



现代体育经济学

张保华 编著



Supported by Fok Foundation

现代体育经济学

张保华 编著

中山大学出版社

·广州·

版权所有 翻印必究

图书在版编目 (CIP) 数据

现代体育经济学/张保华编著. —广州: 中山大学出版社, 2004.9
ISBN 7-306-02378-0

I. 现... II. 张... III. 体育经济学 IV. G 80-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 092044 号

责任编辑: 阮 继

封面设计: 欧阳健

责任校对: 曾育林

责任技编: 黄少伟

出版发行: 中山大学出版社

编辑部电话: (020) 84111996, 84113349

发行部电话: (020) 84111998, 84111160

地 址: 广州市新港西路 135 号

邮 编: 510275

传 真: (020) 84036565

印 刷 者: 南海系列印刷公司

经 销 者: 广东新华发行集团

规 格: 889mm × 1194mm 1/32 12.5 印张 360 千字

版 次: 2004 年 9 月第 1 版

印 次: 2004 年 9 月第 1 次印刷

定 价: 25.00 元

本书如有印装质量问题影响阅读, 请与承印厂联系调换



● 与霍氏基金管理人 Prof. Redmond 在一起



● 与著名经济学教授 Prof. Shea 在一起

Preface: *Modern Sport Economics*

As Coordinator of the Fok Physical Education and Sport Exchange program it is with pleasure and excitement that I have the opportunity to write the Preface for Professor Zhang Bao - hua's new text: *Modern Sport Economics*. The publication of this text was supported by the Fok Physical Education and Sport Exchange Program. This exchange program, between Springfield College (Springfield, MA USA) and Zhongshan University (Guangzhou, PRC), was established in 1996 with the goal of exchanging knowledge and experiences relating to physical education and sport of the respective countries. Exchanges have included faculty, administrator, and student/athlete visit to the respective campuses.

The concept for *Modern Sport Economics* was conceived while Professor Zhang was studying Sport Management at Springfield College as part of a one - year exchange experience. During his studies at Springfield College he studied under Professor Thomas Shea of the Economics Department who teaches Sport Economics. With Professor Shea's encouragement and support the concept of the text was developed. Professor Shea provided materials, resources, and direction for the development of the text and was always available to discuss topics with Professor Zhang. The publication of the text would not have happened without the efforts and support of Professor Shea whom Professor Zhang is proud to call a colleague.

Utilizing his extensive research, lessons provided by Professor Shea and a year studying sport in the United States Professor Zhang has been able to develop a text that will be an exceptional addition to the Sport Management literature. What makes this text of particular value is the timing of its publication. With the World Cup having just been completed in Japan and Korea, the Olympics scheduled for Beijing in 2008 and the increased interest in sport and recreation among the citizens of China and other Asian countries

this text will be an outstanding resource and instructional tool for students and scholars who are interested in studying Sport Economics.

Springfield College and the Fok Sport and Physical Education Exchange are very proud to have been a part of the publication of *Modern Sport Economics*. The publication of the text not only recognizes the efforts of a very talented Sport Economics scholar, Professor Zhang Baohua of Zhongshan University it demonstrates the success of the Fok Exchange program. As *Modern Sport Economics* is published, I look forward to the publication on two additional texts Professor Zhang is preparing, *Sports Marketing and Sport Management* as well as the continued exchange of ideas and learning the Fok Physical Education and Sport Exchange program has provided Springfield College and Zhongshan University.

Charles J. Redmond, LATC, PT

Coordinator, Fok Physical Educations and

Sport Exchange Programs

Springfield College

Springfield, MA USA

序

作为春田学院霍氏体育教育和体育运动交流项目的基金协调人，我很高兴能为张保华教授的新书《现代体育经济学》一书写序，该书是由霍氏体育教育和体育运动交流项目资助出版。美国春田学院和中国广州中山大学之间的霍氏体育交流项目开始于1996年，主要目的是加强两校之间的体育教育和体育运动知识和经验的交流。交流项目包括两校之间的教职员工和学生/运动员的互访。

《现代体育经济学》一书是张教授在美国春田学院学习体育管理时，计划写作的三本书之一，另外两本是《体育市场营销学》和《体育管理学》。在美国春田学院一年的学习中，张教授在经济学系 Thomas Shea 教授的指导下学习体育经济学。他在 Thomas Shea 教授的帮助、鼓励和指导，完成了《现代体育经济学》一书的写作提纲。为了帮助张教授早日完成《现代体育经济学》一书的写作，Thomas Shea 教授把他自己保存的珍贵的体育经济学资料、资源提供给了张教授，并且经常就写作提纲与张教授进行讨论。没有 Thomas Shea 教授的支持和努力，该书也就不可能出版。张教授非常感谢 Thomas Shea 教授的帮助和支持。

