业不仅是国民经济的组成部分,而且涉及国民经济的许多部门,在拉动经济增长、促进就业、优化产业结构、引导体育消费等方面都具有十分重要的作用。

（一）对国民经济增长的拉动作用

根据著名经济学家瓦西里·里昂惕夫（Wassily W. Leontief）所创立的部门关联模型，在美国现存的42个部门中，体育产业的关联度被列在第8位，即体育产业的发展可带动纺织、机械、电子、建筑、营养品、食品以及旅游、保险、博彩、新闻媒体等行业的发展。可见，体育产业发展可以拉动国民经济相关产业发展，从而促进国民经济的增长。^①

体育产业的发展可在一定程度上增加国民收入，使国内生产总值（GDP）得以增长。在经济发达国家中，体育产业在国民经济体系中的地位日益凸显。以北京奥运会、广州亚运会和深圳大运会为代表的重大体育赛事有力地促进了文化、娱乐、旅游、会展、影视、出版等相关行业的发展，对建筑、交通、物流、通信等领域的带动作用也非常明显，充分体现了体育产业的经济拉动效应和产业关联效应。

（二）为社会提供就业机会

从西方发达国家情况看，自20世纪90年代末期以来，许多国家经济发展趋缓或出现了经济危机，劳动就业成了社会主要问题之一。而体育产业作为一个新兴产业，在吸纳社会就业方面正发挥着越来越大的作用。1997年，法国体育产业提供了30万个就业岗位，而1998年法国通过举办世界杯足球赛，刺激了全国就业市场，失业率在一年间减少了35%。20世纪90年代初，英国体育产业解决了50万人的就业问题。2002—2007年，北京奥运会的举办为我国新增就业岗位约194万个，平均每年新增就业岗位约32万个。

（三）优化产业结构，满足大众多元化体育需求

在我国调整产业结构和转变经济发展方式的背景下，作为现代服务业组成部分的体育产业，获得了前所未有的发展机遇，成为拉动现代服务业发展的重要力量。例如，在北京、上海等大中型城市举办的高端体育赛事，在江苏、浙江、福建、广东等沿海发达省份建立的体育产业聚集区，在河北、黑龙江、安徽、贵州等地开发具有地方特色、传统文化和民族风情的体育产业项目，为促进地方经济转型和社会发展作出了重要贡献。此外，体育产业的发展，会使不同层次的体育产品和服务供给更加丰富多彩，能够满足大众日益增长的多元化体育需求，也使人们在消费体育产品的过程中，达到增强体质、愉悦身心和精神享受等多重效应。

^① 柳伯力，李万来. 体育产业概论 [M]. 北京：人民体育出版社，2005：74.

第二节 体育产业发展概况

一、体育产业的形成与发展

产业是伴随社会分工产生并发展起来的。人类社会的三次社会大分工，相应地形成了农业、畜牧业、手工业和商业等产业部门。18世纪下半叶发生在英国的产业革命，以蒸汽机、纺织机等为先导的产业技术终于使延续了几千年的以农业、畜牧业为主的产业系统发生了彻底改变，现代化工业代替了工场手工业，机械动力代替了自然动力，整个社会的主导产业结构进行了一次重建。

产业革命引起了产业结构的变化，人们的产业观念也随之发生了实质性改变，即近代先进的产业观念逐步根植于人们的意识中。在第一次产业革命后，“工业”和“产业”的概念也逐渐模糊起来，正如英语中的“industry”同指“工业”和“产业”一样，成为当时资本主义大机器、大工业生产的代名词。

19世纪以后，人类社会又经历了第二次、第三次技术革命，都曾引起大规模的产业革命。尤其是当代新技术革命的影响更为深远，许多崭新的产业部门逐渐形成，改变着传统产业的结构，也使人们的产业观念再次发生根本性变化。当代产业的含义已经从“产业是以生产物质资料为主导经济特征的物质生产部门”扩展到“为生产和生活服务，并以信息、知识和精神为特征的一切生产部门”。因此，“industry”一词在当代，不仅指工业，而且指国民经济的各行各业。从部门到行业，从生产到流通、服务，以至文化教育、体育等都可称为“产业”。可见，现代产业概念的内涵，是社会经济发展在人们观念上的反映，是随着社会经济不断发展而日益丰富和变化的。

