



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

复旦大学出版社

www.fudanpress.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

复旦大学出版社

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. —上海:复旦大学出版社,2004.4
(体育经济管理丛书)
ISBN 7-309-03923-8

I. 体… II. 钟… III. 体育经济学 IV. G80-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 014294 号

体育经营管理——理论与实务

钟天朗 主编

出版发行 复旦大学出版社

上海市国权路 579 号 邮编 200433

86-21-65118853(发行部) 86-21-65109143(邮购)

fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>

责任编辑 盛寿云 苏荣刚

装帧设计 马晓霞

总编辑 高若海

出品人 贺圣遂

印刷 上海第二教育学院印刷厂

开本 787×960 1/16

印张 19.75 插页 2

字数 352 千

版次 2004 年 4 月第一版 2004 年 4 月第一次印刷

印数 1—4 000

书号 ISBN 7-309-03923-8/F·854

定价 28.00 元

如有印装质量问题,请向复旦大学出版社发行部调换。

版权所有 侵权必究

内 容 提 要

全书包括：体育经营管理导论、体育市场、体育消费者行为、体育经营决策、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、体育彩票经营管理、体育广告经营管理、体育旅游经营管理、体育经纪人经营管理等11章。每章后附有“相关链接”，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济管理教材。

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、体育经济研究的热潮。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,对体育经济的发展都是十分有益的。

理论研究的发展,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,系统性的教材尚不足。许多教学工作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涉及的内容都尽量涉及。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,还可从实践上进一步探索。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

上篇 体育经营管理理论

第一章 体育经营管理导论	3
第一节 体育经营管理概述	4
一、经营管理的一般含义	4
二、体育经营管理的含义及由来	7
三、体育经营的基本要素和主要职能	9
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	19
三、体育经营内外条件与环境的综合分析	21
第三节 体育经营特征和经营风险	23
一、体育经营的特征	23
二、体育经营的风险	24
第四节 体育经营程序及经营方针	27
一、体育经营程序	27
二、体育经营目标、经营思想与经营方针	29
[本章思考题]	34
[本章练习题]	34
[相关链接一] 希望国际体育经纪有限公司招聘启事	35
[相关链接二] 上海体育学院综合馆开展经营活动的内部条件与 外部环境的十字形图表	36
第二章 体育市场	37
第一节 体育市场概述	38

一、体育市场的概念	38
二、体育市场的分类	40
三、体育市场体系的构成及作用	41
四、国内外体育市场发展的概况	44
第二节 体育市场的特点	50
一、体育劳务或服务消费品市场的特点	50
二、体育实物消费品市场的特点	51
三、体育要素市场的特点	53
第三节 体育市场调研	57
一、体育市场调研的含义和作用	57
二、体育市场调研的类型和内容	59
三、体育市场调研的步骤和方法	62
四、体育市场调查表的设计	66
第四节 体育市场预测	68
一、体育市场预测的含义及意义	68
二、体育市场预测的内容	69
三、体育市场预测的种类	70
四、体育市场预测的原则、步骤和方法	71
[本章思考题]	73
[本章练习题]	73
[相关链接一] 体育健身娱乐市场情况调查表	73
[相关链接二] 加入 WTO 以后我国体育用品业面临的机遇与挑战 ..	75
第三章 体育消费者行为	78
第一节 体育消费者及其行为的阶段与特点	79
一、体育消费的含义及体育消费者分类	79
二、体育消费者行为及其阶段	81
三、体育消费者行为的特点	84
第二节 影响体育消费者行为的因素	88
一、体育消费者自身因素	89
二、体育消费者的相关群体	91
三、体育经营单位自身因素	93
[本章思考题]	95
[本章练习题]	95

[相关链接一]	上海市民体育健身消费现状的调查统计	96
[相关链接二]	美国运动服装消费需求分类	96
第四章 体育经营决策		98
第一节 体育经营决策概述		99
一、体育经营决策的概念和分类		99
二、体育经营决策的内容和原则		101
三、体育经营决策程序		103
第二节 体育经营战略决策		107
一、体育经营战略的含义及特征		107
二、体育经营战略决策的主要内容		111
三、体育经营战略决策程序		119
第三节 体育经营促销决策		121
一、体育经营促销的含义及作用		121
二、体育经营促销组合的内容与选择		123
第四节 体育经营销售渠道决策		126
一、体育经营销售渠道的基本类型及特点		126
二、体育经营销售渠道决策		131
[本章思考题]		138
[本章练习题]		138
[相关链接一]	中美女足对抗赛票务营销组合方案	138
[相关链接二]	'99 中国甲 A 球星卡成都市场营销策划方案	140

下篇 体育经营管理实务

第五章 体育场馆经营管理		143
第一节 体育场馆的含义及经营管理的任务		144
一、体育场馆概述		144
二、体育场馆经营管理的任务		148
第二节 体育场馆经营管理的方法及主要内容		149
一、体育场馆经营管理的方法		149
二、体育场馆经营管理的主要内容		153
[本章思考题]		155
[本章练习题]		155
[相关链接一]	上海市浦东新区源深体育发展中心的经营开发	156

