

北美体育管理学会

北美体育教育学会

体育管理专业核心教材
体育产业培训标准教程



美国体育产业经营管理丛书

体育经济学

(美) 李明 苏珊·霍瓦斯 丹·马宏尼/编著
叶公鼎/主译 魏来 李豪杰 刘大可/等校译

北美体育管理学会
北美体育教育学会

体育管理专业核心教材
体育产业培训标准教程

美国体育产业经营管理丛书

体育经济学

(美) 李 明 苏珊·霍瓦斯 丹·马宏尼 / 编著
叶公鼎 / 主译 魏 来 李豪杰 刘大可 / 等校译



辽宁科学技术出版社

沈阳

© 2005, 简体中文版版权归辽宁科学技术出版社所有

本书由美国 Fitness Information Technology, Inc. 授权辽宁科学技术出版社在中国大陆独家出版中文简体字版本。著作权合同登记号: 06-2004 第 143 号

Copyright © 2001 by Fitness Information Technology, Inc.

ALL RIGHTS RESERVED

Reproduction or use of any portion of this publication by any mechanical, electronic, or other means is prohibited without written permission of the publisher.

图书在版编目 (CIP) 数据

体育经济学/(美) 李明, 苏珊·霍瓦斯, 丹·马宏尼编著; 叶公鼎主译. —沈阳: 辽宁科学技术出版社, 2005.8
ISBN 7-5381-4359-9

I. 体… II. ①李… ②苏… ③丹… ④叶… III. 体育经济学 IV. G80-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 006620 号

出 版 者: 辽宁科学技术出版社

(地址: 沈阳市和平区十一纬路25号 邮编: 110003)

印 刷 者: 沈阳天择彩色广告印刷有限公司

经 销 者: 各地新华书店

幅面尺寸: 190mm × 250mm

印 张 16

字 数: 240 千字

出版时间: 2005 年 8 月 第 1 版

印刷时间: 2005 年 8 月 第 1 次印刷

责任编辑: 邱利伟

封面设计: 刘冰宇

版式设计: 于 浪

责任校对: 徐 跃 夏 冰 姚喜荣

定 价: 38.00元

联系电话: 024-23284354

邮购热线: 024-23284502 23284357

E-mail: lkzsb@mail.lnpgc.com.cn

http://www.lnkj.com.cn

《美国体育产业经营管理丛书》翻译委员会

- 顾问：**王 钧（国家体育总局副局长）
- 主 编：**杨 桦（北京体育大学校长、教授）
- 副主编：**秦椿林（北京体育大学管理学院院长、教授）
蒋青云（复旦大学管理学院市场营销系主任、教授）
- 编 委：**秦椿林（北京体育大学管理学院院长、教授）
张贵敏（沈阳体育学院院长、教授）
高俊雄（台湾运动管理学会理事长、教授）
叶公鼎（台湾运动管理学会秘书长、教授）
易剑东（北京体育大学体育传媒系主任、副教授）
赵顺来（沈阳体育学院管理系主任、教授）
孙一民（复旦大学管理学院院长助理、副教授）
石春健（北京体育大学管理学院院长助理、博士）
刘明革（辽宁省体育科学学会副理事长兼秘书长）

作者简介



李明博士 (Dr. Ming Li)

李明博士现为俄亥俄大学体育管理系教授，系主任。他曾在南佐治亚大学休闲与运动管理系担任副教授。李明教授所授课程有体育管理、体育经济学、体育财务管理、设施及赛事管理、国际运动管理、体育组织管理、研究法以及休闲体育管理应用统计学。

李明在中国广州体育学院体育系获学士学位，中国杭州大学获硕士学位，美国堪萨斯大学获运动管理教育博士学位。他曾任北美体育管理学会理事、全美体育学会下属体育管理委员会主任委员、国际体育健康休闲以及舞蹈协会下属的国际体育管理委员会主任、《体育管理学报》以及《国际体育管理学报》的编辑委员。

1996年，李明博士曾担任亚特兰大奥运使节一职。目前李明教授已在《美国体育营销季刊》、《体育管理学报》、《国际体育管理学报》等著名刊物上发表20多篇论文；他也曾在美国以及国际相关研讨会上发表诸多演讲。



苏珊·霍瓦斯博士 (Dr. Susan Hofacre)

