

■ 高等学校教材



体育产业概论

主 编 杨铁黎

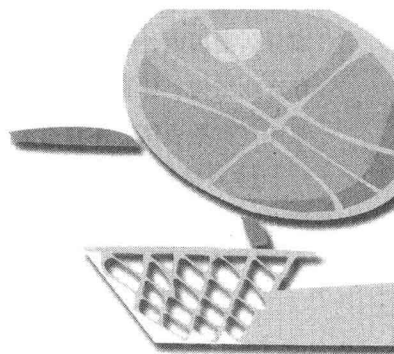
副主编 王子朴 林显鹏

靳英华 陈锡尧



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS

高等学校教材



不外借

Tiyu Chanye Gailun

体育产业概论

主 编 杨铁黎

副主编 王子朴 林显鹏

靳英华 陈锡尧

内 容 简 介

本教材全面系统地介绍了体育产业的相关基本理论和实践运作的基本规律等内容,基本理论部分包括国内外体育产业产生与发展的经济社会背景、体育产业内涵、体育产品、体育商品、体育产业结构、体育市场内涵、体育市场特征、体育市场结构、体育消费等;实践运作部分包括职业体育市场运作、体育资本运作、体育无形资产运作、体育彩票运作等。

本教材知识系统,覆盖面宽,数据新,理论结合实践,难度适中,可作为高等体育院校体育经济专业、体育管理专业、社会体育专业等基础课程教材,也可供其他体育学科和社会读者选用。

图书在版编目(CIP)数据

体育产业概论/杨铁黎主编. —北京:高等教育出版社, 2010. 3

ISBN 978-7-04-029561-0

I. ①体… II. ①杨… III. ①体育经济学: 产业经济学 - 高等学校 - 教材 IV. ①G80-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 042812 号

策划编辑	肖形岭	责任编辑	王冰恽	封面设计	韩璐儿
版式设计	韩璐儿	责任校对	陈 莲	责任印制	朱学忠

出版发行	高等教育出版社	购书热线	010-58582141
社 址	北京市西城区德外大街 4 号	网 址	http://www.hep.com.cn
邮政编码	100120		
总 机	010-58581000		

印 刷 北京联兴盛业印刷股份有限公司

开 本	787×960 1/16	版 次	2010 年 3 月第 1 版
印 张	17.25	印 次	2010 年 3 月第 1 次印刷
字 数	330 000	定 价	28.00 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 29561-00

前 言



体育产业是在一定社会历史背景和经济文化条件下产生、发展的。它是随着现代先进国家经济发展和现代体育发展而发展的一个新兴行业。它是介于宏观经济层面和微观经济层面之间的中观经济层面的一个相对独立的经济领域。从它的产生和发展的整个历程来看，始终伴随着国家经济和社会的发展而发展。从 20 世纪 80 年代开始，体育产业已逐渐成为一些发达国家经济发展的一个重要经济领域，在美国、日本、德国、加拿大、英国、澳大利亚、意大利等国家已经成为支柱型产业。它不仅在国民经济发展中起到越来越重要的作用，地位越来越突出，而且也在满足人们体育需求，提高人们生活质量等方面起到越来越重要的作用。体育产业不仅是国民经济发展的一个重要组成部分，也已成为现代体育的一个重要组成部分。

我国改革开放 30 年来，在“有计划的商品经济”到建立“社会主义市场经济体制”的过程中，体育产业也适应着我国经济社会和体育事业的发展而得到快速发展。我国体育产业经历了初期萌芽阶段的“抓紧体育改革，推进体育社会化”；到初步发展时期的“以体养体，自负盈亏”和“以体为主，多种经营”；再到逐步发展阶段的“面向市场，走向市场，以产业化为方向”；直到今天快速发展阶段形成了“多业并举、门类齐全、规范发展的体育产业体系”。目前我国体育产业已初具规模，体育产业框架已经基本形成，作为国民经济新的增长点的地位已初步确立。

当前形势下，无论是政府、企业，还是专家学者都非常清醒地认识到，我国体育产业要保持持续稳定的快速发展势头，增强国际市场上的竞争优势，其核心竞争力在于人才的培养。因此，体育产业的专业人才的培养越来越受到方方面面的重