[相关链接二] 上海东亚体育文化中心有限公司的经营管理	158
第六章 运动竞赛经营管理	165
第一节 运动竞赛概述	166
一、运动竞赛的含义及分类	166
二、现代运动竞赛的经济特点	166
三、我国运动竞赛体制的改革	169
第二节 运动竞赛的经营策划及经营内容	170
一、运动竞赛的经营策划	170
二、运动竞赛的经营内容	171
第三节 运动竞赛资金支出及管理	175
一、运动竞赛资金支出分析	175
二、运动竞赛资金的管理	176
[本章思考题]	180
[本章练习题]	180
[相关链接一] 浙江省第十二届运动会经营策划方案	180
[相关链接二] 第八届全国运动会体育爱好者之路策划文案	182
第七章 体育俱乐部经营管理	185
第一节 体育俱乐部概述	186
一、体育俱乐部的含义及产生的根源	186
二、体育俱乐部的类型	187
第二节 职业体育俱乐部的经营管理	190
一、职业体育俱乐部经营的本质和特点	190
二、职业体育俱乐部经营的主要内容和方式	191
三、职业体育俱乐部的运作管理	194
第三节 商业体育俱乐部的经营管理	196
一、商业体育俱乐部经营的基本特征	196
二、商业体育俱乐部经营的主要内容	197
三、商业体育俱乐部的运作管理	199
第四节 业余体育俱乐部的经营管理	201
一、业余体育俱乐部经营的基本特征	201
二、业余体育俱乐部经营的主要内容和方式	202
三、业余体育俱乐部的运作管理	203
[本章思考题]	205

[本章练习题]	205
[相关链接一] 曼彻斯特联队——职业体育俱乐部经营管理的 典范	205
[相关链接二] 广东宏远篮球俱乐部的经营之道	207
第八章 体育彩票经营管理	210
第一节 体育彩票概述	211
一、体育彩票的含义及性质	211
二、发行体育彩票的社会意义	212
三、体育彩票的种类及玩法	213
四、国内外体育彩票的发展概况	215
第二节 体育彩票的经营策划与经营管理	218
一、体育彩票的经营策划	218
二、体育彩票的经营管理	221
三、体育彩票的营销策略	222
[本章思考题]	225
[本章练习题]	225
[相关链接一] 上海电脑体育彩票管理办法	225
[相关链接二] 明天去博百万大奖——亿元即开型体育彩票火爆 登场	228
第九章 体育广告经营管理	230
第一节 体育广告概述	231
一、体育广告的含义及特点	231
二、体育广告的产生和发展	232
三、体育广告的功能、优势和分类	234
第二节 体育广告的经营策划与经营管理	237
一、体育广告的经营策划	237
二、体育广告的经营管理	244
[本章思考题]	250
[本章练习题]	250
[相关链接一] 第八届全运会摔跤项目委员会广告经营策划书	250
[相关链接二] 首届拉萨国际半程马拉松挑战赛广告征集方案	254
第十章 体育旅游经营管理	257
第一节 体育旅游概述	258

一、体育旅游的含义及要素	258
二、开展体育旅游经营活动的必备要素	259
第二节 体育旅游的经营管理	262
一、体育旅游市场的经营开发	262
二、体育旅游的经营策划	263
三、体育旅游的经营管理	266
[本章思考题]	267
[本章练习题]	267
[相关链接一] 首次中华女子动力伞大河寻源活动策划方案	267
[相关链接二] 加拿大 NEW BRUNSWICK 的户外冒险旅游计划	271
第十一章 体育经纪人经营管理	273
第一节 体育经纪人概述	274
一、体育经纪人的概念与分类	274
二、体育经纪人的产生与发展	276
三、体育经纪人的特征	279
四、体育经纪人的必备素质	280
第二节 体育经纪人的主要经纪活动	282
一、运动员的代理	282
二、体育比赛的推广	285
三、其他经纪活动	290
第三节 体育经纪人的管理	292
一、经纪人管理制度	292
二、体育经纪人的权利和义务	295
三、有关体育经纪人和体育经纪活动的管理规定	296
[本章思考题]	299
[本章练习题]	299
[相关链接一] 世界上最大的体育经纪公司——国际管理集团(IMG)	299
[相关链接二] “首届摩托罗拉世界名校赛艇对抗赛”的经纪策划	301
主要参考书目	303
编后寄语	304

上篇 体育经营管理理论

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、要素、职能
- 体育经营管理研究的对象和内容
- 体育经营环境分析
- 体育经营特征和经营风险
- 体育经营程序及经营方针

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。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现代经营管理理论之父、欧洲科学管理运动的创始人法国的法约尔,他认为:经营包括很多方面的职能。法约尔 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。这里法约尔讲的经营是指厂部一级的管理,而管理,主要是指泰勒制的一套内容,即车间一级的管理工作。

大经营小管理理论,目前在国外管理学界中较盛行,他们认为:经营既要考虑到企业外部环境、市场因素与企业自身能力的平衡,又要考虑到企业内部各方面管理与作业的具体做法。简言之,经营的范围比管理更广泛。它包括人、财、物、供、产、销的全部活动,并侧重于企业的这些活动与市场的关系,侧重于从资金运动角度来研究企业的活动,研究企业怎样合理地运用人力、物力、财力以适应市场变化,满足市场需要,取得最好的经济效益。大经营的观点把管理作为经

营的一部分内容,即:经营包括管理,管理是经营的一部分,管理又包括作业。但是,不管是经营、管理,还是作业,都属于管理科学的总范畴。并且认为,目前已由管理学进入了经营学的时代。

(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,不仅在企业单位,而且事业单位、机关、学校、团体都存在着管理问题。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,经营总是和赢利联系着的,只有企业才存在着经营。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做由经营、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,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,其本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,做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(这五方面的功能体现了一切组织都适用的管理共性。如企业管理中的计划职能,就是企业经营的重要组成部分,而且,在任何组织的管理中,计划均是管理的首要职能)。它的任务是正确处理企业内外之间、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的各个生产活动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

由于对经营与管理的关系,在理论上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