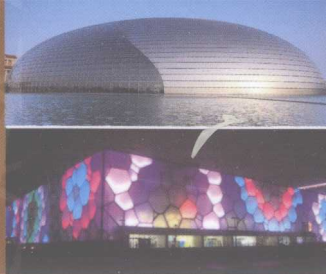


北京市哲学社会科学“十一五”规划项目
[6BdJG088]



奥运机遇拉动下的 北京休闲经济发展

Aoyun Jiyu Ladongxia de
Beijing Xiuxian Jingji Fazhan

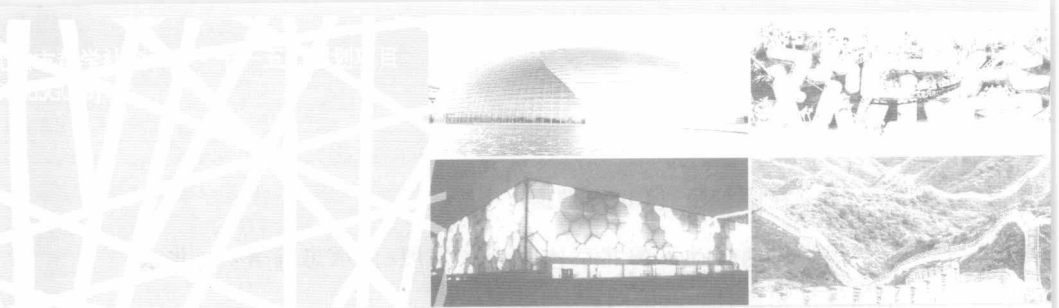


吴承忠 等/著



中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE



奥运机遇拉动下的 北京休闲经济发展

Aoyun Jiyu Ladongxia de
Beijing Xiuxian Jingji Fazhan

吴承忠 等/著

中国经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

奥运机遇拉动下的北京休闲经济发展/吴承忠等著. —北京:
中国经济出版社, 2008. 12

ISBN 978 - 7 - 5017 - 8907 - 8

I. 奥… II. 吴… III. 奥运会—关系—经济发展—研究—北
京市 IV. F127. 1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 183168 号

出版发行: 中国经济出版社 (100037 · 北京市西城区百万庄北街 3 号)

网 址: [www. economyph. com](http://www.economyph.com)

责任编辑: 吴炳乾 (电话: 010 - 52762460)

责任印制: 康东明

封面设计: 康 鑫

经 销: 各地新华书店

承 印: 北京兰星球彩色印刷有限公司

开 本: 148mm × 210mm 印张: 10.5 字数: 262 千字

版 次: 2008 年 12 月第 1 版 印次: 2008 年 12 月第 1 次印刷

印 数: 1 - 500 册

书 号: ISBN 978 - 7 - 5017 - 8907 - 8/F · 7875 定价: 22.00 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 由我社发行部门负责调换, 电话:
68330607

版权所有 盗版必究

举报电话: 68359418 68319282 国家版权局反盗版举报中心电话: 12390

服务热线: 68344225 68341878

课题组成员

课题主持人：吴承忠 博士

对外经济贸易大学公共管理学院

文化与休闲管理研究中心主任

课题组成员：

张旭霞 博士，对外经济贸易大学公共管理学院，
讲师

何 峰 博士研究生，北京大学

李淑美 硕士，西华师范大学管理学院 助教

胡咏君 硕士，北京第二外国语学院旅游管理学院

闫 军 硕士，北京第二外国语学院旅游管理学院

俞诗京 北京大学光华管理学院 MBA

宋 宁 硕士，北京大学经济学院

preface

序

2008年奥运会对北京和中国来说都是难得的历史机遇。对北京市休闲经济的发展来说更是如此。因此,从奥运前、奥运中、后奥运三个时期来认真研究北京休闲经济发展的机遇、问题,并进行对策研究,是北京市经济发展中一项很重要的社会科学课题。

