

服务经济译丛

主编 江小涓 薛 澜
总校译 许德金

体育经济学·第一卷
The Business of Sports Vol. 1

[美] 布拉德·汉弗莱斯
丹尼斯·霍华德 主编
邓亚萍 张宁 侯海强 译

出版社  上海人民出版社

服务经济译丛

主 编 江小涓 薛 澜
总校译 许德金

体育经济学·第一卷
The Business of Sports Vol. 1

[美] 布拉德·汉弗莱斯
丹尼斯·霍华德 主编
邓亚萍 张宁 侯海强 译

图书在版编目(CIP)数据

体育经济学:第1卷/(美)汉弗莱斯
(Humphreys, B. R.), (美)霍华德(Howard, D. R.)主编;
邓亚萍 张宁 侯海强译. —上海:格致出版社:上海
人民出版社, 2012
(服务经济译丛/江小涓, 薛澜主编)
ISBN 978-7-5432-2078-2

I. ①体… II. ①汉… ②霍… ③邓… ④张… ⑤侯…
III. ①体育经济学-研究 IV. ①G80-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 053704 号

责任编辑 谷 雨
装帧设计 陈 楠

服务经济译丛

体育经济学·第一卷

[美]布拉德·汉弗莱斯 丹尼斯·霍华德 主编
邓亚萍 张宁 侯海强 译

出 版 格致出版社
世纪出版集团 www.hibooks.cn
www.ewen.cc 上海人民出版社
(200001 上海福建中路193号24层)



编辑部热线 021-63914988
市场部热线 021-63914081

发 行 世纪出版集团发行中心
印 刷 苏州望电印刷有限公司
开 本 787×1092 毫米 1/16
印 张 13.75
插 页 4
字 数 272,000
版 次 2012 年 6 月第 1 版
印 次 2012 年 6 月第 1 次印刷
ISBN 978-7-5432-2078-2/F·525
定 价 36.00 元

服务经济译丛

编委会主任 陈清泰

编委会副主任 江小涓 吴敬琏 青木昌彦 薛 澜

编委（按姓氏拼音为序）

白重恩 崔之元 高世楫 黄佩华 季卫东 金本良嗣

李 强 钱颖一 王晨光 王 名 谢德华 (Edward Steinfeld)

查道炯 周大地

校译（按姓氏拼音为序）

常玉田 陈香兰 付 涛 韩 颖 贺秀明 蒋竹怡

马惠琴 孙会军 孙 亚 王 淳 杨丽萍 杨伟超

张筱霖 张 喆 郑佰青 祖利军

服务经济理论的引进借鉴和创新发展

——对“服务经济译丛”的几点说明

“服务经济译丛”即将出版。现将出版宗旨、选书标准和丛书主要内容简介如下。

从经济理论研究的角度观察,“服务”与“商品”的性质有很大差异。服务的定义和测度方法,服务业的劳动分工、规模经济和生产率变化等都有独特性,服务业还广泛涉及一些超经济、非经济的问题。服务业加快发展的含义及其对增长、就业、物价、收入分配和国民福利的影响,比物质产品为主的时期更复杂。理解服务经济,找到适宜的研究思路和分析方法,需要长期理论研究的积累和支撑。

与经济学其他领域相比,我国服务经济理论研究相对滞后。导致这种状况的一个重要原因,是对国外服务经济理论的引入和借鉴不足。发达国家服务业发展较早,已经成为国民经济的主要部门,因而服务经济理论研究也发展较早,相对成熟。翻译一批国外经典文献,是促进我国服务经济理论发展的一项基础性工作。

丛书首批译著共有 15 本书,其中服务经济理论有 6 本,服务行业研究有 6 本,服务全球化研究有 3 本。下面分三个方面,对各本译著的主要内容做一概要介绍,并就理解服务经济特殊性的角度和思路做一些探讨。

