

市场经济与我国体育产业的发展

周明华

(洛阳师范学院 体育系, 河南 洛阳 471022)

摘 要:对市场经济条件下我国体育产业发展的有利条件和制约因素作了论述,并对如何发展我国的体育产业提出一些基本对策。

关 键 词:市场经济; 体育产业; 中国

中图分类号:G80-05;G812 **文献标识码:**A **文章编号:**1006-7116(2003)04-0015-03

Some reflexions on developing China's sports industry under market economy

ZHOU Ming-hua

(Department of Physical Education, Luoyang Teachers College, Luoyang 471022, China)

Abstract: The beneficial conditions and restrict factors of developing our country sports industry under market economy are expounded in this paper. And some basic countermeasures about how to develop sports industry are put forward here.

Key words: market economy; sports industry; China

1 发达国家与我国体育产业的发展概况

目前,世界体育产业的年产值高达4000亿美元左右,其中绝大多数的份额来自市场经济发达的欧美国家。这一数字相当于我国年国内生产总值的一半,而且以每年20%的速度增长。据《了望》周刊统计,世界体育消费在经济低迷的情况下仍以32%的速度增长。

美国是世界上体育产业最发达的国家,在20世纪90年代中期其体育产业产值已超过3000亿美元,居美国经济的第22位,从事与体育产业相关的人员达数百万人。英国的体育产业年产值为70亿英镑,政府每年向体育产业各企业课税高达30亿英镑,参与体育产业的就业人数达38万人。而意大利的体育产业是以足球为主,现在每年的体育产业产值约为500亿美元,居意大利经济的第10位^[1]。

事实表明,在市场经济发达的一些欧美国家,其体育产业的收入已超过石油、化工和汽车制造业,产值大约占国内生产总值(GDP)的1%~3%,成为举足轻重、具有活力的朝阳产业或支柱产业。

与欧美体育产业发达的国家相比,我国的体育产业还处于初步发展阶段。

1949年到1978年,我国实行的是高度集中的计划经济,体育只是作为一项社会公益活动和社会政治活动来对待,过分突出体育的政治功能。国家在这个时期每年对体育投入了大量的物力和财力,也培养了许多运动健将并在国际体坛上为祖国赢得了巨大的荣誉。但基本上没有考虑到这种投

入的经济收益,使体育难以成为产业,也不能满足人民群众对体育的需求。

1978年党的十一届三中全会提出改革开放和以经济建设为中心的指导思想以来,体育的政治功能逐步弱化,体育的健身功能和经济功能得到重视。但体育作为一个产业部门的提出则是在1985年国务院在转发统计局《关于建立第三产业统计报告》中把体育作为“科学文化水平和居民素质服务”的部门而纳入第三产业范畴,从而为体育经济功能的发挥提供了广阔的前景。

1992年中共中央、国务院颁布的《关于加快发展第三产业的决定》中提出:“以产业化为方向,建立充满活力的第三产业自我发展机制”。决定指出,第三产业的产业化,就是第三产业“由福利型、公益型、事业型向经营型转变,使之成为自主经营的经济实体。”1995年10月,八届人大四次会议通过的《国民经济和社会发展“九五”计划和2010年远景目标纲要》指出:“形成国家和社会共同兴办体育事业的格局,走社会化、产业化道路”。这是国家第一次明确提出体育要走产业化道路。

在国家政策的指引下,我国体育产业的发展通过学习、借鉴和引进国外先进经验,开始对体育产业进行了全方位的开发,从经营创收到经营体育并逐步转向产业化经营。与1996年相比,1997年我国体育产业的产值增长了156.37亿元,1998年体育产业的产值与1997年相比又增加了183.56亿元,按照这一增长势头到2010年,我国体育产业至少可增

加 1 070.65 亿元,达到 2 600 亿元,体育产业的产值占 GDP 的比重可望从 1998 年的 0.2% 增至 0.8%。目前我国有各类体育经营企业 2 万多家,总投资约 2 000 亿人民币,年营业额达 2 000 亿元。与国外市场经济发达的欧美国家体育产业产值占 GDP 的 1%~3% 相比还有很大的差距^[2]。因此,可以预见,随着我国市场经济的快速发展,我国体育产业发展的空间是巨大的。

