

广西民族体育产业化政策研究

杨 放,何江川

(广西民族大学 体育与健康科学学院,广西 南宁 530006)

摘 要:发展广西与东盟各国民族传统体育资源市场,并使之产业化,关键问题就是政府制定具体发展投资政策,创造体育产业开发的优良环境,同时制定阶段性目标和项目选择及布局,把民族体育产品分类别、分阶段推向市场,借助东盟市场实现广西民族体育产业的突破性发展。

关 键 词:民族体育产业;投资政策;广西与东盟

中图分类号:G80-05 文献标识码:A 文章编号:1006-7116(2006)04-0069-04

Study of policies for the marketization of Guangxi national sports industry

YANG Fang, HE Jiang-chuan

(College of Physical Education and Health Care, Guangxi University for Nationalities, Nanning 530006, China)

Abstract: The key issue in developing traditional national sports resource markets in Guangxi and countries in the Association of Southeast Asian Nations (ASAN) and industrializing them is that the government should establish specific policies for developing investment, create favorable and flexible environments for sports industry development, and establish stage specific objectives as well as project selection and layout, so as to market national sports products according to specific classification and stage, and to realize the fast breakthrough development of Guangxi national sports industry by utilizing the markets in the ASAN.

Key words: national sports industry; investment policy; Guangxi and ASAN

广西南宁成为中国-东盟博览会会址永久地,会展经济将成为广西经济发展的新引擎。会展经济对城市经济有强大的拉动作用,其投入与产出比例高达1:9,将间接带动旅游、餐饮、房产等行业^[1]。广西目前成为中国对东盟的旅游特区,2006年初自治区提出了“建设广西旅游强省”战略目标。因此,如何结合实际情况,制定相应的政策,创造民族体育产业化发展的制度环境与条件,促进广西民族体育产业发展,是本文研究的中心内容。

1 民族体育产业化投资政策的选择

1.1 宏观投资政策的选择

2003年10月,中国和湄公河流域国家签署《湄公河流域持续发展合作协定》,框架内容提到旅游业为新世纪中国与东盟合作重点开发领域,本地区各国政府将与邻国一道,举行跨地区旅游活动,促进跨地区旅游业发展。中国-东盟自由贸易区的内容框架第七条建议:建立中国-东盟自由贸易区,加大旅游合作。目前东盟十国均已成为中国公民出国旅游目的地国,中国还与泰国、新加坡、菲律宾、越南、缅甸等东盟国家分别签署了政府旅游合作协议或旅游合作谅解备忘

录,而且“10+3”(即东盟10国加中国、日本、韩国)框架下的旅游合作已启动。为此,我们要充分认识广西面向“10+1”(即东盟10国加中国)机遇的重要性、紧迫性和挑战性,这就需要地方各级政府不断跟踪,及时采取相应的对策。至于政府在进行广西民族体育产业化投资方面,认为主要是投资基础体育设施的建设,从区域经济理论来讲,投资基础体育设施本身也是政府的一项重要的投资责任;从体育产业经济理论来看,政府基础设施投资是具有一定投资乘数作用的带动性投资。目前中国的体育基础设施的直接投资乘数并不高,估计为3左右,但后期采用市场管理与经营,比赛、观赏、体育广告、电视转播权交易等间接收入,可以使投资乘数达到5~7,即投资1元,可最终带来国民收入5~7元的效果^[2]。因此,政府在宏观投资政策的选择问题上,首先确定投资重点,投资政策应与体育产业化的整体布局相适应,达到分期、分片、综合、链条推动的效果。在投资中政府应只负责能够起产业带动作用的主体设施部分,其余设施的投资权可以进行拍卖转让,让其他投资者介入。

1.2 重点项目投资政策的选择

对于少数民族体育资源,全国各地如云南、海南、广东一

带都非常丰富,而且都致力挖掘和发展。因此,广西各级政府制定宏观投资政策的同时,也要制定重点项目投资政策。至于如何确定民族体育产业化发展项目,可以通过对民族传统体育资源进行分析来确定。