一、服务经济理论及相关测度和统计问题

研究服务经济时,最先碰到的困惑往往是服务的独特性质、服务体系的构成和服务业中不同行业的性质差异。服务的本质特点是非物质性,即服务的结果不是有形产品。服务业既包括传统“纯劳务”型的家庭服务、保安服务等,也包括资金、技术高度密集的信息服务和知识含量很高的研发、创意服务等,还包括教育、文化、卫生以及社会管理和政府部门等公共属性很强,市场失灵比较突出的各种服务。不同类型服务业的经济性质很不相同。传统劳务型服务业缺乏规模经济,技术含量低,劳动生产率提高缓慢;而信息服务等现代服务业却具备了技术含量高、规模经济显著、劳动生产率提高快的特征。其中电信网络服务等更具有网络外部性等独特的市场特征。

服务经济的上述特征给理论研究带来不少难题,也导致了一些易误易谬的问题。举几个典型

例子。一是对服务业比重上升的多重含义理解不足。在不少服务业特别是以提供劳务为主的服务业中,劳动生产率上涨缓慢甚至“停滞”,劳动成本的上涨直接传递为服务价格的上涨,此时服务业在国民经济中比重的上升并不是服务量的实质增长,而只是服务价格上升相对较快的结果,这就是所谓的“成本病模型”,已经成为服务经济研究基本出发点之一。但是,国内许多方面包括不少研究者对其理解不足,在主张服务业加快发展的同时,却对“非生产加工环节”在产品价值链中比重上升、服务价格持续较快上涨等现象难以接受。然而,服务业比重上升这种宏观趋势的微观表现,就是产品价值链中服务环节所占比重的上升,不可能只有前者而没有后者。二是对精神和心理需求在服务业发展中的重要性理解不足。在实物经济为主的时期,人们追求食品、服装、汽车、住宅等“物品”,推动了经济发展。而服务经济比重上升,意味着未来的经济增长取决于精神和心理消费在消费总额中比例的上升。如果认为“商品”与“服务”在经济发展中同等重要,就要承认物质和非物质两种消费行为同样重要:爱迪生发明的电灯满足了人们的物质消费需求,任天堂的游戏和迪斯尼的米老鼠满足了人们的娱乐消费需求,然而这种理念远未形成共识。三是服务业的“共性”难以概括,服务业各个行业性质和特点差异大,反映服务业一般特征的普适分析框架不易构造。四是服务业测度和统计困难,服务业统计中存在的缺口和缺陷相对较多。在各国经济统计中,服务经济都是遗漏较多的部门,我国也不例外。

本译丛中主要讨论上述服务经济基本问题的有6本著作。《服务经济思想史——三个世纪的争论》(*Services in Economic Thought: Three Centuries of Debate*)是关于服务业经济理论演进的经典综述。作者对三个世纪以来服务经济思想的发展作了梳理,引述了近百位学者的观点,并对各种理论观点进行比较分析。在结尾部分,作者提出了需要继续研究的问题,今天来看,大部分仍然是服务经济理论研究中最有挑战和最有意义的问题。《服务部门产出的测算》(*Output Measurement in the Service Sectors*)是一本论文集,涉及服务业核算中的根本性、基础性问题。内容包括:使用修正过的数据测算服务部门的产出,服务行业的生产率测算,6个特定服务行业产出的测算等。此外,

