

国家社会科学基金资助课题
湖北省社会科学“九五”重点基金

体育产业经济学

胡立君 著



序 言

《体育产业经济学》这部专著,是作者主持完成的国家社会科学基金和湖北省社会科学“九五”规划重点基金资助课题的最终研究成果。本书以马克思主义和邓小平理论为指导,依据经济学和产业经济学的基本原理,运用规范分析和实证分析相结合的方法,比较系统、深入、有创见地研究了我国体育产业的几个基本理论问题,为推动我国体育产业化实践提供了有价值的参考依据。

传统产业组织理论早期的研究领域主要是制造业和矿业。后来,产业经济学也研究交通运输、公用事业、商业和服务业,但侧重于研究制造业。现代产业经济学在研究内容和方法方面虽有不少创新,但从总体上讲,仍然主要是以第二次产业(尤其是制造业)为对象进行研究,并提出产业组织调整、产业结构升级、产业协调发展等方面的规律性理论。三次产业分类法是产业经济学的研究起点和重要结论,而它又主要以第二次产业为对象进行研究。这些都说明,无论是传统产业组织理论,还是现代产业经济学,都在一定程度上忽视了对第三次产业的理论和实际问题进行研究。作者从搜集资料、申报课题,费时三年多时间,根据所掌握的产业经济学一般理论,潜心研究属于第三次产业的体育产业理论问题,并试图得出我国体育产业发展的一些规

律性结论,为制定体育产业化开发政策提供理论依据。同时,其研究成果也拓展了产业经济学理论的运用领域。这是非常必要的,也是值得高兴的。

体育产业化开发是我国体育界的热点问题。原国家体委在1995年将体育产业化开发作为当年的一项中心工作。从我国体育产业化开发理论研究方面讲,目前已有一些人士对这个问题作了一些研究。但是,从总体上讲,第一,目前的研究尚欠系统、深入;第二,目前国内理论界对体育产品、体育产业、体育消费及体育产业政策等问题已有一些研究,但这些研究基本上是从体育学、体育管理学的角度进行的,视野还不宽阔,并且,从定性定量相结合的角度研究体育产业化开发对国民经济的作用和体育消费等问题,似乎还不曾有过。

从实践方面讲,体育产业化开发是我国体育发展的方向。目前,我国体育产业的发展虽然已取得了一些成绩,但是,总的来讲,面临的困难、问题依然不少。本书从新的角度对我国体育产业化开发中的一些现实问题进行了深入的研究,并较系统地提出了一些指导思想、基本原则和解决办法。我认为,这些对我国体育的产业理论研究和产业化开发实践,有重要参考意义。

阅读全书后,我感到,与现有研究体育产业理论的论著相比,本书的特色主要表现在以下几方面:

第一,规范分析和实证分析相结合,定性研究与定量研究相结合。在研究中,本书对许多问题的分析,都力求从规范与实证两个不同侧面展开,以求得到更切合实际的结论。在定性研究的基础上,本书对一些问题也从定量角度进行研究,并设计了一些数学模型。

第二,产业经济学揭示的产业运动规律与体育运动规律相

结合。体育产业问题首先是一个经济学问题。但在研究中,应遵循体育运动自身的规律,否则,得出的结论会脱离实际,没有任何指导意义。综观全书,可以说,作者在这一点上做得是比较成功的。本书运用了产业经济学的基本原理与方法,但是又没有囿于其现存框架的约束,而是根据体育运动的特点,较灵活地运用产业经济学理论研究体育产业化问题。

第三,本书观点新颖、逻辑性强,且言之有理。如,本书认为,体育产品就是体育劳务,不包括运动器材等实物产品;个人的日常锻炼是体育产品的生产与消费活动;体育消费可以满足生存、享受和发展三个层次的需求等等。本书的许多观点对建立和开创我国的体育产业经济学体系,有很大的借鉴作用。

我愿借此机会向社会各界推荐这部专著。

邬义钧

1999年1月

目 录

第一章 体育产品内涵与外延的界定	(1)
一、研究的逻辑起点:体育产品概念的界定	(1)
(一)体育产品内涵与外延研究综述	(1)
(二)体育产品就是体育劳务	(3)
二、体育产品类别和体育产品系列	(5)
(一)体育产品的类别	(5)
(二)体育产品系列	(10)
(三)体育产品生产过程的构成	(11)
三、体育产品的经济学特征分析.....	(12)
(一)生产与消费的不可分性	(12)
(二)非实物性	(14)
(三)兼备俱乐部产品和私人产品的双重性质	(14)
(四)能满足基本体育需求和高级体育需求	(17)
(五)体育产品生产要素的替代弹性呈现多样性特征	(17)
(六)体育产品生产要素的供给弹性有一些特殊性	(20)
(七)体育产品具有最终产品的性质	(23)

