



体育经济与产业系列教材



Tiyu Jingjixue 体育经济学

主编/张玉峰 王 跃

主审/严诚忠



华东理工大学出版社
EAST CHINA UNIVERSITY OF SCIENCE AND TECHNOLOGY PRESS

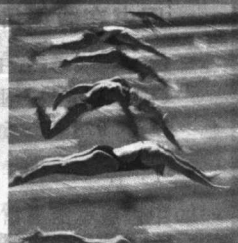


体育经济学

体育经济学

王健 主编
王健 副主编

中国体育出版社



Tiyu Jingjixue

体育经济学

主编/张玉峰 王 跃

主审/严诚忠



华东理工大学出版社
EAST CHINA UNIVERSITY OF SCIENCE AND TECHNOLOGY PRESS

印
开
印
字
数
印
张
定
价

1 / 17.35
2 / 318千字
3 / 2007年9月第1版
4 / 2007年9月第1次
5 / 1-3020册
6 / ISBN 978-7-5628-2196-0 · F · 175
7 / 28.00元

图书在版编目(CIP)数据

体育经济学/张玉峰,王跃主编. —上海:华东理工大学出版社,2007.9

(体育经济与产业系列教材)

ISBN 978-7-5628-2196-0

I. 体... II. ①张...②王... III. 体育经济学-教材 IV. G80-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 126143 号

体育经济与产业系列教材

体育经济学

主 编 / 张玉峰 王 跃

主 审 / 严诚忠

责任编辑 / 徐惠娟

责任校对 / 徐 群

封面设计 / 王晓迪

出版发行 / 华东理工大学出版社

地址:上海市梅陇路 130 号,200237

电话:(021)64250306(营销部)

传真:(021)64252707

网址:www.hdlgpress.com.cn

印 刷 / 上海长阳印刷厂

开 本 / 787mm×960mm 1/16

印 张 / 17.25

字 数 / 316 千字

版 次 / 2007 年 9 月第 1 版

印 次 / 2007 年 9 月第 1 次

印 数 / 1—3050 册

书 号 / ISBN 978-7-5628-2196-0/F·175

定 价 / 28.00 元

(本书如有印装质量问题,请到出版社营销部调换。)

内容简介

本教材依托经济学的基本原理,从微观角度对体育产品、体育市场、体育消费等问题进行了经济研究,同时从宏观的视角对体育产业的发展进行了探讨,并通过对具体的体育事例分析,加深读者对体育经济学基本原理的理解和掌握。

本教材适合体育经济和体育产业方向的研究生及本科高年级学生选用。对希望从事体育经济和产业活动及研究的人士也具有较强的参考和指导作用。



体育产业发展的高峰期形成于 20 世纪 80 年代,在发达国家的经济体系中,体育产业占有显著位置。由于能满足相对富裕的社会中人们对文化与体育消费不断增长的需求,并且能创造丰厚的经营利润,体育产业已成为现代服务业中重量级的支柱性产业。从体育在世界范围内不断发展的规模来看,在本世纪,体育产业依然是潜力巨大的“朝阳产业”,而这潜力蕴含最丰富的地方,无疑是经济飞速发展和人口数量巨大的中国。

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,产业的质量和效益都有了明显增高。目前体育产业的整体规模和其他产业相比较虽然不是很大,但是在市场经济发展中,已经构成了一个独具特色的产业门类。体育的经济价值已经不可忽视,据估计,到 2010 年中国体育产值至少可达 281.2 亿元。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,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。从此引发了对体育产业、体育经济研究的热潮。

体育经济的概念所涵盖的意义较为广泛,包括了体育产业的经济活动、体育与经济的关系,以及与体育关系密切的一系列经济活动。我国体育经济研究二十多年来,在取得巨大进展的同时,也存在不少问题和不足,如:理论研究水平不高,落后于实践的需要;研究领域和研究方法与时代要求尚有较大差距;理论与经验事实不甚匹配;体育经济学自身的综合性、条理性不强,尚未达到理论的内在统一性和逻辑简单性。在学术方面,存在同质的低水平重复研究较多;学科研究在总体上的实用性不强;研究队伍的素质有待提高等许多实际问题。这些问题的解决都离不开相关人才的培养。当前许多体育院校、师范大学体育院系都已经开办了体育管理、体育产业等相关专业。随着华东理工大学体育经济方向硕士点的率先建立,很多著名的综合性大学也相继设置了体育经济、体育产业培养方向的硕士点和本科专业。

