我国民营体育用品企业的发展环境及前景

祝振军[1]，常冬冬[2]
（1. 广州大学 体育学院，广东 广州 510006； 2.平顶山学院 体育系，河南 平顶山 467000）

摘 要：对我国民营体育用品企业的发展现状(企业的经济成分、资产规模、技术特征、资金来源等)进行了分析，并对其社会文化环境、法律环境、政策环境、产业环境等进行了评价，认为缺乏技术、资金、人才，管理水平低下，产权不清和知识产权保护不力是影响企业发展的因素。政府需要在技术扶持、资金扶持、人才引进和改善发展环境等方面制定促进我国民营体育用品企业发展的政策。

关 键 词：民营企业；体育用品；体育产业；中国
中图分类号：G80-05 文献标识码：A 文章编号：1006-7116(2007)03-0023-04

Environment and prospects of the development of private sports supplies manufacturing enterprises in China

ZHU Zhen-jun[1], CHANG Dong-long[2]
(1.College of Physical Education，Guangzhou University，Guangzhou 510006，China；
2.Department of Physical Education，Pingdingshan Institute，Pingdingshan 467000，China)

Abstract: The author analyzed the current conditions (enterprise's economic constituents, asset size, technical characteristics, capital sources, etc.) of the development of private sports supplies manufacturing enterprises in China, evaluated enterprise development environments such as social cultural environment, legal environment, policy environment and industrial environment, and considered that the lack of technology, capital and human resources, low level management, unclear property rights, and insufficient protection of intellectual property, are enterprise development affecting factors, and that the government needs to establish relevant policies in terms of technical support, capital support, talent introduction and development environment improvement, so as to boost the development of private sports supplies manufacturing enterprises in China.

Key words: private enterprise; sports supplies; sport industry；China

近年来，我国体育用品出口以年 20%的速度递增，2004 年出口额约为 280 亿美元，比 9 年前增加了 10 倍。根据美国体育用品制造商协会(SGMA)的调查，有33% 的境外体育用品加工商看好中国市场，1996 年外商在华投资近 400 亿美元。另据 2001 年北京体育用品博览会的统计报告，2000 年我国体育用品产量已占了世界总产量的 65%[1]，中国已成为体育用品的世界工厂。产业经济学理论认为，产业是同类经济活动的总和，或称是具有生产相同属性的产品的企业集合[2]。我国体育用品产业的发展壮大是体育用品企业发展壮大的必然结果，而体育用品企业的发展壮大得益于所有制结构的完善与多样化。鲍明晓[3]认为，当前我国体育用品企业所有制结构在整体上呈现混合所有制特征，既有国营也有民营，既有中资也有外资，且非公有制经济占有很高的比重。对于“民营体育用品企业”根据文献检索并未见确切的概念。由于我国学术界比较一致认同的观点是除国有国营之外的所有其他所有制形式的企业都属民营企业之列[4]，所以根据这一观点，我们认为，民营体育用品企业是指除国家直接经营管理的体育用品企业以外的所有体育用品企业的总称，这些企业是从事体育用品生产经营活动，按照商业原则和市场规则运作的企业。

本课题研究对象为我国的民营体育用品企业。为此，我们设计了“我国民营体育用品企业发展状况”问卷调查表，首先在小范围内进行问卷调查，然后总结调查中出现的问题，进行修订并在征求同行专家意见的基础上，对问卷调查

收稿日期：2006-09-24
作者简介：祝振军（1970-），男，副教授，硕士，研究方向:体育人文社会学。

表再次进行调整和完善，最终编制了正式的“我国民营体育用品企业发展状况”问卷调查表。考虑到改革开放以后中央政府政策的“时间差”，东部沿海地区民营体育用品企业凭借其优越的自然条件和区位优势，优先得到发展，本次调查主要以东部民营体育用品企业为主，兼顾中、西部民营体育用品企业。通过中国体育用品联合会所拥有的中国体育用品企业数据库，获取了“首届亚洲国际品牌体育用品及运动时尚博览会”等大型体育商贸展览会参会企业的资料，通过阶段抽样与配额抽样相结合的方法在 2005 年 7 月~8 月，采取邮局寄送、发送电子邮件等方式向北京、上海、浙江、广东、山东、江苏、福建、湖北、陕西等省、市 104 家民营体育用品企业的负责人或相关部门经理，发放问卷调查表。共回收有效问卷 93 份，有效率为 89.4%。针对回收的资料进行分类整理及数据统计分析，在此基础上，探讨发展的对策。

