

河南省哲学社会科学

“九五”规划项目

(批准号: 95CTY01002)

河南体育产业化问题及发展对策研究

项目负责人: 崔 伟

主要成员: 胡荣涛 王 晏 李庆阳 顾雪兰 马永红

张新友 费征辉 靳振洋 王 勇

完 成 单 位: 河南财经学院

2000年11月

目 录

1. 问题的提出	(1)
2. 体育产业及体育产业化的内涵	(3)
2.1 体育产业的内涵	(3)
2.2 体育产业化的内涵	(4)
2.3 体育产业化是社会经济发展的必然要求	(6)
3. 我省体育产业化的现状、优势、问题	(8)
3.1 我省体育产业化的现状	(8)
3.2 我省体育产业化的优势	(14)
3.3 我省体育产业化存在的主要问题	(16)
4. 推动我省体育产业化的对策	(20)
4.1 大力发展社会主义市场经济, 不断提高人民收入水平	(21)
4.2 政府要制定体育产业发展规划	(22)
4.3 完善体育市场, 重点培育体育健身市场和体育竞赛表演市场。	(22)
4.4 改善不合理的体育产业组织状况、重视无形资产的开发利用。	(22)
4.5 转变观念, 形成正确的体育消费观的概念	(23)
4.6 以全民健身为契机, 推动体育社会化	(23)
4.7 制定有关政策, 支持不同性质单位、团体兴办各种层次、类型的体育俱乐部	(24)
4.8 加强体育基础建设, 改善体育锻炼环境	(24)
4.9 采取多种途径培养适应体育产业化运作人才	(25)
4.10 建立健全有关法规	(25)
4.11 加快体育体制改革, 建立适应社会主义市场经济的体育体制和运行机制	(25)

附: 阶段性成果

河南体育产业化问题及发展对策研究

1.问题的提出

现在至21世纪初,是我国建立比较完善的社会主义市场经济体制,向社会主义现代化建设第三战略目标迈进的重要时期。体育事业作为社会主义事业重要组成部分,作为建设有中国特色的社会主义经济、政治、文化的重要内容,是我国经济持续发展,社会全面进步的重要标志。1992年党中央、国务院《关于加快发展第三产业的决定》明确把体育事业列为第三产业的第三个层次。1996年8届人大4次会议通过的《国民经济和社会发展的九五规划和2010年远景纲要》更进一步提出“建立社会的群众体育组织网络,建立并完善国民体质检测系统,进一步改革体育管理体制,有条件的运动项目要推行协会制和俱乐部制,形成国家与社会共同办体育事业的格局,走社会化、产业化的道路”。因此,产业化和社会化是我国体育事业改革和发展方向。

在建设社会主义市场经济的过程中,体育事业要持续发展,就必须走社会化、产业化的道路,这在体育界已形成共识,也是不以人们意志为转移的客观规律。

在国外,尤其在一些经济发达国家,体育产业已成为推动本国经济发展,引导社会消费、扩大内需、调整产业结构的重要手段。特别是进入80年代,在国际上蓬勃兴起的大众健身和休闲体育活动进一步刺激了体育产业的迅速发展,体育产业已成为这些国家国民经济的重要部门之一,其战略地位日益突出。如美国是世界上体育产业最发达的国家。随着“体育热”的日益高涨,带动了一些经济部门和行业的兴起,体育产业所包括的领域不断扩

大。在英国，体育理事会于80年代和90年代先后两次以“体育在英国经济中作用及意义”为题，进行了大规模的调查研究，结论是“体育已成为整个国家经济机制的重要环节之一”。意大利以“足球工业”为主体的体育产业，跻身于意大利国民经济“十大部门”之一。日本作为一个发达国家，在体育产业方面也取得了惊人的成就，进入90年代，政府又把体育产业列为21世纪支柱产业之一。

