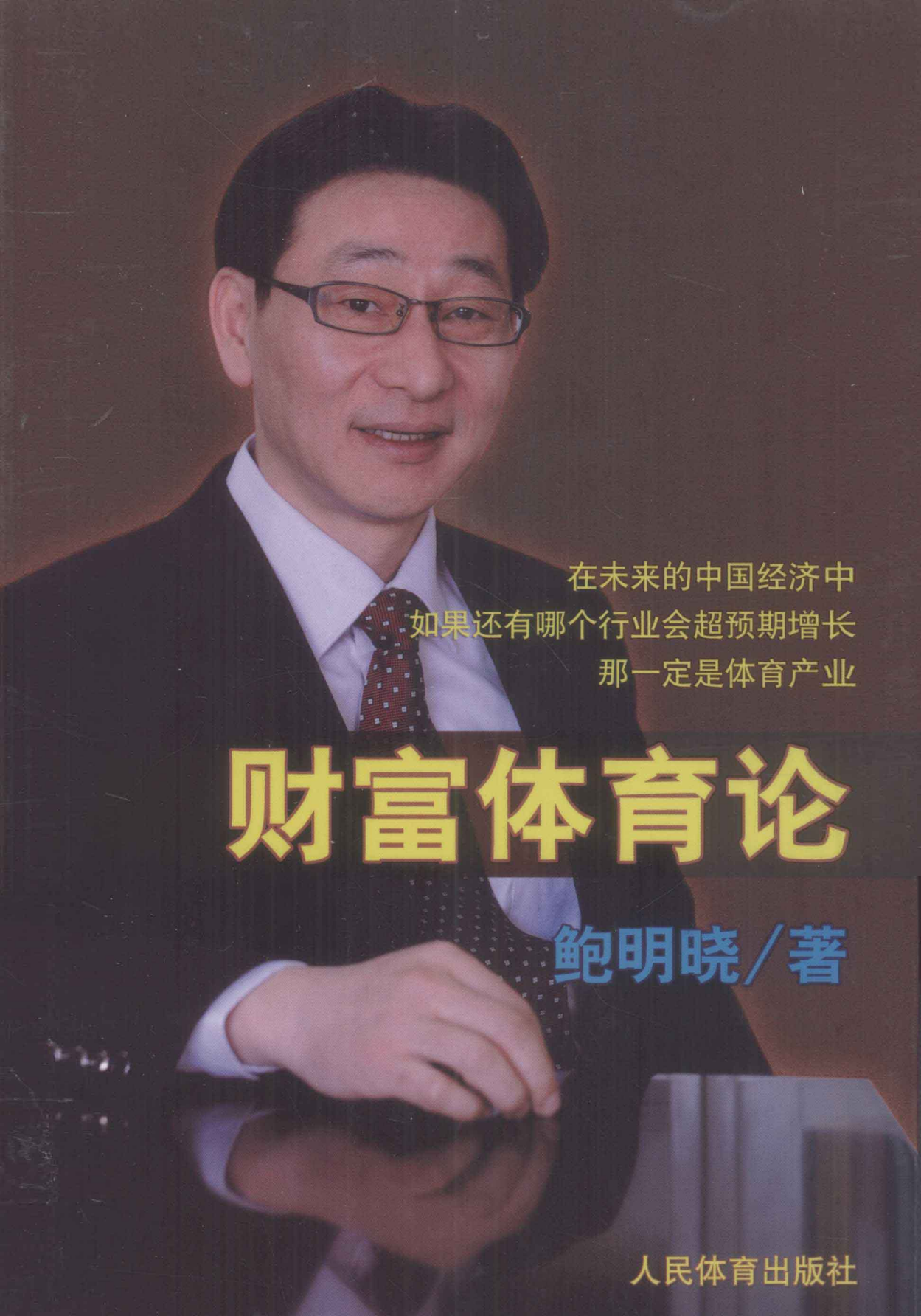




在未来的中国经济中
如果还有哪个行业会超预期增长
那一定是体育产业

财富体育论

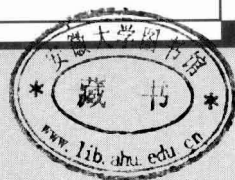
鲍明晓/著

人民体育出版社

财富 体育论

鲍明晓 著

人民体育出版社



图书在版编目(CIP)数据

财富体育论 / 鲍明晓著; - 北京: 人民体育出版社, 2012

ISBN 978-7-5009-4190-3

I. ①财… II. ①鲍… III. ①体育产业-研究
IV. ①G811

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 233078 号

*

人民体育出版社出版发行
三河兴达印务有限公司印刷
新华书店经销

*

787 × 1092 16 开本 17 印张 200 千字
2012 年 3 月第 1 版 2012 年 3 月第 1 次印刷
印数: 1—4,000 册

*

ISBN 978-7-5009-4190-3
定价: 45.00 元

社址: 北京市东城区体育馆路 8 号(天坛公园东门)
电话: 67151482 (发行部) 邮编: 100061
传真: 67151483 邮购: 67118491
网址: www.sportspublish.com
(购买本社图书, 如遇有缺损页可与发行部联系)

前 言

近现代的世界体育发展史，实际上就是体育不断融入市场、创造财富的历史。尽管这种融入有像美国那样的主动融入，也有像国际奥委会那样的被动融入，但结果都是——体育成了资本的新宠，成了银行家和企业家印钞的“模板”。人们担心的体育商业化、市场化不仅没有伤了体育，反而还使体育焕发出无尽的生机与活力。或许在未来的日子里，批判体育商业化、市场化的声音还会不断响起，但体育融入经济、创造财富的步伐绝不会停止，因为体育创造财富，意味着体育功能的拓展，意味着体育存在价值的提升，它利己利他、惠国惠民。

