



休闲运动 企业经营管理实用教程

XIUXIAN YUNDONG QIYE
JINGYING GUANLI SHIYONG JIAOCHENG

彭 菲 主 编
金克林 副主编



西南财经大学出版社
Southwest University of Finance & Economics Press



休闲运动 企业经营管理实用教程

XIUXIAN YUNDONG QIYE
JINGYING GUANLI SHIYONG JIAOCHENG

彭 菲○主 编
金克林○副主编



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

图书在版编目(CIP)数据

休闲运动企业经营管理实用教程/彭菲主编. —成都:西南财经大学出版社,2014. 11

ISBN 978 - 7 - 5504 - 1662 - 8

I. ①休… II. ①彭… III. ①休闲娱乐—体育运动—企业管理—教材 IV. ①G812.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 262910 号

休闲运动企业经营管理实用教程

彭 菲 主 编

金克林 副主编

责任编辑:李特军

助理编辑:李晓嵩

封面设计:何东琳设计工作室

责任印制:封俊川

出版发行	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网 址	http://www.bookcj.com
电子邮件	bookcj@foxmail.com
邮政编码	610074
电 话	028 - 87353785 87352368
照 排	四川胜翔数码印务设计有限公司
印 刷	四川森林印务有限责任公司
成品尺寸	185mm × 260mm
印 张	15
字 数	330 千字
版 次	2014 年 11 月第 1 版
印 次	2014 年 11 月第 1 次印刷
印 数	1— 3000 册
书 号	ISBN 978 - 7 - 5504 - 1662 - 8
定 价	28.00 元

1. 版权所有,翻印必究。
2. 如有印刷、装订等差错,可向本社营销部调换。
3. 本书封底无本社数码防伪标志,不得销售。

序

在这普遍“有闲”的社会，如何休闲和如何提高休闲质量是当今人们生活的重要内容之一，也是经营休闲运动服务产品企业面临的巨大商机。然而，机会总是与挑战并存，我们看到，每天都有各类休闲运动企业如雨后春笋般注册成立，同时每天也有许多企业因经营不善纷纷倒闭，刚刚进入休闲阵地的中国休闲运动企业迫切需要科学的理论来指引他们实践的成功。

彭菲副教授从2007年1月起在四川旅游学院任教，多年来从事休闲运动企业人才培养的教学与研究工作，对该领域教学实践，尤其是实用型人才培养有较深入的研究。她主持编写的《休闲运动企业经营管理实用教程》邀我作序，作为她的硕士研究生导师，看到学生在行业内的不断耕耘，我深感欣慰，是以作序。

一本好的企业经营管理教材应该是受学生欢迎和受企业认可的教材。通读全书，感觉可以从以下四个方面来斟酌提炼该书的优点：

一是基本理论与时代精神同在。基本理论是根基，作为一本教材，形成正确的休闲运动企业经营管理基本理论是编写好教材的基础，但仅仅有理论是不够的，休闲运动企业经营管理的基本理论必须紧扣时代精神，才能充分展现教材的生命力和影响力。

二是休闲运动企业经营管理理论与实践同在。理论来源于实践，然而我们常常发现有些经管类的教材理论偏离实践。可喜的是，这本书的编写在写作团队组建时就把学校老师和企业管理人员进行了整合，从经营管理的宏观环境理论基础出发，采用了对经营管理的每个环节应该做什么、用什么方法做的实务编写思路，由此在理论的基础上突出了教材的实用性。

三是深刻阐述与深入浅出同在。在休闲运动产业形成阶段，行业内的经典案例往往比较缺乏，但这本书收集了大量的休闲运动企业经营管理实务案例，避免了枯燥乏味，将深刻阐述与深入浅出很好地结合了起来。

四是写书与育人同在。写书的目的之一便是说事说理，而编写教材则主要是传承

知识,并通过知识去育人。贯穿这本书始末的思想之一是告诉学习者如何成为一名优秀的休闲运动企业经营管理人員,即通过知识去教育人。

诚然,此书还有很多不完善的地方,希望不断努力,再版时得到修订。我衷心地希望这本《休闲运动企业经营管理实用教程》能为休闲运动企业的发展培养一代新人。

期待休闲运动企业发展迎来更美好的明天!