视，把培养体育产业的专门人才作为振兴我国体育产业，提升经营管理水平的一项重要举措。到目前为止，我国已经有多所高等院校开设了与“体育产业经济”相关的专业，几十所高等体育院校开设了“体育产业”课程。一批受过专业教育的体育产业经营管理人才已经走上了实践岗位，为我国体育产业的快速发展发挥着重要作用。

“体育产业概论”是关于体育产业属性、体育产业结构、体育市场、体育消费、体育产业政策等基本理论及与之相对应的职业体育、体育无形资产、体育博彩等一般运行规律的全面概括和系统归纳的一门课程。本教材是由首都体育学院、北京体育大学、上海体育学院等学校的专业教师在十几年的教学积累和讲义及教材的基础上，对体育产业的基本理论和内容进行梳理和提炼编写而成的，集中体现了近年来国内外体育产业的最新理论和成果，收集了一些典型的实践案例，具有很强的理论性、系统性和实践性，适用于体育经济管理类专业的本科生和研究生，也适用于体育相关专业学生的学习参考。

本教材在编写过程中突破以往相关教材的框架体系，根据体育产业基本内容的构成，以篇的形式加以贯穿。本书分为三篇，第一篇为历史与现状篇，该篇以描述性的方式，重点介绍了国内外体育产业起源、发展过程与现状，引用了最新相关数据和资料；第二篇是理论与政策篇，该篇重点突出体育产业的理论性，以学理性的方式探讨体育产业的基本理论与政策问题，吸纳和整理了国内外成熟的理论和新观点，使学生可以全面了解体育产业的基本理论问题；第三篇是实务与运营篇，该篇的特点是突出体育产业的可操作部分，结合体育产业实践选取了一些优秀案例，在介绍相关理论的同时，注重强调其实践性。

本教材在上述框架基础上共分十一章，由来自全国的十几位体育产业的专家集体协作完成。各章节的具体分工如下：第一章体育产业的产生与发展，第一节由玉杰（北京师范大学）撰写，第二节由陈锡尧（上海体育学院）、王岩（上海体育学院）撰写。第二章中国体育产业的发展与现状，由林显鹏（北京体育大学）撰写；第三章体育产业的基本理论，由玉杰、杨铁黎（首都体育学院）撰写；第四章体育市场，由张慧峰（燕山大学）、靳英华（北京体育大学）撰写；第五章体育消费，由王子朴（首都体育学院）撰写；第六章体育产业政策，由詹新寰（江西财经大学）、靳英华撰写；第七章职业体育，由张文健（温州大学）撰写；第八章体育无形资产，由杨铁黎（首都体育学院）撰写；第九章体育资本运营，由王子朴撰写；第十章体育彩票，由李钢（上海财经大学）撰写；第十一章奥运经济，由董杰（首都体育学院）撰写。杨铁黎负责全书的总体策划和统稿。

本书在撰写过程中，承蒙高等教育出版社肖彤岭先生的支持，同时还得到诸多专家学者的热心指导，并参考和引用了许多专家的学术观点和相关文献，在此一并致以由衷的谢意。

由于“体育产业概论”是一门发展中的新兴学科，有许多理论问题和实践问题尚在探索之中，加以作者的水平有限，如有不当之处，请读者给予批评指正。

作者

2009年8月8日

目 录



第一篇 历史与现状篇

第一章 体育产业的产生与发展 /3

第一节 体育产业的起源与发展 /3

第二节 我国体育产业的产生与发展 /12

第二章 中国体育产业的发展与现状 /24

第一节 我国体育产业发展总体状况 /24

第二节 我国体育产业各领域的发展状况 /26

第三节 我国体育产业发展的主要问题 /32

第二篇 理论与政策篇

第三章 体育产业的基本理论 /39

第一节 体育产品 /39

- 第二节 体育产业 /50
- 第三节 体育产业结构 /65

第四章 体育市场 /72

- 第一节 体育市场的需求与供给 /72
- 第二节 体育需求弹性和供给弹性 /85
- 第三节 体育市场结构 /91

第五章 体育消费 /99

- 第一节 体育消费概述 /100
- 第二节 体育消费水平 /107
- 第三节 体育消费心理 /109
- 第四节 我国体育消费的发展趋势 /113

第六章 体育产业政策 /116

- 第一节 体育产业政策 /116
- 第二节 体育产业结构政策 /118
- 第三节 体育产业组织政策 /124
- 第四节 体育产业布局政策 /133
- 第五节 其他体育产业政策 /136