张教授是一位勤奋好学的学者。在春田学院的一年的时间里，张教授翻阅了大量的文献资料，充分掌握了体育经济学的发展状况。这本书的出版发行非常及时，它的出版发行将为体育管理的发展提供有用的参考文献。随着世界杯的结束，2008年奥运会的到来，以及中国和亚洲其他国家体育和休闲兴趣的提高，《现代体育经济学》一书的出版对有兴趣研究体育经济学的研究者和学生将是一本出色的参考资料和指导工具书。

体育经济学是张教授在春田学院选修的课程之一，经过一年的学习和计划，现在终于完成了该书的写作，春田学院和霍氏体育教育和体育运动交流项目深为张教授的《现代体育经济学》的出版感到自豪和骄傲。《现代体育经济学》一书的出版，不仅是张教授在美国春田学院的学习成果，而且标志着春田学院与中山大学的体育文化交流又获得了成功，也是两校体育文化交流的结晶。在《现代体育经济学》出版发行之际，我预祝另外两本计划写作的《体育市场营销学》和《体育管理学》早日出版发行，并希望双方的交流在未来的日子里取得更大的成绩。

查尔斯·J. 瑞得曼，LATC，PT

霍氏体育教育和体育运动交流项目基金协调人

春田学院

美国麻省春田

内容简介

自 19 世纪 60 年代中期,西方国家对体育的需求以惊人的速度增长,体育的产值已经超过其他一些行业,形成了一个特殊的行业——体育产业。随着世界经济的发展和产业结构的调整,体育产业不断发展壮大,在国民经济中的地位不断提高。人们在惊叹体育产业发展的同时,也在不断探索体育产业发展的规律。虽然体育产业在我国刚刚起步,但已表现出强劲的发展势头,其产品的需求正呈几何级数增加,许多地方政府都把体育产业作为拉动内需、促进当地经济发展的支柱产业加以培育和扶持。在体育产业快速发展的同时,我们也应该看到,体育产业内部、体育产业与其他产业间的矛盾日益暴露出来,如体育产业的核算、体育产业的开发、体育市场秩序等有待改进。这些矛盾已开始影响体育产业的健康发展。体育产业作为一个相对独立的经济产业,除了具有一般产业的基本特征外,还具有自身的专业特色。体育产业要进一步向深度和广度发展,需要加强对体育经济的研究。我们要更深入地理解和掌握体育产业发展的基本规律,从而制定出适合体育产业发展的产业政策,解决体育产业发展过程中的新问题、新现象。

我国体育界对体育经济现象、经济规律的研究长期受计划经济和我国体育产业发展现状的影响,起步晚,缺乏系统深入的研究,特别是对体育经济的研究更是滞后于体育产业的发展,至今仍缺乏系统的体育经济研究的专著。本书写作的目的就是试图在体育经济研究方面做些尝试。

本书共分成 4 个部分。第一部分是现代体育经济的发展概论,介绍现代体育经济的背景和发展以及现代体育经济的基本内容及研究状况;第二部分介绍现代体育经济学的理论基础;第三部分介绍现代体育市场概论;第四部分介绍现代体育经济发展当前面临的问题。

前 言

体育与经济本来是不相关的两个领域，随着现代体育运动的发展和人民生活水平的不断提高以及健康意识的增强，引发了人们对体育活动及体育比赛的兴趣，参与体育活动的人数不断增加，活动项目日新月异，健身、休闲作为一种娱乐方式不断受到重视，基本上形成了一个需求，吸引了众多国内外企业家的关注和介入，特别是2008年北京成功申办奥运会，将为众多商家提供千载难逢的机会。国外一些著名的企业将借助北京奥运会进行商业开发，开拓中国市场，中国企业也将借助北京奥运会走向世界。

目前，中国政府已经意识到体育消费的巨大市场潜力和价值，特别将体育消费作为扩大内需、拉动经济增长的一项措施提出来。国家体育总局制定的《2000~2010年体育改革与发展纲要》中指出，到2010年体育产业产值将达到GDP总值的1.5%左右。体育消费市场的形成为中国体育经济的发展注入了新的活力。体育经济的发展已被很多经济发达国家和地区认同并加以扶持和培育，特别是相关领域的经营和策划，已显示出强劲的发展势头。

