

国家体育总局政策法规司

体育产业

现状 趋势与对策

TI YU CHAN YE

人民体育出版社

**《体育产业成为国民经济新的增长点研究》
课题领导小组成员**

组 长：张发强

副组长：谢琼桓 金季春 栾开封 李敦厚

**《体育产业成为国民经济新的增长点研究》
课题研究小组成员**

组 长：周进强

副组长：卢元镇

成 员：尹 力 侯 岩 梁 纯 隋 平
周和宇 常建平 杜利军 刘扶民
张 剑 蔡俊五 蔡 军

出版说明

近几年来，随着人民生活水平的不断提高，体育产业较快发展，引起社会各界的关注。在 1998 年《政府工作报告》中，朱镕基总理明确指出，要把“积极引导居民增加文化、娱乐、体育健身和旅游等消费”作为扩大消费需求、拉动经济增长的一项举措。当前正进行的产业结构调整也为体育产业的发展提供了良好机遇。有些经济学家预测，21 世纪体育产业将成为我国国民经济新的增长点。

同时，我们也要清醒地看到，我国体育产业发展的理论指导不够、统计指标不统一、缺少必要的政策支持等。如何因势利导，利用有利的内外部环境，加强政策扶持，进一步促进体育产业快速、持续、健康地发展是政府部门的一项责任。

为此，国家体育总局政策法规司向国家科学技术部申报了软科学研究课题《体育产业成为国民经济新的增长点研究》。1999 年课题研究正式启动，国务院研究室社会发展司、国家发展计划委员会社会发展司也积极参与这项研究。现在，课题研究基本完成。在一年多的研究过程中，课题组通力协作，进行了认真深入的调查研

究，搜集了大量的数据、信息、资料。课题组还召开了多次专题研讨会，包括聘请国内知名经济学家胡鞍钢、刘伟、魏杰、范恒山、李晓西等从国民经济和社会发展的角度谈体育产业，开拓研究的思路。

现将课题研究的成果汇编成书，由人民体育出版社出版发行。全书收入研究总报告和 24 个分报告，约 45 万字，内容涉及体育产业的发展现状、理论问题、政策法规、体育市场、体育消费、体育赞助、运动会商业开发、体育场馆开发、体育产业统计指标体系、体育产业发展与国民经济的关系、国外体育产业发展情况等各个方面，对天津、上海、江苏、安徽、广东、四川、河南、广西、宁夏、大连、厦门、衡阳等十几个省区市体育产业、体育市场发展情况进行了较深入的调查研究。整项研究具有较强的系统性、理论性，对我国体育产业的现状和发展趋势进行了分析和预测，提出了对策建议。本书的出版对广大体育工作者特别是从事体育产业工作的人员可能会有所助益，对推动体育产业的发展会产生积极的作用。

当然，这是一个研究课题，许多观点只能说是一家之言。由于时间仓促，编写中会有疏漏或错误，请读者批评指正。

加快体育产业化进程 促进体育事业快速、持续、健康发展

(代序)

张发强

在计划经济条件下，我国体育事业的性质基本是属于福利型。福利型体育事业的显著特征是发展体育事业主要依靠国家拨款。这种福利型的发展模式和运行机制在新中国创建初期，我国人口数量不大、生产力水平不高、人民生活不富裕、社会体育需求不多的情况下，曾发挥了积极作用。但随着我国人口数量的增多，人民生活水平的提高，以及老龄化社会的出现，群众体育需求越来越多，要求也越来越高，在社会主义初级阶段，国家对各项社会事业不可能承担无限经济责任。特别是我国从计划经济向社会主义市场经济转变以后，我国福利型体育事业赖以生存的经济基础和社会环境发生了重大变化。其变化的主要标志是，全党工作重点转移到以经济建设为中心的轨道上来，经济体制和经济增长方式必须实现两个根本性转变。因此，体育要形成国家办与社会办相结合的格局，走体育社会化、产业化的道路。这就要求体育管理体制、发展模式和运行机制必须随之发生变化，这也就历史地、必然地提出我们应对社会主义市场经济条件下我国体育事业性质进行再认识，这是我们制定体育发展和改革的方针政策的基点。