苏珊·霍瓦斯博士为宾夕法尼亚罗伯特莫里斯学院 (Robert Morris College) 体育管理系教授，系主任。她专精于体育营销以及体育经济学的研究，曾在美国及希腊两地教授体育经济学。她担任过各类体育产业研讨会的主报告人，并担任运动休闲相关组织的顾问，对研究体育经济影响以及营销等提供专业化建议。苏珊·霍瓦斯女士的博士学位获取于加州大学河岸分校，而其体育管理硕士学位则获取于俄亥俄大学。



丹·马宏尼博士 (Dr. Dan Mahony)

丹·马宏尼博士为路易斯威尔大学体育管理系副教授，系主任。他在弗吉尼亚大学获取会计学学士学位，体育管理硕士学位则获取于西弗吉尼亚大学，并在俄亥俄州立大学获取体育管理博士学位。他曾在 Peat Marwick 公司担任会计师，后在北航特顿高中、西弗吉尼亚大学、辛辛那提大学等学校体育部工作，还在辛辛那提红人队担任体育管理相关工作。丹·马宏尼博士是一位著作颇多的学者。他的论文多发表在美国《体育营销季刊》、《国际体育管理学报》、《体育管理评论》、《国际体育营销与赞助学报》、《体育管理学报》以及《体育与社会议题》等著名刊物上。他曾多次在北美体育管理学会年会以及欧洲体育管理研讨会中发表论文演说。

译者序

体育产业目前在世界各地都呈现快速发展之势，除了产业界的蓬勃发展之外，学术界对于体育经济的关注和研究也前所未有的。若观察世界各地的发展情形，美国和部分欧洲国家体育比赛市场最成熟而且有成功的商业模式，在亚洲，尤其是中国，近几年的体育比赛发展相当引人注目，各种大型的体育赛事不断。在体育由政府主导逐渐向市场转变过程中，我们还面临许多问题需要解决，也需要借鉴和学习国外成熟的市场运作经验。到目前为止，我们国家还没有成熟的体育经济学著作，引进出版美国知名的体育经济专家所著的《体育经济学》一书无疑具有重要的指导意义。

本书具有如下特色：

一、世界首创以体育产业为经济分析主题的著作。在本书出版之前，已有若干学者利用经济学的理论针对体育运动等事件加以分析，但是大都偏向某一特定运动产业的经济分析或将运动与休闲产业加以合并讨论。而本书不仅探讨美国热门的四大职业联赛，还对大学联赛、休闲运动、体育用品业和未来体育产业发展等进行经济学分析，有助于读者了解美国巨大的体育产业快速发展的真正原因。

二、利用不同的经济学理论分析各种体育市场。在微观经济学方面，包括：供给、需求、价格理论、独占、寡占、独占性竞争、完全竞争等市场理论；在宏观经济学方面，包括：投入产出、经济影响模式、国民所得、薪资以及政府支出理论等；在国际经济学方面，用比较利益法则、全球化、科技发展的观点加以探讨。全书涵盖了经济学重要的领域架构，实属难得。

本书翻译工作的完成，感谢北京体育大学管理学院院长兼亚洲运动管理协会会长秦椿林教授的大力支持与鼓励，感谢魏来博士、李豪杰博士、刘大可老师审校，感谢复旦大学喻洁老师和北京体育大学程红、吴志强老师等人的审读。另外，也要感谢我的学生周宇辉、白文辉、陈彦霖、庄伟廷、吴木青、叶启文、蒋任翔、李哲佑、何旭平、苏荣利等人的协助。尽管翻译人员和校译人员付出了很大努力，书中可能仍有不足之处，请读者批评指正。

叶公鼎

前 言

体育是商业与文化相融合的重要一环。世界上有许多人从事和关注体育,运用其相关统计数据、成立体育联盟、通过电视观赏或报纸阅读来领略运动明星的风采和信息、参与赛事、购买体育商品以及从事体育博彩活动。每天在世界上有数以亿计的民众进行与体育有关的健身休闲活动。如今,有关体育产业的相关书籍在美国已有不少,为什么我们还要写这本《体育经济学》的教科书呢?