在我国，体育产业化问题是1992年原国家体委在广东省中山市召开的全国体委主任会议上提出来的，并讨论制定了《关于培育体育市场，加快体育产业化进程的意见》，提出了：体育事业要“面向市场，走向市场，以体育产业化为方向”的基本思路。94、95年的全国体委主任会议，把体育经济工作作为主题之一进行研究，并下发了《体育产业发展纲要》。96、97年，原国家体委又在江苏、广西召开全国体育工作会议，对体育产业发展提出了更加明确的要求。在1999年全国体育工作会议上，国家体育总局副局长张发强用“三个三”（三票、三会、三开）概括了我国体育产业发展的基本状况。“三票”即体育比赛的门票、体育彩票、中体公司的股票。“三会”即体育博览会、中华全国体育基金会、各个项目的运动协会。“三开”即开发主要的体育场馆、开发利用体育的无形资产、开拓新的体育产业领域。我国体育产业整体上处于起步状态，理论研究尚未形成体系，明显滞后于实践。

近年来，我省体育产业取得了一些进步，但与发达省市和地区相比，仍有一定差距，步子迈得不大，总体规模较小，结构不合理，本体产业比重偏低，市场发育不充分，体制落后和机制不

活等现象比较突出，还处于起步阶段，这已引起有关部门的重视。《2001-2010年河南省体育事业发展规划》（征求意见稿），把“体育社会化、产业化程度明显提高，基本形成、适应社会主义市场经济体制的体育筹资机制和多渠道社会投入机制，体育投入有较大幅度增加”列为奋斗目标之一。河南省体育局（原省体委）先后两次组织我省体育界和经济界学者座谈，研讨和寻求我省体育产业化发展对策。现在已有学者开始对此进行研究，但尚处于起步阶段。本课题在对体育产业内涵进行研究，准确把握其定位的基础上，对我省体育产业化的现状及其存在问题进行调研分析，并提出对策和建议。

2.体育产业及体育产业化的内涵

2.1 体育产业的内涵

体育产业是随着我国商品经济的发展和市场经济体制的确立而发展起来的，对其研究还处于起步阶段。关于体育产业的概念，存在着许多值得研究和探讨的问题，要对其准确把握和界定，首先必须明确产业的概念。从经济史学的角度理解，产业即工业，如“产业革命”、“产业工人”等；从法学的角度理解，产业即不动产；根据产业经济学的观点，产业乃是从事同类物质生产或相同服务的经济群体。目前，产业的概念已从物质生产部门扩展到非物质生产部门，因此，产业是指从事国民经济中同一性质的生产或其他社会、经济活动企业、事业单位、机关团体的总和，即在社会分工条件下的国民经济各部门。根据所提供产品或劳务性质的相似性，通常把国民产业部门划分为三个部分：以农业为主的第一次产业；以工业为主的第二次产业；以服务业为主的第三次产业。1985年国务院转发的国家统计局关于建立第三

产业统计报告，规定了我国三次产业划分方法，将体育产业列为第三产业中的第三个层次，即为提高科学文化水平和发展居民素质服务的部门。

体育产业是指从事体育服务（劳务）的部门和行业。社会生产分为物质生产和非物质生产两大领域，体育产业属于非物质生产领域的劳务生产部门。依据社会生产的分类和体育劳务（服务）产品的特点，体育产业主要包括几个方面。体育竞赛表演：主要提供体育比赛的表演服务以满足人们的观赏需要；体育咨询、辅导：主要指向人们提供传授健身与锻炼的知识、方法或指导群众体育活动的服务；体育科技信息：是指提供体育科研成果、信息、新品研制服务；体育康复：主要指提供运动处方、医疗保健及传统体育疗法的服务；体育设施租赁：是指提供场地、设备等服务。

另有观点认为：凡与体育有关的产业都应属于体育产业，如体育器材、体育服装、运动饮料、体育广告、体育报刊、体育彩票等。按科学的产业分类标准看这些产业不属于体育产业。体育器材、服务、饮料的生产属于物质生产是对自然物或原材料加工获得，应属于第二产业。体育彩票发行只是经政府批准有体育部门筹集资金的手段。但这些产业与体育产业密切相关，直接受体育产业发展程度的制约。如果把这些产业列为体育产业将会影响体育产业发展战略重点的确定，造成体育产业产值计算的重复，也不符合产业经济学和一般经济学原理。因此，对体育产业内涵的正确认识以及对其范围的准确界定，有利于把握实践过程的运作和目标的确定，避免盲目和偏离。