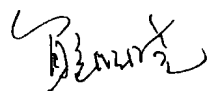
多年以来，体育对国人来说意味着金牌、意味着国家荣誉，而对绝大部分西方人来说体育意味着休闲、娱乐、有品位、有质量的生活和个人与社会的财富。有趣的是，当一个国家在为吃饱饭而奋斗时，体育则更多地被看做是为国争光的“工具”，是政府为饥饿的人们提供的一个愿景。这个愿景告诉你，“尽管，今天我们饥肠辘辘，但请相信，明天我们一定会有更大、更香的面包，因为做面包的师傅在国际上得奖了”。现在的朝鲜，改革开放前的中国大抵是这个样子。当一个国家已经跨入发达国家行列时，体育则更主要地被看成是增添生活情趣的“玩具”，它无需那么崇高、那么伟岸，它就是人们工作之余时常把玩的“爱器”，松松筋骨，调调神经，宽宽心态，仅此而已。当今欧美国家的体育大体是这样一个状态。或许正是因为体育变得不那么神圣了，它才可亲、可爱、可用，它才从少数精英展示爱国主义情怀的舞台转向了芸芸众生欢娱的芳草地。“工具”变“玩具”带来的是体育的世俗化、生活化，而体育的世俗化、生活化又带来了体育的消费化和商业化，由此现代体育开创了它自己无限的“钱途”。

瞻望现代体育的未来“钱途”，我是一个乐观派。乐观的理由也很简单，那就是现代体育正在面临着多方面的、越来越大的需求。大家都知道，只有现实的、有效的需求才能催生并创造实际的、有效的供给，而有效供给与有效需求之间真实的市场达成，才能产生财富效应。当下的体育，正面临着来自政

府、企业、社会和个人方面多样化的需求，这一股不断汇集的需求之流，正在把现代体育推向浩瀚的财富海洋。

2010年，中国汽车产销量高踞世界之一，国内销售量超过1800万辆，汽车行业也被人们誉为超预期增长的行业。在未来的中国经济中，如果还有哪个行业会超预期增长，那一定是体育产业。