第三篇 实务与运营篇

第七章 职业体育 /143

- 第一节 职业体育的产生与发展 /143
- 第二节 职业体育组织的本质 /148
- 第三节 职业体育组织的主要经营渠道 /154

第八章 体育无形资产 /167

- 第一节 体育无形资产的基本理论 /167
- 第二节 体育无形资产的经营与管理 /174
- 第三节 体育赞助的营销 /178
- 第四节 体育赛事转播权的营销 /185
- 第五节 体育赛事特许经营权的营销 /193

第九章 体育资本运营 /202

- 第一节 资本运营的基本内涵和模式分析 /203
- 第二节 体育资本概述 /207
- 第三节 体育资本运营案例 /212
- 第四节 我国体育资本运营的现状和前景预测 /215

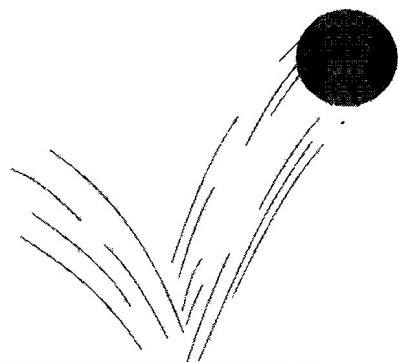
第十章 体育彩票 /219

- 第一节 体育彩票概述 /219
- 第二节 国外体育彩票发展的现状 /227
- 第三节 中国体育博彩业的历程和现状 /233

第十一章 奥运经济 /242

- 第一节 奥运经济产生的动因 /243
- 第二节 奥林匹克营销 /248
- 第三节 奥运会对举办城市的经济影响 /256

参考文献 /262



第一篇

历史与现状篇

第一章 体育产业的产生与发展



内容提要：本章共分两节，第一节对体育产业起源的社会经济背景做了介绍和分析，在此基础上简要地介绍了国外体育产业发展现状；第二节以我国政治、经济体制改革以及体育体制改革为背景，对我国体育产业产生与发展的不同阶段做了介绍与分析。

第一节 体育产业的起源与发展

纵观国外体育产业的发展历程，是一个体育运动走向商业化、职业化并与其他行业逐渐融合的过程。在我国体育产业蓬勃发展的今天，回顾国外体育产业的产生和发展历史，从中梳理出体育产业发展的规律和特点，对于我国体育产业的发展具有特殊的借鉴意义。

一、国外体育产业的兴起

体育产业从无到有，首先是体育运动作为一种产品被纳入商品经济中，成为一种有利可图的经营项目，是体育商业化、业余体育职业化的一个过程。在历史上，最早出现和完成这一过程的是英国和美国。

学者一般认为体育作为一项产业起源于英国。16、17世纪英国的“户外运动”在民间广泛流行，一些贵族和资本家招募比赛表演者，并给予一定的报酬，又通过组织体育比赛获得更多的门票收益。于是这些民间体育在贵族支持和商业赞助的情

况下得以发展。在利益的驱使下，以体育为职业的人群逐渐发展壮大，体育比赛也出现了商业化的趋势。1750年，英国贵族资助成立的赛马俱乐部按照所有权与经营权分离原则进行经营，开创了现代体育俱乐部法人治理结构和制度安排，^①这种模式很快在板球、拳击等其他项目中推广开来。这一时期，商业利润逐渐成为组织者的主要目标，建立了国家和国际的比赛体系，出现了体育明星，有关体育的报道和赌博增加，体育比赛影响越来越大，甚至可以使举办重大比赛的整个城市为之停止运转。^②体育的社会影响力和对相关产业的带动作用在这时已经展现出来。