众所周知,高层次人才的培养需要完整的、科学的学科体系和系统的教材。

对于我国当前体育经济和体育产业人才培养而言,在教材方面的不足已经引起了广泛的关注。为满足体育经济方向的研究生培养需要,编写一套系列专业教材已是当务之急。

鉴于此,华东理工大学体育系和体育经济理论研究所多年实践和理论积累的基础上,对此类教材建设进行了积极的探索和创新。在校党委和各方面领导的关心和支持下,我们组织了体育专业、经济学专业和管理类专业的教授与学者,通过解放思想、博采众长、融合提炼,闯出了一条“自成一家”的专业教材建设之路。

这套“体育经济与产业系列教材”共有六本,分别为《体育经济学》、《体育产业发展研究》、《体育营销学》、《体育经纪实务》、《体育赛事项目管理》和《社区体育健身指导与管理》,内容基本覆盖了当前我国体育经济与产业人才培养的各个关键方面,并展现了应用型和创新的特色。在编写本系列教材中,编委们除了利用自己长期积累的资料和研究成果之外,还参考了大量的文献,引用了国内外多位学者的较为先进的研究结论和学术成果。这套教材编写的出发点是为了满足研究生及本科生教学的需要。在编写过程中,我们所坚持的理念是“求新、求实”,尽量吸纳有关体育经济与产业最新的研究成果,并且注重实际应用,每一部分内容都配备大量有代表性的实例和分析,能够使读者既从理论中,也从实践上进行较为深层次的思考和探索。

本套教材适合体育经济和体育产业方向的研究生和本科高年级学生选用,对希望从事体育经济和产业活动及研究的人士也具有较强的参考和指导作用。教材所涉及的方面也许尚不够全面,但是从无到有、从粗到精,建立一套系统科学的、适合我国体育经济与产业高层次人才培养要求的教材是我们明确的长期目标,我们愿意为之付出不懈的努力。

限于我们的水平和时间紧迫,本系列教材中错误与疏漏在所难免。恳请有关专家学者与使用本教材的师生不吝指正。对于参与指导和编写的华东理工大学与各兄弟院校的领导和教师,我们在此表示最衷心的感谢。

编 者

2007年1月

《体育经济学》是体育经济与产业系列教材之一,编写的目的是为了满足不同体育经济方向研究生和本科高年级学生的培养需要。

体育经济学是一门新的学科,其教材的编写也是一项探索性的工作。因此,编者在编写过程中不仅注意了教材编写的一般规律,而且注重应用学科的特殊性,除了利用长期积累的资料和研究成果之外,还参考、引用了国内外多位学者的较为先进的研究结论和学术成果。为了满足教学的需要,教材的编写过程始终坚持“求新、求实”的理念,力争体现出以下几个特点:

(1) 理论性。教材不同于一般的理解探讨,它是将基础知识和理论进行概括、整理、总结,并随着实践的发展而不断完善的。

(2) 体系性。本教材系统讲述了体育经济学的基本理论、基本知识,通过学习,使学生掌握体育经济的总体概念和发展脉络,了解体育经济运行的规律性,并且通过一定的实例分析,为学生提供必备的体育经济操作层面的原理和方法,以期理论结合实际,培养学生的实践能力。

(3) 实用性。在教材内容的选择上,编者注重以促进知识的转化与迁移为主,把学生的“学习”置于核心地位。本教材的编写中,编者认识到教材是为“学生的学习”服务的,应把对教材的讲授延伸到学生应用与实践中去这一点,每一部分内容都配备大量有代表性的实例和分析,能够使读者既从理论上、也从实践中都有较深层次的思考与探索。

(4) 启发性。本教材具有信息量大和提纲契领的特点。信息量大是指涉及的案例,提供给学习者大量的信息。同时,丰富的信息量,使得有些理论和方法问题的探讨不仅仅限于研究生学习,也可以供广大研究者参考。提纲契领是指许多探讨性、实践性的问题不在书中展开,而由教课老师去发挥教授者的才能,将学生引入更深层次的探讨。

教材建设是学科建设的重要组成部分,直接关系到本专业学生的培养质量,兹事体大,不可有丝毫的马虎和随意。希望我们的努力能经得起广大同学和社会的体验,同时期望能够得到同行专家学者的指正。

