

国家科学技术部软科学重点课题项目

“体育产业作为国民经济新的增长点研究”资助项目

体育产业学入门

李 明 著

25
7

南方出版社

体育产业学入门

李明 著

赠：成都体育学院
图书馆藏



南方出版社

体育产业学入门

李明 著

南方出版社出版发行

(海南省海口市海府一横路 19 号华宇大厦)

新华书店经销

合肥东方红印务有限公司印刷

开本 850×1168 印张 12 字数 300 千字

1999 年 9 月第 1 版 1999 年 9 月第 1 次印刷

ISBN7-80609-755-4

G·537 定价:20.00

前 言

体育产业学,是伴随着体育生活化、大众化、社会化、商业化的发展,特别是体育消费的不断扩大和日益增长,于本世纪 70 年代左右,在美、德、英、法、意等西方资本主义发达国家逐步明朗起来的一门新学科。虽然目前它还非常年轻、或者说还不太成熟,但它已经创造的巨额经济利润,特别是已经体现出来的世界性的巨大潜在市场,使其倍受经济学家们的关注和青睐,并且追随着经济全球化的发展进程,借助 80 年代美国洛杉矶奥运会商业运营成功的东风,迅速跨出国门、走向了世界。

体育产业学,无论是在以美国为首的体育产业高度发达的“第一集团国家”,还是在以日本为首的体育产业发达的“第二集团国家”,都是在经济发展速度减慢或停滞不前时,作为维持健康体育、休闲活动等公共事业组织机构正常运行经费不足的补充,解决“经费危机”而开始起步发展的。本世纪 70 年代,体育领域引入了“经营,不仅适用于盈利为目的的商务活动,也适用于社会公共发展事业”的新观念,商业经营手段导入了体育发展事业;80 年代,洛杉矶奥运会突破了业余体育的最后一道国际防线,明确了体育产业的全球化发展方向,掀起了职业体育的发展高潮;90 年代,社会体育福利事业“无私奉献活动不等于无偿奉献活动”新理论的提出,树立了福利体育的“有偿化”观点,从而进一步拓展了体育产业的内涵和外延,迎来了“一、二集团国家”的体育产业第二次发展高峰。经济发达国家体育产业的这种扩张性高速发展,同时也推动了以我国为首的体育产业发展中的“第三集团国家”的体育产业发

展。而且现实迫使“第三集团国家”的体育产业发展,必须与“第一、二集团国家”的体育产业第二次发展高峰强行对接。因而“第三集团国家”的体育产业发展,客观地同时面临着机遇和挑战、危机和发展。

我国的体育产业发展,是本世纪 70 年代末,从体育系统内部的“经营创收活动”开始起步的。经过十多年的酝酿、探索,1994 年,正式实行了“职业体育俱乐部制度”,并在全国发行“体育彩票”;1998 年,国家体育运动委员会由原来的国务院组成部门改革为国务院直属事业单位,同时更名为国家体育总局。因此,我国体育作为真正体育产业的快速发展是在进入 90 年代以后,目前体育事业中一些可转换为体育产业的项目还未完成事业与产业的交替,还处于体育事业向体育产业的发展过渡时期。所以,迫切需要加强体育产业的基础理论研究,迫切需要体育产业实践的指导思想,迫切需要建立完整、系统的体育产业理论体系。基于对我国体育事业的热爱、对体育产业发展的关心,本人在新世纪即将来临之际正式出版了《体育产业学入门》一书,(同期还写作有体育产业的系列研究之二——《中外体育产业比较与思考》,1999,吉林人民出版社版。)在此抛砖引玉,努力想为我国的体育产业实践提供一点参考资料,为我国的体育产业发展贡献一份力量。

本书共分十五章,从“体育产业学概述”开始,通过对“职业体育产业”、“健康体育产业”、“休闲体育产业”、“体育产业市场分析”、“体育经营分析与体育经营评价”等等的详细阐述,最后以“附录——体育产业运作实例”结束。对我国体育产业发展的过去、现在和未来作了初步探讨,论述了我国“单一型”、“复合型”、“混合型”的三种体育产业类型理论,提出了我国“体育用品”、“体育服务”、“体育空间设施”、“体育相关流通”、“体育空间设施经营管理”、“职业体育”、“健康体育”、“休闲体育”和“体育相关产业”等九大“产业类型”,划分了我国“体育产业的发展时期”,构想了我国“体

育产业经营体系”，描绘了各种类型体育产业经营的基本模式。同时，选择性地介绍了国内、外著名体育产业学家的体育产业研究成果，从而初步建立了我国的体育产业学理论体系。但是，由于这是我国正式出版的第一本体育产业学专著，特别是受到本人的专业知识和能力水平的限制，再加上本学科目前在国际上还是一门年轻的新兴学科，可供参考的国内外资料较少等客观条件的局限和影响，因而本书中一定存在着这样或那样的不足和欠缺，一定有许多值得商讨或不太成熟的地方，所以，非常希望能够得到各位读者和各位同行的帮助、批评、指正，本人万分感谢！