随着2008年北京奥运会的成功举办，中国体育已经步入了一个由体育大国向体育强国迈进的新阶段。今日中国正在成为全球战略投资家挖掘体育财富的热土，一场围绕中国体育资源和中国体育市场的争夺战已经打响。撰写本书的目的就是要向国人展示财富体育的源与流，唤醒全社会对体育财富的新认知，推动中国体育由“金牌体育”向“生活方式体育”“政府体育”向“国民体育”的转型，同时，为一切有志于在体育领域内投资兴业的人士提供理性的背景知识和实证的案例资料。相信阅读此书的过程是一个相识相知、心心相印的过程，是一个放飞心情、娱悦心智的过程。但愿它能给您激情，给您信心。



2011年6月于北京

目 录

1. 导论	(1)
2. 财富体育的源泉	(9)
• 健康：没有不花钱的理由	(10)
• 健美：健出机会，美出财富	(14)
• 教育：体育教育也有现金流	(16)
• 休闲娱乐：快乐生活的追求	(18)
• 时尚品位：让我们自豪地活着	(20)
• 运动体验：难忘的经历，快乐的回忆	(22)
• 压力宣泄：运动减压的商机	(24)
• 人际交往：人际亲和的商业价值	(26)
3. 财富体育的诱因	(29)
• 工业化与财富体育	(30)
• 城市化与财富体育	(34)
• 产业结构高级化与财富体育	(38)
• 中产阶级扩大化与财富体育	(43)
• 消费去物化与财富体育	(47)
• 生活方式现代化与财富体育	(49)
4. 财富体育的构成	(53)
• 财富体育族谱素描	(54)
• 国外体育产业及主题功能区建设情况	(60)
• 国内体育产业及主题功能区建设情况	(66)

5. 草根体育中的财富——健身娱乐业	(73)
• 健身娱乐业构成	(74)
• 美欧健身娱乐业扫描	(77)
• 我国健身娱乐业现状	(86)
案例解析	(89)
[案例 1] 24 Hour Fitnees (24 小时健身): 全美最赚钱的体育健身公司	(89)
[案例 2] 中体倍力: 正在崛起的旗舰企业	(92)
6. 精英体育中的财富——竞赛表演业	(97)
• 竞赛表演业的廓清	(98)
• 欧美国家的竞赛表演业	(100)
• 艰难起步、曲折前行的国内竞赛表演业	(112)
案例解析	(118)
[案例 3] NFL 的财富传奇	(118)
[案例 4] “红魔”曼联一路飘红	(127)
[案例 5] 印象姚明: 从球员到老板	(134)
7. 营销体育中的财富——体育中介业	(141)
• 体育中介业在欧美的缘起	(142)
• 行业形态与运营	(147)
• 我国体育中介业的形成与发展	(150)
案例解析	(154)
[案例 6] IMG: 创造客户价值	(154)
[案例 7] 盈方: 盈者, 方能胜达	(159)
8. 传播体育中的财富——体育媒体业	(165)
• 体育媒体概述	(167)
• 体育纸媒中的财富	(168)
• 体育广播中的财富	(171)

• 体育电视中的财富	(172)
案例解析	(180)
[案例 8] ESPN: 全球体育传媒的领跑者	(180)
[案例 9] CCTV-5: 中国体育第一传媒	(185)
9. 装备体育中的财富——体育用品业	(195)
• 全球体育用品业概览	(196)
• 美国体育用品业	(199)
• 英国体育用品业	(205)
• 德国体育用品业	(209)
• 日本体育用品业	(212)
• 我国体育用品业	(213)
案例解析	(221)
[案例 10] 耐克: 穿越灵魂的跃动	(221)
[案例 11] 安踏: 给力中国	(228)
10. 体育点亮城市	(237)
• 体育能提升城市的全球影响力	(239)
• 体育能重塑城市形象 (Reimaging)	(240)
• 体育可促进城市再生 (Regeneration)	(241)
• 体育能带动城市转型	(245)
• 体育有助于城市打造旅游目的地 (Tourist Destination)	(248)
• 体育能促进城市体育产业集群或功能区建设	(250)
• 体育能为市民提供就业岗位	(253)
• 体育能帮助城市吸引投资和人才	(257)
• 体育能提升市民的生活品质	(259)
后记	(261)