成都体育学院副院长:刘青教授

2014年7月

目录

上篇 休闲运动企业经营管理理论基础

第一章 休闲运动产业形成	(3)
第一节 休闲产业概述	(3)
第二节 休闲运动产业	(7)
第二章 休闲运动市场发展	(12)
第一节 休闲运动市场的构成、特点与细分	(12)
第二节 我国休闲运动市场的发展	(17)
第三章 休闲运动国家管理方式	(22)
第一节 我国体育管理体制	(22)
第二节 国家监管休闲运动产业方式	(28)
第四章 我国休闲运动行业经营管理现状	(36)
第一节 我国休闲运动场馆类企业经营管理现状	(36)
第二节 我国商业休闲运动俱乐部经营管理现状	(39)
第三节 我国高尔夫球俱乐部经营管理现状	(45)
第四节 我国户外、拓展公司经营管理现状	(51)
第五节 我国赛事策划公司经营管理现状	(56)

下篇 休闲运动企业经营管理实务操作

第五章 休闲运动企业战略与战术计划制定	(67)
---------------------------	------

第一节 计划工作概述	(67)
第二节 计划工作的基本内容	(70)
第三节 计划工作的基本方法	(77)
第六章 休闲运动企业中对人的管理	(89)
第一节 员工管理概述	(89)
第二节 员工管理的基本内容	(93)
第三节 员工管理的基本方法	(103)
第七章 休闲运动企业中对财的管理	(129)
第一节 财务控制管理概述	(129)
第二节 财务控制管理的基本内容	(130)
第三节 财务控制管理的基本方法	(144)
第八章 休闲运动企业中对物的管理	(149)
第一节 物品管理概述	(149)
第二节 物品管理的基本内容	(150)
第三节 物品管理的基本方法	(152)
第九章 休闲运动企业投资可行性分析	(160)
第一节 休闲运动企业项目投资可行性分析概述	(160)
第二节 休闲运动企业项目投资可行性分析的基本内容	(161)
第三节 休闲运动企业项目投资可行性分析的基本方法	(162)
第四节 休闲运动企业项目投资可行性分析报告写作	(168)
第十章 休闲运动企业营销策划分析	(174)
第一节 休闲运动企业营销策划概述	(174)
第二节 休闲运动企业营销策划的基本内容	(178)
第三节 休闲运动企业营销策划的基本方法	(181)

第四节 休闲运动企业营销策划方案写作 (186)

第十一章 休闲运动企业流程管理设计 (196)

第一节 休闲运动企业流程管理概述 (196)

第二节 休闲运动企业流程管理设计的基本内容 (198)

第三节 休闲运动企业流程管理设计的基本方法 (199)

第十二章 休闲运动企业客户关系管理设计 (210)

第一节 休闲运动企业客户关系管理概述 (210)

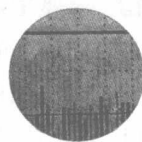
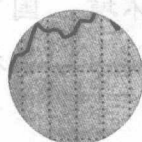
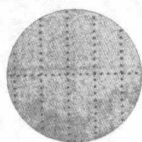
第二节 休闲运动企业客户关系管理的基本内容 (212)

第三节 休闲运动企业客户关系管理的基本方法 (218)

后记 (230)

主要参考文献 (232)

上篇 休闲运动企业经营管理 理论基础



上篇导读

进入一个行业从事经营管理工作，首先要对这个行业宏观环境有总体的把握。本篇介绍休闲运动企业经营的产业环境、市场环境、国家管理方式和行业内各业态的经营管理现状。对这部分内容的把握是经营管理人员战略性思维形成的基础。

第一章 休闲运动产业形成

【本章导读】

本章从“休闲”与“产业”概念解读开始进入到休闲运动产业发展的讲解。休闲运动产业作为休闲产业的重要分支，其产业的形成和发展有其自身的规律，认清这个产业未来的发展趋势有助于经营管理人员树立长远发展信心，做好长远发展的战略规划。

【教学目标】

学会收集资料并阅读分析，对休闲产业的基本理论有一定的了解，对休闲运动产业的形成与发展有清晰的脉络，能较好地把握经济与社会文化发展对产业发展的推动作用。

第一节 休闲产业概述

一、“休闲”与“产业”概念解读

（一）“休闲”

我们从中文字义的角度进行考察。人倚木而休，“休”在《康熙字典》、《诗·商颂·长发》和《辞海》中都被解释为“吉庆、欢乐、美善、福禄”的意思。“闲”通“娴”，具有娴静、思想的纯洁与安宁的意思。从词意的组合上，休闲所特有的文化内涵不同于“闲暇”“空闲”“消闲”“闲暇”“空闲”“消闲”表达人类生存过程中劳作与休憩的辩证关系，是人类物质生活之外的精神生活，休闲让人们在精神活动中感悟生命的真、善、美。