如果本书能在我国的体育产业发展中发挥一点作用，能使我国的广大体育产业研究人员得到一星裨益，能为我国高校的体育产业教学提供一些参考，本人写作此书的目的就完全达到了。

本书在写作过程中，得到了我国著名体育社会学家、中国人民解放军体育学院刘德佩教授（国际体育社会学学会（ISSA）扩大执委会执委、《国际体育社会学评论》编委），北京体育大学卢元镇教授（博士导师、中国体育社会学学会副主任委员），日本著名体育社会学家、中京大学藤原健固教授（博士导师、日本《体育社会学》编委）的关心和指导，在此表示衷心的感谢！另外，本书在写作过程中，还得到了我国体育理论专家、南京师范大学顾渊彦教授，经济学专家、南京经济学院何干强教授，日本体育产业学专家、中京大学菊池秀夫博士的帮助。在此表示特别感谢！

本书中参考、选用的外文资料，主要由南京师范大学外国语学院罗萃萃女士翻译提供，本书采用的版式，由连云港市解放路小学李昂先生友情设计，在此深表感谢！

对在《体育产业学入门》一书出版中给予过帮助的所有朋友，表示最真诚的谢意！

作 者

1999年9月于南京芳草园



李 明 博士

1961年1月14日生，祖籍河北省冀县。

参与过“国家科技部软科学重点课题”、“国家九五规划课题”、“省教委社会科学基金课题”等多项研究。公开出版的著作有“《新世代论》(第一主编);《面向21世纪高校学生素质教育基础理论研究》(第三著者);《中外体育产业比较与思考》(第一著者);《体育社会学》(第二主编);《泱泱大道》(执行主编);《最新商务日语》(策划)等。另在《当代思潮》、《中国教育研究论丛》、《大陆桥经济》、《中华新论》等杂志发表多篇学术论文。

责任编辑：洁 冰
封面设计：朱迎春

目 录

前 言	(1)
第一章 体育产业概述	(1)
第一节 体育产业的基本概念	(1)
第二节 体育产业的发展时期	(3)
第三节 体育产业的基础理论	(9)
第四节 体育产业的经营体系	(29)
第二章 职业体育产业	(34)
第一节 相关综述	(35)
第二节 发展背景	(41)
第三节 现实状况	(44)
第四节 市场规模	(47)
第五节 经营模式	(51)
第六节 对策建议	(55)
第三章 健康体育产业(I)	
——健康体育产业	(63)
第一节 相关综述	(64)
第二节 发展背景	(66)
第三节 现实状况	(72)
第四节 市场规模	(74)
第五节 经营模式	(76)
第六节 对策建议	(79)
第四章 健康体育产业(II)	
——学校体育产业	(85)

第一节	相关综述	(86)
第二节	发展背景	(91)
第三节	现实状况	(95)
第四节	市场规模	(98)
第五节	经营模式	(102)
第六节	对策建议	(110)
第五章	健康体育产业(Ⅲ)	
	——社区体育产业	(115)
第一节	相关综述	(116)
第二节	发展背景	(119)
第三节	现实状况	(134)
第四节	市场规模	(138)
第五节	经营模式	(141)
第六节	对策建议	(143)
第六章	休闲体育产业	(147)
第一节	综合概述	(148)
第二节	发展背景	(151)
第三节	现实状况	(156)
第四节	市场规模	(159)
第五节	经营模式	(162)
第六节	对策建议	(167)
第七章	体育产业发展与人才培养	(172)
第一节	体育设施发展与社会体育人才	(172)
第二节	体育人才培养与高校体育专业课程	(177)
第三节	社会体育指导员技术等级制度	(194)
第四节	对策建议	(201)
第八章	体育赞助	(205)
第一节	公益赞助	(206)

第二节 商业赞助	(217)
第三节 对策建议	(228)
第九章 体育活动与经济效果	(232)
第一节 综合概述	(233)
第二节 国际动态	(238)
第三节 我国现状	(244)
第四节 对策建议	(250)
第十章 体育产业市场与经营结构、组织、计划	(254)
第一节 体育产业市场分类	(254)
第二节 体育产业经营结构	(257)
第三节 体育产业经营组织	(261)
第四节 体育产业经营计划	(267)
第十一章 体育产业经营	(273)
第一节 体育经营范围概述	(274)
第二节 体育经营魅力探讨	(276)
第三节 体育产业经营过程	(278)
第十二章 经营分析与经营评价	(282)
第一节 经营分析、评价综述	(282)
第二节 经营分析、评价对象	(286)
第三节 经营分析、评价方法	(288)
第四节 修正活动	(300)
第十三章 体育服务	(303)
第一节 体育服务的基本概念	(303)
第二节 体育服务的主要特征	(305)
第三节 体育服务的人、物关系	(307)
第四节 体育服务的评价要素	(309)
第五节 体育服务的质量分析	(311)
第六节 体育服务的研究应用	(313)