2.2对体育产业化的理解

要正确理解体育产业化的内涵，首先必须明确何为产业化？产业化应具备哪些条件？产业化属于经济学范畴，是指一定条件下或历史时期提供特殊服务或成果的非国民经济部门和行业，通过商品货币关系的转变，对自身组织规模和活动目标调整改造，实现非产业部门向产业部门的转化，成为国民经济一个部门或有机组成部分的过程。不是将其现有的技术方法同过去的方法相比较，而是要把它放在国民经济体系中，看其是否真正成为一个市场，成为为社会提供产品或劳务的部门。只有其产品或劳务成为商品，该组织或单位的集合才能成为国民经济的有机组成部分，完成了非产业向产业的转化，才算实现了产业化。

体育产业化是指体育非产业部门向产业部门转化，并成为国民经济有机组成部分的过程。伍绍祖提出：“体育产业化就是体育从事业型向经营型或企业型转化。”体育产业化的实质是体育运作应从福利型、公益型或事业型向经营型转化，要按社会主义市场经济的基本要求和产业发展的基本规律来组织体育事业的基本模式，其核心是改变计划经济体制下的体育事业运作方式，建立适应社会主义市场经济体制要求，符合产业规律和体育规律的运作机制。体育产业化的推行势必与计划经济体制下，体育发展模式的理论支持系统、操作运行系统和基本行为系统相碰撞，而引发体育观念的转变及组织方式的重构。

但是，体育产业化并不是要求体育事业中的每一项工作都以盈利为目的，而是积极促使体育事业由事业型、福利型向经营型公益型转变。体育事业实现产业化并不意味着不要国家拨款。从我国体育事业长远发展看，国家在体育事业经营支出中，仍占主体地位。

2.3 体育产业化是社会经济发展的必然要求

2.3.1 体育产业化有利于体育改革的深入

我国长期在计划经济下，人们认为兴办体育事业是政府行为，主要靠国家拨款和依靠政府手段办体育，因而，造成了全社会参与体育的积极性、创造性不够，体育工作效率、效益不高，体育事业发展的后劲和活力不足，从而影响了体育事业的持续性发展。1996年八届人大四次会议通过的《国民经济和社会发展九五计划和2010年远景目标纲要》提出：建立社会化群众体育组织网络，建立完善国民体质检测系统，进一步改革体育管理体制，有条件的运动项目要推行协会制俱乐部制，形成国家与社会共同办体育的事业的格局，走产业化和社会的道路。因此，产业化和社会化是我国体育事业改革和发展的方向。在建设社会主义市场经济体制中，体育事业要持续发展就必须对其进行整体和深层次的改革，而产业化是其改革的必然选择。

2.3.2 体育产业化符合我国经济发展的战略要求

调整产业结构、加快第三产业的发展是我国经济发展的战略，这一战略为体育产业化的推进，奠定了良好的基础。体育产业化的概念在我国是近几年才提出来的。经济发达国家，体育产业已成为推动本国经济发展、引导人民消费、调整产业结构的主要手段。如美国体育产业的关联综合系数近几年上升到41个行业中的8位，其增加值早在1988年即排在41个行业中的第22位。我国体育产业1997年增加值仅占我国GDP的0.576%，而体育产业发达国家该指标已达5%。这既说明我国体育产业化水平相当落后，也意味着我国体育产业蕴藏着巨大的发展空间。经济发达国家的实践证明：体育产业直接为国民经济创造效益的功能及拉动相关产