我们从英文字义的角度再进行分析，英文“Leisure”一词来源于法语，法语来源于希腊语和拉丁语。在希腊语中“休闲”为“Skole”，在拉丁语中“休闲”为“Scola”，意为休闲教育，从娱乐中受益来提高文化水平。这种涵义将休闲归为有社会价值的娱乐形式而区别于其他一般形式的娱乐。可见英文中“Leisure”休息的成分很少，消遣的成分也不大，主要是指“必要劳动之余的自我发展”。

由此可见，在中西方词义注释中，“休闲”一词表明了该活动所具有的独特文化精神底蕴。

休闲的确切定义一直是国内外学术界争论较多的问题，目前已有 20 余个定义，如

凡勃伦 (Vablen, 1899) 认为休闲是“非生产性的时间消费”^①。法国学者杜马兹迪埃 (Dumazedier, 1967) 则认为, 休闲应包括“一系列在尽到职业、家庭与社会职责之后, 让自由意志得以尽情发挥的事情, 它可以是休息, 可以是自娱, 可以是非功利性的增长知识、提高技能, 也可以是对社团活动的主动参与”^②。D. F. Anderson 认为, 休闲可分为三个基本语义: “时间、各种活动和一种精神状态”^③。我国著名休闲学研究专家马惠娣对休闲的理解是“休闲是人生命的一种形式, 一般意义上是指两个方面: 一是消除体力上的疲劳, 二是获得精神上的慰藉。可以以欣然之态做心爱之事来概括”^④。综合各家之说, 休闲主要有三个要素, 首先是要获得一段无占有的、空闲的、自由的“时间”; 其次是要进行并非为了维持生计, 而是以休养生息、自我娱乐为目的的“活动”; 最后休闲是作为一种“精神存在”状态的基础, 这是建立在古希腊哲学上的一种价值观, 如亚里士多德时代把休闲作为一种存在状态, 认为人只有在休闲状态下才能获得巨大的正面意义上的精神和情感的体会, 人在智力、文化或艺术上的成长和创造力才能达到最高峰。

总之, 休闲不是游手好闲, 不是闲而无事。游手好闲、闲而无事是空闲的概念, 是消极地对待闲暇时间, 而休闲是积极主动地支配闲暇时间, 是指人在除了恢复自己的体力之外, 满足人的精神享受、心理调节、文化建设方面的更高层次需求的活动, 是与人的全面发展联系在一起的。

(二) “产业”

产业是指生产同类产品的企业集合, 如农业、工业、交通运输业等。第二次世界大战以后, 西方国家大多采用了三次产业分类法。在中国, 产业的划分同样采用的是三次产业划分法。第一产业为农业, 包括农、林、牧、渔各业。第二产业为工业, 包括采掘、制造、自来水、电力、蒸汽、热水、煤气和建筑各业。第三产业分为流通和服务两部分, 共四个层次: 流通部门包括交通运输、邮电通信、商业、饮食、物资供销和仓储等; 为生产和生活服务的部门, 包括金融、保险、地质普查、房地产、公用事业、居民服务、旅游、咨询信息服务和各类技术服务等; 为提高科学文化水平和居民素质服务的部门, 包括教育、文化、广播、电视、科学研究、卫生、体育和社会福利等; 为社会公共需要服务的部门, 包括国家机关、政党机关、社会团体以及军队和警察等。休闲产业属于第三产业的第三层次。

① Vablen T., The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions [M]. New York: New American Library, 1953: 46.

② Dumazedier J. The Challenge of Leisure [M]. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1960: 4.

③ D. F. Anderson et al. Foundation of Canadian, Physical Education, Recreation, and Sports Studies [M]. Wm. C: Brown Communications Inc., 1989.

④ 马惠娣. 文化精神之域的休闲理论初探 [J]. 齐鲁学刊, 1998 (3): 99.