第十四章 体育产业经营与研究动态	(316)
第一节 体育产业经营的发展背景	(316)
第二节 体育产业经营的研究动态	(320)
第十五章 附录(计划书)	(330)
主要参考资料	

第一章 体育产业概述

体育产业,可以说是一个古老而又年轻的产业。说它古老,是因为从“有了人类、就有了体育;有了体育、就有了体育产业”的观点出发,体育产业几乎有着和人类同样悠久的历史;说它年轻,是因为体育产业在进入现代社会,才逐步被人们所重视。而真正全球化的高速发展,则是在 20 世纪 80 年代,至今只有不到 20 年的发展历史。

我国近代体育产业的高速发展,是在 1978 年市场经济体制导入以后,从全国体育运动委员会系统内部的“经营创收活动”开始的。我国体育产业的起步,刚好处于世界体育产业的全球化高速发展时期——即世界经济发达国家体育产业的第二次发展高峰时期;世界体育产业的全球化高速发展,大大加快了我国体育产业的发展速度,推进了我国体育产业的发展进程。在 90 年代末,我国已经建立了足球、篮球、排球、围棋等四个项目职业体育俱乐部,和一个准职业体育俱乐部——乒乓球高水平俱乐部。1998 年,原国家体育运动委员会更名为国家体育总局,并由原来的国务院职能部门,调整为国务院下属的发展事业单位。从而标致着我国体育改革的全面起动,标致着我国的体育发展进入了一个崭新的历史时期。

第一节 体育产业的基本概念

体育产业,是本世纪 80 年代迅速流行起来的、与体育相关的

复合名词之一。但由于各国的体育经济学家、体育产业学家、体育社会学家们,各自处于的不同研究角度、不同研究立场、不同研究目的、不同社会背景,因而提出了各种不同的体育产业学观点,并因此也给予了体育产业研究相关的各种各样的不同概念。

体育产业,是指以体育(职业体育和健康体育)为支撑点形成的产业;和围绕推广体育(职业体育和健康体育)活动过程,推销企业产品或企业服务或企业知名度而形成的体育相关产业。体育产业的研究可以分为:专门研究体育产业的产生、发展背景和构成等方面的基础研究,以及专门研究指导体育产业实践、发展、对策等方面的应用研究两大部份。体育产业学是一门以应用研究为主导的实践科学,因而体育产业自身拥有的特点,决定了体育产业完全不同于其它产业的特殊性:它既包括了人们通常对产业领域划分的第二产业——制造业(建筑业、工业等),也包括了第三产业——服务业(第一、二产业以外的所有产业);最近还有的西方经济学家将它定位在开发人类自身智慧的第四产业。但不管如何定位,体育产业都必须是紧紧围绕体育活动或体育活动过程形成的产业。所以,本文将体育产业划分为:

- ①体育用品产业。
 - ②体育服务产业。
 - ③体育空间设施产业。
 - ④体育相关流通产业。(体育服务产业 + 体育用品产业。)
 - ⑤体育空间设施经营管理产业。(体育服务产业 + 体育空间设施产业。)
 - ⑥体育相关产业。(利用体育的体育产业)
 - ⑦职业体育产业。
 - ⑧健康体育产业。(健康产业 + 体育产业)
 - (和暂时还未形成规模、但已具雏形的——⑨休闲体育产业。)
- 八大主要产业。其中:体育用品、体育服务、体育空间设施为

体育产业中的三大基本产业。体育相关流通和体育空间设施经营管理,是指:体育服务和体育用品、体育服务和体育空间设施两大基本产业结合产生的新体育产业。体育相关产业是指:围绕或利用体育的发展推广过程,推销企业自己产品或服务或知名度的产业。而职业和健康两大体育,则是上述所有体育产业形成和发展的支撑点。并且,职业体育和健康体育在作为其它体育产业支撑点、促进其它体育产业发展的同时,自身同样也以产业的形式存在着,并同样保持着自身产业的高速发展。暂时还在八大产业之外的休闲体育产业,是目前正在逐步发展起来的又一种新型体育产业,虽然暂时还依附于体育的其它产业或其它的闲暇活动之中,还没有形成独立的休闲体育产业。但是,在即将来临的 21 世纪,它必将发展成为第九大体育产业,必将和职业、健康体育产业一起,形成支撑体育产业整体发展最牢固的、最强有力的三点支撑,形成新的体育产业发展动力,保证着体育产业的发展后劲。