第二章 体育产业与体育产业化开发	(25)
一、体育产业的概念能成立吗	(25)
二、理论界关于体育产业概念认识的综述	(27)
三、应如何把握体育产业的本质特征	(30)
(一) 各次产业的理论界限是泾渭分明的	(30)
(二) 提供劳务是第三次产业的本质特征	(31)
(三) 各种体育产品之间存在替代关系	(31)
四、体育产业化开发的实质	(34)
(一) 理论界关于体育产业化实质认识的综述	(34)
(二) 到底应如何认识体育产业化的实质	(35)
五、体育产业与体育事业	(44)
(一) 体育产业与体育事业相互关系认识的综述	(45)
(二) 体育产业与体育事业的区别	(47)
第三章 体育产业化开发与经济社会发展的关系	(49)
一、体育对经济的依存关系	(49)
(一) 社会生产力水平是体育发展的最大制约因素	(50)
(二) 体育产品的生产结构和手段受制于工业技术	(52)
(三) 社会经济发展水平决定体育水平和体育产品的	(55)
生产规模	(55)
二、体育对经济增长作用的定性分析	(71)
(一) 体育能够提高劳动者的素质, 从而增强劳动者的	(73)
劳动能力	(73)
(二) 体育是劳动力再生产的有效实现途径之一	(74)
(三) 体育运动有助于劳动生产率的提高	(76)

(四)体育产业是我国今后一段时期第三产业中新的 经济增长点	(78)
(五)体育产业有很强的带动作用	(79)
(六)体育产业是现代企业营销的一大舞台	(90)
(七)体育产业对区域经济综合发展有很大的促进 作用	(93)
三、体育与社会进步的关系	(94)
(一)体育有助于国民素质的提高	(94)
(二)体育可以增强民族的和谐、认同感	(94)
(三)体育有助于培养集体主义精神和顽强的意志	(95)
四、体育对经济增长作用的估算	(97)
(一)生产函数估算法	(97)
(二)学校体育教育对经济增长作用的估算	(99)
第四章 体育消费与体育产业化开发	(108)
一、体育消费属性的界定	(108)
(一)流行的观点:体育消费是发展消费和享受消费	(108)
(二)到底应如何界定体育消费的属性	(109)
(三)体育消费的种类及在满足体育需求中的地位	(117)
二、体育消费的影响因素及体育消费的发展规律	(119)
(一)体育消费的影响因素	(119)
(二)我国体育消费趋势展望	(131)
(三)我国目前体育消费现状的分析	(135)
三、个人或家庭体育产品的生产与消费	(149)

(一)个人或家庭体育产品生产与消费方式的选择	
.....	(149)
(二)个人或家庭体育产品生产与消费函数.....	(158)
(三)个人或家庭体育产品生产与消费的最佳规模	
.....	(160)
四、对理论界关于体育消费水平计量方法的商榷	(162)
第五章 体育产业的市场结构与有效竞争.....	(165)
一、体育产业的市场结构	(165)
(一)体育产业市场结构概述.....	(165)
(二)体育产业市场结构的特殊性.....	(169)
二、体育产业的有效竞争	(182)
(一)产业经济学有效竞争理论简析.....	(183)
(二)是否需要两个国际奥委会——对体育产业有效	
竞争问题的分析.....	(190)
第六章 体育产业化开发政策.....	(198)
一、修改现行体育市场经营政策,降低体育产业化开发	
的进入障碍	(198)
(一)我国体育市场进入障碍的现状分析.....	(198)
(二)政策性进入障碍是必需的吗.....	(203)
(三)如何降低体育市场的政策性进入障碍.....	(206)
二、改革体育产业化开发的投资政策	(208)
(一)我国投资体制改革总体思路简述.....	(209)
(二)我国体育产业投资主体分工设想.....	(209)
(三)政府收购现有单位、部门的体育场馆、设施,或	
者以法律的形式,强制性规定其向社会开放,以	
提高其利用率.....	(212)

