



现代体育精品研究系列

我国篮球产业的发展

WOGUO LANQIU CHANYE DE FAZHAN
XIANZHUANG JI DUICE YANJIU

现状及对策研究

王家宏 等/著

北京体育大学出版社

我国战略性新兴产业的发展

战略性新兴产业
发展现状与政策研究

现状及政策研究

王志刚 编著

北京：中国社会科学出版社

我国篮球产业的发展现状 及对策研究

王家宏 等著

北京体育大学出版社

策划编辑 力 歌
责任编辑 张 力
审稿编辑 鲁 牧
责任校对 张备亮 黄 智
责任印制 陈 莎

图书在版编目(CIP)数据

我国篮球产业的发展现状及对策研究/王家宏等著. -
北京:北京体育大学出版社,2007.5
ISBN 978-7-81100-758-9

I. 我… II. 王… III. 篮球运动-产业-发展-研究-中国 IV. G841.92

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 051523 号

我国篮球产业的发展现状及对策研究

王家宏 等著

出 版 北京体育大学出版社
地 址 北京海淀区中关村北大街
网 址 www.bsup.cn
邮 编 100084
发 行 新华书店总店北京发行所经销
印 刷 北京市昌平阳坊精工印刷厂
开 本 787×960 毫米 1/16
印 张 14

2007 年 5 月第 1 版第 1 次印刷

定 价 38.00 元(平) 58.00 元(精)

(本书因装订质量不合格本社发行部负责调换)



作者简介：

王家宏，1955年出生，江苏苏州人，苏州大学体育学院院长，教授，博士研究生导师。兼任国务院学位委员会体育学科评议组成员，全国学校体育专业委员会副理事长，全国高等院校体育教学指导委员会技术学科组副组长等职。近年来，主持完成国家社科基金课题、国家科技部课题、国家体育总局课题、国家教育部课题10余项，出版学术专著、教材近20部，发表学术论文50余篇，研究成果获得省部级一、二、三等奖各1项。

主要从事：体育教学与训练、体育人文社会学教学和研究。

责任编辑：张 力

封面设计： 设计工作室

13701038154

编 委 会

课题负责人：王家宏

课题组成员：孙民治 陶玉流 许永刚 张 雄
徐建华 靳 勇 徐军艳 孙 锋
殷永军 魏 磊

目 录

前 言	(1)
一、问题的提出	(1)
二、研究目的	(3)
三、研究的重点和难点	(4)
四、创新程度、理论意义与实践价值	(4)
研究对象与方法	(6)
一、研究对象	(6)
二、研究方法	(6)
篮球产业的概念	(8)
一、产业的概念	(8)
二、市场的概念	(9)
三、体育市场的概念	(9)
四、体育产业的概念	(9)
五、篮球产业的概念	(12)
我国篮球竞赛表演业的发展现状与对策研究	(13)
一、篮球竞赛表演业的概念	(14)
二、我国篮球竞赛表演业市场供给主体的发展现状	(15)
三、我国篮球竞赛表演业市场消费主体的发展现状	(23)
四、我国篮球竞赛表演市场存在的主要问题	(33)
五、进一步发展我国篮球竞赛表演业的对策	(36)
我国篮球场馆服务业的发展现状及对策研究	(45)
一、篮球场馆服务业的概念	(46)
二、我国职业篮球俱乐部主场馆的产权状况	(47)
三、我国篮球场馆服务业经营和管理现状	(48)
四、我国篮球场馆服务业经营和管理存在的主要问题	(66)
五、进一步发展我国篮球场馆服务业的对策	(68)
我国篮球培训业的发展现状及对策研究	(75)
一、篮球培训业的概念	(76)
二、儿童少年篮球运动员培训的现状	(76)