基于对社会主义初级阶段、对社会主义市场经济体制、对体育属于第三产业、对体育改革的思考和理解，我们认为，在社会主义市场经济条件下我国体育事业的性质应当是具有产业性的社会主义公益事业。其中产业性是体育的经济属性，社会主义是体育的政治属性，公益性则是体育的文化属性。

在社会主义市场经济条件下我国体育是具有产业性的社会主义公益事业，与计划经济条件下的福利型体育事业相比有什么相同点和不同点呢？

相同点在于我国体育事业的社会主义的政治属性不变。坚持社会主义，就是坚持体育工作要始终代表最广大人民的根本利益，全心全意为人民服务，这是中国共产党的宗旨，也是体育工作的方向和目的。不论是在计划经济条件下，还是在社会主义市场经济条件下；不论是在社会主义初级阶段，还是到了经济发达阶段；不论是在社会主义时期，还是到了共产主义时期，体育事业为人民服务的方向都不能改变。坚持社会主义还要坚持党对体育工作的领导，反对黄赌毒、封建迷信，反对服用兴奋剂等。

不同点在于在社会主义市场经济条件下的体育事业应当是具有产业性的社会公益事业。作为公益事业，国家应该随着经济的发展，不断加大对体育的投入，从而保证公民享有基本的体育权利和体育服务。同时，发展体育事业也是社会和公民的共同责任，可以利用社会一切可以利用的资源，调动社会一切可以调动的积极因素，形成国家办与社会办相结合的格局。

当然，市场经济条件下的体育与计划经济条件下的福利型体育事业相比，最大的区别还在于市场经济条件下的体育具有产业性。这集中体现在，在社会主义市场经济条件下，体育中的一部分，主要是较高层次的体育劳务、体育用品可以作为商品，通过市场进行交换，从而满足人们参与

体育活动、观赏高水平竞技表演、对体育进行投资的需要。也就是说，可以通过市场进行资源的配置，实现体育的产业价值。

党的十五大提出由经济、政治、文化三个方面构成的社会主义初级阶段的基本纲领，是具有中国特色的社会主义的重要特征。确立我国体育事业是具有产业性的社会主义公益事业，明确体育在经济、政治和文化三个方面的属性，是党在社会主义初级阶段的基本纲领在体育事业中的具体体现。这三个属性之间相互联系、相互作用、相互促进，统一于建设有中国特色社会主义体育事业的实践。具体来说，社会主义是体育工作的方向 and 灵魂，只有坚持社会主义，才能把握体育工作的正确方向；公益性是体育事业的基本点和落脚点，只有坚持体育的公益性，才能发挥国家和社会两个积极性，为体育发展创造更有利的社会环境；产业性是体育工作的着力点和体育事业发展的生长点，只有坚持走体育产业化道路，才能实现体育的两个根本性转变，加快体育事业发展步伐。

就体育的产业性来说，在经济发达国家，其体育产业的产值一般要占国内生产总值的 1% 左右，成为覆盖全社会各个层次、可以满足各种需要的新兴产业。我国改革开放以来体育产业从无到有，九十年代开始大力发展，至今也取得了令人瞩目的成绩。1992 年，党中央、国务院《关于加快发展第三产业的决定》，明确把体育列为第三产业的第三个层次。1996 年，八届全国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》更加明确提出，体育要走社会化、产业化道路。因此，不管我们是否承认，随着经济的发展和人民生活水平的提高，体育走产业化道路是不以我们的意志为转移的。体育产业化是关系到能否满足和如何满足人民群众日益增长的体育需求，真正建起与社会主义市场经济体制相适应、充满生机与活力的具有中国特色社会主义体育发展道路的大问题。