体育作为一种社会现象，起源于人类的劳动。在生产水平低下的时代，体育作为提高生存技能、娱乐消遣的一种手段，被统治阶级所占有。随着科学技术的迅猛发展，特别是第一次产业革命以后，机器大工业生产向劳动者提出了更高的要求，包括对劳动者的身体健康水平也提出了更高的要求，即在培养能够掌握科学知识和生产技能的新的劳动者的同时，需要劳动者的体格更加健壮、身体更加健康。现代社会，体育在社会再生产中的作用发生了质的变化，体育作为产业的地位也逐步得到了确立。当前，世界各国在处理国民经济各行业关系时，都把体育作为一种产业来对待。世界银行在统计分析中采用的三次产业分类法（AIS法）就把体育归属为第三产业。在我国国家统计局1985年公布的《国民生产总值计算方案》中，正式采用了三次产业的分类方法，体育事业被列入第三产业中的第三层次，即“为提高科学文化水平和居民素质

服务的部门”。1992年6月颁布的《关于加快发展第三产业的决定》中，再次明确地把体育列为第三产业。

二、国外体育产业发展现状

体育作为一项产业运作，在市场经济发达国家已有多年的历史。在过去的几十年中，随着经济的发展，体育活动规模逐步扩大，体育资金需求日益膨胀，体育经济功能不断开发，体育产业呈现出快速化、国际化的发展趋势。现在，体育产业已经成为一些国家国民经济的主要产业部门之一，在有些国家甚至成为国民经济的支柱产业。

跨入21世纪，全球体育产业的总产值就高达4 000亿美元，并以平均每年20%的速度增长。澳大利亚、加拿大、日本、英国、德国、法国和意大利等发达国家的体育产业，总产值约占国内生产总值（GDP）的1%~1.5%。美国是世界上体育产业最为发达的国家。相关资料显示，美国1999年体育产业产值就达到了2 130亿美元，在国民经济各行业中仅次于地产业、零售贸易业、健康福利业、银行业和交通业。英国是世界上最早形成体育产业的国家，目前已建立起相当完善的体育产业体系，体育产业产值占英国国内生产总值（GDP）的1.7%左右，并以每年6%的速度增长。体育产业已成为英国经济发展的重要支柱产业之一。足球产业是意大利体育产业中最重要的支柱产业，政府财政收入的1.5%直接来自足球彩票的收入。日本体育产业伴随战后经济重建而快速发展，是亚洲体育产业最发达的国家之一。日本体育产业的年平均增长率为3.25%，大大高于其经济年平均0.43%的增长率。体育产业也被日本政府确定为21世纪的十大产业之一。

当前，随着世界经济一体化进程的加快以及人们收入水平的不断提高，大众日益增长的体育需求正积极转化为体育消费行为，这为体育产业的进一步发展提供了更为广阔的空间。

三、我国体育产业发展现状

改革开放以来，随着我国经济和社会事业的蓬勃发展，体育产业也获得了迅猛的发展。体育产业规模不断扩大，领域不断拓展，市场体系逐步形成，对经济增长和社会发展的作用也越来越显著。

（一）体育产业规模不断扩大

从20世纪80年代开始，我国体育产业经历了体委系统利用空闲场地设施和富余人员开展“以体为主，多种经营”活动，到“体育搭台、经贸唱戏”，再到利用区域优势、体育人才和技术优势，积极组织大型国际体育比赛、发行