第一章 绪论	1
第一节 体育经济学的概述	1
一、体育经济学的研究背景	1
二、体育经济学建立的条件	3
三、体育经济学的定义与任务	5
四、体育经济学研究的意义	6
五、体育经济学研究的主要内容	7
六、研究体育经济学的原则	9
七、研究体育经济学的方法	10
第二节 体育与经济的关系	12
一、体育的发展依赖于经济的发展	13
二、体育经济成为现代经济的重要组成部分	15
第三节 国内外体育经济的发展概览	17
一、世界体育经济	17
二、中国体育经济	19
第二章 体育需求与供给	22
第一节 体育商品的特征	22
一、生产与消费的可分性与不可分性共存	23
二、公共物品与私人物品的兼有性	23
三、满足人们的高层次需求性	24
四、体育商品生产的创新性	25
五、体育商品的复杂性	25
六、体育服务商品的所有权不发生转移	25
第二节 体育需求	26
一、体育需求的概念	26
二、体育需求的特征	27
三、体育需求函数及需求曲线	28
四、体育需求的规律	28
第三节 体育供给	32
一、体育供给的概念	32
二、体育供给的特征	33
三、体育供给函数及供给曲线	33
四、体育供给的规律	34
五、学习资料:市场中看不见的手	38

第四节 体育需求弹性	38
一、弹性与体育需求弹性的概念	39
二、影响体育需求弹性的因素	39
三、体育需求价格弹性	41
四、体育需求收入弹性	44
五、体育需求交叉弹性	45
六、学习资料:用中点法计算弹性	47
第五节 体育供给弹性	47
一、体育供给弹性的概念	47
二、影响体育供给弹性的因素	50
三、体育商品的供给呈现多样性	51
第六节 体育供求均衡及规律	52
一、体育供给与需求的矛盾	52
二、体育供给与需求的均衡	54
三、体育供求均衡的调控	56
四、体育供求的一般均衡	57
第三章 体育市场	59
第一节 体育市场概述	59
一、体育市场的概念及特点	59
二、体育市场的分类及作用	62
三、体育市场的结构	65
第二节 体育市场机制	69
一、市场机制	69
二、体育市场机制	72
三、体育市场机制的特征	73
四、体育市场机制的实现条件	75
五、体育市场的价格机制	76
六、体育市场的供求与竞争机制	79
第三节 我国体育市场的发展	80
一、我国体育市场的特征	80
二、我国体育市场发展存在的主要问题	80
三、主要经济和社会发 展指标与体育市场发展	82
四、中国体育资源与体育市场发展	84
五、我国体育市场发展的总体思路与目标	84

第四节 体育博弈	86
一、博弈论的起源	86
二、博弈论的理论体系	86
三、体育博弈	89
四、博弈论案例解析	94
本章附录 体育市场的管理	97
第四章 体育消费	99
第一节 体育消费分析	99
一、体育消费的时代背景	100
二、体育消费的概念	101
三、我国体育消费现状	103
四、体育消费的必然性	106
第二节 体育消费者行为	107
一、体育消费者行为	107
二、体育消费者选择	108
三、体育消费者的行为过程	110
四、体育消费者行为的基本特点	111
五、体育消费者购买行为的类型与特征	113
第三节 价格歧视与消费者剩余	115
一、价格歧视	115
二、产品定价的基本原则	117
三、消费者剩余	120
第四节 影响体育消费者行为的主要因素	122
一、体育消费者自身因素	122
二、外部因素	125
第五节 体育消费的效益与意义	126
一、体育消费的效益分析	127
二、体育消费水平分析	128
三、我国体育消费水平现状	130
四、衡量体育消费水平的指标体系	131
五、提高体育消费水平的思路	134
六、体育消费的阶段性发展	136
七、体育消费对社会发展的作用	137
第六节 体育消费品和体育消费质量	139



一、体育消费品数量	140
二、体育消费品质量	140
三、体育消费质量	141
第五章 现代体育劳动市场	144
第一节 体育劳动市场的一般理论	144
一、体育劳动的供给	145
二、体育劳动的需求	146
三、体育劳动的工资决定	147
四、体育劳动的工资差异	151
第二节 运动员的劳动报酬	152
一、运动员的劳动	152
二、运动员劳动的特点	153
三、运动员的劳动报酬	156
第三节 教练员的劳动报酬	158
一、教练员的劳动	158
二、教练员的劳动价值	164
第六章 体育资金与体育投资	171
第一节 体育资金概述	171
一、体育资金	171
二、体育资金的统筹	173
第二节 体育投资	177
一、体育投资的含义	177
二、体育投资的特点	178
三、体育投资的分类	179
四、体育投资与国民经济的发展	180
五、体育投资的资金来源	181
六、建立多渠道体育资金筹资机制	182
第三节 体育投资的经济效益评价	183
一、体育投资经济效益的含义	183
二、体育投资的经济效益评价指标体系	184
第四节 体育投资环境	188
一、体育投资环境概述	188
二、我国的体育投资环境	190
第七章 体育赛事的经济分析	192