三、我国篮球教练员培训的现状	(83)
四、我国篮球裁判员培训的现状	(89)
五、进一步发展我国篮球培训业的对策	(95)
我国篮球信息服务业的发展现状及对策研究	(97)
一、篮球信息服务业的概念	(98)
二、体育产业化与媒体	(99)
三、我国体育信息服务业的历史与现状	(100)
四、我国篮球信息服务业的发展现状	(101)
五、我国篮球信息服务业存在的主要问题	(115)
六、进一步发展我国篮球信息服务业的对策	(119)
我国篮球经纪业的发展现状及对策研究	(122)
一、经纪人的产生与发展	(123)
二、篮球经纪业的概念	(125)
三、我国篮球经纪业的发展现状	(126)
四、我国篮球经纪活动中存在的主要问题	(138)
五、进一步发展我国篮球经纪业的对策	(143)
我国篮球用品制造业的发展现状与对策研究	(146)
一、篮球用品制造业的概念	(147)
二、我国篮球用品制造业的现状	(147)
三、我国篮球用品制造业存在的主要问题	(159)
四、我国篮球用品制造业的发展对策	(162)
我国篮球用品销售业的发展现状及对策研究	(166)
一、篮球用品销售业的概念	(167)
二、我国篮球用品销售业的现状	(168)
三、我国篮球用品销售业的发展对策	(184)
我国职业篮球产权制度的实证分析	(186)
一、我国篮球职业化的发展	(186)
二、我国职业篮球产权制度的现状	(192)
三、我国职业篮球俱乐部产权制度的创新	(209)
参考文献	(213)
后 记	(217)

前言

一、问题的提出

体育产业是 21 世纪的朝阳产业, 体育经济将在未来国民经济中逐渐占据重要的地位。据美国商业咨询公司 ATKeamey 公司统计, 目前全球体育产业的总产值大约为 4500 亿美元, 且每年都在以 10% 的速度递增。其中美国 1999 年的体育产业产值是 2125.3 亿, 占 GDP 的 2.4%, 位于十大支柱产业的第 6 位; 在意大利, 仅足球产业的收入就位居国民收入的第 3 位; 日本的体育产业总收入为 42000 亿日元, 在国内产业中位居第 5 位。西方主要发达国家体育产业的产值一般占到本国 GDP 的 1%~2%, 最高的是瑞典, 占到 3.37%。^① 我国体育产业的产值约为 1500~2000 亿元, 仅占 GDP 的 0.15%~0.2%。^② 我国体育产业在 20 世纪 80 年代开始起步, 经过 20 多年的快速发展, 产业框架基本形成, 作为国民经济新增长点形象初步树立。特别是近年来, 在国内消费需求不足、启动难度较大的宏观背景下, 体育消费却持续增长, 整个体育产业正在成为启动消费、扩大内需的新生力量之一, 并表现出较大的增长潜力。^③

中华人民共和国建国初期, 国家通过了一系列的法令和政府行为, 实现了社会主义经济关系中由生产资料私有制向公有制的转变。在公有制的经济体制下, 国民经济的主要活动是在国家的统一计划下进行的, 体育事业的发展基金依靠政府拨款, 体育的性质基本上是福利性的。这种完全由政府按照国民经济发展的总体规划

① 于再清. 加入 WTO 对中国体育产业的影响 [J]. 体育文化导刊, 2003 (8)

② 于再清. 加入 WTO 对中国体育产业的影响 [J]. 体育文化导刊, 2003 (8)

③ 俞继英, 等. 我国体育产业发展战略研究 [J]. 中国体育科技, 2002 (3): 3

投资和运作体育事业的体制,在我国实施了40余年,在当时我国人口数量不大、生产力水平不高、人民生活比较贫困、社会体育需求较低的状况下,对于集中有限的财力、物力,用于尽快发展体育事业,提高运动技术水平和人民体质健康水平,曾发挥了积极的作用。