业增长的功能，将随着社会进步越来越强大并充满活力。目前，全球体育产业的年产值约为4000亿美元，并以年10%的速度递增，体育产业在发达国家已成为朝阳产业。我国的体育产业虽然无法与发达国家相比，但作为社会文化的体育活动，已成为人们丰富业余文化生活、增强体质、增进健康的重要形式，体育消费也将成为人们日常消费的重要部分，并呈现出不断增长与多元化发展趋势。体育产业将会在我国国民经济发展中及产业结构调整中发挥积极作用。

2.3.3 体育产业有利于国民经济可持续发展

国民经济可持续发展问题，是当今世界普遍关注的热点问题。我国人口多，自然资源有限，要保证国民经济持续稳定的增长，必须走内涵型扩大再生产的道路。对此许多有识之士把目光投向了第三产业。而体育产业的发展则可以服务于经济的发展，对物质生产和国民经济增长起直接或间接的促进作用。

首先，发展体育产业特别是健身娱乐业，有利于改善劳动者的素质，提高劳动生产率。国外学者的研究表明：经常参加体育活动的劳动者比不参加体育活动者劳动生产率平均高0.6-10%。日本学者的调查显示：积极参加体育运动的人，每年可节省医药费2万日元左右。因此，大力发展体育健身娱乐业，可以保护和增强社会生产力的主要因素——劳动力，促进劳动生产率的提高。

其次，体育可以带来巨额收入，直接推动国民经济的发展，如1994年，美国以不足5亿美元举办了世界杯足球赛，据赛后有关专家的估算，利润额高达40亿美元。到90年代中期，美国体育产值超过3,000亿美元。英国经济学家测算，为体育运动的发展每

提供1英镑，就可产出1.5英镑。

2.3.4体育产业化符合市场经济运作的要求

当前，我国正在实现两个具有全局意义的根本性转变，一是经济体制从传统的计划经济体制向社会主义市场经济体制转变；二是经济增长方式从粗放型向集约型转变。根据两个根本性转变的指导思想，我国体育事业的发展同样必须从体制和发展方式两个方面进行的改革。建国以来，我国的体育事业是在计划经济体制的环境下发展起来的，并随之形成了一套建筑在计划经济体制基础上的体育发展模式，这种模式是一种典型的粗放型经营模式。主要表现为：体育资源配置的非理性；体育资源配置主体的一元性；体育投入结构的不合理性；体育投入产出的低效性。建立市场经济就必须按市场经济运行的规律来发展体育产业。走产业化道路，就要对体育事业的组织模式、运作模式、决策模式和行为模式进行重新的定位和重构，使之符合社会主义市场经济的要求。

3.我省体育产业化的现状、优势、问题

3.1我省体育产业的现状

3.1.1体育竞赛表演的基本情况

随着我省经济的发展、《全民健身计划纲要》的实施、人们体育观念的改变、体育意识增强和体育欣赏水平提高，群众体育得到了长足的进步，体育竞赛表演蓬勃发展的潜力初见端倪（表1）。1998年全省共举办240场次的体育经营性竞赛，共收入339.3万元。其中足球比赛吸引观众84.6万人，占观众人数的80.2%，收入257万元，占整个收入的64.4%。从中看出我省体育竞赛表演项目开展不均匀，其原因主要有三：一是与人们的爱好有关；二是

与项目的运动水平有关；三是与项目的普及程度有关。

表1 1998年体育竞赛表演

	观众数（万人）	收入（万元）	场次
篮 球	12.4	10.3	82
足 球	84.6	257	48
排 球	0.6	78	4
乒乓球	1.8	4	45
棋 牌	0.06	8	9
保龄球	0.25	3	9
台 球	0.04	20	5
体育舞蹈	1	6.7	5
武 术	1.3	13.3	33
合 计	105.95	399.3	240