还从服务业与制造业的关系、服务业的微观基础、服务业的国际比较以及公共部门四个角度,讨论服务部门的统计测算及其影响。《服务业的增长——成本激增与持久需求之间的悖论》(*The Growth of Service Industries: The Paradox of Exploding Costs and Persistent Demand*)是一本论文集,作者使用多种方法对服务业生产率进行重新测算,探讨服务业成本病是否依然存在、服务业真实产出份额是否下降、服务外包对生产率的影响等问题。建立“成本病模型”的鲍莫尔教授是本书第一章的作者,他根据新的数据,进一步证实了服务业成本病的存在。《服务业——生产率与增长》(*The Service Sector: Productivity and Growth*)也是一本论文集,焦点集中在与服务业增长和生产率有关的问题上,包括生产性服务业在经济增长过程中的作用,服务业对国民经济其他行业生产率的影响,服务业增长与通货膨胀之间的关系,服务业较低的技术变化速度和持续的通货膨胀压力之间的关系等。《生产率——信息技术与美国经济复苏》(*Productivity Information Technology and the American Growth Resurgence*)一书,阐述了自1995年以来,信息技术对美国及全球经济体系所带来的影响,追溯美国经济复苏性增长的源头。作者使用数量分析方法,评估1989—2004年间信息技术对经济发展的贡献。作者在书中所用的方法,已成为生产力测算的国际标准,这项研究也成为分析信息技术与经济增长之间关系的一个范本。《服务业的生产率、创新与知识——新经济与社会经济方法》(*Productivity, Innovation and Knowledge in Services: New Economic and Socio-Economic Approaches*)是一本论文集,鲍莫尔为此书作序并撰写了其中一章。书中论文聚焦于服务业和整体经济增长的关系,讨论的内容包括服务业增长滞后的真实性问题,生产率概念在服务业中的误用问题等。书中还有若干章研究服务业的创新问题,包括知识性服务业的增长和生产率,知识密集型服务业在创新中的作用等。

二、若干服务行业研究

服务部门行业繁多,不同行业性质差异很大。译丛首批选择了6本研究特定行业的著作,重点是国内从经济角度特别是服务业这个角度关注不足的行业,如教育、医疗、体育等行业。这些行业

以往主要被归为“社会事业”领域,对其经济性质重视不够。随着收入水平的提高,愈来愈多的消费者愿意增加教育、文化、卫生等消费支出,使得这些“社会事业”的经济性质明显增强。因此,需要增加经济学的视角,更完整地理解这些行业的多种性质,特别是作为服务产业的性质。这里举两个例子。一是通过市场配置部分资源的必要性。需要看到,由政府提供公共服务并不是真正的免费,而是居民以纳税方式集体付费,以这种方式提供的服务内容,既需要有高度的社会共识,也需要有比较完善的提供网络以保证低收入者也能够平等地分享以保障社会公平正义,例如义务教育、公共卫生和公共文化服务等。而许多非基本公共服务消费需求分布不均匀,愈是中高端消费和新拓展的领域,往往较高收入居民消费较多。例如,城市青年接受高等教育的比例高出农村青年,如果高等教育免费或者财政大幅度补贴,就相当于补贴那些相对高收入家庭的学生。当然,孩子在任何阶段都不应因为家庭贫困而不能接受教育,但解决问题的办法不是所有阶段的教育都免费,而是通过助学体系的建立和完善。二是借鉴经济学分析方法的必要性。例如从前些年某项社会事业投入的平均收益率很高这个现实,就认为今后继续增加投入就会获得同样高的回报率,这种方法在社会事业领域的分析中较常见到,但从经济学的角度看,却是用平均收益率取代边际收益率的不当方法。儿童接受义务教育,提高全面素质,肯定有较高的个人和社会回报,继续接受高中教育和大学教育也可能总体上有正的回报。但是,如果没有跟经济社会发展的趋势有机结合,如果没有能够跟受教育者未来的职业发展需求很好地结合,这种教育服务的投资就有可能回报极低甚至是负回报了。

丛书中有关行业性研究的几本译著,从经济学的角度出发,权衡不同的利益关切,统筹考虑公共资源和市场资源的合理配置问题。《教育与培训经济学》(*The Economics of Education and Training*)是一本论文集,对教育经济学基本研究方法有新的扩展与延伸,反映了教育经济学的新进展。研究内容包括各类资源对学生的成绩的影响,对不同年龄段学生进行政策干预的效果,哪些因素影响教育的经济和社会回报等。书中还研究了与职业培训相关的问题。《要钱还是要命——给美国医疗体制的一剂强药》(*Your Money or Your Life: Strong Medicine for America's Health*