若从项目选择角度来看,首先从各少数民族传统体育项目中选择出最具有本民族特色和风格的体育项目,从而塑造出独特的市场形象,针对目标市场对少数民族体育商品的需求,进行较为准确的市场定位,才能使少数民族体育产生一定的市场,通过这一初始的市场需求,再进行扩张,才能为民族体育产业化注入源源不断的动力。在产业发展初始阶段,可依据项目的形态、功能,按观赏类、参与类、健身类、休闲类、探险类,分阶段推向市场^[3]。这种方法的目的主要在于能够确定广西与东盟各国民族传统体育现存或者潜在的开发价值与前景。

对于政府来说,看到民族体育产业化潜在的商业化价值的项目,就应该确定项目的发展思路。至于哪些项目真正能够实现产业化,并不取决于政府的主观愿望,而是由市场进行选择 and 决定。因此,重点项目的投资政策的选择,重点应当是建立市场,打好基础,为使市场对民族体育产业化的筛选提供必要的条件与建立必要的机制。具体来说,考虑在南宁“10+1”东盟一条街的基础上,扩充或延长“10+1”一条街,成为名副其实的东盟各国民族体育文化一条街,通过宣传广西民族体育文化来培养市场。其实,广西与东南亚的信息、文化交流已有相当基础,广西民族大学具有东南亚特色的非通用外语专业,是全国四大非通用外语培训基地之一。因此,如果在广西民族大学建立“10+1”东盟民族体育文化风情园,利用南宁一年一度的中国-东盟博览会,邀请东南亚各国民族体育团体来南宁、来广西民族大学进行表演,他们给中国人民带来各国丰富多彩的精彩项目,将会促进广西与东南亚的民族传统体育文化交流与合作。另外,可以考虑在桂林、百色、河池、北海等地建立少数民族风情园,这些风情园最好与旅游结合在一起。在这些风情园内组织各种大型的少数民族体育表演,包括旅客参与项目,甚至举办争创少数民族体育吉尼斯世界纪录的表演项目。这些风情园集旅游、体育、度假、购物、文化娱乐活动于一体,由民族体育推动旅游业发展,增强旅游业吸引力。目前民族文化歌舞在旅游中已经有较大的发展,但民族体育还没有充分发展,因此,必须考虑将民族体育资源开发融入旅游产业发展中去。由上述可见,广西与东南亚的民族传统体育文化交流区位优势突出,基础扎实,前景看好。政府应积极制定鼓励民族体育产业化发展宏观的、具体的政策,把广西打造成中国与东南亚进行民族传统体育文化交流合作的平台,为中国与东南亚的睦邻友好作贡献,并由此而促进自身的开放和发展。

2 产业化初期的政策选择

2.1 产业组织结构与规模的政策导向选择

政府在民族体育产业发展初期,应在制定具体发展投资政策的同时,引导产业组织结构与规模来推进产业化进程,因为产业组织结构的规模与效率,直接影响产业化水平的程

度。当前,广西各级政府制定民族体育产业化发展的投资政策时,也要考虑正确选择产业组织结构与规模的导向政策,以引导经营民族体育的企业按市场竞争的要求和国际化的要求进行组织。据产业经济理论分析,在产业化发展的初期阶段,建立一定规模的产业离不开政府的主导作用,在政府的主导下,其他的投资主体才会进入该产业,通过自己投资的组织机构的建立,形成产业组织^[4],广西民族体育产业的组织结构与规模也不例外。诸如南宁国际民歌节先期由政府主办运作,结果不尽人意,2000年后南宁国际民歌节由政府主导产业组织结构与规模,企业组织运作,最后成为集文化产业、旅游业、商务交流、购物等一体的国际知名品牌节日,为中国-东盟落户南宁创造条件。南宁青秀山民族文化广场、桂林印象刘三姐、田阳布洛陀民俗原生态文化园等产业组织也是政府出台政策引导,由企业按市场化、法制化原则有序地进行产业化。另外,在民族体育产业化进程中,必须建立起有一定规模的产业组织才能完成。民族体育产业与其他工业相比,具有很大的特殊性,其特殊性最主要的就是需求的弹性比较大,在需求弹性比较大的情况下,如果产业组织的规模较小,成本比较高,就会抑制需求市场的形成与扩大,不利于产业的推进。因此,建立一定规模的体育产业组织,使民族体育项目的经营具有一定的规模,是提高规模经济效益、降低成本、吸引消费者的必要途径。经营民族体育产业的经济组织必须按照现代企业制度的要求,使之成为自主决策、自担风险、追求利益最大化的经济组织,在特殊的情况下,可以采取股份制的方式进行组建,按现代企业制度的要求组织民族体育企业,做到产权明晰、责权明确、政企分开、管理科学,以适应市场需求,提高市场竞争力。因此,要使当前民族体育发展成为广西新的经济增长点,建议在产业组织结构与规模的政策导向下进行资产的重组,组建体育产业集团,走公司化、集团化的发展之路,按照市场规划来运作,坚持经济效益和社会效益的统一。