本课题历时近两年。课题组以高度负责的态度,认真开展了文化产业典型地区、文化企业问卷调查、国家和北京市及所属区县政府部门访谈、北京市部分文化企业领导访谈、高校专家咨询、国内外学术和实践资料收集工作。尤其是在问卷调查和深度访谈方面,课题组做了深入细致的工作。课题组到王府井大街等旅游景点、休闲旅游街区进行了旅游业方面的问卷调查。课题组先后到“一起写网”、“亚瑞科国际广告传媒公司”、芋头电台、魔时网、天际网、“我爱CBD”网等传媒企业以及文化部文化市场司、国家广播电影电视总局、北京市文化创意产业促进中心等文化管理机构、中国传媒大学等高校进行了问卷调查和访谈。艺术与博物馆部分的研究人员还对北京市市民就奥运与北京艺术和博物馆业发展的看法进行了问卷调查。

本课题是北京市哲学社会科学“十一五”规划青年基金项目。本人担任负责人。课题组主要研究人员包括:张旭霞、何峰、李淑美、胡咏君、闫军、俞诗京、宋宁。本书的第一部分各章由吴承忠负责研究和撰写。第二部分第三章中的第一节、第二

节、第五节由吴承忠撰写,第三节“国外奥运城市发展传媒产业的经验”由对外经济贸易大学公共管理学院张旭霞博士撰写,第四节“国外奥运城市发展艺术休闲产业的经验”由北京大学在读博士生何峰撰写。第三部分“奥运会与举办城市休闲经济发展之间的关系研究”由西华师范大学管理学院教师李淑美撰写。第四部分第五章“奥运机遇拉动下的北京旅游产业发展”由李淑美撰写。第六章“奥运机遇拉动下北京市传媒产业的发展对策”由张旭霞撰写。第七章“奥运机遇拉动下的北京艺术品行业发展研究”由何峰撰写。第八章“奥运机遇拉动下的北京体育休闲产业发展”由北京第二外国语学院旅游管理学院硕士胡咏君、闫军撰写。第九章“奥运机遇拉动下的北京主题公园业发展研究”由北京大学光华管理学院 MBA 俞诗京撰写。第十章“奥运机遇拉动下的北京网络游戏产业发展研究”由北京大学经济学院硕士宋宁撰写。

本书分为五个部分。第一部分是对国外休闲经济发展与管理经验的总结和探索。此部分对休闲、休闲经济、休闲产业进行了界定,研究了西方发达国家休闲经济形成和发展阶段的主要特征,从公共管理的视角,系统总结了国外休闲经济管理的经验。第二部分对国外奥运会举办城市发展休闲经济的经验进行了研究;第三部分研究了奥运会与举办城市休闲经济发展之间的关系;第四部分研究了奥运会机遇期北京休闲产业中重要组成部分:旅游产业、文化休闲产业(以传媒产业和艺术产业为重点)、体育休闲产业、娱乐产业(以主题公园业和网络游戏产业为重点)的发展现状、问题与对策。最后一部分从总体上阐述了课题组对北京市休闲经济发展与管理的建议。研究方法上强调了对 SWOT 分析方法的运用,突出特色在于以休闲经济的有关理论和方法思考奥运机遇下相关产业的发展问题,在分析北京奥运经济所属产业发展问题方面提供了新视角、新理论、新问

题,摆脱了以往单纯从文化创意产业、服务业角度研究以上这些产业的传统路径。本研究的主要贡献在于对奥运会给北京休闲产业发展带来的机遇进行了分析,综合研究了各二级休闲产业和休闲经济整体发展的现状、问题,从行业发展和公共管理的角度提出了战略、政策等建议。

本研究揭示了奥运会与举办城市休闲经济发展之间的关系;总结了不同举办城市合理利用奥运机遇发展休闲经济的管理经验;有助于加强对休闲经济综合研究重要性的认识。实践意义在于:1.有利于提高北京市政府对休闲经济发展重要性和紧迫性的认识。2.有利于北京市政府借鉴国外经验,利用奥运机遇,促进休闲经济的整体发展。3.对北京市奥运机遇期休闲经济发展的战略和对策提出了战略和对策建议。这些建议尤其将对后奥运机遇期促进北京市政府及时和正确进行产业布局和政策制定工作起到一定参考作用。