Care System)一书,介绍了美国医疗体系发展的历史和存在的问题,以及各国医疗体制发展改革中的若干共性问题,讨论的内容涉及如何公平而有效地分配稀缺的医疗资源,如何建立符合本国国情的卫生服务及医疗融资体制,如何在保证国民健康水平的前提下控制快速增长的医疗开销等问题。书的前半部分回顾了美国近一个世纪以来医疗卫生领域的发展成果和存在的缺陷,后半部分通过经济学的视角,为如何解决医疗融资、保险覆盖、支付手段以及成本与质量控制等方面的问题提供了独到的建议。《旅游和休闲业——塑造未来》(*The Tourism and Leisure Industry: Shaping the Future*)是一本论文集。作者认为,面对经济社会新的重大变化,需要研究这些变化对未来休闲行为的影响。文集的主要内容包括:人口统计变化和休闲时间的变化,生活步伐放缓的要求与全球化加快发展之间的冲突,文化性休闲行为,生活方式的变化,信息和通讯技术的发展等,以及这些因素对未来休闲和旅游产业的影响。《体育经济学》(*The Business of Sports*)第一卷和第二卷是两本研究体育经济的论文集,涉及的经济视角包括产业组织、团队所有权、投入产出关系、组织价值和市场供求关系、融资和设施建设、市场化及非市场化收益等。前一本文集的内容包括:美国体育产业概况,体育团队盈利能力,大型赛事对举办地区经济社会的影响,职业运动的收益,数字和网络技术的发展对体育转播和内容销售方式等方面影响,大学体育发展等。书中有一章专门分析了中国体育产业的发展状况。后一本文集的内容包括:比赛中的奖金分配问题,体育联盟问题,职业体育中的成本和产出的关系,政府行为和体育活动产生的非市场化收益问题,体育场馆设备的融资问题等。《世界电信经济学》(*World Telecommunications Economics*)是一本关于电信经济学理论和政策问题的概论性著作,可分为电信产业简介、电信经济学理论、管制政策及企业运营四个部分。内容包括:电信业务的供给和需求,电信市场结构及其变化,电信业务运营成本,电信业务价格的确定,电信产业所有权,电信产业的管制政策,电信产业的普遍服务,电信产业经济绩效及服务质量的衡量方法等。

三、服务全球化和服务贸易、服务外包研究

研究服务全球化问题有一些理论特点和现实难点。首先是定义和统计问题。“服务贸易”与

“商品贸易”的含义相差甚远,商品贸易主要的形式是商品的跨境交易,服务贸易却包括服务本身、生产要素、服务提供者或服务消费者中任何一项的跨境移动。服务贸易可分为四种类型:一是过境贸易,即服务产品跨境交易,例如出口影视产品贸易和软件贸易等;二是当地贸易,即服务消费者跨境消费,例如入境旅游、留学生教育等;三是商业存在,即服务供应商跨境提供服务,例如设立外资服务企业;四是自然人过境服务,即服务供应者跨境提供服务,例如从国外聘请教师、医生护士等。由此可见服务贸易定义的宽泛及统计方面的困难。第二,服务外包这种独特贸易形式产生的问题。服务外包影响到国际贸易理论中的一些重要结论,例如贸易双方的距离已经不是贸易流向的决定因素,对贸易区域分布理论产生影响;例如劳动力“虚拟跨境流动”的现象,即不必发生人员跨境流动,却能向境外提供劳务,减弱了距离、文化差异和各国移民政策等因素对劳动力流动限制所产生的影响,而这些影响在传统贸易理论中地位重要。第三,人力资本在服务贸易中的特殊地位。制造业可以以资本和设备为主要载体实现跨国转移,而服务的生产和消费过程都需要人直接参与,人的流动是多种类型服务跨境转移最重要的载体。第四,部分服务业具有社会和政治敏感性。对进入诸如文化、传媒、通信、网络等具有“战略意义”的行业,无论是东道国还是投资方,都要考虑“非经济因素”影响,东道国政府对开放这些行业也相对谨慎,需要权衡利弊,在经济利益和社会成本之间、在开放获益和控制风险之间寻求平衡。