第二节 体育产业的发展时期

我国近代体育产业的发展历史非常缓慢,即使在这种缓慢的历史发展进程中,能够真正称为“体育产业发展历史”的时间也非常短暂。直到 1978 年,党的十一届三中全会决定了我国改革开放、导入市场经济体制的治国方针,开始实行了社会主义条件下的市场经济体制以后,我国的体育产业,才在以各级体育运动委员会系统内部的“经营创收活动”基础上,开始走向了社会化、进而走向产业化发展道路:

1992 年,国家体育运动委员会“中山会议”中,将关于我国的体育产业化发展问题研究正式列入议事日程。

1993 年,关于“市场经济体制”的内容,正式写进我国《宪法》;全国体育运动委员会主任会议,正式出台了《关于培育体育市场、

加快体育产业化进程的意见》。我国 750 家体育用品生产企业,体育产品出口总额已经达到 12 亿元人民币;在全国销售的体育健康器材中,家庭购买率达到了 55%;其中:天津市已经高达 70%;广州市已经高达 80%;上海市家庭健康体育器材的年营业额提高了 200%;全国健康体育器材零售商一年内猛增到了 1200 多家;健康食品则保持着每年 10% 以上的增长速度。

1994 年,国家体育运动委员会正式出台了“关于体育单项协会实体化和项群化管理制度”,将 54 个体育运动项目,分别划归 14 个国家体育运动项目管理中心管理。并且以足球项目为先导,开始在原来的“体工队”基础上,实施职业体育俱乐部制度。现在每个赛季甲 A 的 14 个足球职业俱乐部总收入约为 1 亿元人民币。随后,篮球、排球、围棋也相继成立了职业体育俱乐部,还成立了一个暂时为“准职业体育俱乐部”的“乒乓球高水平俱乐部”。同年,我国开始正式在全国发行体育彩票。1994 年起 5 年中,全国已经销售体育彩票约 22 亿元人民币,实际集资高达 6.6 亿元人民币。据国家体育运动委员会公布的统计资料:1994 年时,全国各级体育运动委员会系统已经拥有经济实体约 1949 个,其中全民所有制企业为 1335 个,约占 68.7%;集体所有制企业为 570 个,约占 29.2%;中外合资企业为 28 个,约占 1.4%;其它企业为 16 个,约占 0.8%;1991 年至 1994 年,这些直接隶属于全国各级体育运动委员会领导的经济实体共创利润约 2.3 亿元人民币;其中 10 个省区的体育产业年利润已经超过或已经达到 1000 万元人民币以上;上海市的体育产业年利润已经突破了亿元大关。

1995 年,中共中央国务院正式颁发了《全民健身计划纲要》。全国人民代表大会正式颁布了《中华人民共和国体育法》。中华人民共和国体育运动委员会正式下发了《体育产业发展纲要》。国家民政部正式启动了“社会福利事业产业化发展”的研究课题,社会健康体育产业化发展研究也被作为其中的一个重要组成部份。

1996年,武汉全国体育用品博览会,各种各类体育用品展位已有1412个,实际合同交易额已经高达60亿元人民币以上。展位数比1993年提高了14倍以上;实际合同交易额比1993年提高了60倍以上。(1993年,实际展位只有100个左右,实际合同交易额不到1亿元人民币。)

1997年,国家体育运动委员会第四次全国体育场地普查办公室公布的《第四次全国体育场地普查资料》表明:1995年止,我国已有各类体育空间设施615693个,占地面积10亿7千万平方米。其中建筑面积7亿7百万平方米;体育场地面积7亿8千万平方米;累计投资额约372亿元人民币。(比1949年以前提高了215倍以上。1949年以前我国各类体设施只有2855个。)除去中国人民解放军、人民武装警察部队和全国铁路三大系统以外,1981年至1995年的15年间,我国共新建各类体育空间设施403347个;体育场地平均每年增加26890个。其中:1986年至1990年的第七个五年计划期间,共新建了149069个;1991年至1995年的第八个五年计划期间,共新建了158379个,比“七五”增加了9310个。

并且,还新建了高尔夫球场47个。占地面积为4481万平方米,约为全国体育场地总面积的4.18%;场地面积为221万平方米,约占全国体育场地总面积的0.28%;累计投资总额已经高达52亿元人民币以上,约占全国体育场地投资总额的14%。新建了保龄球场291个。占地40万平方米,累计投资总额已经高达18亿元人民币以上,约占全国体育场地投资总额的5.01%。仅此两项投资相加总额就高达全国体育场地投资总额的19.01%。

另外,新建的台球房、轮滑场、健身房、室外网球场等共有7884个。其中:台球房3409个、轮滑场345个、健身房2720个、室外网球场1401个。

据资料(不精确估算):我国体育产业年总产值已达50亿元人民币,约占国民生产总值(GDP)0.5%。因此,无论从哪个方