目前,我们实在很难了解体育产业的实际运作状况。例如,当前有若干国家的政府部门直接支持补助体育活动、体育设施以及运动员培训,但也有部分国家并不直接支持上述事项。为什么有些体育产业由企业单位执行,而有些体育产业的推动却由政府部门负责?谁在体育产业领域中拥有权力?为什么若干运动项目可以运用独占权与电视公司洽谈转播费用事宜,有的运动却无此能力?为什么有的运动鞋能以150美元的价格售出?为什么有些运动员可获得年薪千万美元的天价?谁能为体育产业的发展方向作出决策?上述现象不过是体育经济的表现而已,我们亟待解决和说明这些问题。

有关体育经济学的书籍已有几个版本问世。然而,如果我们审视现有的专门书籍,其论点大多集中于美国的篮球、冰球、橄榄球以及棒球等四大职业运动,或者大学校际运动中的篮球和橄榄球两类,这些当然会是本书的重点议题。但本书各章节也运用其他的经济学观点,讨论有关体育产业的其他重要议题,如,年轻群体的体育运动、休闲运动、体育用品业以及其他运动产业特性。因此,本书的重点不仅探讨现存于美国的热门体育产业,也将对其他国家的体育产业用经济学观点进行论述,还介绍一些值得探讨的问题。

本书适用的范围主要是大学体育管理系/所的本科生和研究生作为教材,以及从事体育产业研究和管理的相关人士作参考。书中多数例子,是作者在教授大学部体育经济学课程中所使用的。本书作者假设阅读本书的读者具备一定的经济学基础知识;不过作者也认为本书适合作为主修经济学的大学生或体育管理硕士生选修课的教科书(最好先具备相关的经济学理论基础)。

本书共分12章。其内容现说明如下。

第一章,旨在说明北美地区运动产业发展的概况。众所周知,北美是国际体育产业发展的重要地区。本章开宗明义,将体育产业划分为体育生产部门以及体育支持部门,来说明体育产业在北美地区发展的概况。

第二章,将体育组织划分为营利组织和非营利组织,并以经济学厂商理论及利润

最大化理论说明不同性质的组织（营利与非营利组织）其经营的着眼点。

第三章，以经济学中有关需求、价格和收益理论说明不同体育的特殊性，由此说明体育组织在不同供给以及需求的条件下如何采取各类定价策略（例如，差别定价等）。

第四章，介绍经济学各种市场结构的特性。例如，完全竞争市场、独占市场、寡占市场以及独占性竞争市场等特质，分析不同体育产业的市场结构。

第五章，作者将体育产业所处的组织环境划分为政府主导的体育产业、社区主导的体育以及私人企业主导的体育，凭借其主导组织的不同特质，分析不同体育产业组织的经济特性。

第六章，可作为第七章的前导观念，旨在说明体育产业在国内生产总值中的地位。作者通过体育产业估计方式和统计数据来说明本产业在国内生产总值中的价值，并突显出体育产业对国民经济的贡献程度。

第七章，经过第六章的说明，作者撰写本章的目的旨在利用投入产出经济学的观点，使读者进一步了解体育产业对其他产业的影响及带动程度。

第八章，旨在说明职业体育中职业运动员的价值，通过薪资理论，作者进一步探讨职业运动员所面临的劳资冲突及竞争方式。

第九章，是以政治经济学的观点探讨体育产业所面临的法令规范等议题，包括政府法令、公司法令、职业运动联盟法令以及业者自我规范的方式。除此之外，作者还设计出一个体育产业规范模式，用来说明业者、政府以及消费者三方面如何相互制衡。

第十章，说明体育产业的特性在于既竞争又独占（例如，职业运动联盟）。因此，美国的反托拉斯法将职业运动、大学运动等产业排除在不可独占的产业外。然而，并非意味着这些产业就能以此为保护伞而为所欲为。本章旨在说明政府部门如何针对这些产业加以规范的实际做法。

第十一章，指出体育产业有世界化的趋势，例如，奥运会、各种世界杯赛，甚至许多著名的职业运动（例如，NBA、职业足球等）都有国际化的趋势。由于竞争激烈，使得运动员或体育产业组织若要在国际体坛扬名或海外市场获得收益，必须投入更多的成本。针对这一现象，作者利用国际经济学比较利益法则等观点，探讨如何使各类体育产业组织的经营者权衡自身优势及劣势，利用比较利益的观点发展出于自身最有利益的体育产业，以最少的成本加以投资推动，由此获得最大利益。

第十二章，作者权衡 21 世纪人口特征、科技创新、全球化等变化，分析未来体育产业发展的趋势，由此说明什么是未来的体育领导产业，并作为本书的结语。

目 录

第一章 北美体育产业概论

- 引言 / 001
- 产业定义 / 001
- 北美体育产业 / 004
- 体育生产部门 / 008
- 体育支持部门 / 009
- 摘要 / 018
- 问题与讨论 / 018

第二章 体育组织的经济动机

- 经济学分析基础 / 019
- 厂商(firm)理论 / 022
- 经济利润与企业利润之比较 / 023
- 厂商理论的范围 / 024
- 厂商理论的局限性 / 025
- 不同的厂商动机模式 / 026
- 持续使用利润最大化模式的理由 / 030
- 体育的特殊性：胜场最大化模式 / 030
- 非营利组织的目标 / 032
- 摘要 / 035
- 问题与讨论 / 035