1 我国民营体育用品企业基本状况

1.1 企业经济成分

根据调查，目前我国民营体育用品企业中，个体和私营经济占 11.8%，集体经济占 17.2%，国有民营占 21.5%，股份制企业占 23.6%，股份合作占 9.7%，联营占 8.6%，外商投资占 5.5%，其他占 2.1%。可见就民营体育用品企业而言，个体及私营(即非公有制)成分只占很小的份额。原因是在民营体育用品企业发展萌芽期的工商登记、税收政策以及银行放贷制度将民营体育用品企业视同个体企业，因此，为了降低企业的外部交易成本，不少民营体育用品企业采用集体企业的名义，或与集体企业共同举办。随着国有企业改革的不断深入，以及集体企业经营权与所有权的进一步分离，民营机制日益普遍地被各类企业所采用。在企业发展初期，在政府推动下最先进入的是与政府有着密切关系的公有制经济，随着公司法的出台以及对企业发展所要求的治理结构要求，一批国有与集体民营企业转制为股份制，而新进入的国有与集体资源也多采取了股份制的组织形式。这表明对于民营体育用品企业来说，国有与集体所有是不受欢迎的组织模式，能够集合各种社会资源的股份制成为首选。

1.2 企业资产规模

在本次调查中，我国民营体育用品企业中小企业所占比重较大，而大型企业所占比重较小：资产规模 5 亿以上有 3 家，占 3.2%；3~5 亿的 5 家，占 5.4%；1~3 亿的有 6 家，占 6.5%；0.5~1 亿的有 15 家，占 16.1%；0.3~0.5 亿的 22 家，占 23.6%；0.1~0.3 亿的 25 家，占 26.9%；0.1 亿以下的 17 家，占 18.3%。民营体育用品企业规模偏小，虽然不一定没有竞争力，但是从企业长期发展的角度看，规模毕竟是民营体育用品企业竞争力不断积累的体现，也是民营科技企业效益提高不容忽视的重要因素。另外根据有关专家的研究结果，2004 年我国民营体育用品企业资产总额达到 1 578.13 亿元，比 2003 年增长了 26.20%；全年总收入达到 1 046.49 亿元，比 2003 年增长 34.33%；全年上缴国家税金 159.31 亿元，比 2003 年增长 42.09%；出口创汇 58.14 亿美元，比 2003 年增长 36.27%。到 2004 年 12 月底，民营体育用品企业资产 1 亿元以上的有 25 家，占 2.04%，其中超过 5 亿元的有 9 家，超过 10 亿元的有 3 家[5]。

1.3 企业技术特征

从被调查的民营体育用品企业总体情况来看，普遍存在科技人才（大专以上学历或具有中级以上职称的科技人员）比例过低的问题。约有 37.6%的企业中科技人员比例在 20%以上，其中有 16.1%的企业科技人员比例在 20%~25%，有 12.9%的企业科技人员比例在 25%~30%，企业科技人员比例在 30%以上的仅为 8.6%，有 8.6%的企业的科技人员比例小于 10%，处于 10%~15%也有 22.6%。企业研发费用投入水平的不断提高是企业竞争力和保障经济持续发展的关键。被调查的民营体育用品企业的研发费用投入比例严重不足，调查发现有 48.4%的企业研发费用投入在 1%~2%，有 9.7%的企业的研发费用投入在 1%以下，有 19.3%企业研发费用投入在 2%~3%，有 14%的企业的研发费用投入在 3%~5%，仅有 8.6%的企业的研发费用投入在 5%以上。有关统计表明：在发达国家，体育产业企业研发费用投入通常保持其年收入的 3%水平，高技术体育产业企业研发费用投入在 5%左右，著名高技术体育产业企业研发费用投入则高达 10%~30%。与之相比，我国民营体育用品企业研发费用投入水平明显偏低。