（摘自何祖新，2000年）

3.1.2体育设施租赁和体育辅导基本状况分析

表2看出我省经营体育设施2246个，包括保龄球、健身房、武术馆、学校、游泳池、网球场、交谊舞场等，从业员工21845人，总投资为92241万元，1998年经营额为21394.9万元，占国民经济体育行业更新改造投资的19.1%，利润总值为1005.6万元。从中看出，一些投资少，不需要特殊器材的项目，如交谊舞、武术、气功等规模较大，发展较快，其数量为1055个，占总数的47%，台球因其趣味性强，投资规模不大而占据了市郊和乡镇的体育消费市场。而其它球类，如篮球、网球、保龄球、足球等因受场地的限制，并且投资金额较大因而数量不多、规模较少。除保龄球外，其它球类的经营场馆主要集中在体育系统，较少有企业或个人投资。保龄球的黄金时期已经过去，如何重新启动利用它应引起注意。健身房的经营96年以来发展较快，以郑州市为例，自1996年5月4日李宁健身中心开创了综合性健身房先河，随后正弘女子俱乐部白领丽人紧随其后。1998年澳瑞特健身俱乐部

的开设成为郑州市健身经营场所跳跃式发展的开端。自98年5月至99年底郑州市共有20家健身房开业,发展速度很快。建成开业快、退出倒闭也快是郑州市健身行业的一个特点,其主要原因:一是缺乏必要的运作资金和管理经营人员;二是与人们的消费水平和消费观念密切相关。

表二

项目	交谊舞	台球	功夫	气功	健身房	游泳	保龄球	乒乓球	篮球	足球	网球	其它	合计
经营项目	510	429	252	393	258	100	86	56	55	38	36	33	2246
占总数(%)	22.7	19.1	11.2	17.5	11.5	4.5	3.8	2.5	2.4	1.7	1.6	1.5	100
经营人数	2250	2574	280	1572	1574	1000	2064	280	825	456	360	66	21845
经营单位数(个)	5	6	5	4	11	10	24	5	15	12	10	2	134
投资总额(万元)	2550	14586	560		4644	3500	58050	560	605	760	1080	66	192241
平均投资额	5	34	10		18	35	675	10	11	20	30	2	1260
经营总额(万元)	1785	3003	224		928.8	750	8084	224	192.5	304	540	39.6	21394.9
平均经营总额(万元)	3.5	7	4		3.6	7.5	94	4	3.5	8	15	1.2	168.1
利润总额(万元)	1073	1758.9	84		464.4	450	3354	84	99	121.6	201.6	23.1	11005.6
平均利润(万元)	2.3	4.1	1.5		1.8	4.5	39	1.5	1.8	3.2	5.6	0.7	77.5
纳税总额(万元)	306	986.7	44.8		283.8	160	1642	44.8	160	57	90	6.6	4807
平均纳税(万元)	0.6	2.3	0.8	1.1		1.6	17	0.8	1.6	1.5	2.5	0.2	34.1

(摘自何祖新, 2000年)

分析我省体育设施租赁和体育辅导业的基本情况, 呈现特点有: 一是公有制大形体育场馆是我省体育产业发展的支柱, 据对部分体育场馆的调查显示, 平顶山体育村1998年营业额为1000万元, 1999年1400万元; 新乡市体育中心1998年盈利100万元, 房租300万元/年, 广告效益近200万元; 焦作市体育馆自1992年建成以来, 每年创收80余万元。二是从投资回报看, 大众化、普及化的体育运动场所是支持体育产业发展的重要力量。1998年我省各类体育场馆的投资利润排序为: 1.交谊舞(46%), 2.网球(18.7%),

3.篮球(16.4%), 4.足球(16%), 5.乒乓球(15%), 6.游泳(12.9%), 7.台球(12.1%), 8.健身健美(10%), 9.保龄球(5.8%), 10.武术馆校(3.1%)。三是经济型体育运动项目仍然是广大群众青睐的对象,这和人均收入较低和消费价值取向有关。

3.1.3 体育科技信息咨询基本状况分析

体育科技信息咨询:是指提供体育科研成果、信息、新品研制的服务。主要包括科研成果开发和转让、体育信息的交流等。科学技术是第一生产力,发展体育产业,推动体育产业化进程,必须依靠科学技术。体育科技成果的利用和开发是实现科技兴体的主要措施之一。