第一节 现代体育产业的运行	192
一、职业体育引领体育产业发展	192
二、我国竞技体育的职业化历程	194
三、国外体育产业的运作模式	195
第二节 体育赛事转播分析	196
一、奥运会电视转播权的成长轨迹	197
二、体育赛事转播权的经济分析	202
三、我国体育赛事电视转播市场分析	206
四、电视转播权的管理、运作惯例和国际经验	212
第三节 体育赞助的经济分析	218
一、体育赞助	218
二、赞助双方的经济合作模式	219
三、中国体育赞助的发展	222
四、体育赞助的经济特征	223
五、体育赞助的成本与收益分析	226
六、体育赞助经济效益测评	229
第四节 英、美职业体育经济分析	230
一、英、美职业体育的运作模式比较分析	230
二、英国职业体育中的美国模式	231
第八章 体育经济学案例选辑	234
案例一 泰格·伍兹应该自己修剪草坪吗?	235
案例二 网球市场分析	236
案例三 谁在奥林匹克比赛中获胜	237
案例四 3月疯狂——NCAA 四强赛	238
案例五 分配收入以使效用最大化	240
案例六 腰缠万贯的棒球运动员与他们的边际产品收益	242
案例七 看高薪运动员的比赛	243
案例八 最高限价和搭售的好处	244
案例九 赛票的需求弹性和配给	245
案例十 超额需求	247
案例十一 大学体育运动的卡特尔化	247
案例十二 棒球队员的买方垄断势力	248
案例十三 棒球联合会中的“柠檬”	249
案例十四 田忌赛马	250

案例十五	体育博弈的特殊现象——赢家通吃	252
案例十六	11 亿投资 174 亿回报 16 天冬奥会拉动意大利 5 年经济	253
案例十七	体育比赛和经济再生 谢菲尔德的个案研究	254
案例十八	体育生产者的价值(以足球运动员为例)	256
参考文献		258

录

CONTENTS



第一章 | 绪 论

体育经济学是目前我国体育界、经济界研究的一门十分活跃的学科。随着我国社会经济的发展,人们的物质文化生活水平日益提高,体育的社会和经济功能也日益扩大,体育产业逐渐成为独立的产业,并且在国民经济中日渐发挥重要作用。体育与其他社会领域一样,也日益遇到诸多复杂的经济问题,体育经济学应当承担起历史性的理论研究及指导实践的重任。本章从体育经济学的研究背景入手,对体育经济学建立的条件,体育经济学的定义与使命,体育经济学的研究意义,研究的主要内容、原则与方法等分别进行介绍,以便学者从整体上掌握体育经济学。

第一节////体育经济学的概述

一、体育经济学的研究背景

1. 当代世界经济的发展为体育经济的发展创造了条件

1950年以后,世界经济开始进入一个高速增长的阶段,这个阶段一直持续到20世纪70年代初,其持续时间之长、范围之广、增长速度之快,都是世界经济史上前所未有的,从而被经济学家称为世界经济增长的“黄金时代”。经过20世纪70年代和80年代的调整之后,世界经济进入一个相对高速的增长时期,这其中科技革命是世界经济增长的一个根本原因。科技革命使世界各国劳动生产率普遍提高,从而大大促进了经济的发展。经济的不断发展和生产率的提高又使人们的收入不断增加,生活水平得以提高。5天工作制、弹性工作制和定期休假制等的实施,加上家务劳动自动化程度的提高,使得人们闲暇时间大大

增加。充裕的闲暇时间为体育运动的开展和体育消费的增加提供了保证。另外,国际的贸易活动和投资使世界成为一个整体,各种信息、技术得以在世界范围内快速传递,这些都从根本上促进了世界经济的增长。现代信息技术的发展也为体育运动向世界的传播提供了可能,为体育市场的扩大创造了条件。体育产业成本低、启动快、安全性高、辐射范围广的优势在 20 世纪 90 年代表现得更为突出。全世界体育市场年产值约 4 000 亿美元,并以每年 20% 左右的速率递增,目前已达到 6 000~7 000 亿美元左右,远远高于世界经济的平均增长率。科学技术的发展同时也带动了信息传递技术的发展,特别是卫星传递技术和互联网络传播技术的广泛应用,不仅使体育赛事、明星运动员的情况以及大量的相关新闻与分析评论的信息得以广为传播与交流,也使全球各地观众能方便地通过电视、网络收看世界各地的精彩体育比赛,高水平体育赛事在全球观众中的影响越来越大。同时,随着各国产业结构和人民消费结构的同步改善,人们用于精神文化消费的时间、精力和金钱迅速增加。这种社会资源向服务和文化领域的转移,极大地推动了体育及其相关产业的发展。