1978党的十一届三中全会召开,国家提出了经济体制改革的方针,确立了以经济建设为中心的改革、开放政策,它给整个社会各行各业带来了勃勃生机,国民经济形成了快速、稳定、协调的发展态势,综合国力也跃居世界前列,人民群众的生活水平日益提高。随着社会的发展和我国经济体制改革的不断深入,我国人口数量的增多,生产力和人民生活水平的提高,以及余暇时间的增加,人民群众的消费观念、生活方式也发生了重大的变化,参与体育观赏、娱乐、锻炼的人越来越多,社会和民众对体育的需求越来越多,使得长期以来单纯依靠国家投资的体育事业越来越不能满足人民群众日益增长的体育文化生活的需求,体育事业的发展与人民群众日益增长的体育需求间形成了尖锐的矛盾。

为解决这一难题,原国家体委提出了体育事业要适应社会主义市场经济的要求,充分发挥体育的经济功能,走体育社会化、产业化的路子,形成国家和社会共同办体育的格局这样的发展思路。1992年“中山会议”把体育产业问题作为深化体育改革的一项内容列入了议事日程,并于1993年出台了《关于培育体育市场,加快体育产业进程的意见》,提出了建立“与市场经济体制相适应的社会主义体育新体制”。在这一文件精神指引下,我国的体育事业开始步入产业化的轨道,体育事业投入渠道由单一的政府财政投入向社会开放,国家体育总局改革了体育管理体制,进行了体育社会化、市场化、产业化的试点。

篮球运动是众多运动项目中对抗性、观赏性最强,爱好者最多的项目之一。作为职业篮球代表的NBA经过50多年的不断发展,已成为篮球体育经营的“巨人”。在它的影响和带动下,篮球职业化、商业化已成为一种世界性的发展趋势。我国改革开放以来,人们逐渐发现体育激发民族精神的巨大社会功能,这为篮球运动的发展提供了广阔的空间和动力支持。随着我国市场经济体制的建立和改革开放的不断深入,篮球产业和其他行业一样,正面临着变革体制、转换机制的挑战。大力开发篮球产业,利用市场机制在资源配置中的优势发展篮球运动,是我国篮球改革的必由之路。

1997年,中国篮球运动管理中心成立,开始了以实体化、俱乐部和篮球产业

开发为重点的竞技体制转轨。篮球产业是市场经济的必然产物，是人们对篮球运动的需要发展到一定规模和层次以后所产生的结果。我国篮球产业的发展尚处于探索阶段，但中国篮球在进行赛制改革后越来越显示出它的魅力，尤其是通过完善竞赛办法，引进外援，营造赛场气氛，使得观看篮球、关心篮球的人越来越多。值得欣喜的是中国篮坛也涌现出了自己的球星，自王治郅、巴特尔加盟 NBA 以后，姚明成为 NBA 的选秀状元，并在比赛中有了不俗的表现，标志着中国开始有了自己的国际篮球明星，同时也使得关心篮球的人数大幅度上升。因此，可以预料我国篮球产业的未来必将拥有广阔的发展空间和美好的发展前景。

另外，来自各地的许多调查表明，我国现在参加篮球运动的人数超过了任何一项体育运动，尤其是在高中和大学，篮球运动的开展正如火如荼。篮球热潮的高涨为我国篮球产业的发展与繁荣奠定了坚实的群众基础。同时，在 CBA 联赛举行期间，数以百万计的球迷涌向体育馆观看比赛，各种有实力有影响的品牌也纷纷赞助联赛，为联赛的健康有序的发展提供了经济基础。另外，各大媒体争相报道联赛，各家电视台纷纷转播 CBA 比赛，为我国篮球产业的发展也发挥了强有力的促进作用。经过篮球运动管理中心和各职业篮球俱乐部的不懈努力，我国篮球产业已初具规模，但成绩的背后也还存在着大量不和谐的现象。比如，我国职业篮球联赛的产权问题、篮球产业中无形资产的开发问题、篮球竞赛表演业中存在的伦理道德问题（“假球”、“黑哨”）、篮球用品制造与销售业中品牌定位的问题、篮球经纪业中经纪人问题、联赛的电视转播权问题等等，都成为阻碍我国篮球产业进一步发展不可忽视的问题。