丛书中关于服务全球化方面的译著有 3 本。《国际服务贸易手册》(*A Handbook of International Trade in Services*)对服务贸易做了全面介绍。前半部分包括服务贸易相关理论问题的概述,《服务与贸易总协定》及其影响,服务贸易的基本原理以及不同形态服务贸易的统计方法等。后半部分是若干服务行业的研究,包括金融服务贸易问题,贸易政策对运输服务的影响和作用,国际电信和信息服务贸易协定的谈判,健康服务和健康政策的制定,电子商务的经济规模和监管问题等。《服务业全球化——理论与实践启示》(*Globalization of Services: Some Implications for Theory and Practice*)是一本论文集,除总论外共分三个部分。第一部分阐述服务业外商投资产生的背景,包括

紧随客户、市场营销发展、服务可交易性等。第二部分阐述服务业全球化的理论基础和服务业国际化竞争力的决定因素,包括地理位置、公司竞争力、声誉、专业服务、创造和传播知识的能力等。第三部分介绍几类服务行业的国际化发展案例,包括航空服务、快递服务、酒店服务等。《21 世纪的外包与离岸外包——一个社会经济学视角》(*Outsourcing and Offshoring in the 21st Century: A Socio-Economic Perspective*)也是一本论文集,分为三个部分。第一部分是离岸外包的理论和实践,包括外包的分类、外包方式选择、外包与降低风险和不确定性、电子商务离岸外包等。第二部分是外包决策和风险控制,包括外包决策的分析、外包对风险投资的影响、开放源代码和软件外包问题等。第三部分是印度、德国、西班牙等国别案例分析。书中还有一章专门分析了大型 IT 外包项目“失败”的案例及应该吸取的教训。

最后对丛书的译校者团队作一点简介。

丛书的主编对这套丛书的翻译出版已经准备了数年,从近百本备选文献中挑选出 20 本著作,因版权等方面的原因,最后选定了 15 本作为译丛首批著作。本书翻译团队的成员大多数是长期研究服务经济问题、具有高级职称的著名学者,分别来自中国社会科学院、清华大学、北京大学、复旦大学、北京师范大学、上海交通大学、中央财经大学、对外经贸大学、人民日报社等机构。总校对许德金教授负责组织了以对外经贸大学教师为主的校对团队。为了体现丛书的性质并确保译著质量,翻译工作开始前,译者和校者团队举行过数次工作会议,商议各种细节,形成了丛书统一的规范要求。每本书都经过了三次校对,译者和校者都有过多次沟通,反复修改。总校对除了制订校对的总体方案,还同时承担了所有译著的三校工作,对每本译著均亲自阅读过目,提出具体的意见与建议。我们共同的愿望是,每本译著都能做到意思准确、用语规范、文字流畅。

清华大学公共管理学院产业发展与环境治理研究中心(CIDEG)为丛书的出版提供了资助,CIDEG 的部分学术委员组成了丛书的编委会,对丛书的选择、翻译和出版工作提供学术指导。上海世纪出版集团陈昕总裁长期以来大力支持学术性著作的出版,对这套丛书的出版予以了积极支持,



提出了做好翻译出版工作的具体要求。上海世纪出版集团旗下的格致出版社负责具体的出版工作,何元龙社长、王伟先生及忻雁翔女士深度参与了这项工作,在译校工作全过程中提出了许多重要建议,各本书责任编辑耐心细致地编辑每一本书,为丛书的质量把好了最后一关。