1. 导 论

财富是民生之本，社稷之基。国家的强盛、社会的稳定、文化的繁荣和人民群众的安居乐业，都必须以一切创造财富的源泉充分涌流为前提。现代体育是人类健康的护卫，是人类精神的慰藉，是生活娱乐的新宠，是生活品味的象征，是流行文化的元素，是时尚风雅的符号，是阶层区隔的挡板，也是消费社会的前卫。现代体育多元化的实体意义和符号价值，使得体育与财富结缘。当代体育正在步入财富体育的新纪元。

我提出财富体育，恐怕当下中国体育界没有几个人可以认同，因为他们亲历的实践和切身的感悟中确实没有这样的体验，自然也就很难抽象出这一概念。他们引以为荣、为之奋斗的体育，带给他们真实的感受是，体育是消耗财富的，花钱似流水，我们全力生产金牌，政府全程“埋单”，天经地义，无可辩驳。如果硬要在体育前面加上财富二字，那么它不是《一千零一夜》里的童话，就得再等一万年。

长期以来，中国体育被界定为社会公益事业，是可以名正言顺地花纳税人的钱来维持、运营和拓展的公共事务，只要能做到“取之于民，用之于民”，就对得起供养它的人民、管理它的政府。然而，放眼全球，现代体育的运作模式正在发生革命性的转变，政府驱动、财政供养的“力量展示型”（The model of power show）体育运作模式正在被市场驱动、消费支撑的“参与消费型”（The model of participation and consumption）运作模式所取代，体育领域里一切资源（人力资源、赛事资源、场地设施资源等）都被作为具有高回报率的优质资产来精心运营。同时，体育也在整体上被越来越多的国家视为具有战略意义的新兴产业。它一方面作为一个国家在全球休闲娱乐业新一轮竞争中着力打造的先锋产业而备受关注、备加珍视；另一方面它也在拉动本国的消费需求、投资需求、出口需求，促进经济结构调整和产业结构升级，拓展就业渠道，增加社会就业，以及涵养税源，增加税收，提高国民的健康素质和生活质量等方面发挥着实际的作用。而随着这种转变，消耗财富的体育正在被越来越多的国家所唾弃，创造财富的体育正在被越来越多的国家所推崇。

当然，客观地说，现代体育既有消耗财富的一面，也有创造财富的一面，即使是欧美发达国家也做不到完全杜绝体育运作中的财富消耗。一般而言，发

展中国家由于体育社会化和产业化程度低，体育运作中消耗财富的面要普遍大于创造财富的面，而发达国家基于体育生活化、消费化和产业化的运作理念，能将不产生回报的纯消耗控制在最低，而将创造财富的面做尽可能的延伸。