英国工业革命在19世纪30年代完成，英国的体育产业特别是职业体育已经演化成为一个系统，体育组织、比赛规则、经营机制等都开始趋于专业化，进入现代资本运作时期，传统意义上的职业体育俱乐部成立。^③职业俱乐部制也成为后来欧洲职业体育的主导模式。

体育产业在英国的起源有着深厚的历史背景，是由英国当时的经济、社会、文化条件造成的。

首先，资产阶级革命为英国建立起了资本主义制度，为商品经济的发展打开了一片广阔的天地，体育的商业化正是商品经济快速发展的结果，市场的交易规则、经营模式、组织结构等可以很方便地应用于体育运动的经营，只要有运动项目有利可图，便会吸引资本与人才进入这一领域来经营。

其次，体育产业的产生基本与英国工业革命在同一时期，机器大工业使得各行业产值得到飞速增加，经济条件的改善为英国人提供了追求运动和娱乐需要的可能，也为体育产业的发展奠定了物质基础。

第三，英国是世界上第一个实现城市化的国家，居民工作和生活方式发生巨大变化，人身自由的扩大和对非劳动时间的支配能力为体育产业准备了前提条件。

第四，足球、拳击、橄榄球、高尔夫等户外运动是当时英国贵族与资本家的时尚追求，这种运动需求带动出现了一些专为体育运动提供服务的企业和个人，并促使运动俱乐部出现。

17、18世纪是英国向全世界大肆殖民扩张的时代，英国的文化习俗、经济制度等也随之向全世界传播开来，其中的北美殖民地在获得独立后依然继承了英国的体育文化。从19世纪初开始，美国人就借鉴英国的经验创建商业化的体育俱乐部。但是，英国俱乐部制的成功在很大程度上源于早期贵族不计经济利润的慷慨赞助，

^① 吴超林、杨晓生，《体育产业经济学》，北京：高等教育出版社，2004.6.

^{②③} 丛湖平，《体育产业理论与实践》，北京：人民体育出版社，2006.12.

如果没有这笔资金作为原始积累,单一的俱乐部很难凭借自身的力量维持生存。而美国恰恰缺少贵族阶层,讲求实效的美国资本家不会白白把资金浪费在无利可图的体育运动上,于是美国人放弃了单一的俱乐部模式,转而创立了职业体育的联盟体制。1871年部分职业棒球队联合成立了全美棒球协会,凡是给尖子队员支付薪金的棒球俱乐部都可加入该协会。1876年有“棒球沙皇”之誉的威廉·赫尔伯特接管了全美棒球协会,将全美棒球协会改为全美棒球联盟,随后即着手制定联盟的各项规则,并有计划、有步骤地开发棒球联赛的市场,进行联盟的垄断经营。棒球职业联盟的成功运作,使得这种体制很快在篮球、美式橄榄球、冰球等项目中推广,成为美国体育产业的主导模式。

职业体育联盟制使得联盟在全国范围内对该运动项目的经营形成垄断优势,联盟可以获得高额的垄断利润,联盟成员即各俱乐部(运动队)自然也有丰厚的经济收益。强大的赢利能力使得美国体育产业在后来取得了惊人的经济成就。

在今天的体育产业中,大众体育也是重要的组成部分,但在17—19世纪,受制于社会经济水平,体育健身娱乐的消费规模很小,在整体上远未形成产业,直到20世纪中叶,欧美在二次大战之后的经济重新崛起时,体育健身娱乐消费才真正实现了平民化、普遍化和生活化,大众体育才有了产业地位。经过短短几十年的发展,后发的体育健身娱乐业已在产业规模和产值上超过了先发的竞赛表演业,而成为体育的主导产业。^①

总结起来,体育产业的产生包含两条基本线索:一是体育走向商业化和职业化的过程,二是职业俱乐部制和联盟制两大运作模式的形成过程。^②我们把英国和美国称为体育产业的两大发源地,除了因为现代体育产业中主要的运动项目诞生于这两个国家,更重要的是,体育运动在这两个国家第一次能够创造财富、独立发展,成为国民经济中不可忽视的组成部分,并且其创立的职业俱乐部制和联盟制成为后来各国体育产业发展的两大基本模式,对全世界体育产业的发展产生了深远影响。