衷心感谢所有为丛书的翻译和出版而努力工作的同仁和朋友。

这套丛书还将努力做下去,译介服务经济领域更多的国外经典和前沿文献,推动我国服务经济理论发展和创新,促进服务业加快发展。

江小涓 薛 澜

目录

1 美国体育产业的规模 1

布拉德·R. 汉弗莱斯 简·E. 鲁塞斯基

2 体育队的盈利能力:国际视角 23

巴巴顿德·布莱莫 罗布·西蒙斯

3 对中国体育产业的观点 43

亚当·安东涅维奇

4 大型赛事:世界最大规模的体育赛事对地方、区域和国家经济的影响 59

维克托·A. 马西森

5 奥运会的筹资问题和经济影响 74

布拉德·R. 汉弗莱斯 安德鲁·津巴利斯特

6 职业运动新的收益流 93

丹尼尔·S. 梅森 丹尼斯·R. 霍华德

7 球队所有权、竞争性平衡和赛事影响在欧洲的情况 113

阿恩·费德森 沃尔夫冈·莫宁

8 经济水晶球凝视下的美国体育联盟 139

罗德尼·福特

9 美国的大学体育经济——一笔大买卖 170

丹尼尔·F. 马恩尼 蒂莫西·D. 德施里弗

10 数字领域的体育 190

保罗·斯万加德

1 美国体育产业的规模

布拉德·R. 汉弗莱斯(Brad R. Humphreys) 简·E. 鲁塞斯基(Jane E. Ruseski)

体育在社会上发挥着重要作用。从古希腊的奥林匹克运动会,到罗马圆形赛场的盛事,到中世纪欧洲的竞技,到今天备受瞩目的各种联赛,人类社会古往今来就一直在庆祝和关注着体育竞赛。如今,体育是社会结构中的一个重要组成部分,从媒体到邻家后院聊天,体育在社会言论中也发挥着重要作用。我们在本章将讨论美国体育的经济领域问题。

第一步是要以经济术语来定义体育。经济活动是围绕市场而组织的,经济学家通常将具有类似特征的市场归入一类产业;因此,这个过程的第一步即定义体育产业。

体育是一种多面性的活动,它既包括诸如夏季和冬季奥运会这样的现代体育盛事,也包括在市区篮球场临时举行的非正式比赛;一场波士顿马拉松——数万人参与的赛事,不论是休闲的慢跑者还是参赛运动员,还是通过电视收看波士顿马拉松的观众,都以某种方式参与了运动。如此复杂多样的活动都很难精确定义。我们为此将体育产业界定为具有三个主要组成部分的产业:

- (1) 涉及个体参与运动的活动。
- (2) 涉及现场观看观赏性运动的活动。

(3) 涉及在某些媒体上关注观赏性运动的活动。

虽然还有若干有关体育的活动并未包括在这三个组成部分中,但这三点毫无疑问属于体育的一部分。这些活动容易界定和观察,因此将有助于评估这些活动在美国的经济规模。我们假设,任何家庭或公司,只要从事了这三个领域范畴内的某项活动,即为体育市场的一部分。我们将体育产业界定为这三个领域内货物和服务的所有生产者。

鉴于这些定义,本章通过记录个体对这些活动的参与程度,并估测美国与这些活动相关的经济活动的价值,考察体育产业的规模。需要指出的是,本章虽然仅聚焦美国,但绝不意味着低估其他国家体育活动的重要性。我们认识到,体育在许多社会中发挥着重要作用,其他国家的体育产业也是庞大而成熟的。不过,由于我们相对熟悉美国经济以及可用于记录其经济活动的大量数据资源,我们出于方便考虑本章仅仅聚焦于美国的体育产业。

1.1 体育市场的参与问题

个人可以通过三种方式参与到体育市场:参加一个体育项目,现场观看一项体育赛事,或通过电视、广播或互联网等媒体观看或收听一项体育赛事。每种方式都产生直接和间接的经济活动。所有三种方式都需要时间,经济理论告诉我们,时间的使用具有机会成本。这样一来,个体参与体育活动的机会成本就是个人次优机会的价值。对体育的消费者来说,这种机会成本可以用确定的工资或收入来估价。此外,参与体育活动需要装备、经费,并有可能要出远门,所有这些都产生经济活动。现场观看一场体育赛事需要购买入场券、旅行,以及购买一些诸如食物和纪念品之类的东西。观看或收听体育赛事需要电视、广播或电脑等设备,以及订购一些广播服务。由于所有这些经济活动都随着参与者数量的增加而增加,记录参与者人数是体育市场规模的重要指标。