美国是当今世界上唯一可以做到在体育发展中有投入、无消耗的国家。一方面，联邦政府从不直接给体育拨款，无论是美国的城市举办奥运会也好，还是组建奥运代表团代表美国参加奥运会也好，联邦政府一毛不拔。前者由私人企业主办，纯市场化运作，盈亏都由承办企业负责；后者由美国奥委会利用国际奥委会的分成收入和自身强大的市场运营能力来筹集经费。地方政府尽管有时会向当地的体育机构拨付一些专款，但也不是没有回报的无偿消耗。譬如，“丰田中心”是姚明所在的休斯敦火箭队的主场，这是一个 NBA 30 支球队中最新、最豪华的主场，市政府建设该中心耗资 2.8 亿美元，但建设资金主要是从“丰田中心”周边受益的酒店、餐厅、酒吧、停车场等服务企业多缴的消费税中筹集，而且包括休斯敦火箭队在内的三支租用球场的球队每年都需向市政府交纳 850 万美元的租金，这样市政府每年仅租金一项就能回收 2550 万美元，10 年就可以收回投资。另一方面，美国每年在体育领域里也有大量的投入，只不过这些投入不是来自政府的财政拨款，而是由大量的社会机构、私人企业和广大的消费者来共同投入。这些投入有机、有序地融入美国的经济生活和社会生活，铸就了一个年产出超过 4000 多亿美元的巨大产业，极大地促进了经济增长，优化了产业结构，扩大了社会就业，增强了美国大众流行文化在全球的影响力。

在时下的学术语境中，说美国好，往往被看做是不成熟、不练达的表现，甚至有可能被扣上“妄自菲薄”和“崇洋媚外”的帽子。但美国在第二次世界大战后全面超越欧洲，成为今天可以左右世界的超级大国，其强国之道，恐怕是立志成为有影响力的大国、实现中华民族伟大复兴的国人不得不学的。美国的强盛之道，除了辽阔国土所提供的丰饶资源以及地处北美的地缘政治优势这些客观因素之外，在主观上，倘若没有在自由至上理念导引下对欧洲民主与市场制度的努力学习以及根据美国实际的再创造，倘若没有在新教伦理鼓动之下勤勉与救世情怀的养育，倘若没有在实际主义价值观支配下日复一日持续不断的社会改良精神，倘若没有在言论自由原则下习惯性地、每隔一段时间就有先锋人物发起的自我怀疑、自我反思、自我批判，那么美国走上强盛之路、长期问鼎霸权是不可能的。美国体育深得美国强盛之道，它继承欧洲体育的传统文化和制度遗产，并在实用主义的指导下根据本国的国情、体情，持续不断地创

新、创造，于是就有了在欧洲职业体育俱乐部制度基础之上再创造的职业体育联盟体制，就有了尤伯罗斯、大卫·斯特恩这样的财富英雄，就有了迈克尔·乔丹和泰格·伍兹这样的体坛巨富，就有了全世界青少年尊崇的“耐克”品牌，更有了自1984年洛杉矶奥运会至2004年雅典奥运会连续6届的金牌、奖牌和总分三项第一的辉煌。然而，令人奇怪的是，你很难听到美国人对奥运会上的“六联冠”津津乐道，他们引以为豪的是美国有四大职业体育联盟，有尤伯罗斯和乔丹这样的民族英雄。就连美国前任国务卿赖斯女士都声称，她最大的愿望就是当NFL（美式橄榄球联盟）的主席。或许在笃信实用主义的美国人眼中，为国争光固然可贺，但它远没有为国争利、为民造福来得实际。这就是美国体育，一个“寓体于民、融体于市”的体育，一个充满活力、富于竞争力的体育，一个高度商业化、不断创造财富的体育。

中国现代体育，主要形成于新中国成立之后，它的体制模板是前苏联的体育体制和人民解放军部队体育制度的集成，它从一开始就被划归为上层建筑，是新中国外交的工具，是打破帝国主义封锁的手段，是内聚民心、外树形象的介质，因此，中国现代体育在形成之初就被深深地烙上了“政府体育”的印记。“政府体育”是与“市民体育”（也称“民众体育”）相对应的一种体育形态，它的典型特征是，政府管办合一，财政统包统管，重视体育的宣示意义和符号价值。改革开放之后，随着建立社会主义市场经济体制的改革实践在中国社会的全面展开，中国体育也开始推进由“政府体育”向“市民体育”转型。政府制定并颁布了《全民健身计划纲要》《奥运争光计划纲要》和《体育产业发展纲要》，自主推动体育社会化和产业化进程，改革运动项目管理体制，稳步发展职业体育，鼓励社会以多种形式参与举办体育。但从实际效果看，转型的进程并不顺畅，“政府体育”的色彩依然浓重，“政府体育”的典型特征在现今体育运行中依然存在。