2.2 产业布局政策的选择

广西作为我国南方边疆省份之一,地处中国内地东、中、西三大地带的交汇处,东邻粤港澳,南临北部湾,西南与越南接壤,是中国与东南亚山水相连的唯一省份。因此可以说广西是处于中国-东盟自由贸易区的中心位置,其地理位置具有3个特点:一是处于中国与东盟两大板块的结合部,左右逢源,可以近水楼台地利用两地的市场和资源来合理配置自己的资源,调整优化市场结构,推动民族体育产业化发展;二是背靠祖国内地,面向东南亚,民族体育旅游市场可以辐射云南、四川、贵州、湖南等省。广西具有特殊的地域位置,其产业布局政策制定是否合理直接影响广西民族体育产业的发展,广西虽拥有丰富的旅游资源,但从民族体育资源分布来看,基本上与旅游资源分布重合。因此,在产业布局政策选择上,应鼓励向贫困地区及旅游风景区集中。产业经济理论提示:产业地域集中有利于市场的形成,节省资源,提高效率,但在一定程度上也会扩大地区之间的差距。邓小平认为,地区之间的差距是社会主义初级阶段不可避免的一种选择。虽然政府制定产业布局政策可能会造成各地政府产生

摩擦,因此在产业布局政策选择上只有通过合理的产业布局,提出科学的项目发展思路,就可以减轻地区之间的差距。

至于广西民族体育产业如何制定市场布局政策,我们认为,定位于国内市场、东南亚市场及依托旅游业和文化产业协同发展。这3种市场的定位,就可以利用东南亚和国内两地民族体育资源与市场来发展广西民族体育市场,借此进一步开发国内和东南亚两地的旅游资源,开拓两地的旅游市场。对于3种广西民族体育产业市场的定位,我们提出以下思路:

首先,定位于国内市场,将广西民族传统体育推向全国。要定位国内市场,首先得从各少数民族传统体育项目中选择出最具有本民族特色和风格的体育项目,来塑造独特的市场形象,针对目标市场对少数民族体育商品的需求,进行较为准确的市场定位,使少数民族体育产生一定的市场,通过这一初始的市场需求,再进行扩张,才能为民族体育产业化注入源源不断的动力。在产业发展初始阶段可依据项目的形态、功能,按观赏类、参与类、健身类、休闲类、探险类进行分类开发上市。有了项目市场形象,再根据市场结构分析,结合其他旅游资源配套开发,并依托现有风景名胜部署开发一些地方性、民族性突出的体育旅游活动,逐步形成优势和增大吸引力。目前较成功的例子有广西资江天门景区的“天下第一药谷”少数民族风情村和宜州下砚河的民族风情村。乡村民俗文化旅游村的建立可把旅游资源中的两大优势——恬静山水和民俗文化相结合,以满足游人“重返大自然”的渴求,也可克服当前风景区区域城镇化倾向,增加分流渠道、最大限度利用资源。另外以南宁为中心构建出民族体育旅游专线。结合民俗旅游文化村的建设和众多的风景名胜,设计规划并推出行程合理、特色鲜明的民族体育旅游线,比如:结合南宁——桂林——阳朔旅游热线,推出瑶族、苗族、侗族传统体育旅游和民俗文化旅游专线;结合南宁——百色——乐业旅游热线,推出壮族、仫佬族民族独立传统体育旅游探险专线;结合南宁——宜州——河池旅游热线,推出漂流、对歌的民族文化旅游专线;结合南宁——钦州——北海旅游热线,推出京族地方特色休闲旅游专线;结合南宁——河池旅游热线,推出毛南族、仫佬族传统体育观赏、风情旅游专线;以及南宁——百色旅游热线推出壮族、水族、彝族传统体育竞技及休闲旅游专线。