我省只有一所体育科研所,3个大学体育学院,8个体育系(科),体育专业技术人员1794人(河南统计年鉴,2000)。从河南科技厅查询仅有14项体育科研成果,其中5项得到了转让,这显然滞后于体育产业日益发展的要求,因此必须坚持体育科研面向大众体育锻炼,与群众锻炼的实际需求相合,注意体育科技成果市场的培育,体育科技成果的转让、体育科技产品的开发。

3.1.4 体育消费基本状况分析

广义消费的包括生产消费和生活消费两个方面,通常所说的消费就是指个人生活消费。

体育消费是个人购买体育产品与劳务用品以满足自己体育健身、娱乐和康复需要的行为过程。一定量的体育消费支出,既是体育消费品市场得以开拓和发展的社会基础,又是人们参加体育活动和体育活动得以生存、发展的前提条件。根据体育消费者通过支付获得的体育消费品的不同功能,体育消费者的消费行为可分以下三大类:观赏性体育消费,就是指人们用货币购买各种入

场券、门票，以观看、欣赏达到视觉神经满足为目的的消费行为。如观看各种体育比赛、体育表演、以及各种和体育有关的影视录像、展览等；实物性体育消费，就是指人们用货币购买各种和体育活动有关的体育实物消费资料的消费行为。如购买运动器材、运动服装、运动饮料以及各种体育报刊、杂志、图书、画册等；参与性体育消费：就是指人们用货币购买各种和体育活动有关的体育劳务和服务的体育消费资料的消费行为，如参加各种各样的体育活动、健身训练、健康咨询等。

目前，我省社会消费的基本状况是，居民消费层次分化日益明显，高低收入家庭消费差距继续扩大。低收入家庭处于温饱消费，消费重点仍放在生活必需品；中等收入家庭还处于由家电消费向住宅消费的转型中；一些高收入阶层的消费热点开始转向高档住宅、私人轿车等；教育、体育、文化、健康、旅游等服务性文化精神消费类商品将进一步旺销，新的消费热点和跨世纪的新的经济增长点将在这些领域中产生。

在此基本状况下，我省体育消费有以下特点（通过对526人的问卷调查分析）：

——实物性体育消费占主导地位。调查显示331人在过去的一年中进行过实物性体育消费，占62.9%。说明我省体育用品市场有较大的需求量（在这些主要指体育服装）。

——观赏性体育消费相对滞后，调查显示仅有78人在过去的一年中进行过观赏性体育消费，占14.8%。

——体育消费有快速发展的势头。调查显示157人在过去一年中进行过参与性体育消费，占29.8%。

观赏性体育消费和参与性体育消费属于体育劳务消费。调查

表明我省在此方面消费较低。这和经济发达国家和地区有明显的反差，20世纪90年代经济发达国家的体育消费水平和体育消费结构有了显著变化和变化。其中一些发达的国家，体育健身娱乐服务消费比重较体育用品消费比重逐年增高。它已反映出来世界体育消费发展的大趋势。如美国1988年体育产业产值已达631亿美元，其中体育健身娱乐消费收入达353.29亿美元（含观赏消费），体育劳务收入占当年体育产业总值55.98%。体育用品收入190亿元，体育实物消费占当年体育产业总值30.1%。同期德国1990年体育健身服务消费达62%，而体育用品消费只有38%的比例。意大利1993年仅体育观赏消费支出就达7300亿里拉。

我国90年代体育消费结构，经济发达地区体育劳务消费约占40%，体育实物消费约占60%；而经济欠发达地区的体育劳务消费仅占20%左右，体育实物消费高达80%。

我省体育实物消费比例高的原因是：（1）我省平均收入水平较低（表三）。一般来讲，在生产水平不高、经济发展相对滞后，人均收入相对落后的情况下，体育实物比重较大，而体育劳务消费比重小。随着社会经济的发展、生产水平的提高、人民收入水平的增加、体育消费意识增强、体育劳务消费的比重有增大的趋势。这也反映出国民经济发展、人均收入水平与体育消费的关系；（2）我省人民的消费观念、消费意识和消费结构还没有转化，表现为重实用、耐用。我国人民讲究勤俭持家，重视积累，长于计划，量入为出，略有节余，一切以实用和耐用为目的，这就是决定了我省目前的体育消费结构以实物消费资料为主，而且是运动服装鞋袜比例消费大的最重要原因；（3）我省人民的体育价值观念还比较低，还没有认识到体育消费的社会经济