根据调查，在技术开发模式上，有 18.3%的企业采取购买的模式，有 19.3%的企业采取委托开发的模式，有 29.1%的企业采取联合开发的模式，还有 17.2%的企业采取技术咨询的模式，仅有 16.1%的采取自主开发的模式，可以说目前我国民营体育用品企业，属贸易型体育企业或加工型生产企业，这些民营体育用品企业多半是以国外高技术产品代理销售或来料加工、组装为主要业务，真正属于生产型高技术企业很少。即使是生产型高技术企业，其中也只有小部分拥有专利技术和自主知识产权的核心产品。

1.4 企业资金来源

为研究的需要，将本项研究划分为两个阶段：创业阶段（企业成立在 3 年以内）和成长阶段（企业成立在 3 年以上）。在创业阶段有 73.1%的企业主要依靠自我积累解决资金来源问题，同时依靠自我积累和银行贷款的占 11.8%，其他的合计 15.1%。究其原因在于民营体育用品企业的融资力与规模大小呈现高度正相关关系：企业规模越大，企业融资力越强；规模越小，融资力越弱。此外由于企业的规模与信息可得性正相关，所以企业越小，关于企业的信息就越不易获得。由于我国民营体育用品企业是中小企业为主且带有经营者的人格化特征，对其评价多为“软”信息，使得民营体育用

品企业与银行之间难以形成顺畅的信息传递。在信息不对称情景下所造成的逆向选择和道德风险使银行被迫采用信贷配给而不是提高利率来使供需平衡，这样使得很多民营体育用品企业即使以支付高利息为条件也会因为信息不对称而被淘汰出局。

在成长阶段有 62.4%的企业将自我积累与银行贷款作为企业资金的主要来源，主要依靠自我积累的占 2.6%。其原因在于通过一定时间的发展企业逐渐做大，实现了规范化经营因而其信用上升，打通了银行信贷这一资金来源渠道。另外，民营体育用品企业通过上市进行股权融资在第一阶段处于末位，而在第二阶段则大幅上升，是因为根据金融交易成本理论和金融委托代理理论[6]，自我融资成本最低，债权融资成本次之，股权融资成本最高。随着民营体育用品企业规模的壮大，对融资成本的承负能力会逐渐提高，在融资结构中就会相应地减少自我融资比例，提高股权融资比例。

2　我国民营体育用品企业发展环境评价

在民营体育用品企业发展的环境评价方面，有超过半数的被调查企业对各项环境(社会文化环境、法律环境，政策环境、产业环境)的评价都选择一般。这说明政府缺乏激励民营体育用品企业技术创新的有力政策措施，技术创新的社会环境和文化氛围还没有形成。在法律环境上，政府对民营体育用品企业的歧视性政策仍然存在，一是缺乏法规条例进行保障；二是对民营体育用品企业的合法经营权益保护不力，企业的合法经营面临重重障碍；三是市场准入的限制。在政策环境上，政府政策不完全，政府对社会经济的管理仍然主要面向国有经济，没有完全做到覆盖各类所有制企业，对民营体育用品企业发展的支持力度不够，服务也不到位。在产业环境上，促进民营体育用品企业发展的产业政策制定、税收减免、杜绝摊派、土地占用和使用优惠、贴息贷款支持、中介服务体系建设等还不到位。

3　影响我国民营体育用品企业发展的因素

对于影响民营体育用品企业发展的因素，主要集中在以下几个方面：认为缺乏技术的占 66.7%，企业首选，且有 25.8%的企业认为管理水平低下也是影响企业的发展的主要因素之一。因为从现代产业经济学揭示的现代企业的发展规律来看，现代工业出现和发展的原因归结为技术创造的速度经济和向管理型大企业的过渡创造的组织能力[7]。