第三章 需求、定价与收益

- 引言 / 036
- 需求 / 036

- 供给 / 042
- 差别定价 / 051
- 需求及供给的预测 / 052
- 摘要 / 054
- 问题与讨论 / 054

第四章 体育产业的市场结构

- 引言 / 056
- 完全竞争市场 / 058
- 独占市场 / 062
- 独买市场 / 066
- 寡占市场 / 067
- 独占性竞争市场 / 073
- 摘要 / 076
- 问题与讨论 / 076

第五章 体育产业的分布状况

- 引言 / 077
- 政府主导的体育产业 / 078
- 社区主导的体育 / 086
- 私人企业主导的体育 / 088
- 摘要 / 096
- 问题与讨论 / 096

第六章 体育产业——经济体系内的重要核心

- 引言 / 097
- 定义体育产业的规模 / 097
- 国内生产总值(GDP)的测量: 支出法 / 099
- 国内生产总值的测量: 收入因素 / 101
- 国内体育产品总值的估算 / 102
- 体育产业的就业市场 / 110
- 摘要 / 111

问题与讨论 / 111

第七章 体育的经济影响

引言 / 112

经济影响理论基础 / 112

体育经济影响的评估 / 119

摘要 / 131

问题与讨论 / 131

第八章 劳动力市场议题

劳动力市场的概观 / 132

体育产业中的劳动力市场 / 140

摘要 / 148

问题与讨论 / 149

第九章 体育法规体系

引言 / 150

法令规范的内容 / 150

政府管制 / 151

产业的自我规范 / 160

体育法令规范的未来模式 / 167

摘要 / 168

问题与讨论 / 168

第十章 体育产业中的竞争与反托拉斯

引言 / 170

法律体系 / 170

法院的角色 / 174

反托拉斯法的焦点 / 176

反托拉斯法的执行和职业体育 / 180

职业体育反托拉斯法执行的特殊领域	/ 181
其他职业体育反托拉斯法的执行	/ 188
大学校际体育赛事反托拉斯法的执行	/ 189
反托拉斯法在其他体育产业的执行	/ 191
美国境外反托拉斯法的执行	/ 192
政府对市场的影响力	/ 192
政府企业成为体育的提供者	/ 196
日益竞争的体育产业	/ 197
摘要	/ 198
问题与讨论	/ 198

第十一章 国际性议题

引言	/ 200
经济体制的类型与体育管理	/ 201
体育的全球化	/ 204
国际扩张	/ 209
全球体育俱乐部类型分析	/ 215
摘要	/ 217
问题与讨论	/ 217

第十二章 未来体育产业的发展方向

引言	/ 219
未来体育产业发展的经济观点	/ 219
变迁中的人口结构与市场	/ 221
体育供货商	/ 224
竞争	/ 225
科技发展趋势	/ 225
全球化	/ 227
体育产业领袖的真知灼见	/ 227
摘要	/ 228
问题与讨论	/ 229

参考文献	/ 230
------	-------

第一章 北美体育产业概论

引言

何谓体育产业？这个问题不论是体育管理学者，还是体育产业的从业者，迄今为止，还没有明确的答案。过去曾有许多人尝试定义，然而结果都无法令人满意。换言之，体育管理学者目前对于体育产业的定义尚无共识，大家都是各自表述。例如，在计算体育产业规模的时候，就以体育相关组织来估算。本书的作者认为，运用新方法去定义体育产业，已经成为体育管理专家的重要职责，因为只有明确的产业定义，才能给学生提供分析的基础，才能让他们更进一步去观察体育中的经济现象。

北美体育产业概论

XYZ 国际体育公司是一家属于体育管理性质的国际顾问公司。目前该公司受雇于中国体育总局从事规划中国体育产业分类模式的工作。当 XYZ 公司总经理与体育总局的领导面谈时，总局领导问道：“你是否可以详细地描述一下美国的体育产业？”若你为公司总经理应如何回答？

产业定义

有关产业的定义可以从两种标准来界定，即相似的产品和相似的经济活动。具体说明如下：

（一）提供相似的产品和服务

就是提供相似且定位明确的产品与服务的企业集合。目前，美国有许多产业是依此下定义的，例如汽车产业。

（二）从事相似的经济活动

美国统计局（The U.S. Census Bureau）就是利用这种方法形成了“北美产业分类系统”（North American Industrial Classification System，