其次,定位于东南亚市场。由于广西已由国内边陲变为国际通道和枢纽,与东南亚山水相连的唯一省区,中国与东盟自由贸易区建成后,广西将成为中国与中南半岛各国之间、西南地区与国外来往的交汇处,因此定位东南亚市场是必要的。广西与东南亚人文关系非常密切,广西的许多民族与中南半岛多国民族有着亲缘关系,如布依族、侗族、水族、毛难族与越南的岱依族、依族、泰族、高兰族,老挝的主体民族老龙族和泰族,泰国主体民族泰族,缅甸的掸族都是同根生。通过利用广西与东南亚丰富的民族体育资源来实现资源优化配置,调整广西民族体育产业化的市场布局,既可以充分利用国内的民族体育资源,也可以利用东南亚的民族体育资源;既可以拓展国内市场,也可以进入东南亚的大市场,

充分发挥自己的优势,把东南亚和国内民族体育资源、东南亚和国内的民族体育市场与广西的地理位置有机结合起来,优化自己民族体育资源配置,调整自己的市场,使广西的民族体育产业规范化。这一定位充分考虑到中国加入WTO后市场状态的变化以及中国-东盟博览会落户南宁。从目前广西旅游产业发展思路来看,比较缺乏的就是国际化这一重要现实,如果关起门来调整产业结构,在区内经济圈子里考虑问题,少数民族体育产业化的实现将比较缓慢。研究提示:广西少数民族体育的市场定位最好是选择东南亚市场。再次,依托旅游业和文化产业协同发展的定位。民族体育产业在发展的初始阶段附属旅游业和文化产业,能够避免少数民族体育孤立发展,因为广西及东南亚拥有丰富的旅游资源,包括众多风光秀丽的自然景观和很有特色的人文景观、民俗民情。近年来越来越多的东南亚游客和中国游客把广西作为旅游目的地,广西也把桂林——南宁——越南下龙湾、海防、河内定位金牌旅游专线,在出国旅游中,东南亚是人们的首选,尤其越南,因为出入方便、手续简单,花钱不多,就可以领略异国风情。因此,通过依托旅游业、文化产业的综合发展,相互促进,相互推动,相得益彰来进一步开发国内与东南亚两地的旅游业和文化产业,通过依托旅游业和文化产业发展定位将给广西民族体育产业提供更加广阔的前景和空间。

2.3 制定支持性产业政策

为了推进民族体育产业化,必须制定相应的鼓励民族体育产业发展的政策。在土地征用、税收、信贷、就业、人才使用、职称等各个方面制定有利于产业发展的支持性产业政策。我们认为,从体育产业化的角度来看,制定的政策不一定是具有倾斜性的,但必须是明确的。从以往的经验看,制定倾斜性的产业支持政策,虽然在一定程度有刺激产业发展的功能,但其严重的负作用是具有强烈的功利倾向、鲜明的短期性质,使政策制度具有不稳定性,会抑制该产业的长期稳定发展,达不到市场制度建设的目的。基于这一考虑,我们认为,民族体育产业化的支持性政策,关键是其稳定性与平等性,着眼于市场制度的形成与运作。