(四)调整政府对体育事业和体育产业的投资结构	
.....	(214)
三、改革体育资源配置方式,提高资源利用率.....	(217)
(一)全运会等综合性赛事在体育资源配置上的	
不合理性分析.....	(217)
(二)按照国际经验,以单项赛事替代综合性赛事	
.....	(221)
四、塑造体育市场的主体——足球俱乐部:股份制改造	
不是当务之急	(221)
(一)股份制改造的真正意义是什么.....	(221)
(二)我国足球俱乐部建设的当务之急是转换体委	
职能、完善产权制度	(226)
五、规范体育企业的价格行为	(232)
(一)当前我国体育企业不规范价格行为的表现.....	(232)
(二)规范体育企业价格行为的几点设想.....	(234)
附 录 主要参考文献.....	(237)
后 记	(244)

第一章

体育产品内涵与外延的界定

一、研究的逻辑起点:体育产品概念的界定

(一)体育产品内涵与外延研究综述

目前,我国理论界对体育产品内涵与外延的认识,存在许多歧见。归纳起来,有以下几种观点:

1. 应将体育商品与体育产品区别开来。持这种观点的人认为,体育商品一定是体育产品,但体育产品不一定是体育商品;体育产品中用来满足社会需要、按价值规律在生产者与消费者之间进行等价交换的产品,都可以作为体育商品。在体育产品中,不能用于交换的产品,或者用于交换、但不体现商品交换原则的产品,不能称作体育商品。如,我国目前竞技体育中的一些运动项目,运动员参赛的目的是获得奖牌、为国争光。这里,投资者是国家,它不能通过对这些项目的投资取得经济上的收益,并收回投资。所以,从事这类项目的运动员、教练员及其他工作人员所付出的劳动,不能当做体育商品,而只能视为体育产品。还有,体育教育中形成的劳务,其目的不是为了取得交换价值,而是为了培养体育人才。所以,这种体育劳务也不是体育商

品。^①

2. 体育产品包括体育劳务和体育用品。目前,在体育产品外延的认识上,体育理论界许多人士认为,体育产品除了包括体育劳务外,还包括生产、提供体育劳务过程中所使用的设施、器材,如体育场馆、比赛器材等。因为,从体育劳务生产的角度讲,离开了这些实物性的体育用品,就难以实现体育的“劳动服务”。事实上,在美国、德国等国家,与体育运动相关的一些实物产品(如体育器材、运动饮料及运动服等)的产值是计入体育产业产值的。因此,“体育产品主要是非实物形态的产品,即体育劳务服务,如体育教育、训练、竞赛、表演、咨询等等,这些是体育的‘本质’产品。同时,体育产品也不应排除实物形态的产品。这些产品以实现体育服务为目的,以体育活动为交换媒介,为体育活动而生产和扩展,即体育用品,如体育器材,设备、服务、饮料等,这些属于体育的‘派生’产品。”^②

曹绶训认为,各种产业在同一部门混合生长,是现代产业的发展趋势,是不以人们的意志为转移的。如第二次产业的企业开办第一、第三次产业。因此,将属于第二次产业的体育物质产品归属于体育产业的范围,并没有将第二产业混同于第三产业,但也没有当做体育产业的内涵,而是将它们统一在广义的体育概念之中,统一在大体育产业观之内。因此,为了将第三产业同第一、二产业区别开来,可以将体育部门管辖的企业生产的物质产品,称为体育部门的产业,而将社会企业所生产的物质产品,称为体育物质产品产业。这样就形成了体育劳务产业、体育部

^{①②}参见刘江南等:《对影响体育市场几个要素的分析》,载《体育与科学》1995年第4期。

门的产业和体育物质产品产业三个既有联系、又有区别的体育产品系列和体育产业系列。^①

3. 用大体育观看体育产品。一东认为,从大体育观的角度讲,体育产品基本上包括社会上所有与体育有关的产品,体育物质产品(体育服装、体育器材、体育建筑物、体育饮料等)、体育信息产品(体育广告宣传、电视广播、体育信息传递等)、体育服务产品(体育健身、娱乐服务辅导、出租场地、业余培训等)。^②

(二)体育产品就是体育劳务

从以上介绍中可以看出,目前理论界是从“宽”“泛”的角度来界定体育产品内涵与外延的。其共同特点是,体育产品应包括体育劳务与体育实物产品两方面的内容。但是,体育劳务只能是无形的产品,而体育实物产品只能是由以制造业为主体的第二次产业提供的有形产品。因此,我们认为,按照这样的思路来界定体育产品的内涵与外延,不符合产业经济学和一般经济学的基本原理。我们认为,对体育产品内涵与外延的界定,应把握以下几点:

1. 从体育本身的特点出发。体育以运动为基本手段,利用有关器械完成一系列动作,达到增强体质、锻炼身体的目的。由此可见,体育这种活动最终只能提供一种供观赏和消费的、无产品实体的无形“动作”,我们称之为“劳务”。体育运动的结果不可能在任何意义上生产有形的产品,如运动器械、服装。因此,

^①参见曹锦训:《关于体育产业几个理论问题的争议》,载《武汉体育学院学报》1995年第2期。

^②参见一东:《我国体育产业化刍议》,载《财贸研究》1996年第5期。

体育产品就是体育劳务。将一些不属于体育活动带来的结果而人为地当做体育产品,肯定有牵强附会之嫌。

2. 要区别一种活动的投入品和其结果(即产品)。从最一般的意义上讲,任何一种活动的完成,都需要利用一些条件,这便是投入品。一般经济学的研究中,一种活动的投入品与它的结果(即产品)的区别是非常明晰的,如果将投入品与产品混为一谈,就会引起经济理论研究和管理的混乱。例如,在很多情况下,农产品是生产工业品的投入品。如果将一种活动的投入品也包含在其产品之列,那么,就无异于说农产品作为投入品,是工业产出品的一种,或者说,工业产品应当包括农产品。非常明显,这会混淆第一次产业与第二次产业的关系,是对产业分工、发展的一种人为“回归”。同样,体育产品的生产也离不开必需的条件,即投入品,如场地、场馆、器材等。如果将这些投入品作为体育产品,也会混淆各次产业间的关系。如果因体育运动的完成需要工业投入品(如比赛器材等)和有的体委系统办了农场,就将相关的工业品和农产品列为体育产品,那么,体育产品就会成为一个无所不包的“大杂烩”。显然,这不符合体育产品的本意。

综合以上分析,我们认为,体育产品在本质上是一种体育劳务,是体育活动主体在体育组织管理、体育运动、体育咨询等环节所形成的劳务。提供体育劳务所需的条件(即生产要素),如体育器材、体育设施、体育场(馆)等,我们将之定义为体育劳务投入品,简称为体育投入品。

马克思主义认为,产品是劳动生产物,是人们为满足某种需求通过有目的的生产劳动所创造的物质资料;而商品是用于交换的劳动产品。根据这一理论,我们将体育产品分为广义和狭

义两种。前者包括体育商品和不用于交换的体育产品(如个人或家庭进行锻炼时所生产的体育产品。我们在本书后面要对此问题作专门的研究);而狭义的体育产品则仅指不用于交换的那部分产品。如无特别说明,本书均在广义的角度使用体育产品的概念。

二、体育产品类别和体育产品系列

(一)体育产品的类别

从来源、生产的角度讲,体育产品包括以下几大类。

1. 业余体育运动产品。这是指在群众体育、健身体育中,人们提供的、能够满足自身体育锻炼、体育消费需求的体育产品,如工间操、早锻炼、健身操等。那么,为什么群众体育、健身体育是一种体育产品的生产活动呢?

第一,从经济学的角度讲,人们从事体育锻炼,要占用一定的时间。这种时间支出是有机会成本的。人们之所以愿意花时间去生产并消费“锻炼”“健身”之类的体育产品,是因为人们预期未来获得的效用,足以弥补眼前生产、消费这些体育产品时的支出及时间占用的机会成本。所以,体育锻炼是一种旨在追求未来效用的生产、消费活动。

第二,从效用方面讲,人们的锻炼、健身活动,是在工作之余的闲暇时间进行的。这段时间可以用于休息。对许多人来讲,如果用锻炼、健身等方式来替代一般意义上的休息(如卧床休息),就更利于疲劳的消除、体力的恢复。所以,锻炼、健身是劳动者生产力的再生产。这与他们消费其他产品,以恢复体力,有

异曲同工之效。所以,个人锻炼、健身是一种体育产品生产活动。

第三,从人力资本投资和劳动力再生产的角度讲,作者认为,体育锻炼、健身是一种人力资本投资活动。一般地讲,人力资本投资是指人们花费在教育、训练等方面的支出所形成的资本。之所以教育、训练也是一种投资,是因为它们可以提高人的专业知识技能、工作能力,从而增加收入。这与人们花钱买股票,或者将钱存入银行,有相同的效果。因此,作者认为,体育锻炼、健身也是一种人力资本投资。因为它可以改善人们的健康状况,增强人们的劳动能力,延长人的寿命、工作时间,从而增加人们的收入。这与人们花钱接受教育、训练,从而增加收入,也会产生相同的效果。并且,体育本身是教育的有机组成部分。因此,体育锻炼、健身是人力资本投资,是生产并消费体育产品,从而增强自身能力的过程。从经济学的角度讲,人们会根据“成本—收益”的原理,决定生产何种体育产品,及生产多少等。本书将在第四章从定量分析的角度对这个问题作一些研究。