北京 2008 年奥运会对于高科技体育用品的巨大需求对我国发展高科技体育用品将产生巨大的引致效应。我国加入 WTO 后，体育用品产业在国际、国内两个市场将面临国际体育用品巨头的全方位竞争。由此可以推断，我国体育用品产业在不久的将来将形成这样的格局：中国体育用品全行业的科技含量将大为提高，产业结构趋向优化，科技型体育用品企业逐步崛起。中国体育用品产业从低端制造向高端制造，从传统加工制造向现代高科技装备制造转移需要有一个积累渐变的过程。一方面，需要坚持发挥比较优势，充分有效地利用现有劳动力和自然资源的比较优势；另一方面需要发展高科技，突破发达国家对高科技体育用品技术转移和模仿设置的障碍，开发具有自主知识产权的产品[8]。而目前由于企业研发经费投入的不足（占调查总数 77.4%的企业小于 3%）、人才资源的缺乏（占调查总数的 55.9%）、技术开发受制于人（仅有 16.1%的企业拥有自有技术）、技术转让等社会中介服务的缺乏（占调查总数的 45.2%）、技术知识产权保护不力（占调查总数的 31.2%），造成我国民营体育用品企业发展的瓶颈是缺乏技术特别是核心技术。

在本次调查中有 62.4%的企业认为缺乏资金是影响企业发展的重要因素，一方面，民营体育用品企业具有风险高、投入大、资产专用性强、信息不对称等特点，逆向选择和道德风险使一般金融机构和投资者不愿意对它进行投资，这可以概括为民营体育用品企业融资的技术障碍；另一方面，尽管“民营”是指企业的运行和经营机制，而不是指所有制，但长期以来来自意识形态和所有制结构理论对“民营”的歧视和干预也使民营体育用品企业难以获得量多面广的外源融资，绝大部分企业只能以自我积累或内源融资为主。政府投资、风险投资、财政借款、中小企业发展基金的支持难以在近期成为民营体育用品企业资金的主要来源。

此外，本次调查中有 55.9%的企业将人才缺乏列为影响企业发展的因素。根据有关资料，近几年来有 1 万多的硕士、博士和同等学历的留学生加入民营体育用品企业队伍。但是目前民营体育用品企业科技人员的绝对缺口额仍较大。据统计，截止至 2004 年 12 月，北京、上海、广东、山东、江苏、浙江和福建等省市，民营体育用品企业共缺 1 万多名科技人才[9]。

4　我国民营体育用品企业发展前景

对于企业发展前景，被调查的大多数企业都持乐观态度。而相关专家的研究也证明了这点。李万来[9]认为，加快民营体育经济发展是培育新的经济增长点和增强发展后劲的关键所在，同时加快民营体育经济发展也是实现全面建设小康社会的必然要求；而依据卢元镇[10]的观点，在 2008 年后，体育产业的民营化是大势所趋。所以民营体育用品企业在未来蓬勃发展具有客观必然性，其发展前景也如日东升，不可估量。