因此，为了更好地发展我国的篮球产业，提高我国篮球运动的水平，我们有必要对我国篮球产业的发展现状进行了解，对我国篮球产业的发展趋势进行推测，对我国篮球产业的发展对策进行制订，从而促使我国篮球产业能够持续、稳定、健康地发展。

二、研究目的

本课题研究的主要目的是深入到实践当中，对我国篮球产业各个方面的发展现状进行全方位、立体式的调查研究，以期了解我国篮球产业的发展现状，分析我国篮球产业发展中存在的主要问题，并运用社会学、管理学、产业学、营销学、市场学等学科的知识，提出我国篮球产业的发展对策，为有关决策部门提供参考。

三、研究的重点和难点

通过查阅与篮球产业相关的文献资料,我们发现,目前的研究主要集中在对篮球职业化改革方面的宏观研究,而对篮球竞赛表演业、篮球用品制造业、篮球用品销售业,以及篮球信息服务业、篮球竞赛表演场馆的经营和管理、篮球经纪业、篮球培训业等方面的研究较少,甚至有些方面的内容仍未涉及。因此,对以上这些问题的解答将是本课题的研究重点。

本课题的研究难点是调查过程中的第一手资料的获得,特别是对篮球信息服务业、篮球用品制造业、篮球用品销售业和篮球经纪业的调查存在一定的难度。这些问题在研究的过程中已通过不同的方式,不同的途径得到了较圆满的解决。

四、创新程度、理论意义与实践价值

(一) 本课题的创新程度

1. 全面系统地对篮球产业进行理论和实践研究,这在我国尚属首次,将对篮球产业的发展起到一定的指导作用。
2. 对篮球信息服务业、篮球经纪业等内容的研究在我国还是新生事物,对我国篮球产业的发展将起到一定的参考作用。
3. 对促进篮球产业发展的本体产业和相关的延伸产业分别进行调查,将具体阐明我国篮球产业各项经济活动的发展现状,指明篮球产业的发展方向。
4. 从经济学的角度,对我国职业篮球联赛的产权制度进行了实证分析。

(二) 本课题的理论意义和实践价值

篮球产业作为体育产业的一个重要组成部分,它的发展规律与体育产业的发展规律具有相同之处,但也存在因其项目特征原因而存在的个体差异。本课题置身于我国社会转型、经济转轨和我国体育事业走社会化、产业化道路的大环境中,运用多学科的知识,对篮球运动的项目特点和社会、经济学特点展开研究,构建我国篮球运动产业化职业化进程的理论框架,探索我国篮球产业的未来走向。所以,本研究的价值还在于总结过去、指导现在、决策未来,弥补和填充篮球产业研究领域成

果中的不足和空白，为我国篮球运动的发展提供理论依据和支持。尤其重要的是，篮球产业的发展，特别是篮球竞赛表演业的发展能够提高我国篮球竞技运动的水平，提高篮球运动的观赏程度，从而吸引广大人民群众投身到篮球运动当中去，促进全民健身运动的开展和国民素质的整体提高。

研究对象与方法

一、研究对象

本课题的研究对象是我国的篮球产业。为了系统全面深入的调查研究我国篮球产业的现状，以及便于研究的可操作性，课题组将我国篮球产业的现状与发展对策分成八个子课题来研究：我国篮球竞赛表演业的发展现状与对策研究；我国篮球场馆服务业的发展现状与对策研究；我国篮球培训业的发展现状与对策研究；我国篮球信息服务业的发展现状与对策研究；我国篮球经纪业的发展现状与对策研究；我国篮球用品制造业的发展现状与对策研究；我国篮球用品销售业的发展现状与对策研究；我国职业篮球产权制度的实证分析。