为什么转型会如此艰难？难在哪里？我想，一是“政府体育”育成的思想方式和行为方式有强大的惯性，或者说“政府体育”的路径依赖制约着转型。二是为了完成历届奥运会为国争光的政治任务，必须实行举国体制，而举国体制举的是政府意志，强化的是行政权力，这也在一定程度上造成了“政府体育”的隐性复归。三是转型是由政府的体育行政部门主持和推动的，随着改革进程的不断深入，体育行政部门——转型改革的设计者、主持者自身就成了改革对象。当改革改到自己头上时，即使不是刻意地阻挠，也会产生条件反射的自我保护。或许，这就是转型难的最深层的原因。

“政府体育”向“市民体育”转型的不顺畅，带来的直接后果就是体育运行中消耗财富的面得不到有效的缩减，创造财富的面得不到有效的延展，体育依托社会、依托市场自成长的能力得不到有效的培育。2006年，在南京举行的“全国大型综合性运动会市场开发研讨会”上，江苏省体育局的同志介绍了第十届全国运动会市场开发的成功经验。“本届全运会的组委会采取了多种办法，卓有成效地开发了赛会的有形和无形资产，共获得市场开发收入，合同金额4.6亿元，实际到账金额4.1亿元，开发业绩创历届全运会之最”。应该说，超过4个亿的市场开发收入是一个不错的业绩，它从一个方面折射出中国体育已经有了初步的创造财富的意愿和能力。但是，从投入和资金使用的实际效果看，消耗财富的面仍然不小。第十届全国运动会场馆建设投入55亿元，赛事运作经费投入13亿元，仅开幕式一项就耗资近8000万元。在这笔巨额的投入中，有多少资金能产生后续的回报？有多少资金会随着赛会结束而永远沉淀？赛事运作经费中又有多少是可以节省的支出？这些问题同样值得深思。

其实，笔者也深知，“财富体育”不是一个十分严谨的学术话题，而知道不严谨又急于举起“财富体育”的大旗，实在是出于对现实的深深忧虑。改革开放以来，中国经济保持年均增长8%以上的发展速度，创造了近现代经济史上的奇迹，取得了史诗般的成就。随着中国的日益强盛，和平崛起，中国人民整体的生活水平不断提高，人民群众的体育需求，尤其是消费性体育需求开始活跃，中国体育市场已经成为全球最具增长潜力，也最具活力的专业市场。近年来，国外体育机构纷纷抢滩中国。欧洲五大职业足球联赛的豪门频频造访，皇马走了，曼联来；曼联走了，巴萨来；你方唱罢我登场，赚你就是没商量。NBA更是制定了中国市场策略，不仅把季前赛搬到了北京和上海，把大蓬车开到了中国最具消费能力的十大城市，还在你的国土上搞“篮球无疆界活动”，公开为他的扩张造势、张目。更厉害的是，NBA中国在成立仅有两年的时间里就迅速在中国签下了包括联想、海尔、蒙牛、青岛啤酒在内的20多家战略合作伙伴，平均每年从中国赞助企业获得超过6000多万美元的赞助收入。现在，中国最好的企业、最优的品牌赞助的是国外职业体育组织和职业体育联赛，而对国内的新生的职业体育它们根本就没有兴趣。与NBA疯狂“掘金”形成鲜明对比的是，中国职业足球在“中超”元年就出现了“裸奔”的窘境。设想一下，如果中国足协有能力从NBA那里抢到一两家赞助商，“中超”至少可以穿上“裤衩背心”出场，抢到三四家就可以体面出场，抢到一半的赞助商的