根据我国的国情和近些年体育产业发展的经验，加快体育产业化进

程，首先需要我们立足于建群众身边的场地、抓群众身边的组织、搞群众身边的活动。体育产业是最社会化的产业，必须以满足最广大人民的消费需求为依归。脱离群众、为少数人服务的体育产业既不符合国情，也没有发展的余地，因此必须在群众性上下工夫，紧紧抓住“身边”二字做文章。也就是说，在体育产业化的同时，要推进体育社会化，以社会化推动产业化，以产业化带动社会化。这些年我国台球、保龄球之所以能够迅速普及、赢得市场就是明显的例证。

建群众身边的场地、抓群众身边的组织、搞群众身边的活动，还是市场经济条件下按经济发展规律办事的必然要求。市场一般包括主体、客体和本体。市场上的买卖双方和中介组织就是市场的主体。作为体育产业来说，体育组织是体育产品的主要生产者，而群众则是消费者，抓群众身边的组织就是在培育市场主体。市场客体是交易双方所指向的对象，也就是交易的物品。在体育产业中主要是体育劳务和实物，包括健身服务、体育技术培训服务、竞赛表演服务等，因此搞群众身边的活动，就是在抓市场的客体。至于市场本体，是指买卖双方交易的场所，在体育产业中主要是体育场馆，这是交易得以实现的物质基础。建群众身边的场地，也就是在建设市场的本体。

实现体育产业化，还必须完善和健全与之相适应的体制、机制和法制。体制是基础，是保证。完善体制主要是加快市场的培育，让市场在体育产业发展中发挥资源配置和投资调节、消费引导的基础作用。机制是核心，是灵魂，健全机制主要是着眼于提高效益。体育产业要发展当然要有经济效益，这是吸引社会投入的基本条件。如果没有经济效益，就不可能有体育产业的快速发展。但体育毕竟是关系千百万人民生活的一项事业，发展体育产业还要讲社会效益。讲社会效益可以分为两个方面，一是国家通过政策支持，促进公益性的、不以营利为目的的体育组织的发展，使其把社会效益放在首位。另一方面对以营利为目的的从事体育产业经营

的企业，国家可以通过管理使其在有利于社会公共利益的同时追求利润的最大化。这就需要加强法制，加强管理。由此可见，体制、机制和法制三者相互配合，相互促进，是实现体育产业化的必由之路。具体说，完善了体制，注重了市场的培育，体育产业才能快速发展；健全了机制，讲究了效益，体育产业才能持续发展；加强了法制，抓紧了管理，体育产业才能健康发展。

实现体育产业化，还要有与市场经济相适应的方法和手段。经过这些年的探索，我们认为我国体育产业的发展要利用“三票”，发展“三会”，实行“三开”。

“三票”，即门票、彩票、股票。门票就是群众参与体育活动，必须自己花钱消费，这和过去计划经济体制下体育作为福利事业完全由国家包下来，请大家去锻炼、去看比赛相比有本质的区别。它可以让群众认识到，要有健康的身体，要欣赏高水平的体育比赛，国家和社会的责任是为你创造条件，提供机会，但你自己要花一定的钱，不能完全依靠国家和社会。门票的作用体现在三个方面。首先，可以培养广大群众的消费意识。我们要发展体育产业、培育体育市场，是要培育买方和卖方两个主体，而体育消费或者说门票是联结二者的纽带。我们只有通过培养群众的体育消费意识，改变人们的消费观念，形成一个庞大的消费群体，才能使体育产业得到发展。也就是说，有消费才有市场，有市场才有产业。消费水平的高低决定着体育产业发展规模、水平和效益，体育消费结构的改变是体育产业结构调整的基础和前提。其次，门票本身也可以形成体育投入的补偿机制。第三，买门票的人多了，还可以带动其它消费，如餐饮、交通、服装饮料等，还可以带动广告业的发展。从这个意义上讲，门票是体育社会化程度高低的体现，是体育本体产业最基本的表现形式。