2 我国发展体育产业的有利条件及其制约因素

2.1 我国发展体育产业的有利条件

(1) 经济的持续发展为体育产业化奠定了坚实的基础

体育成为产业需要一定的社会环境和条件,体育产业化必须在一定的社会物质基础上才能得以完成。我国自改革开放以来,特别是党的十四大明确提出建立社会主义市场经济体制以来,经济出现了前所未有的发展势头,人民生活水平不断提高,城镇居民人均收入,1990 年 1 572.2 元,1995 年 4 288.09 元,到 1998 年增长到 5 458.34 元,2002 年增长到 6 426 元。同时人民的消费结构也发生了明显的变化。我国近几年来城镇居民的恩格尔指数连续下降,我国目前的恩格尔指数在 50% 以下,与改革开放前的 65% 以上有了很大的下降。

根据中国社会科学院对“十五”中国社会经济总量的预测,“十五”期间我国国民经济增长尽管整体上有小波动,但仍将保持较快的增长势头,国内生产总值年均将保持在 7.8%。按照国际标准,这一时期仍属高速增长时期。按照这样的速度发展,到 2018 年我国人均国内生产总值将达到 2 516 美元,完成工业化任务;到 2030 年,人口将达到 15.5 亿人,人均国内生产总值将达到 5 400 美元左右,进入中等发达国家水平;2040 年左右我国将进入富裕国家行列。由此可见,21 世纪我国体育产业的大发展是有着比较坚实的经济基础。

(2) 具有世界上最大的体育产业潜在市场

我国是世界上人口最多的国家。据预测“十五”期间我国人口还会继续增长,到 2005 年人口总数将达到 13.32 亿,2010 年达到 14.23 亿,2020 年前后突破 15.18 亿人^[3]。如果国外政治环境和国内经济环境比较平稳,如果能按照国务院发展研究中心战略课题组的报告所说的“中国从 2000 年到 2020 年平均潜在增长速度可达 7.3% 左右得以实现,那么按汇率计算中国人均国内生产总值将达到 5 000 美元,国内生产总值将仅次于美国居世界第二”。假如按年人均体育消费 2 000 元计算,那么我国一年的体育消费总量将达到 30 600 亿元,这是一个非常可观的数字。所以说,中国是世界上最大的体育消费潜在市场。

2.2 我国发展体育产业的制约因素

(1) 国外政治、经济环境的变化是制约我国发展体育产业不可忽视的因素

当今世界,是充分国际化的世界,我们不可能脱离国际环境来谈论我国的经济的发展,更不可能脱离国际环境来谈我国体育产业的发展。对我国经济前景预测是建立在国际政

治、经济环境平稳的基础上的。如果在 21 世纪初至 21 世纪中叶国际政治、经济环境并不平稳,出现比较大的变动,那么我国的经济的发展速度就可能要受影响,国内生产总值将达不到我们所预计的数字。而这种不稳定的情况是可能出现的。首先,美国作为世界唯一超级大国,强行推行其霸权主义和强权政治的扩张战略,加上西方新干涉主义思潮的存在和发展,这是影响国际安全和我国经济发展的一个重要因素;其次,以美国为首的西方发达国家推行的和平演变战略以及“西化”和“分化”我国的政策不会变,更不会放弃,这是影响我国政治体制稳定的一个重要因素;第三,经济全球化的“双刃剑”作用,使世界金融体系脆弱,虚拟经济日益膨胀,加之西方发达国家拥有相对优势的资金、信息、技术、合理产业结构和高度发达的市场经济,在全球经济竞争中处于有利地位,严重影响我国经济的运行环境并大大增加我国经济发展的运营成本;第四,世界高新技术的发展使我国外贸结构中的传统优势正在削弱,将严重影响我国的外汇收入,也不利于我国经济结构的调整。

(2) 人口压力和经济环境的变化是制约我国发展体育产业的主要因素

首先,随着市场经济的发展和我国经济体制的转型,出现了大量的失业人口,据不完全统计,我国现在城镇失业人口大约有 4 000 万,加上农村约有 2 亿剩余劳动力,这是一个巨大的就业压力。如果我们不能妥善解决这个问题,不但会影响我国的体育产业的发展,甚至会影响我国的政治稳定。其次,虽然改革开放的 20 多年我国的经济有了长足的发展,但按照国际标准我国还是处于中下等收入国家的水平,根据《1997 年国民经济和社会发展统计公报》,全国城镇居民人均可支配收入为 5 160 元,农村居民人均收入为 2 090 元,不发达的生产力影响了我国居民的体育消费;第三,我国体育活动社会化程度很低。中国经济是二元化的,一部分是相当落后的农村经济,约占总人口的 80%,一部分是相当发达的城镇经济,约占 20%。我国的城市化水平是 29%,远低于当今 45% 的世界平均水平。由于我国城市化水平不高,农村几乎没有体育消费,更不用说体育产业化了^[4,5]。