话，那就完全可以做到“盛装”出场。然而，现实是残酷的，当时却没有一家企业愿意成为“中超”的“遮羞布”。

同样，F1和“大师杯”落户上海，中国网球公开赛落户北京，包括北京赢得2008年奥运会的承办权，恐怕与国际奥委会、国际汽车联合会、国际职业网球联合会觊觎中国市场、推进中国市场开发战略也不无关系。目前中国体育的现状是“国内体育机构围着金牌转，国外体育机构围着金钱转”。一方面国外体育机构全力开拓中国市场，大肆在国内“掠夺”稀缺的赞助商资源、客户资源、球迷资源和媒体传播资源；另一方面，国内体育机构却沿袭着“政府体育”的运作模式，吮吸着财政的“乳汁”，怡然自得地漫步在世外桃源。在2008年北京奥运会上，我们挟主场之威、地利之势，一举击败美国，“状元”及第，可喜可贺！但是，如果夺取金牌是以丢失需求、丢失人群、丢失市场、丢失财富、最终丢失中国体育可持续发展力作为代价时，这样的体育还是人民真爱的体育吗？还是构建社会主义和谐社会和全面建设小康社会伟大历史进程所呼唤的体育吗？

当今的中国正处在中华民族伟大复兴的关键时期，这一复兴是政治、经济、社会、文化四个维度的全面复兴。在我看来，实现复兴的重要前提和关键要素是全民智慧的复兴和高扬。这一方面，我们既有“文革”十年集体无意识的全民“失聪”的教训，也有改革开放以来解放思想、实事求是、与时俱进的思想革命所带来的全民智慧整体跃升的经验。现在党和政府提出树立科学发展观和建构社会主义和谐社会新的治国方略，正是基于对变动不居的国际环境的深刻洞察和对国内经济与社会发展中出现的新情况、新问题、新实践的深刻体认，在治国理念和方略上作出的重大调整，它既标志着中国共产党执政经验的日趋成熟，也标志着执政智慧的高扬和跃升。体育事业是全面建设小康社会的重要组成部分。新时期的体育事业要实现全面振兴，必须在发展理念和运作模式上作出重大调整，必须“还体于民、寓体于民、引体入社、融体于市”，努力推动“政府体育”向“市民体育”的转型。一句话，要以科学发展观和构建社会主义和谐社会的大视野，来开创中国体育的大场面、大格局、大舞台。

中华民族的伟大复兴需要的是强国体育。强国体育是一个能融入并塑造民族精神的体育，是一个能参与经济生活并创造财富的体育，是一个能沟通人际、亲和社会、培育积极健康的生活方式的体育，也是一个能传承历史并能给后代人留下宝贵文化遗产的体育。朝着这个目标奋进，我们就不仅需要培养一

大批像刘翔、郭晶晶这样的金牌英雄，而且更需要培养一大批像尤伯罗斯、大卫·斯特恩这样的财富英雄，像顾拜旦、萨马兰奇这样的文化大师。为此，我们必须为当代中国体育营造一个创造财富的社会氛围，放手让一切劳动、知识、技术、管理和资本的活力竞相迸发，让一切通过体育创造社会财富的源泉充分涌流，以造福人民。

财富体育，是视体育为资源、为产品、为市场、为产业的新型体育发展观，是从经济学、营销学、社会学、文化学的角度诠释当代体育多元化的实体意义和符号价值的理论体系。因此，在研究范式的选择上，财富体育将不局限于主流经济学理性—个人主义—均衡的分析框架和数学形式主义的研究方法，而是更多地采用制度—历史—社会结构和多元主义的研究方法。

2. 财富体育的源泉

体育并非只是一种简单的大商业活动，在美国，它已成为数益高速增长的产业之一，它与现实社会中经济的各个方面盘根错节、无法分离……体育无处不在，其中伴随着收银机永无止歇的运作。

——麦克尔·奥兹涅

《世界金融》助理编辑（1995）