彩票是充分利用体育自身的魅力，用发行彩票的形式聚集群众的资金，发展体育事业。这些年来，体育彩票的发行额度不断翻番，现在已将

近 80 亿元人民币，为全民健身计划的实施和举办大型体育比赛发挥了重要的作用。

股票就是指上市公司从资本市场募集资金对体育产业进行投资。目前我国已有几家以体育产业为主业的上市公司，将来，各种职业体育俱乐部、大型健身场馆都有可能通过股票筹集资本，为社会提供更优质的体育劳务。

我们的设想是，利用股票的钱建商业化、市场化的体育设施，用彩票的钱建社会化、公益性的体育设施，同时加大现有场馆的开放力度，再加上江河湖海和城市公园、广场作为天然体育活动场所，这样就形成多种投资形式、利用多种渠道为群众提供体育场地设施的局面。

加快体育产业化进程，还要大力发展“三会”，也就是协会、基金会、博览会。协会就是目前各个项目的各级各类体育运动协会，如足球协会、篮球协会等。协会具有渗透性强、包容面广的优势，上至国际体育组织，下至城市社区和农村乡镇体协，都是推进体育发展的主体，也日益成为市场的主体。而基金会主要包括中华全国体育基金会和各省建立的体育基金，前者现在已筹集资金 4000 万人民币，为国家队运动员解决了伤残保险的问题。将来基金会发展壮大后，就不仅仅是可以解决运动员的伤残保险，运动员的奖金、体育科研和群众体育事业的发展资金都可以由基金会来扶持。博览会主要是指中国体育用品博览会。1995 年第一届在西安只有 200 多个展位，目前已超过 2000 个展位，交易额大幅度上升，成为亚洲最大的体育用品博览会。这不仅促进了我国体育用品业的上水平、上档次，而且极大地推动了体育用品的消费和体育用品市场的形成。

加快体育产业化进程还要实行“三开”，也就是开放、开发和开拓，主要是指发展体育产业必须要开放体育场馆，开发体育领域的无形资产，开拓有形的体育市场。我国目前已有 61 万多个体育场馆，其中绝大多数是单位所有，在计划经济条件下只为本单位的人服务，而在市场经济条件

下，群众急需体育活动场地，因此体育场馆的无条件和全方位的对社会开放，将为社会提供巨大的消费场所，创造众多的就业机会。体育的特点之一就是无形资产包括各种运动会标志、各种比赛的冠名、各类体育组织的徽记等具有广泛社会认知度，具有极大的开发潜力。这几年中国体育代表团参加奥运会、亚运会，每一次都能拿到几千万元的赞助，其主要形式就是利用了无形资产进行开发，把不同的项目集中起来，由国家体育总局装备中心来运作，由粗放经营变成集约经营。无形资产的特点是越卖越值钱，不卖不值钱，过期就作废。用体育的无形资产和企业的有形资产进行交换，一方面为体育的发展提供了资金，另一方面为企业提高了知名度，同时也为获取更多的有形资产打下了基础。有形市场的开拓主要是指要充分发挥体育活动自身的魅力，一方面要挖掘已有运动项目的市场潜力，创造出更加能够吸引群众参与的形式，比如，我国传统的、在群众中有深厚基础的体育项目如舞龙、舞狮等，通过整理和规范，完全可以在体育市场上一展身手。另一方面，要把握和适应群众体育消费的趋势，不断开拓新兴的运动项目。比如近几年随着城市人群追求回归自然的要求，就可以开发攀岩、漂流等新兴项目，满足这种要求。

（本文是国家体育总局副局长张发强同志 2000 年在中央党校进修时撰写的论文）

目 录

研究总报告

体育产业成为我国国民经济新增长点

的研究..... 周进强 卢元镇等(3)

分类研究报告

加快体育产业发展的政策研究..... 侯 岩 周和宇等(61)

体育产业发展的现状和问题..... 李敦厚(92)

体育产业若干理论问题的研究..... 卢元镇 郭云鹏等(113)

国外体育产业发展状况的研究..... 杜利军 白 玲等(130)

体育赞助在体育发展中的作用..... 蔡俊五 胡利军等(177)

中国足球产业化发展与挑战..... 张吉龙(205)