3 发展我国体育产业的对策

3.1 健全体育法律法规

市场经济就是法制经济,尤其在我国市场经济不发达的情况下更应建立健全体育法律法规,这是体育产业化发展的有力保障。《体育法》是我国发展体育产业的基本法,具有很强的政策性。为了确保体育产业的顺利发展,这个法律还应进一步完善,应依照它的基本精神,加快相关立法,把它的基本原则变成可以操作、便于实行的具体规范,才能更加有力地规范市场的主体行为。

3.2 以全民健身运动为契机

体育产业的发展和壮大依赖于体育人口的数量和质量。根据国家体育总局 1998 年公布的《中国社会体育现状调查报告》的结果显示,我国目前的体育人口数量约为全国总数的 31.4%,与发达国家和中等国家相比有很大的差距,如美

国的体育人口占美国人口的70%。美国人均体育消费约为1200美元,而我国城乡居民以家庭为单位全年体育消费在100~200元的占27.8%,200元以上的只有13.9%,100元以下的则占82.3%。但该报告同时还显示,虽然我国目前体育人口约占总人口的31.4%,但总数为4亿,是一个潜力巨大的体育消费市场^[6,7]。

自1995年6月国家颁布《全民健身计划纲要》以来,经过各种传媒的全方位宣传,人们的健身意识不断增强。此外,随着市场经济的发展和竞争压力的增大,越来越多的人意识到强健的身体和健康的心理是一个人成就一番事业的基础,所以,我们应该以此为契机,加大宣传力度,提高全社会的体育意识,引导人们为身心健康投资,使更多的人加入到体育消费的行列中来,从而促进体育产业的健康发展。

3.3 抓住“入世”和2008年申奥成功的机遇

中国加入WTO和申奥成功对体育产业的发展提供了空前的机遇。中国加入WTO对体育产业的发展来说,打破了贸易壁垒,有利于引进国外资本和先进的技术并借鉴国外先进的管理经验以促进我国市场经济的发展,从而可以加速我国体育产业的技术改造和结构调整。我们应该充分利用这个有利机遇,完善政策法规、积极调整产业结构、提高企业的素质,尽快提高我国体育产业的质量和效益,以提升其国际竞争能力。

3.4 树立体育品牌意识

在市场经济条件下,一切经济活动都是依据市场经济规律运作的,任何无视市场经济规律作用的行为都是要付出代价的。长期以来我国的竞技体育就是金牌战略,国家在这一

方面投入了大量的人力、物力和财力,只把它作为一项政治任务,根本没有考虑到其经济效益和经济回报,所以,没有形成体育产业,更谈不上体育品牌意识。

随着我国市场经济的建立和经济全球化,我们必须树立体育品牌意识,向国外体育产业发达的国家学习,发展我国自己的体育产业品牌,夯实基础,才能在激烈的市场竞争中处于有利地位。

参考文献:

- [1] 王润平. 体育产业化问题管见[J]. 内蒙古社会科学(汉文版), 2001, 22(6): 105.
- [2] 闻 兰. 对我国体育产业化的思考[J]. 山东体育科技, 1999, 21(1): 65.
- [3] 李想的. 制约体育产业成为经济增长点的因素[J]. 邯郸职业技术学院学报, 2001, 14(4): 64.
- [4] 林美莺. 体育产业21世纪中国经济新的增长点[J]. 福建师范大学福清分校学报, 2000, 47(2): 84.
- [5] 鲍明晓. 体育将成为推动新世纪我国经济持续增长的重要力量[J]. 成都体育学院学报, 2000, 26(4): 8.
- [6] 郑秉秀, 王建城. 入世契机与中国体育产业发展的对策[J]. 经济师, 2002(4): 12.
- [7] 王守均. 对我国体育产业的经济学思考[J]. 体育与科学, 2002, 23(2): 43.

[编辑:李寿荣]