3 产业化发展的阶段性目标导向政策

3.1 政府在发展的阶段性的职能选择

某种资源开发,围绕某种产品的生产经营、适应市场需求而出现的产业化过程,必然要经历产业发展的一系列阶段,经过若干年的努力培养与发展,才能最终形成产业,民族体育产业也不例外。2005年广西壮族自治区提出的“建设广西旅游强省”战略目标,在研究民族体育产业化时,必然要研究其产业化发展必须经历的阶段性定位和发展目标,因此,在这一阶段制定产业化发展的阶段性目标导向政策是十分必要,而且首要任务就是集中一部分可以产业化的民族体育项目,集中开发与进行市场营销,这就必须进行一定的硬件投资,如场馆建设等。这部分投资并不是体育场馆等的投资,而是将分散化的民族体育,经过筛选,将具有较强观赏性、娱乐性、参与性的项目集中起来进行市场化的经营,建立

起基本的产业组织,将体育局所属的经营管理体育经营的单位进行规范化的公司改造,由政府注入一定数量资本金,基本掌握控股权,以便于实行宏观的产业政策调控。没有市场经济主体,就没有市场化和产业化,政府必须充分认识到,这种投资是具有高风险的投资,然而,高风险也就意味着高的回报,但前提是企业组织必须实现制度创新,以现代企业制度的要求为组建标准。其次,进行必要的资金积累,在产业化初期,资金积累的主要来源应当是政府的财政支出,当然,这部分投入是市场经营性质的,同时也具有基础产业投资性质,因此,投资力度必须达到民族体育产业化能够顺利成长的强度。

3.2 产品阶段性发展政策选择

体育运动的精粹与魅力在于竞技性。作为一种向外推广传播,能被其它地域、民族接受的体育活动,必须具有较强的娱乐审美性,能作为人类体育最基本的功能——强身健体,具备这 3 种基本功能的民族体育项目,最易为社会接受,走向市场,从而走向国际。当前广西民族体育资源,还须进一步加工、改造、实施科学化开发,由于广西民族体育项目比较原始、自然、粗糙,难以适应国外游客的参与,如果没有经过科学的开发,民族体育资源就不会转化为经济资源。因此,就需要政府出台民族体育产品阶段性发展政策,依据产业发展初始阶段的重点项目政策将民族体育项目分 3 种层次推向市场。具体做法:第一层次是有完善的竞技与游戏规则的观赏性、娱乐性较强的项目:如斗马、赛龙舟、射箭、射弩、舞狮、舞龙、陀螺、赛马、斗牛等可直接商品化的项目。第二层次是通过挖掘整理、改造,在外表演多、宣传多,但仍需要进行一定的雅化、包装后可上市的项目:如蚂拐舞、过火链、背箩球、鸡爪球、赶山狩猎等。第三层是属于目前上市条

件不成熟,有待培育发展的项目。民族体育产业资源的开发,可以依据项目的形态、功能,按观赏类、参与类、健身类、休闲类、探险类和旅游商品进行开发上市。

广西和东南亚都拥有丰富的民族传统体育文化、民族旅游资源。中国与东盟建立自由贸易区后,人员往来增多,出入境的手续简化,广西可以借助民族体育产业化来进一步开发与东南亚两地的旅游资源。因此,制定鼓励民族体育产业化发展政策,及民族体育产业社会支撑体系的建立,可以促进广西民族体育产业化发展制度环境与条件的生成,真正走一条产业化、规模化、市场化与社会化发展的道路。通过把东南亚和国内的民族体育资源、东南亚和国内的市场与广西的地理位置有机地结合起来,优化自己的民族体育资源配置,使之成为广西经济社会发展的一个重要品牌产业,推进民族文化和旅游产业的发展。

参考文献:

- [1] 古小松. 中国-东盟知识读本[M]. 桂林:广西师范大学出版社, 2004: 264-265.
- [2] 饶远. 云南体育产业发展研究[M]. 昆明:云南科技出版社, 2000: 389-412.
- [3] 何江川. 民族体育商业化开发状况调查及发展思路研究[J]. 社会与经济发展, 2004, 2(7): 27-29.
- [4] 李明. 体育产业导论[M]. 北京:北京体育大学出版社, 2001: 23-31.

[编辑:李寿荣]