我国大型运动会商业开发现状研究..... 常建平 王 莉等(213)

我国职业体育俱乐部经营管理中的

法律问题研究..... 周进强(226)

我国城市居民体育消费现状的

调查研究..... 卢元镇 孔文清等(261)

体育消费与体育产业化发展的

相关研究..... 蔡 军 柳若松等(299)

体育产业成为国民经济新的增长点

所需政策环境研究..... 李光明 董玉明等(335)

体育产业在国民经济发展中的作用、

现状及对策..... 周洪珍 刘小丽等(349)

地方研究报告

- 天津体育产业发展研究…………天津市体育局 市政协医卫文体委(365)
- 上海市体育设施建设、管理和市场
运作的研究…………金国祥 杨卫民(383)
- 江苏省体育产业指标体系及社会统计
系统的研究…………孙晋芳 王志明等(395)
- 安徽省体育市场发展现状
及管理对策研究……安徽省体育局 中共安徽省委政研室课题组(416)
- 四川省体育产业现状和发展对策
的研究…………陈保明 朱玲等(428)
- 关于广东省体育产业政策的研究…………广东省体育局课题组(443)
- 河南省体育产业发展现状与发展趋势
研究…………何祖新 马宇峰等(453)
- 广西体育市场的现状与管理对策研究…………陈立基 李志明(466)
- 宁夏城镇居民体育消费现状及发展
趋势的研究…………丁万华 刘淑等(487)
- 大连市各类体育俱乐部的发展和
对策研究…………孙新生 王赳群等(500)
- 湖南衡阳市体育产业发展现状与发展
趋势的研究…………湖南省体育局(512)
- 厦门市体育消费现状调查报告…………林建章 余军标等(522)

研
究
总
报
告

体育产业成为我国国民经济 新增长点的研究

周进强 卢元镇 梁纯 尹力 侯岩
郭云鹏 孔文清

一、前言

改革开放以来，我国体育运动发展规模迅速扩大，特别是竞技体育的科学化、高水平化与国际化发展，使体育的经济问题在 80 年代凸现，大量经济活动在体育部门活跃起来。90 年代初，我国向社会主义市场经济体制转轨以来，体育系统内部的一般经济问题随之升级为体育产业理论问题。在许多体育发达国家，体育产业成为国民经济的支柱产业已经成为不争的事实。在我国，体育产业刚刚兴起，许多理论问题与实践问题尚未解决，大量政策法规亟待出台，一些思想禁区有待突破，各经济部门与全社会对接受“体育产业”的概念还需要有一个较长的过程。

为了进一步推动体育产业的健康发展，在理论上给体育产业在国民经济与社会发展中一个准确定位，在实践上让体育产业在新的世纪获得更大的发展空间并对经济发展做出更大贡献

献，我们将对这一领域展开深入的研究。我们将这一课题概括为对“体育产业成为国民经济新的增长点”这样一个假设命题的论证。

本课题的主要任务是：

1. 阐释有关体育产业的基本理论问题，如体育产业的概念、性质、分类、指标体系等；
2. 表述中国体育产业与体育市场的发展历史、现状与趋势；
3. 介绍世界体育产业的发展进程并与中国的情况进行比较；
4. 论证体育产业成为国民经济新的增长点的必要性与可行性；
5. 提出 21 世纪我国发展体育产业的基本对策。

本课题由总报告与 12 个分类研究报告和 12 个地方研究报告组成。

本课题主要采用文献资料、社会调查、市场调查与专家研讨等研究方法。

本研究得到了国务院、国家计委、国家科委、国家体育总局的高度重视，确立为国家科技部软科学课题。

二、有关体育产业的理论问题

(一)体育产业概念的提出与界定

在改革开放以前，我国没有“体育产业”的概念，而只有“体育事业”这一广义的概念。随着我国经济的发展、经济体制改革的深入、产业结构的调整和产业分类与国际接轨，以及对体育事业的认识的加深，1985 年起，我国经济统计开始采用联合国及世界大多数国家采用的三次产业分类法。在国务院公布的