成果存在的不足在于:由于休闲产业包括的范围广泛,课题研究时间紧迫,调研的广度还需要扩大;休闲经济理论运用于北京休闲经济综合性研究等方面还有待深入。这也有待于研究人员今后进一步提高研究的水平。

本课题能够顺利开展和结项,有赖于各相关单位和领导、友人的大力支持。亚瑞科国际广告传媒公司总经理高辉、副总经理林德金、芋头电台创始人刘扬、魔时网创始人王鹏云、天际网王妍、“我爱CBD”网创始人周伟等北大计算机领域的校友为问卷调查提供了便利。亚瑞科国际广告传媒公司总经理还与我们进行了访谈。文化部市场司副司长庾祖海、综合处副处长李蕊等组织了该司各处处长与我们进行了研讨。北京市文化创意产业促进中心产业部部长刘生全博士组织了产业部所有干部与我们进行了深入研讨。朝阳区委宣传部文化创意产业管理办公室仲婷婷校友给我们提供了资料方面的帮助。其他有关管理机关



和企业、高校也为本课题的调研提供了积极支持。在成果即将出版之际,谨向他们(她们)表示衷心感谢。

北大师弟杨仁举为本书绘制了有关地图。师弟吴炳乾、北大光华管理学院张雪思、政府管理学院杜磊参与了书稿校对工作。

对外经济贸易大学公共管理学院研究生靳亚茹、任俪聪、高凤、雷文昊、文化事业管理方向本科生马超、张弛、北京大学本科生陶文琪、纪玉锶、柴泽林等参与了课题的调研工作。课题组对他们的奉献表示感谢。

感谢中国经济出版社副总编孙岩、国家新闻出版总署刘双阳等领导对本书出版给予的支持。

由于水平有限,错误之处敬请读者和专家指正。本书在写作过程中曾经参考了大量学者的相关研究成果,对这些学者我们表示深深感谢。由于篇幅或疏忽等方面的原因,可能会有部分学者的研究成果并未一一标注,敬请作者原谅。

吴承忠

于对外经济贸易大学公共管理学院

2008年11月18日

CONTENTS

目 录

| 第一部分 |

国外休闲经济的发展与管理经验

导 论 / 1

一、研究背景 / 1

二、休闲、休闲经济定义和产业类型划分 / 4

第一章 西方发达国家休闲经济发展的特征 / 8

第一节 西方发达国家休闲经济形成和发展阶段的主要特征 / 8

第二节 西方发达国家休闲经济成熟的标志 / 18

第三节 休闲型社会即将到来(21 世纪 20 年代以后) / 19

第二章 国外休闲经济的管理经验 / 20

第一节 政府管理休闲产业的主要手段 / 20

第二节 公共休闲供应与管理 / 23

第三节 国外的休闲和旅游规划 / 29

第四节 国外的休闲发展政策 / 38

第五节 休闲与法律 / 52

| 第二部分 |

国外奥运城市发展休闲经济的经验

第三章 国外奥运城市发展休闲经济的经验 / 55

第一节 奥运城市发展旅游业的经验 / 55

- 第二节 奥运城市发展体育休闲产业的经验 / 60
- 第三节 国外奥运城市发展传媒产业的经验 / 65
- 第四节 国外奥运城市发展艺术休闲产业的经验 / 76
- 第五节 结论 / 82

| 第三部分 |

奥运会与举办城市

休闲经济发展之间的关系研究

第四章 奥运会与举办城市休闲经济发展之间的关系研究 / 87

- 第一节 国外奥运会举办城市发展休闲经济的理论研究 / 87
- 第二节 近五届奥运会对举办城市休闲经济发展的影响 / 90
- 第三节 奥运会对举办国与举办城市休闲产业的影响
——以体育产业为例 / 94
- 第四节 奥运会与举办城市休闲经济发展的关系 / 103
- 第五节 奥运会契机下北京市发展休闲经济的启示 / 105

| 第四部分 |

奥运机遇拉动下的北京

各休闲产业的发展研究

第五章 奥运机遇拉动下的北京旅游产业发展 / 109

- 第一节 奥运旅游影响的研究现状 / 110
- 第二节 北京市旅游业总体发展状况 / 113
- 第三节 奥运机遇下北京旅游业发展分析 / 114
- 第四节 奥运期间及奥运会后北京旅游业
发展面临的主要问题 / 125
- 第五节 奥运期间及奥运后北京市旅游业
发展的建议对策 / 130