简称 NAICS) 的分类方法。其分类的范围包括北美的三个国家——美国、加拿大、墨西哥。产业的定义是：相似经济活动的集合。所以，产业的分类是以相似的经济活动而不是以它们的产品来划分的。生产单位是指：在生产上使用基本的生产过程和相似的技术。NAICS 将经济活动分成 20 个部分，以 6 位数的编码为其分类的系统（见表 1-1、表 1-2）。前两位数码代表部门，第三位代表下级部门，第四位表示产业群别；第五位是 NAICS 分类的产业类别，第六位是全国性的产业组织类别。表 1-1 呈现出 20 种主要的经济活动。由于 NAICS 不认为体育是一个主要的经济活动，所以并没有给体育设立单独的产业，而是放在其他产业（例如：制造业，艺术、娱乐与休闲业等）下。

表 1-1 北美产业分类表涉及 20 个部门的主要经济活动

双码编类	产业分类
11	农、林、渔、猎业
21	矿业
22	能源业
23	建筑业
31-33	制造业
41-43	批发业
44-46	零售业
48-49	交通仓储业
51	信息业
52	金融保险业
53	不动产租赁业
54	专业科技服务业
55	公司企业管理业
56	废弃物管理、治疗服务管理支持
61	教育服务
62	社会保健工作
71	艺术、娱乐与休闲业
72	食宿服务业
81	其他服务（不包括公共服务业）
91-91	公共管理

资料来源：Office of Management and Budget (1997). *North American Industry Classification System (NAICS)*, 1997. US Department of Commerce, Washington DC.

表 1-2 北美产业分类表 20 个部门与体育相关经济活动的分布

双码编类	与体育相关的产业分类与分布
11	农、林、渔、猎业
21	矿业
22	能源业
23	建筑业
	234990 体育场馆、场地建设
31-33	制造业
315	体育装备服饰
	316219 运动鞋类制造
	33992 体育用品制造
41-43	批发业
	42191 体育与休闲用品供应与批发业
44-46	零售业
	451110 体育用品专卖店、运动鞋专卖店
	453310 二手体育用品专卖店
48-49	交通仓储业
51	信息业
52	金融保险业
53	不动产租赁业
	532292 体育用品租赁业
54	专业科技服务业
55	公司企业管理业
56	废弃物管理、治疗服务管理支持
61	教育服务
	61162 体育与休闲指导业
62	社会保健工作
71	艺术、娱乐与休闲业
	71121 观赏性体育
	711211 职业或半职业体育团队俱乐部
	711212 赛车业
	711219 私人职业或半职业体育(赛车手、高尔夫球员、拳击手等)、赛车队拥有人,以及个别体育伤害防护训练员
	71131 体育赛事推广人员
	711310 室内外体育场馆运营者、体育赛事经理人、筹办者、推广者
	71132 非场馆设施的体育赛事推广者

续表

双码编类	与体育相关的产业分类与分布
71	711320 非场馆设施的体育赛事经理人、 筹办者、推广者 712110 体育名人堂 71391 高尔夫球场以及乡村俱乐部 71392 滑雪场 71394 体育体能健身中心 71395 保龄球中心 713990 休闲性质或青年体育团队联盟 711410 体育规划机构或经理人
72	食宿服务业
81	其他服务（不包括公共服务业） 81149 体育设施维修 81391 都会体育委员会 81399 体育单项协会联盟
91-91	公共管理

资料来源：Office of Management and Budget (1997). *North American Industry Classification System (NAICS)*, 1997. US Department of Commerce, Washington DC.

北美体育产业

由于 NAICS 主张经济活动就是相似的生产过程，在此基础上与体育相关的生产活动分散在 NAICS 的八个不同部门之中，这样就很难形成一个我们所谓“体育”的产业概念；另外，对传统的体育产业，如对体育比赛的电视和电台转播都没有明确的分类。因此，为体育相关产业发展一个系统而明确的分类方法是有必要的。下面介绍三个不同学者的分类方法：

（一）米克（Meek）（1997）提出了以三部门（three-sector）的模式来描述北美的体育产业（如图 1-1）。他将体育产业分为：

1. 体育娱乐与休闲（sports entertainments and recreation）：

体育娱乐与休闲主要包括关于职业与业余体育团队的体育赛事、体育媒体以及与体育观光相关的产业。

2. 体育产品与服务（sports products and services）：

体育产品与服务主要包括体育产品的设计、制造、配销，还有一些相关的服务。