随着经济的不断发展和产业结构的调整，体育产业异军突起，呈现出强劲的发展势头和活力。体育产业作为地区经济发展的支柱产业和新的经济增长点受到了普遍重视，在西方发达国家体育产业促进了地区及国家经济的发展已是不争的事实。在西方经济发达国家，体育经济对该国的国民经济都有很重要的影响，很多国家都制定了体育经济发展规划及法规，实施体育经济发展战略；而体育经济在我国还刚刚开始，我国是发展中国家，在拉动内需、扩大消费的指导下，我国体育消费将成为一个热点，也将在我国的经济发展中起着重要的作用。《现代体育经济学》是本人在美国学习期间，根据体育经济学教授的授课内容和个人的理解及国内外最新的相关资料，并参考了美国

最新出版的体育经济学书籍编著而成，希望这本书对有兴趣了解体育经济发展的现状和规律的读者有一定的指导作用。

在本书编写过程中，参考了许多国内外最新出版的体育经济学和商业体育的书籍和资料，对主要参考的资料附录于后，并向作者表示谢意；同时感谢中山大学外语学院吴伟英老师完成了本书的部分翻译工作。由于作者水平有限，书中尚有疏漏之处，恳请读者批评指正。

作者

2003年10月于广州

目 录

第一部分 现代体育经济的发展概论

第一章 现代体育经济的背景分析	(3)
第一节 现代体育经济的背景	(3)
一、第三产业的发展为体育经济的发展提供了条件和空间	(3)
二、现代体育的发展为体育经济的发展奠定了基础	(5)
三、体育本身的特殊功能	(6)
第二节 现代体育的发展对经济的推动作用	(9)
一、生活水平与体育消费关系紧密	(15)
二、高水平竞赛活动推动了体育市场的发展	(16)
三、传媒技术的发展促使了体育市场的成熟	(16)
四、新闻媒体的宣传炒作作为体育产业的发展起了“催化”作用	(17)
五、体育赞助提供了源源不断的比赛经费来源	(17)
第三节 现代体育的经济动力	(18)
第四节 现代商业体育的发展与体育产业的崛起	(22)
第二章 现代体育经济的基本内容及研究状况	(25)
第一节 现代体育经济的分析及研究方法	(25)
一、研究状况	(25)
二、体育经济影响的不同评估方法	(31)
三、英国体育经济的重要性的研究	(33)
第二节 现代体育经济的形成和发展	(39)
一、现代体育经济的形成过程	(39)

二、现代体育经济的发展特点	(44)
三、体育经济产业化的标志	(45)
第三节 现代体育经济的性质	(47)
第四节 现代体育经济的地位和作用	(49)
一、体育经济在国民经济中的地位	(49)
二、体育经济在国民经济中的作用	(50)
第五节 国内外现代体育发展与体育经济研究	(52)
第六节 现代体育经济学的研究对象、范围及方法	(56)
一、现代体育经济学的特点	(56)
二、现代体育经济学的研究对象及任务	(56)
三、现代体育经济学的研究范围	(57)
四、现代体育经济学的研究方法	(59)
第三章 现代体育发展概论	(61)
第一节 现代体育的形成和发展	(61)
一、传统体育的形成和发展	(61)
二、现代体育的演变和发展	(62)
三、现代体育的特征	(63)
第二节 现代体育的概念	(66)
一、什么是体育	(66)
二、体育的本质	(68)
三、体育的本质功能	(68)
四、现代体育的演变	(69)
第三节 现代体育的分类及特征	(71)
一、现代体育的分类	(71)
二、分类的含义和特征	(74)
三、现代体育发展的背景	(77)
第四章 现代体育产品论	(81)
第一节 现代体育产品的行业背景	(81)

第二节 现代体育产品的性质及其特征	(83)
一、体育产品的性质和特征	(83)
二、什么是体育产品	(86)
三、体育产品与体育产业的区别	(92)
第三节 现代体育产品市场	(93)
一、体育产品涉及的范围、内容及分类	(93)
二、体育产品与实物产品之比较	(94)
三、体育产品的使用价值和价值	(98)
第四节 现代体育无形资产	(100)
一、现代体育无形资产产生的背景	(100)
二、体育无形资产的概念	(101)
三、体育无形资产的内容	(101)
四、体育无形资产的特征	(102)