体育彩票、开发第三产业的体育经济功能的“本体推进，全面发展”等三个阶段，其发展规模不断扩大。根据国家体育总局公布的数据，2006年，全国体育产业实现增加值982.89亿元，占当年GDP的0.46%；2007年，实现增加值1265.23亿元，占当年GDP的0.49%，增长22.83%；2008年，实现增加值1554.97亿元，占当年GDP的0.52%，增长16.05%。另据中国体育科学学会体育产业分会测算数据显示，2011年，全国体育产业总产出为7448.32亿元，实现增加值2689.06亿元，从业人员360.01万人，我国体育产业规模持续保持快速增长的态势。

（二）体育产业领域不断拓展

20世纪90年代初，我国体育产业主要是以体育用品生产为主，体育竞赛表演、体育健身娱乐等体育服务业发展缓慢。进入21世纪，体育产业逐步形成了以体育健身娱乐业和体育竞赛表演业为先导，体育中介服务、体育场馆服务、体育培训齐头并进，并带动体育信息传播、体育广告和体育用品制造等相关产业快速发展的局面，实现了我国体育产业发展重心由体育多种经营向发展体育服务业的转移，体育产业领域不断拓展。

（三）体育市场体系初步形成

近20年来，随着世界范围内体育职业化和商业化的快速发展，许多体育赛事日益成为人们关注的热点。具有中国特色的足球、篮球、排球、乒乓球四大职业联赛已呈现出一定的规模，体育竞赛表演市场稳定发展。2010年，我国居民人均GDP超过了4000美元，随着人们生活水平的提高和“花钱买健康”观念的深入，体育健身和娱乐消费成为大众消费的热点，也成为我国体育健身娱乐市场爆发式发展的内在动力。另据中国体育科学学会体育产业学会测算数据显示，2011年，中国体育用品、服装鞋帽制造总产出为5627.43亿元。此外，与体育产业各部门发展相关的其他各类市场也逐步形成和发展，如体育国际贸易、体育无形资产开发、体育人才交流、体育科技开发、体育投融资市场等，成为我国体育市场体系的重要组成部分。

（四）体育产业政策日益完善

1986年，原国家体委发布了《关于体育体制改革的决定》，明确提出体育场馆等要“实行多种经营，由行政管理型向经营管理型过渡”，旨在扩大服务范围，增收节支。1992年，《中共中央国务院关于加快发展第三产业的决定》中将体育列入第三产业中的第三层次，这一规定明确了体育的产业属性。1995年，原国家体委颁布的《体育产业发展纲要（1995—2010）》进一步明确了体育的产业性质和经济属性，提出了我国体育产业的发展目标和政策措施。2010年，国务院办公厅颁布了《关于加快发展体育产业的指导意见》，从国家层面

上明确地提出了加快发展体育产业的各项政策,包括加大政府投入力度、完善金融扶持政策和税费支持政策,落实土地保障政策以及组织实施激励政策等,这标志着国家发展体育产业的基本思路进一步丰富,为我国体育产业的发展提供了政策依据和保障。

近年来,我国体育产业虽然取得了较好的发展,但从总体看,体育产业规模还比较小,在国民经济中所占比重还比较低;体育产业结构不尽合理,体育服务业在体育产业中的比重较低,区域发展不够平衡;体育市场尚不成熟,产品有效供给不足,消费观念有待引导,市场监管有待加强;高素质的体育产业人才匮乏。

第三节 体育产业的概念与分类

一、体育产业的概念

关于体育产业的概念问题,国内外尚无统一的界定。西方经济发达国家体育产业发展起步早,体育产业的统计方法与我国也不尽相同,其对体育产业概念的界定相对宽泛。大多数国家都认为,体育产业是为国民经济提供体育产品或服务的组织和部门的总称,即不仅包括提供体育物质产品的部门,也包括提供体育服务产品的部门。

(一) 广义的体育产业

与固守传统经济理论的观点不同,部分学者基于我国当前体育产业不断发展与变化的现实,从理论规范的角度出发,特别是从体育产业统计的现实出发,结合国内外体育产业实践与理论研究成果,将体育产业定义为:为社会公众提供体育服务和产品的活动,以及与这些活动有关联的活动的集合。^①

(二) 狭义的体育产业

无论是体育产业理论体系构建,还是体育产业实践,我国的体育产业都还处于比较初级的阶段。随着我国体育产业的发展,尤其是体育产业理论研究的深入,许多学者从传统经济学理论出发,依据国际广泛采用的三次产业分类法,认为体育属于第三产业,因而体育产业的基本内容只能限定在第三产业所包括的范围中,将体育产业界定为向社会提供各种体育劳务的有关部门。

^① 张林,刘炜,林显鹏等.中国体育及相关产业统计研究[J].体育科学,2008(10):19.