二、休闲产业的形成与发展

(一) 休闲产业的由来

回顾中西方古代和近代历史,都没有出现过世界范围的真正意义上的休闲产业。古希腊人把休闲生活作为一种理想状态,但他们的休闲是建立在奴隶阶级提供非自愿服务基础上的。中国春秋战国时期的游侠和食客、两晋南北朝时期的隐士,都过着貌似休闲的生活,但他们也是社会中的极少部分。16 世纪欧洲文艺复兴时期似乎是休闲的黄金时代,休闲生活享受得到赞赏,文化、艺术、科学都得到空前的发展,但这也仅限于贵族阶层,社会底层的芸芸众生无缘涉足。18 世纪以后的工业时代,虽然机器化生产逐渐代替了手工劳动,但休闲依然是有钱人的享受,工人阶级的休闲是以工作为导向的,也就是休闲成为了恢复体力与脑力以便更有效率地工作的手段。因此,在工业化时代,对于大多数人来说,休闲的概念实际上只是休息的概念,而过多的休息是要受到指责的。这种欧洲中世纪以来对休闲贬义的理解甚广,即认为“休闲”是对生产活动的一种扣除、一种奢侈,因此只能被压缩到“必要”的水平。在这些历史时期,休闲是属于少数人的,因此较难产生一个生产休闲属性产品的同类企业集合——休闲产业。

20 世纪出现了大量缩短人们必需工作时间的各项科技发明,特别是电子计算机的大量使用,形成了第三次信息产业革命,人们的工作效率大大提高,社会财富迅速增长。工作分享制的产生使人们有了空闲时间,并且有了富裕的经济条件,大众休闲(Mass Leisure)得以萌芽。我国经过 30 多年的改革开放,国民经济初具规模,人民生活发生了巨大变化,休闲也出现了大众化的趋势。大众休闲时代的来临使休闲有了强大的社会需求,休闲产业的社会经济基础形成了,一种新的产业就应运而生了。

有关休闲产业的概念,马惠娣谈到:“休闲产业是指与人的休闲生活、休闲行为、休闲需求密切相关的产业领域,特别是以旅游业、娱乐业、服务业为龙头形成的经济形态和产业系统。”^① 休闲产业一般涉及国家公园、博物馆、体育(运动项目、设施、设备等)、影视、交通、旅行社、导游、纪念品、餐饮业、社区服务以及由此连带的产业群。休闲产业的分布如表 1.1 所示:

表 1.1 休闲产业结构分布

类型	类别
休闲旅游业	名胜古迹、主题公园、古民居、观光农业园、牧场、度假宿营地、野炊场所、汽车旅馆、都市观光、海岸游乐场、植物园、动物园、节庆活动等
文化传播业	电视台、电台、图书馆、书店、电影、制片、工艺美术、文化俱乐部、报社、杂志、音乐厅、印刷企业、表演、文化经纪等

^① 马惠娣. 21 世纪与休闲经济、休闲产业、休闲文化 [J]. 自然辩证法研究, 2001 (1): 49.

表1.1(续)

类型	类别
运动健身业	运动比赛、健身俱乐部、高尔夫球俱乐部、台球厅、赛马场、保龄球馆、游泳馆、滑雪场、溜冰场、探险漂流等
休闲娱乐业	洗浴中心、综合娱乐场所、网吧、酒吧、舞厅、歌厅、美容中心、茶馆等

(二) 休闲产业的特点

我们从休闲产业的结构分布中可以看出,休闲产业的特点如下:

第一,休闲产业是以服务为主的劳动密集型产业。对投资者来说,休闲产业相对第二产业进入门槛较低,但做大做强并不容易;对从业人员来说,休闲产业对知识理论要求不高,但对服务技能和综合素质要求很高,因此要做好做优并不容易。

第二,休闲产业对相关产业的拉动性较强。以旅游业为例,一个地区旅游景点的开发,可以带动当地的交通、能源等基础设施建设,还可以带动餐饮业、通信业的发展。

第三,休闲产业的就业容纳度高。据世界旅游组织(OMT)专家的测算,旅游资源丰富的发展中国家,每增加3万美元的旅游收入,将为社会增加2个直接就业机会和5个间接就业机会。

第四,休闲产业的边界模糊。休闲产业的四个分支,即旅游、文化、运动、娱乐没有清晰的边界,各个分支交织在一起,如旅游通常和户外运动结合在一起,文化通常和娱乐结合在一起,而文化又是旅游和娱乐中不缺失的部分,旅游、文化、运动、娱乐经常同时出现,甚至没有主次之分。