二、研究方法

（一）文献资料法

课题组成员首先在苏州大学图书馆和体育学院资料室查阅资料，然后根据各子课题的需要分批到国家体育总局篮球运动管理中心、中国体育报业总社、北京图书馆、北京体育大学、首都体育学院、上海图书馆、上海体育学院等单位 and 部门进行文献资料的收集与补充。此外还通过互联网搜索与课题相关的资料，阅读了大量的经济学、管理学、营销学、社会学、体育学、市场学等学科相关的教材和专著，为课题的研究奠定了深厚的理论基础。

（二）谈话法

采用专访、专家座谈和电话访谈三种方式。另外，还参加了2002年12月2日

到3日由中国篮球协会主办的“首届国际篮球产业论坛”，2003年11月21日在长沙举办的第7期全国体育场馆建设、维护与经营讲习班，2004年1月1日在北京举行的“第2届职业篮球运作论坛”，在无锡召开的CBA雷速2003年秋冬主题发布会，在北京举办的第13届中国国际体育用品博览会，对体育产业经济学专家、篮球界专家和战斗在第一线的经营和管理专家进行访谈，并对现场的体育用品生产、经营的厂家，以及部分消费者进行了访谈，获得了大量的第一手资料，使本课题的研究具备了较强的说服力。

（三）问卷调查法

根据研究的需要，课题组设计了若干具有封闭性和开放性问题的调查问卷，并对问卷的结构、内容和整体的科学性进行了严格的效度检验和信度检验，问卷的发放与回收采用当面发放当面回收和约定时间邮寄两种方式进行。

（四）现场观察法

2002~2003赛季在新浪狮篮球队主场苏州市体育中心体育馆观看了整个赛季的比赛；2002~2003赛季和2003~2004赛季分别到江苏南钢篮球俱乐部主场南钢体育馆、浙江万马主场杭州黄龙体育馆、上海东方主场卢湾体育馆观看了部分比赛。随机对现场观众进行访谈，对主场馆的设施和提供的相应服务进行了观察。

（五）数理分析法

对所获得的数据资料，用SPSS11.0统计软件进行了统计分析。

（六）比较研究法

在相关方面与NBA职业篮球俱乐部进行比较，分析目前我国篮球产业发展中存在的主要问题，寻求适合我国篮球产业可持续健康发展的对策。

（七）逻辑分析法

运用分析、归纳、演绎、综合等方法，对所获得的资料进行分析，论证有关结论是本研究的一个基本方法，贯穿了研究的始终。

篮球产业的概念

概念是思维的基本形式之一，是对某一事物本质的抽象概括，反映客观事物的一般的本质的特征。人们在社会活动中，首先产生的是对事物的感性认识，但感性认识是认识过程的初级阶段和初级形式，是关于事物的现象、外部联系的各个片面的认识，还不能揭示事物的本质，要达到本质、内部联系和全面的认识，必须由感性上升到理性，由感觉知觉表象上升为概念。

一、产业的概念

经济学有一个分支学科——产业经济学。产业经济学的研究对象就是产业。产业（Industry）一词主要是指生产同类产品行业的结合。或是国民经济的各行各业（它大至行业，小至部门），不仅包括生产部门，而且包括流通部门，一般的服务行业和文化教育、公务业等等。“产业”的概念介于微观经济和宏观经济组织之间的“集合概念”。它既是具有同一属性的企业的集合，又是国民经济以某一标准划分的部分。这个集合和划分在应用中具有两个特征：^① 第一，为分析的目的不同所决定，对产业的结合和划分形成了粗细不同的若干层次。第二，产业的结合与划分立足于现实的可用性。因此，在应用领域中，如果固守理论规范的严密性，产业分类就无法进行。

产业有两个层次的含义：狭义产业是指具有某种同一属性的企业生产经营活动的集合，具有企业经营的特征，这是市场意义上的产业；广义的产业是指包括第一、二、三产业在内的各类生产、经营事业，不论其是否具有企业经营性质，也不论其产品是实物产品或服务产品，均属于产业。广义的产业具有生产性的一般特

^① 毛林根：《产业经济学》[M]，上海：上海人民出版社，1996年版