更重要的是,个人参与体育市场产生的显著经济效益不仅限于直接和间接的经济活动。个人从参与体育市场中获得的满足感,或受用感,也具有经济价值。用经济学的术语来说,个体参与体育市场产生消费效益。这些消费效益并非如入场券一样是买卖来的,但在评估体育市场的总体规模时,它们非常重要。虽然本章内容并不包括确定体育相关消费效益的美元价值,但可以说,这些消费效益的价值是随着体育市场参与人数的增加而增加的。

1.1.1 参与运动

关于美国参加运动的个体数量有若干资料出处。美国国家运动器材协会(NSGA)定期对美国体育运动的参与人数进行评估¹。国家运动器材协会对参与人数的评估是根据向 300 000 个家庭发出的国家邮寄调查问卷作出的。表 1.1 显示的是国家运动器材协会 2005 年所报告的美国部分运

动类别参与人数的估算。根据表 1.1,从总体参与人数来说,行走的受欢迎度远远超过其他运动。这是情理之中的,因为行走不是一项昂贵的活动。参加行走所需的装备相对很少,又不需要什么费用,也不需要什么旅行,因为很多人只要走出家门和工作场所就可以行走了。正因如此,行走相对产生的经济活动也很少。而表 1.1 中的其他活动,由于需要更多装备、会员费、旅行费用,所产生的经济活动要多于行走。

■表 1.1 2005 年参加运动人数估算

运动或活动	参与人数(人)	运动或活动	参与人数(人)
行走	87 500 000	垒球	12 400 000
游泳	56 500 000	排球	11 100 000
保龄球	44 800 000	直排溜冰	10 500 000
参加健身俱乐部	37 000 000	网球	10 400 000
骑自行车	35 600 000	山地车	9 200 000
举重	32 900 000	高山滑雪	6 400 000
跑步/慢跑	29 200 000	武术(2004 年)	5 400 000
篮球	26 700 000	滑雪板	5 200 000
高尔夫	24 400 000	花样溜冰(2003 年)	5 100 000
棒球	14 600 000	越野滑雪	2 600 000
足球	14 000 000	冰球	2 600 000

资料来源:由各期国家运动器材协会报告汇编, <http://www.nsga.org>。

表 1.1 中所报告的总参与人数指出了这些数值作为经济活动指标的一个重大局限性。各种体育运动的参与人数总和表明 2005 年有逾 4.84 亿人参加了体育运动。由于美国人口约为 2.97 亿,所以产生这些估算数值的方法涉及对某些个人的重复计算。国家运动器材协会调查问卷要求答卷者列出在过去一年中至少进行过一次的体育运动,并列出每位七岁以上家庭成员在过去一年至少进行过一次的运动。

显然,任何一个人都很有可能同时进行保龄球和高尔夫运动,所以从某种程度来说,这种计算方法适用于评估体育产业的规模。不过,与参与任何运动相关的经济活动要取决于参与的程度。例如,表 1.1 中对高尔夫球运动参与人数的计算并未区分借一套高尔夫球棒只打一次的人和一周打三次并且每年休假去打高尔夫的乡村俱乐部成员。但是从直接经济活动、机会成本和消费效益上来说,这两种打高尔夫的人所产生的总体经济规模大相径庭。由于参与运动的强度存在着显著的差异性,表 1.1 只罗列了参与人数,并未就美国有关运动的经济规模提供多少信息。

能够在计算运动者人数时考虑到参与程度的方法将有助于解决这一问题。我们通过行为风险因素监测系统(BRFSS)寻找考虑到参与程度的计算运动人数的依据。该系统的主要组成部分是行