二、体育产业的分类

无论是欧美等体育产业发达国家,还是中国等体育产业初步发展国家,各自对体育产业分类的理论基础与标准都是依据本国的经济制度,因而具有较大的差异。例如,美国的体育产业包括了多个部门,主要由健身娱乐业、职业体育产业、体育用品业、体育经纪业、体育媒介业、体育广告业、体育彩票业、体育博彩业、体育保险业及体育赞助、体育出版、体育纪念品销售等组成。加拿大体育研究委员会将体育产业分为4个门类:教练、裁判和运动员;体育用品制造业;体育与休闲服务产业;全国性体育组织和政府等。澳大利亚体育产业统计委员会将体育与休闲产业划分为主体产业和相关产业,其中主体产业包括有组织的体育、主动休闲活动、娱乐与被动休闲、博彩、体育与休闲服务等5个门类39个次级门类;相关产业包括建筑业、零售贸易、批发贸易、制造业、金融和农业畜牧业与渔业等6个产业门类和22个次级门类。

我国对体育产业比较早的分类是来自1995年国家体育总局发布的《体育产业发展纲要(1995—2010年)》,其中对我国体育产业的分类包括以下三个层次:第一层次为体育主体产业,第二层次为体育相关产业,第三层次为体育外围产业。^①

为了反映我国体育产业发展在国民经济中的地位与作用,国家统计局在对三次产业进行归类的《国民经济行业分类》(GB/T4754—2011)中,对各产业类别、名称及代码、门类、大类、小类等均有说明。例如,体育用品制造(代码244),包括球类制造(代码2441)、体育器材及配件制造(代码2442)、训练健身器材制造(代码2443)、运动防护用具制造(代码2444)、其他体育用品制造(代码2449);体育组织(代码8810)、体育场馆(代码8820)、休闲健身活动(代码8830)、其他体育(代码8890)。^②其中,体育组织(代码8810)中又包括专业从事体育比赛、训练、辅导和管理的组织的活动。

为了兼顾国民经济行业分类中有关体育及相关产业的活动内容,以及反映未来可能会有较大发展的体育产业活动内容,《体育及相关产业分类》将我国体育及相关产业分为核心层、外围层和相关体育产业层等三个层次8个大类、24个中类、57个小类。国家体育总局联合国家统计局在2009年开展的体育产业统计中,体育产业统计指标就是按照《体育及相关产业分类》规定的8大

① 吴超林,杨晓生.体育产业经济学[M].北京:高等教育出版社,2005:40.

② 百度文库:<http://wenku.baidu.com/view/422103670b1c59ee8c7b414.html>.

类别指标确定的。8个大类分别是：体育组织管理活动，体育场馆管理活动，体育健身休闲活动，体育中介活动，其他体育活动，体育用品、服装、鞋帽及相关体育产品的制造，体育用品、服装、鞋帽及相关体育产品的销售和体育场馆建筑活动。^①

第四节 体育产业的属性与特征

一、体育产业的属性

依据1985年国家统计局公布的《国民生产总值计算方案》，体育事业被列入第三产业中的第三层次，是“为提高科学文化水平和居民素质服务的部门”的规定，以及1992年6月国务院颁布的《关于加快发展第三产业的决定》中对体育产业属性的界定，体育产业属于第三产业，也是现代服务业的组成部分，具有显著的产业属性。