第二部分 现代体育经济的理论基础

第五章 现代体育的需求及弹性	(107)
第一节 现代体育的需求及特征	(107)
一、体育需求的概念	(107)
二、体育需求的产生	(109)
三、体育需求的特征	(110)
第二节 现代体育需求规律	(111)
一、体育需求量的决定因素	(111)
二、体育需求函数	(114)
三、体育需求量和价格之间的关系	(115)
四、体育需求量变化的规律性	(116)
五、体育需求曲线的水平变动的规律性	(122)
第三节 现代体育需求弹性	(123)
一、弹性与体育需求弹性	(123)
二、影响体育需求弹性的因素	(125)
三、体育需求价格弹性	(126)

四、体育需求收入弹性	(131)
五、体育需求交叉弹性	(132)
第六章 现代体育供给及弹性	(134)
第一节 现代体育供给的含义及特征	(134)
一、体育供给的含义	(134)
二、体育供给的特征	(138)
三、影响体育供给的因素	(139)
四、体育的供给函数	(141)
第二节 现代体育供给规律与弹性	(142)
一、体育供给规律	(142)
二、体育供给弹性	(145)
三、影响体育供给弹性的因素	(150)
第三节 现代体育供求均衡及规律	(151)
一、体育供给与需求的矛盾	(151)
二、体育供给与需求的均衡	(153)
三、体育供求均衡的调控	(157)
第七章 现代体育需求评估	(159)
第一节 个体和市场需求之间的关系	(159)
第二节 现代体育需求曲线——消费者剩余	(161)
一、体育的效用、体育的总效用、体育的平均效用和体育的边际效用	(161)
二、体育消费者剩余	(162)
三、以基数效用论为基础的体育需求曲线	(164)
第三节 现代体育市场中的价格决定	(168)
第四节 现代体育需求的经验评估	(181)
一、直接的市场经验	(182)
二、时间系列比较	(182)
三、旅行成本方法	(183)

四、体育旅行成本需求曲线的获得	(184)
-----------------	-------

第三部分 现代体育市场概论

第八章 现代体育市场	(193)
------------	-------

第一节 现代体育市场的概念及特点	(193)
------------------	-------

一、现代体育市场的概念	(193)
-------------	-------

二、体育市场的作用	(195)
-----------	-------

三、体育市场的特点	(196)
-----------	-------

四、体育市场的分类	(198)
-----------	-------

第二节 现代体育市场结构	(201)
--------------	-------

一、完全竞争的体育市场	(202)
-------------	-------

二、垄断竞争的体育市场	(203)
-------------	-------

三、寡头垄断的体育市场	(205)
-------------	-------

四、完全垄断的体育市场	(207)
-------------	-------

第三节 现代体育市场机制	(210)
--------------	-------

一、体育市场机制的概念	(210)
-------------	-------

二、体育市场机制的特征	(213)
-------------	-------

第九章 现代体育消费市场	(215)
--------------	-------

第一节 现代体育消费的分类和影响因素	(215)
--------------------	-------

一、体育消费的市场分析	(215)
-------------	-------

二、体育消费的概念和意义	(217)
--------------	-------

三、体育消费的分类	(220)
-----------	-------

四、体育消费的特点	(223)
-----------	-------

五、影响和制约体育消费市场开发的因素	(225)
--------------------	-------

第二节 现代体育消费方式	(225)
--------------	-------

一、体育消费方式的概念	(225)
-------------	-------

二、影响体育消费方式的因素	(227)
---------------	-------

三、体育消费方式的合理化	(229)
--------------	-------

第三节 现代体育消费效果	(231)
--------------	-------

一、体育消费效果的概念	(231)
二、体育消费效果的衡量	(232)
三、体育消费效果的评价	(233)
第十章 现代体育劳动市场	(236)
第一节 体育劳动市场的一般理论	(236)
一、体育劳动的供给	(238)
二、体育劳动的需求	(239)
三、体育劳动的工资决定	(240)
四、体育劳动的工资差异	(247)
第二节 运动员薪水理论	(248)
一、运动员薪水	(248)
二、运动员收入的分布	(256)
三、预测	(265)
第十一章 美国体育特许权市场	(273)
第一节 四大联赛特许权发展分析	(273)
一、特许权的历史	(273)
二、棒球特许权市场	(274)
三、NBA 篮球特许权市场	(277)
四、美国国家足球联盟特许权市场	(279)
五、美国全国冰球联盟 (NHL) 特许权市场	(282)
六、特许权市场一览表及特许权所有人和“福布斯 400”	(284)
七、特许权价格	(287)
第二节 特许权市场经济学	(297)
一、必然性的世界	(297)
二、不确定性	(301)
三、市场泡沫	(304)