第六章 奥运机遇拉动下北京市传媒产业的发展对策 / 141**第一节 传媒进入娱乐化时代是休闲服务业**

日益发达的一个重要标志 / 142

**第二节 奥运机遇拉动下北京市传媒产业面临的
机遇和挑战 / 149****第三节 奥运会前、会中北京市传媒产业的发展对策 / 159****第四节 后奥运机遇期的北京传媒业发展战略 / 165****第七章 奥运机遇拉动下的北京艺术品行业发展研究 / 188****第一节 西方发达国家艺术品市场发展的经验 / 188****第二节 奥运机遇拉动下的北京艺术品市场的发展 / 200****第八章 奥运机遇拉动下的北京体育休闲产业发展 / 228****第一节 发展背景 / 228****第二节 体育休闲概述 / 229****第三节 奥运影响下体育休闲的研究现状 / 237****第四节 奥运会与举办城市体育休闲产业的关系 / 243****第五节 北京体育休闲产业发展的基础 / 246****第六节 奥运后北京体育休闲市场预测 / 249****第七节 奥运场馆与体育休闲供给 / 256****第八节 后奥运机遇期北京市体育休闲**

产业发展政策建议 / 264

第九章 奥运机遇拉动下的北京主题公园业发展研究 / 270**第一节 主题公园概述 / 270****第二节 国外主题公园开发模式与发展趋势 / 272****第三节 国内主题公园业现状分析 / 273****第四节 北京主题公园现状分析 / 275****第五节 奥运机遇拉动下北京主题公园业的**



SWOT 分析 / 280

第六节 奥运机遇拉动下北京主题公园业的发展战略与对策 / 282

第十章 奥运机遇拉动下的北京网络游戏产业发展研究 / 289

第一节 网络游戏产业的概念和范围界定 / 289

第二节 网络游戏产业的发展现状分析 / 293

第三节 北京网络游戏产业发展的 SWOT 分析 / 297

第四节 奥运后北京网络游戏产业发展趋势分析 / 305

第五节 奥运机遇拉动下的北京网络游戏产业发展战略与管理对策 / 313

总结:对北京休闲经济发展与管理的建议 / 320

第一部分

国外休闲经济的发展与管理经验

导 论

一、研究背景

(一) 发达国家休闲经济的重要性日益明显

休闲经济是工业化社会高度发达的产物,它发端于欧美,19 世纪中叶即初露端倪^①。二战后,科学技术的突飞猛进,资本主义国家的劳动生产率和人们的生活水平迅速提高,与之相对,人们的可自由支配收入和时间也随之增长。这些客观条件大大刺激了西方国家人们的休闲需求,从而,休闲消费的增长成为社会中的一个十分普遍的经济现象。作为休闲经济规模化的产物——休闲产业,则是自 20 世纪 80 年代以来才得到了迅猛发展,从而形成了休闲产品制造业和休闲活动服务业两大体系,进而构成了以旅游业、娱乐业、体育健身产业和文化产业为主体的休闲产业集群系统。

休闲产业包括了国家公园及各类旅游景点、博物馆、体育(运动场馆、运动项目、设备、设施维修)、影视、报刊、旅游交通、旅行社、餐饮业、社区休闲服务、康体休闲健身等与之相关的产业群。