2. 第三产业的发展为体育经济提供了发展空间

科学技术的革命还促进了整个世界经济结构的调整 and 部门内部结构的变化。第一、第二产业的产值和就业人数,在整个国民经济比重中相对下降,第三产业的产值和就业人数迅速上升。根据世界银行组织发布的《1997 年度世界发展报告》,1995 年 26 个高收入国家的第三产业增加值平均比重为 66%,其中美国 72%、加拿大 70%、中国香港地区 83%,58 个中等收入国家的平均水平为 52%;除中国以外,48 个低收入国家的平均水平也达到 41%。自 20 世纪 60~80 年代以来,世界大多数国家的第三产业增长速度都超过了本国 GDP 增长速度,与第一、第二产业相比,第三产业发展是比较迅速的。在我国,从 1993—2004 年,第三产业在我国 GDP 中的比重从 31.9% 上升到 40.7%,GDP 年均增长 9.4%,比原来的增长率高 0.7 个百分点。其中,第一产业年均增长 3.6%、第二产业年均增长 10.5%,都与原来的增长率一样,基本没有发生变化;第三产业年均增长 10.0%,比原来的增长率高出了 1.7 个百分点。初步估算,“十五”期间(2001—2005 年),我国 GDP 年均增长率上升到 9.5%,比根据原来数据计算的增长率高了 0.7 个百分点,比计划目标高 2.5 个百分点。其中,第一产业年均增长 3.9%,第二产业年均增长 10.6%,第三产业年均增长 10.0%。服务业的增长快于 GDP 的增长,并在 GDP 中的比重上升。在第三产业中,体育产业的增长速度迅速,比重越来越大,被誉为“朝阳产业”。在欧美市场经济较为发达的国家,体育产业已成为国民经济的重要支柱。国际足联的研究表明,与足球有关的营业额每年高达 2 500 亿美元,其中包括运动员的工资、门票、广告、



电视转播、运动器材销售、机票、住宿费用、旅游以及相关的工业等等。估计足球运动直接和间接雇用的人数高达 4.5 亿人,体育产业之庞大由此可见一斑。今天,美国体育产业的年利润在千亿美元以上,超过实力雄厚的石油工业、汽车工业、航空业等;在日本,体育产业被相当一部分专家学者视为国民经济的第四大支柱产业。

3. 现代体育运动的发展为体育经济的发展奠定了基础

现代体育的兴起是文明社会的标志之一。随着生产力的不断发展和社会生活水平的不断提高,体育活动已成为一种社会普遍现象,与社会各个阶层、领域的联系日益密切。国际化已成为现代体育在国际社会中的普遍现象。在现代奥林匹克运动的推动下,竞技体育的规模日益扩大,社会影响力不断增强。竞技体育的发展也促进了大众体育的发展,特别是人们收入的增加,休闲娱乐时间的增多以及人们生活方式的转变,从根本上推动了体育活动大众化发展,创造了大量的体育需求。体育需求又促进了体育资源的开发和体育设施的建设,从而促使体育活动又进一步向大众化发展。20 世纪 80 年代后期,各国政府也纷纷推出本国的大众体育计划,以运动会、体育节、文化节、民俗活动、运动俱乐部、健身活动等形式开展体育运动。到 20 世纪 90 年代,已经有 100 多个国家公布了自己的大众体育发展计划,“终身体育”、“体育人生”和“休闲体育”的思想和理念对世界产生越来越深刻的影响,致使体育人口大幅上升。所谓体育人口是指在一定时期、一定地域里,经常从事身体锻炼、身体娱乐,接受体育教育、参加运动训练和竞赛,以及其他与体育有密切关系的、具有统计意义的一种社会群体。据 20 世纪 80 年代末粗略估计,这类人口的比重在有关国家中分别为:美国 77%、联邦德国 67%、日本 68%、加拿大 50%、苏联 50%、中国 37%。



体育健身活动和相关的有形与无形产品的开发也带动了体育消费的迅速增加,形成了巨大的体育消费市场。同时,大众体育的快速增长和职业体育的市场化,为体育产业提供了广泛的研究空间。而现代体育生产的供给呈现出规范化、专业化、职业化,并伴随着体育消费需求的不断增长,形成了以体育活动为中心的产业经济,成为现代体育经济发展的基础,并在一定程度上促进了体育经济作为独立经济产业的发展并逐步走向成熟。

二、体育经济学建立的条件

1. 现代体育与经济的相互关联与融合是体育经济学建立的必要条件

现代体育的发展,已经和经济的发展形成了密不可分的关系。经济是体育发展的基础,经济的发展推动了以体育为主体特征的健身、竞技和休闲娱乐业