(三) 休闲产业的发展

休闲产业未来的发展趋势如何,从两个定理和国内外休闲产业发展的实际数据就清晰可见。

第一个定理是英国人威廉·配第在其1672年出版的代表作《政治算术》中提出的产业发展定律。这一定律认为,随着经济的发展,即随着人均国民收入水平的提高,劳动力首先由第一产业向第二产业转移;当人均国民收入水平进一步提高时,劳动力便向第三产业转移;劳动力在产业间的分布情况为第一产业劳动力减少,第二产业和第三产业劳动力将增加。克拉克认为,劳动力从第一产业转向第二产业和第三产业是由经济发展中各产业间出现收入(附加价值)的相对差异造成的。从这个角度讲,休闲产业是第三产业,必将随着经济的增长逐渐占据主导产业的地位。几百年前威廉·配第提出的定理在后来世界经济发展中不断得到印证。我国经过多年的经济高速发展和产业结构的不断调整,目前已处于后工业化时期,即工业占主导地位的产业结构向服务业占主导地位的产业结构转型时期,休闲产业的发展符合产业结构调整规律。

第二个定理是恩格尔定律。19世纪,德国统计学家恩格尔根据对统计资料的计算分析,对消费结构的变化得出一个规律:一个家庭的收入越少,家庭收入中(或总支出中)用来购买食物的支出所占的比例就越大,随着家庭收入的增加,家庭收入中

(或总支出中)用来购买食物等基本生活用品的支出则会下降。推而广之,一个国家越穷,每个国民的平均收入中(或平均支出中)用于购买食物的支出所占比例就越大,随着国家的富裕,这个比例呈下降趋势。国际上常常用恩格尔系数来衡量一个国家和地区人民生活水平的状况。

$$\text{恩格尔系数} = \frac{\text{食物等基本生活用品支出金额}}{\text{总支出金额}} \times 100\%$$

根据联合国粮农组织提出的标准,恩格尔系数在59%以上为贫困,50%~59%为温饱,40%~50%为小康,30%~40%为富裕,低于30%为最富裕。据国家统计局统计数据显示,2000年我国农村居民的恩格尔系数就达到49.1%,城镇居民的恩格尔系数为39.4%,基本进入小康社会。经过十几年的发展,2013年我国农村居民恩格尔系数为37.7%,城镇居民恩格尔系数为35.0%,已进入富裕社会。^①这意味着更多的家庭支出将用于生活品质的提高。

从休闲产业发展的实际情况来说,在美国,休闲产业年产值达1.61万亿美元,超过汽车业和食品业,并以30%的速度增长。在西班牙,休闲产业成为西班牙国民经济的第四大产业,休闲企业达9万多家,近5年创造了76万个就业岗位,占西班牙国内总产值的4.5%。在韩国,据韩国休闲产业研究院估计,2003年韩国人均休闲服务消费达169亿美元,比1990年增长了4倍。英国著名未来学家格雷厄姆·莫利托认为,到2015年人类将走过信息时代的高峰期而进入休闲时代,美国休闲经济产值将占美国国民生产总值的50%以上。美国宾夕法尼亚州立大学著名的休闲研究教授杰弗瑞·戈比预测,在未来的几年,休闲的中心地位将会加强,在经济产业结构中休闲产业的从业人员将占整个社会劳动力的80%~85%。国外学者对未来社会的描述及其现实依据充分说明,在未来20年或更长的时间里,休闲将成为人类生活的重要内容,以满足人们休闲的精神文化需求为主要内容的休闲产业将在全球的经济生活中占主导地位。我国近年来旅游休闲、文化休闲、体育休闲和其他休闲产业均快速发展,截至2009年,我国居民休闲消费规模大致在17000亿元左右,相当于社会消费品总额的13.56%,占国内生产总值的比重为5.07%。

总之,社会经济在不断的发展,人们全面自由发展的愿望也会越来越强烈,休闲产业的兴旺和发达毋庸置疑。

第二节 休闲运动产业

一、休闲运动

休闲运动(Leisure and Sports)是在闲暇时间以身体活动为基本形式,追求人的精神生活享受,实现人的全面发展的休闲活动的总称。

^① 中华人民共和国国家统计局. 2013年国民经济和社会发展统计公报[EB/OL]. www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201402/t20140224_514970.html.

休闲运动项目和运动竞技项目在运动项目上并没有什么不同,它们都是人身体活动的形式,一个运动项目可以用于竞技,也可以用于休闲,只是竞技更注重规则性、目的性、挖掘人体机能的潜力性,而休闲更讲究艺术性、审美性、娱乐性。休闲运动的项目受时代的特征和人们的喜好的变化影响很大,很多旧的项目在不断的改造、变化、消失,也有很多新项目在不断地产生,根据休闲运动活动的特性,目前休闲运动项目通常有以下几种类别:

(一) 眩晕类运动

眩晕类运动又称为极限运动,是借助特定的运动器械和设备,使人在运动中获得在日常生活中难以体验到的空间运动感觉,感受身体与心理极限的刺激,如过山车、卡丁车、蹦极等。

(二) 命中类运动

命中类运动是运用自身的技巧和能力,借助特定的器械击中目标,如打靶、飞镖、射箭、保龄球、台球等。

(三) 冒险类运动

冒险类运动是人类对大自然的一种具有挑战性的休闲活动,必须有严密的组织措施和安全保障,如沙漠探险、长江漂流、游泳横渡海峡等活动。

(四) 户外类活动

户外类运动是人们回归自然的各种休闲运动方式,如野营、远足、登山、攀岩、高尔夫球等。

(五) 技巧类运动

技巧类运动是人运用自身的能力,借助特定的轻器械表现出高度灵巧和高超技艺的运动。如花样滑板、自行车越障碍等。

(六) 水上、冰雪类运动

水上运动项目有游泳、潜水、滑水、摩托艇、帆板、冲浪等;冰雪运动项目有滑雪、雪橇、滑冰等。

(七) 游戏竞赛类运动

游戏竞赛类运动通常是将运动竞技项目的规则进行简单化和游戏化改造之后形成的休闲游戏比赛,如沙滩排球、三人制篮球等。

(八) 歌舞类运动

歌舞类运动是通过各类民族传统歌舞的形式进行体育休闲的方式。例如,各民族传统的秧歌、舞狮舞龙以及将中华传统武术通过改编之后,在音乐的伴奏下进行的太极拳、木兰拳、木兰扇等。

二、休闲运动产业

休闲运动产业是指生产休闲运动产品的企业的集合。社会产品主要包括有形的物质类产品和无形的服务类产品,休闲运动产品主要是无形的服务类产品,如高尔夫球

场提供的高尔夫球童服务、健身俱乐部提供的健身指导服务、户外俱乐部提供的团队拓展服务、俱乐部提供的技能培训服务和会员活动、休闲运动文化传播公司提供的咨询服务、赛事公司提供的赛事表演服务等。休闲运动产业是休闲产业的分支产业,其产业的特性与休闲产业的特性类似,是以服务为主的劳动密集型产业,产业的拉动性较强,就业容纳度高。

休闲运动产业包括竞赛表演业、健身娱乐业、培训业、场馆业、运动用品业、康复保健业、中介咨询业等,其核心产业是竞赛表演业、健身娱乐业和培训业(见表1.2)。竞赛表演业、健身娱乐业和培训业之所以成为核心产业是因为休闲运动产业的大部分产值都来源于此三类分支产业,场馆业、运动用品业、康复保健业、中介咨询业依赖核心产业的发展而发展,同时又为核心产业的发展提供物质和服务的支持。

表 1.2 我国休闲运动产业的主要分支

产业类别	提供休闲运动服务产品的公司
休闲运动竞赛表演业	各类商业俱乐部、休闲文化传播公司、赛事公司
休闲运动健身娱乐业	各类商业俱乐部、会所
休闲运动培训业	各级各类商业俱乐部、场馆

三、我国休闲运动产业的形成与发展

(一) 发展初期(1980—2000年)

20世纪80年代初,我国开始出现休闲运动产业。兴起最早的地区是深圳经济特区,有高尔夫球、保龄球、健身健美以及台球、网球、游泳、乒乓球、滑冰、轮滑等项目,但是发展的总体特征是发展速度缓慢。造成这一特征主要的原因是经济不够发达,改革开放初期大多数人还没有从温饱需求中解脱出来,造成休闲运动的有效需求不足。那时的休闲运动企业只是为了迎合市场的一时需求,基本没有休闲经营意识和管理规范,上项目的盲目性比较大。例如,20世纪90年代初兴起保龄球热,一时之间保龄球馆遍布商业中心和酒店,但很快在3~5年时间里纷纷关门倒闭。那个时期的休闲运动企业很少有能成长壮大的,现有的休闲运动场所中在20世纪90年代以前注册的只有不到10%。

(二) 快速发展期(2000年至今)

休闲运动产业进入快速发展期后,新兴的休闲运动经营项目增多了,比如户外旅游、团队拓展、生存训练等。休闲运动企业的数量也增多了,1998年,仅北京、上海、深圳、湖北和安徽等地区,在工商部门注册的休闲运动经营企业就有18 292家,而现在仅北京市就有3 500家,数量每天都在迅速递增。虽然经营者对该行业市场前景看好,经营的利润却不容乐观。在陈新(2003)调查的休闲运动企业中,自报盈利