^① 马惠娣:“休闲产业新的经济增长点”,《自然辩证法研究》,2001 年第 1 期,第 49 页。

当前,在一些发达国家,休闲经济已经成为首要的经济产业,成为国民经济收入的重要来源,也成为政府部门制定宏观经济政策必须重点考虑的方面。

休闲市场的巨大消费能力极大地促进了经济增长和社会稳定。以美国 1990 年为例,全国消费者在娱乐性商品和服务方面总共花费了 2 800 亿美元,占全部消费开支的 7%。该数字是消费者 1990 年购买新车花销的 3 倍。然而,实际上这仅是休闲消费的一小部分,其他大部分的消费被纳入到其他类别的消费开支中了。如同年美国用于交通运输方面的 4 580 亿美元中,就有三分之一以上花在了休闲旅行上。在机动车运行里程数上,也有三分之一的行程归于休闲所用。60% 的飞机乘客以休闲旅行作为动机,而非业务旅行。此外,在住房、服装、餐饮、教育方面的消费开支中,也有一部分与休闲密切相关。如此,美国 1990 年全国居民用于休闲的开支轻松超过 10 000 亿美元,大约占全部消费支出的三分之一。在这种靠消费劳动的经济模式中,休闲产业于是成为美国第一位的经济活动^①。据美国有关部门的统计显示:美国人有一分之一的休闲时间,三分之一的收入用于休闲,全国三分之一面积的土地被用于休闲。几乎所有的产业经济形态、甚至国防,都有与休闲相关的工作。据统计,美国的旅行和旅游业雇佣职员 900 万。在全联邦、各州、县以及当地的娱乐场所、公园和其他休闲机构,大约有 25 万个公共服务类的工作职位。另外,近 200 万作家、艺术家、演艺圈人士和职业运动员。由于休闲产业边界的模糊性与交叉性,我们很难确切统计休闲从业者的人数。但如 4 万美元的消费开支能创造一个全职的工作职位,则 10 000 亿美元的休闲消费就相当于 250 万个工作职位,接近于 1990 年全美就业岗位数目的四分之一^②。

① [美]杰弗瑞·戈比著,康箴译,田松校:《你生命中的休闲》,昆明:云南人民出版社,2000 年,第 157 页。

② 马惠娣:“休闲产业新的经济增长点”,《自然辩证法研究》,2001 年第 1 期,第 49 页。

世界发达国家社会发展的现实已经表明:为休闲而进行的各类生产活动和服务活动正日益成为经济繁荣的重要因素,特别是在大城市中,各类休闲活动已经成为经济活动得以运行的基本条件。尽管从历史的角度来看,城市的产生和发展主要依赖于制造业的繁荣,然而,如今城市的经济模式已经开始转向依赖于休闲活动的兴旺与发达了。因而城市经济的良性循环在很大程度上也越来越依赖休闲要求的实现^①。可以说,休闲经济目前已经成为发达国家的支柱产业,在部分国家甚至成为了先导产业和主导产业。

(二) 21 世纪与休闲经济时代的来临

休闲经济仍处于加速发展过程中,其发展前景十分美好。相关研究表明:休闲经济将取代信息经济而成为二十一世纪的主导经济。著名未来学家格雷厄姆·莫利托在《全球经济将出现五大浪潮》一文中指出:到 2015 年,人类将走过信息时代的高峰期而进入休闲时代。而美国最先进入,届时国内休闲经济产值将占 GNP 的 50% 以上。休闲经济将给人们带来许多新的生活态度、观点和活动。人们将购买经验而不是物品。提供奇遇和冒险项目的行业将尤其繁荣兴旺^②。

休闲时代的一个明显特征就是人们随之进入了娱乐经济时代。美国最大媒体与娱乐顾问机构的创始人迈克尔·沃尔夫在《娱乐经济》中认为“娱乐因素”将成为该时代产品与服务竞争的关键,其他产业不断效仿娱乐业的经营策略。这种趋势可以从美国看到。1996 年,全国有 1 500 多万人次参观了迪斯尼乐园,而去首都华盛顿参观游览的仅 108 万人次。这说明在休闲产业中娱乐产业的地位有明显上升。投资者已经开始将资金投向休闲企业,包括电影、电视、出版、音乐、酒店以及主题游乐园等。而曾号称“日本首富”的著名企业家堤义明在严守父亲“十年内不许投资任何不