^① 王平,《世界体育产业发展趋势及我国体育产业发展思路探讨》,中国社科院研究生院, www.cnki.net

^② 鲍明晓在《中国体育产业发展报告》中将竞技体育职业化与大众体育商业化并列作为体育产业起源的两大内容,但笔者认为,在体育产业发端的17、18世纪,大众健身娱乐远未形成产业,因而本文只以竞技体育的商业化和职业化作为体育产业化的主要内容。

二、国外体育产业的发展

20世纪50年代之前, 尽管西方发达国家的体育产业已经起步, 但由于经济、社会条件的限制, 特别是体育尚未实现大众化, 而且战争频繁, 两次世界大战对各国经济影响非常严重, 体育产业的规模很有限, 并没有在国民经济中显现出重要作用, 体育产业基本还处于初创阶段。

二战结束之后, 社会主义国家实行计划经济, 体育作为一项事业并未形成产业。而在市场经济国家, 随着战后重建工作的展开, 经济逐渐恢复并超过战前水平, 人们的生活水平快速提升, 体育市场需求日益增长, 体育的经济功能得到大规模开发, 体育产业得到了快速发展。特别在20世纪90年代之后, 市场经济被普遍接受, 在许多国家面临产业结构的调整和转换。具有较强产业带动能力和就业吸纳能力的体育产业日益获得西方主要发达国家的关注, 体育产业也在全球范围得到快速发展, 在很多发达国家甚至成为国民经济的支柱产业。总体来看, 今天的体育产业发展呈现出以下几个主要特征:

(1) 体育产业在国民经济中的地位日益突出。20世纪90年代末, 美国体育产业产值占到GDP的2%以上, 在各行业中排第六位; 英国体育产业产值占GDP的1.56%, 直接提供近50万个就业机会; 德国体育产业产值占GDP的1.25%, 法国为1.09%, 意大利为1.06%, 西班牙为1.68%。^① 这些数据表明体育产业已经成为各发达国家经济中不容忽视的部分, 为经济发展提供了一个充满活力的增长点。

(2) 体育产业全球化发展趋势。在体育用品业, 耐克、阿迪达斯等运动用品公司已发展成为规模庞大的跨国公司, 占据了全世界运动服装市场的大半份额; 在竞赛表演业, 欧洲五大足球联赛、美国的NBA都已将全球作为它们的市场, 不仅球迷遍布世界各地, 而且还到许多国家开展赛事推广活动。自1984年洛杉矶奥运会实现盈利之后, 奥运会不再仅仅是体育的盛会, 也同时成为各行各业跨国公司展开经营和竞争的舞台。

(3) 体育产业与资本市场的联系越来越密切。一方面, 体育产业从资本市场募集的资金越来越多, 不仅体育产品制造企业上市, 一些俱乐部也采用股份制, 1997年11月开始, 19家足球俱乐部在英国股票市场上市; 另一方面, 金融机构开始广泛渗透到体育产业, 英国投资公司收购了捷克布拉格斯拉维尔球队29.9%的股份、雅典AEK队80%的股份、意大利维琴察队99%的股份, 并宣称其长远规划是建立

^① 吴超林、杨晓生《体育产业经济学》, 北京: 高等教育出版社, 2004.6.

一个横跨欧洲的足球俱乐部大家庭，通过联合经营提高规模收益。^①

除了这些特征，每个国家的体育产业发展都具有自己的特色，下面简要介绍几个主要发达国家的体育产业发展概况。

（一）美国的体育产业

美国是世界上体育产业最发达、最完善的国家，无论是竞赛表演业、健身娱乐业，还是体育用品业和体育中介服务业，都拥有相当高的产值和重大作用。依据美国著名体育产业杂志《体育经营杂志》（*Sport Business Journal*）2002年的估算结果，2001年，美国体育产业增加值已达到1946.4亿美元，占美国GDP的2%，吸纳就业人口294.9万人，体育产业已经成为美国第七大产业。20世纪80年代至1997年，美国体育产业发展速度很快，体育产业增加值从1986年的470亿美元增至1680亿美元。1997年以后美国体育产业进入缓慢增长阶段（图1-1）。根据美国著名的咨询公司普拉肯特研究公司（*Plunkett Research, Ltd*）的调查，至2007年年底，美国体育产业增加值已达4100亿美元，美国体育产业吸纳的就业人口已超过400万^②。