效益。从而影响到体育消费水平的提高。在绝大多数人眼里，体育就是玩乐，没有把体育竞赛与商务活动、精神作用等联系起来，更何况深受几千年儒家文化熏染的中国，历来就有重文轻武的心理传统，许多人宁愿把金钱和时间花在赌博或炫耀性的消费上，也不愿投入到体育活动中来，这也与我省人民的教育水准偏低有着密切的联系。

表3 河南与全国人均收入对比

	河 南 省		全 国		河南占全国比重	
	城镇人均 可支配收入	农村人均 纯收入	城镇人均 可支配收入	农村人均 纯收入	城镇	农村
95年	3299.46(元)	1231.97 (元)	4283.00 (元)	1577.47(元)	77.03%	78.09%
98年	4219.42(元)	1864.59 (元)	5425.1 (元)	2161.0(元)	77.8%	86.1%
99年	4532.36(元)	1948.36 (元)	5888.77 (元)	2210.34 (元)	76.97%	8.15%

(摘自《中国统计年鉴2000》)

3.2我省体育产业化的优势

我省体育产业虽然与我国经济发达省市相比有一定差距，但作为社会文化组成部份，已成为人们丰富业余文化生活、增强体质、增进健康的重要形式，体育消费也将成为人们日常消费需求的一个重要部分，并呈不断增长与多样化发展趋势。可以预见进入21世纪，我省体育产业在体育健身娱乐业和竞赛表演业的推动下将会获得较大的发展。这是因为我省社会经济的发展将会为体育产业的发展创造良好的外部环境和前提条件。

3.2.1我省经济发展有较大的潜力

随着改革开放的不断深入，“九五”前3年我省经济实现了快速增长。

1998年国内生产总值为4356.60亿元，国内生产总值居全国第5位，按可比价计算年增长率11.0%，比全国平均增速高2.3个百分点，人均国内生产总值为4695元，在全国的位次由1995年的23位提高到1998年的第19位，按可比价年均增长10.1%，比全国平均增速高2.5个百分点。因此，我省人均国内生产总值较低，但增长速度较快，这意味着我省经济发展在空间上有较大的潜力。据预测“十五”期间我省国内生产总值年均增长8.5%，（王光鹏等，“十五”期间河南省宏观调控目标及对策），按照这样的速度发展，假定年均人口以8%的速度增长，则2010年我省可实现人均国内生产总值比2000年翻一番的远景目标。这将为我省体育产业发展奠定良好的基础。

3.2.2 我省体育消费市场蕴藏较大的潜力

截止1998年，我省人口为9387万，（其中城镇人口1827万人，19.47%；乡村人口7560万人；占80.53%），居全国第一，这是一个巨大的市场。目前，我省体育人口占总人口的31.4%，随着社会工业化和城市化的发展，将有大量人口流向正在兴建的中小城市，收入水平的提高，闲暇时间的增多，生活方式更加现代化，人们对体育需求也日益增加，体育人口将会有较快的增长。

《20001—2010年河南省体育事业发展规划》（征求意见稿）制定的主要目标之一是要实现经常参加体育锻炼的人数占总人口的40%。这是一个巨大的体育消费群，是我省体育产业发展的动力。何祖新等撰写的《河南省体育产业发展现状与发展对策趋势研究》提到：1998年我省城镇居民人均体育消费307.5元，占人均消费的9%；农村居民人均体育消费62.7元，占人均消费的5.1%。按我省人口和城镇、农村居民人均每年体育消费计算，我省体育