从现行体育产业统计的角度看，体育产业不仅包括涉及第三产业的体育服务业，也包括第二产业的体育用品、体育器材、体育服装鞋帽等制造产业。实际上，体育产业的主体部分是体育服务，即为不同消费者提供多样化的体育服务产品，而体育物质产品生产只是体育服务产业的派生或延伸产业，并不会从根本上影响体育产业属于第三产业的性质。这是因为：“随着科学技术的迅速进步以及人类经济活动的日益多元化和复杂化，三次产业分类法的局限性越来越明显地暴露出来。主要问题是第三产业的内容过于庞杂，大至为航天事业服务的数据库，小至理发服务等。”^②近年来，由于第三产业已经成为社会最大的产业部门，加之信息产业的异军突起，使原先的产业划分捉襟见肘。况且，现代社会经济的发展，国民经济各行业之间一方面分工越来越细，另一方面又相互渗透，这就决定了国民经济任何一个产业部门都不是孤立发展的。例如，制药业被列入“制造业”，实际上一种药品的生产费用只占其整个成本的一小部分，而成本的大部分属于服务，如研究和开发、临床试验、申请专利和征税许可证、药品的详细介绍以及药品的供销等。^③由此可见，随着科技进步尤其是第三产业中服务业的发展，使三次产业之间的界限逐渐模糊，三次产业之间出现了融合的趋势。

^① 张林，刘炜，林显鹏等. 中国体育及相关产业统计研究 [J]. 体育科学, 2008 (10): 20.

^② 罗肇鸿. 高科技与产业结构升级 [M]. 上海: 上海远东出版社, 1998: 2.

^③ 罗伯特·赖克. 国家的作用 [M]. 上海: 上海译文出版社, 1994: 84.

体育产业也不例外，它充分利用了自身的优势，加强与经济、文化、艺术、旅游、科技、卫生等国民经济相关部门的联系与融合，促进体育市场繁荣，满足人民群众对体育服务和体育用品不断增长的多方面、多层次的需求。所以，对于体育产业属性的界定，不能僵化地以三次产业分类法为标准来划分，应该以我国体育产业发展的现实和国际体育产业发展的实际为依据，顺应经济和时代的发展趋势，确定体育产业不仅是第三产业的组成部分，而且是一个综合性的产业部门。

二、体育产业的特征

在当今追求高生活质量、强调可持续发展的社会，体育产业以其成本低、耗能少、污染小、周期短、娱乐性强、产业关联度高、辐射范围广等优势，成为世界上许多国家提升产业结构级别、满足广大居民投资与消费需求、促进关联产业发展和有效配置资源的支柱性朝阳产业。综观世界各国体育产业的发展，可以归纳出体育产业具有以下特征：

（一）经营性

体育产业作为一种产业形式，从根本上说是一种经济活动。相对于公益性的体育事业运行方式，体育产业具有经营性的特征。在社会主义市场经济条件下，体育产业的经营者享有法律规定的权利，即守法经营、获得利润、缴纳税赋、承担社会义务等。体育产业的经营者必然是按照市场经济的基本法则配置体育资源，根据市场需求的不同进行投资、成本核算、提供各类体育服务和体育产品，以获得市场竞争的优势，并获得进一步的发展。因此，经营性是体育产业的基本特征。

（二）关联性

体育产业还可以促进相关产业的发展。体育产业具有强大的后向和前向关联效应，其关联性较强。体育产业内部一个部门的发展，会直接带动其他相关部门的发展，还可以间接拉动国民经济有关部门，如旅游业、纺织服装业、冶金钢铁、餐饮业、交通运输业等的发展。例如，体育产业与旅游业的关联度为 0.21、与服装业关联度为 0.13、与交通通信业关联度为 0.123、与建材业关联度为 0.11。^①再如，在美国经济结构现存的 42 个部门中，体育产业的产业关联强度位列第八。

（三）国际性

体育活动是一种规则性极高的文化形态。随着经济全球化进程的加快，体

^① 曹可强. 体育产业概论 [M]. 上海: 复旦大学出版社, 2004: 124.