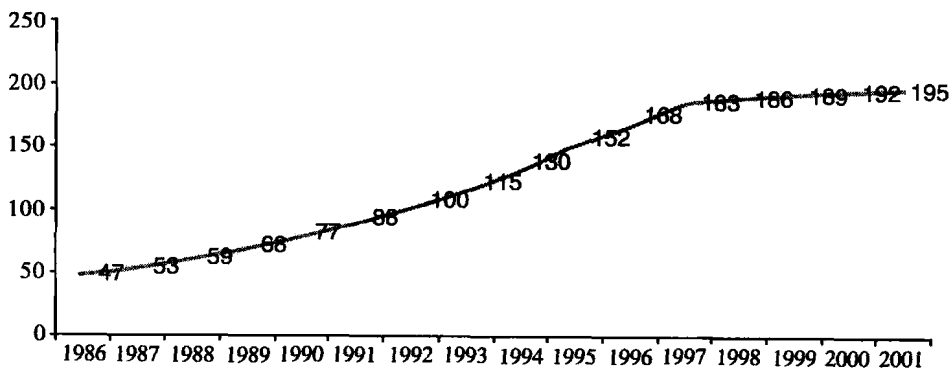


图 1-1 1986—2001 年美国体育产业增加值增长情况

单位：10 亿美元，资料来源：*Sport Business Journal*

从产业结构来看，美国体育产业最为重要的组成部分包括：

1. 健身娱乐业

20 世纪七八十年代后美国的健身娱乐业飞速发展，健身俱乐部在数量、会员数

^① 丛湖平，《体育产业理论与实践》，北京：人民体育出版社，2006.12.

^② *Sport Industry Overview of USA*, Plunkett Research, Ltd.

量、经营效益方面都大幅度提高。目前,美国在体育健身领域最大的5家连锁经营公司共拥有下属俱乐部1989家,其中美国俱乐部系统公司下属661家、高德体育公司下属503家、比利健康和网球公司下属320家、美国俱乐部公司下属255家、中央体育股份有限公司下属250家。这些集团化公司占据了美国体育健身娱乐市场的绝大部分市场份额。健身娱乐业是美国体育产业中一个十分重要的行业,不仅市场规模大、经营水平高,而且组织化程度高,竞争有序、激烈。

2. 职业体育产业

美国职业体育产业从组织架构来看是一个包含观众、球员、俱乐部、联盟、媒体和政府在内的多层面的复杂系统,其中观众是消费者,球员是有特殊技能及高收入的劳动者,俱乐部、联盟和媒体是所有者和经营者,政府则是竞赛表演市场的管理者。从经营内容上看,目前美国大约有20个左右的运动项目进入了市场,走上职业化和商业化的道路。仅棒球、篮球、橄榄球、冰球和足球5个项目就拥有近800个职业队(含少量加拿大的球队)。美国职业体育的总收入大约在30亿美元左右,而到了2007年,已经突破了164亿美元。其中,NFL的收入大约在58.6亿美元左右,MLB的收入是52亿美元,NBA收入是31.3亿美元,NHL的收入大约是22亿美元(表1-1)。更重要的是职业体育已经成为西方发达国家城市更新的重要工具,与城市的经济社会发展的关系越来越密切。

表1-1 美国四大职业体育联盟2007年产业发展情况

收入项目	美国橄榄球联盟 (NFL)	美国棒球联盟 (MLB)	美国篮球联盟 (NBA)	美国冰球联盟 (NHL)
联盟收入(亿美元)	58.6	52	31.3	22
其中电视转播收入(亿美元)	44.91	5.31	11.6	
平均球员工资(百万美元)	1.4	2.7	5.215	1.46
俱乐部数量	32	30	30	30
平均每场比赛观众人数	67 738	31 404	17 759	16 957

资料来源: Sport Business Journal, USA.

3. 体育用品业

20世纪80年代美国体育用品业产生的两大巨头:耐克(Nike)和锐步(Reebok)都很快成为全球知名的品牌。根据美国体育用品制造商协会(SCMA)的年度调查