第四,从发展的角度讲,体育最早是劳动过程的一部分,是寓于劳动的一种生产方式。随着生产的发展和社会的进步,体育逐步有了一些独立的特征,如有独立的项目名称、规定的动作、专门的器材等,但还没有完全独立并形成产业。人们农忙做工,农闲比赛、锻炼,以满足强身健体的需要。古代奥运会可以说是一种典型的依附于农业生产的、自给自足的体育产品生产活动。生产力进一步发展后,一部分人分离出来,专门从事体育比赛、表演,职业体育便产生了,体育产品就有了商品性质。所以,从发展的角度讲,商品性质的体育比赛、表演,是从以强身健体为主要目的的自给自足的非商品性质的比赛、表演演变而

来的。所以,健身体育、群众体育中的日常锻炼,也是体育产品的生产活动。

这里要说明的是,按照联合国等机构编制的 SNA(国民经济核算体系)的规定,为满足自身需求而生产体育产品(劳务),是不能进行统计核算的,因而,应排除在产品的范畴之外。但是,我们认为,按 SNA 的规定不能纳入统计核算,但个人日常的锻炼也是一种体育产品的生产活动。除了上述原因外,我们还认为,统计学与经济学在一些情况下,对同一现象的研究重点不一样。就个人锻炼而言,经济学主要研究它对劳动力再生产的作用,对国民经济发展的作用,而统计学则主要看它能否纳入统计核算体系。从经济学的角度讲,个人的体育锻炼、健身活动,可以满足个人强身健体的需求,可以生产使用价值,可以使人得到一定的满足。产品的基本功能便是提供使用价值,满足人们的特定需求。体育锻炼、健身也可以满足人的某方面需求。这使它符合产品的一般特性。即如此,我们有什么理由不认为它也是一种产品呢?当然,它是一种不纳入统计核算的产品。

由此,我认为,要对传统意义上的家庭职能进行重新认识。传统理论认为,随着社会的发展,家庭的生产职能已不复存在,或者将逐步消亡。这里不妨列举几种观点。第一种观点认为,个体家庭曾是一个生产生活单位。随着生产的发展,商品交换的出现,社会多层次结构的形成,家庭由双重结构逐步向单一的生活单位发展。^①第二种观点认为,我国“农村家庭在农业生产中仍有不可忽视的作用,城市家庭经济也有活跃城市经济的作用

^①陈克进主编:《婚姻家庭词典》,中国国际广播出版社 1989 年版,第 481 页。

用,家庭作为消费单位继续发挥其职能”。^① 第三种观点认为,“在现代社会中已经普遍存在的家庭,即夫妻双方都各自从事一种社会性职业,承担起各自的社会责任,家庭收入来自夫妻双方的社会劳动,其家庭职能只能是生活和生育职能了。目前,这种家庭形式不仅在西方国家已经普及,而且在中国也逐渐出现”。^② 第四种观点认为,家庭的经济功能包括生产和消费两方面,家庭的消费功能是始终存在的,而其生产功能则具有历史性。在我国,由于农村实行联产承包责任制,城市也有一部分个体劳动者,因而,生产功能在一些家庭还有重要地位。但是,随着时间的推移和生产社会化的发展,家庭的生产功能也有消亡的时刻。^③

从以上几种观点可以看出,一些社会学家否定家庭的生产职能,或者认为它最终会走向消亡,与他们仅仅将生产的概念界定在“有形的实物产品的生产上”有直接关系。应该说,这种界定范畴是非常狭隘的。诚然,实物产品生产是不可缺少的,但是,非实物产品的生产也是生产的范畴。按照马克思主义的观点,人吃饭也是再生产的范畴,是劳动力的再生产。个人或家庭生产的体育产品,可以满足人的需求,也应该认定为一种生产活动。随着社会的发展和生产、生活方式的改变,个人、家庭会越来越多地生产并消费健身、健美等产品。所以,我们认为,随着生产力和社会化的发展,家庭的生产职能不会消失,但是,其生

①袁方主编:《社会学百科全书》,中国国际广播出版社1990年版,第490页。

②王树林:《人口·家庭·社会——对人类社会化发展的探讨》,中国统计出版社1993年版,第25页。

③刘豪兴主编:《社会学概论》,高等教育出版社1997年版,第263页。