^① [美]杰弗瑞·戈比著,康肇译,田松校:《你生命中的休闲》,昆明:云南人民出版社,2000 年,第 158 页。

^② 王雅林:《特区》,2001 年,第 11 期,第 30 页。



动产”的誓言后,出手的第一个重大动作就是从 1975 年开始,将西武集团的主要业务从地产转向休闲产业,大规模投资开发滑雪胜地、高尔夫球场和酒店业,从而使西武商业王国迅速扩大。在这个商业帝国的版图中,拥有十多个规模庞大的度假村、25 个高尔夫球场、一个比迪斯尼乐园还大的西武游乐场。集团旗下的王子酒店,总计 50 多家,遍及日本及世界多个国家。仅在东京及附近地区的王子酒店,房间总数就超过了一万间。由于迎合了日本社会发展带来的休闲需求,他在日本的箱根、伊豆、轻井泽兴建的西武休闲饭店,几乎都是日本饭店业中经营得最成功、最有利可图的饭店。索尼公司总裁盛田昭夫每次出国谈生意之前都要首先住进品川王子大饭店来放松一下。自 2001 年 4 月日本首相小泉纯一郎上任以来,他先后造访西武集团的王子饭店 288 次,并与堤义明私交甚密。1975 年来的二十年间,西武集团购买了日本六分之一的土地,以 1 650 亿美元的家产远远超过当时的比尔盖茨,是松下集团的 10 倍。他本人甚至成为多个大型滑雪场的老板,还担任了日本化学协会的主席,为日本申请到 1998 年冬季奥运会发挥了关键作用(石玉,2005)。可见,对休闲产业的成功经营是西武集团乃至他本人迅速崛起的关键。

二、休闲、休闲经济定义和产业类型划分

(一) 休闲

在马克思关于闲暇时间定义的基础上,本研究认为:休闲,可理解为人们在闲暇时间所从事的消遣性活动,其目的在于寻求精神上的轻松、快乐、自由与解脱。放松、愉悦是休闲活动的本质感受。

(二) 休闲经济

马惠娣认为:休闲经济作为经济学中的组成部分,主要研究人在休闲行为中的投入与产出,休闲创造的产值,休闲经济的运行规

律,休闲行为和经济的变量关系等^①。

Janet. R. Maclean、James A. Peterson 在《游憩和休闲:正在改变的场》中认为休闲经济与满足人们闲暇时间需要的商品和服务的生产中的稀缺资源的分配有关。这个经济体系由消费者、私人企业生产者与政府组成^②。

John Tribe 在《游憩、休闲和旅游的经济学》一书中虽然没有直接给出休闲经济的定义,但我们由该书的写作结构可以看出他的基本观念是认为休闲经济是由休闲组织、市场、消费者、外部运行环境构成的一个经济系统^③。

本研究认为:休闲经济是建立在工业经济、服务经济基础之上的为满足人们的休闲消费而形成的经济形态,其本质是体验经济。休闲经济以旅游产业、文化休闲产业(包括传媒休闲业、艺术休闲产业、休闲会展业等)、体育竞赛与健身产业(体育休闲产业)、娱乐产业四大产业为主要依托,为人类生活的另一种状态——“休闲状态”服务的经济形态。休闲经济形态区别于为人类生产服务的经济形态。这种经济形态也包括为休闲活动提供生产和服务的各主要经济部门。(吴承忠,2005)

休闲经济是工业化社会高度发达的产物,它发端于欧美,19世纪中叶即初露端倪^④。二战后,科学技术的突飞猛进,资本主义国家的劳动生产率和人们的生活水平迅速提高,与之相对,人们的可自由支配收入和时间也随之增长。这些客观条件大大刺激了西方国家人们的休闲需求,从而,休闲消费的增长成为社会中的一个十分普遍的经济现象。作为休闲经济规模化的产物——休闲产业,则是自20世纪80年代以来才得到了迅猛发展,从而形成了休闲产

① 马惠娣:《休闲经济、休闲产业和休闲文化》打印稿。

② Janet. R. Maclean, James A. Peterson. Recreation and leisure: the changing scene. New York: John Wiley&Sons. pp. 57.

③ John Tribe. The economics of recreation, leisure and tourism. Oxford: Elsevier, 1995.

④ 马惠娣:“休闲产业新的经济增长点”,《自然辩证法研究》,2001年第1期,第49页。