5　结论与建议

(1) 针对当前影响民营体育用品企业发展的首要因素是缺乏技术，而且存在着企业研发投入不足、技术开发受制于人、技术转让社会中介服务缺乏、技术知识产权保护不力等

问题。一方面，应发挥政府服务和导向作用，制订一系列激励措施来促进民营体育用品企业的技术创新和产品更新换代。一是建立民营体育用品企业科技开发基金，通过采用贷款贴息、无偿资助、资本投入等方式，支持民营体育用品企业技术创新。二是在国家技术创新体系中加强对适合于民营体育用品企业情况的技术研究开发。三是鼓励民营体育用品企业按照市场需要和国家产业政策，加强技术改造，采用先进的技术、生产工艺和设备，对民营体育用品企业的研究开发项目，政府应同样予以立项，并给予资金支持。四是利用我国省会等中心城市高新技术产业园区相对集中的科研力量，创建民营体育用品企业，培育民营体育用品企业技术创新基地。另一方面，企业要继续加大对研究和发展费用的支持和投入，逐年提高企业研究开发投入占总收入的比重，形成拥有自主知识产权的专利技术和核心技术。在具体做法上，可以通过并购直接获取对方企业的专利技术，通过专利技术的生产应用转化为本企业的核心技术，可以通过组建战略联盟加强技术的交流与合作，提高民营体育用品企业研究开发核心技术的能力，不断研究开发出核心技术取得领先竞争优势。

⑵ 由于当前民营体育用品企业规模普遍偏小、融资困难。企业要发展壮大必须要突破融资瓶颈，所以要为民营体育用品企业的投融资社会化创造条件，鼓励民营体育用品企业开展资本运营。政府要针对民营体育用品企业自身的生产和经营特点，建立适合它们发展要求的金融体系和能够满足其金融要求的融资机制。一是发展体育产业风险投资，为民营体育用品企业的科技创新提供市场化融资渠道。为此，需要积极扶持和推荐符合条件的民营体育用品企业到深圳和上海主板市场、中小企业板市场公开发行上市；建立“民办公助”的体育风险投资目标模式，着力构建和完善体育技术产权交易市场；维护或重建信用准则的法律制度，提高社会信用水平，培养和造就一大批高素质体育风险投资家。二是针对中小民营体育用品企业贷款规模小、数量多、贷款成本高的特点，可以采取利息市场化或赋予银行更多的利息浮动权为企业的技术创新项目提供专项贷款；加快建立、健全激励商业银行为科技创新融资服务的信贷担保体系，设立专门的政府机构或专项基金为科技创新融资进行贷款担保，也可以成立地方性中小民营体育用品企业信用保证基金，由中小民营体育用品企业组建成联合担保共同体，共同筹资，实行股份制，按担保比例和额度收取一定的手续费。

⑶ 针对民营体育用品企业人才缺乏这一问题，要坚持以人为本，以培养人才、引进人才、留住人才为基础，投资于人力资本。一是培养企业的技术和管理骨干，委托大专院校培养提高。二是通过市场媒介招聘急需的科技、管理和市场营销人才，顺畅企业人才选择途径。三是建立原则性和人性化相结合的激励与约束机制留住关键技术和管理人才，充分激发他们的创新精神，同时创造平等轻松和人性化的工作环境，加强沟通，培养人才对企业的忠诚度。

⑷ 针对民营体育用品企业发展环境不佳的现状，政府应强化服务意识，通过“电子政务”等信息化手段提高政府各职能部门的办事效率，杜绝乱收费和垄断部门的寻租行为；在促进民营体育用品企业发展的公共政策和制度环境方面要进行政策和制度创新，为企业的发展创造良好的政策和制度环境；要学会充分发挥和有效利用行业协会的自律管理，强化对民营体育用品企业的引导和管理；要加强中介服务体系的建设，为其提供包括投资方向、经营管理、技术改造、产品出口、司法诉讼等方面的信息咨询服务；要大力发展与民营体育用品企业发展相配套的社会服务协作体系，包括资产评估、产权交易、风险投资基金、政策法律服务及会计事务等机构，从而为民营体育用品企业的发展提供市场准入、信息共享、技术援助、人才开发和资金融通等全方位的服务。

参考文献：

[1] 钟全宏.我国体育用品市场发展现状及应对策略[J].西北师范大学学报：自然科学版，2004,40(3): 93-95.

[2] 丛湖平.体育经济学[M].北京:高等教育出版社,2004：15.

[3] 鲍明晓.加快我国体育用品业发展的对策[J].体育科研,2004,25(4):1-6.

[4] 单 东.民营经济不是一个模糊概念[J].经济学家,2005(1):58-61.

[5] 林祖明.我国体育产业风险投资需求研究[J].上海体育学院学报,2006, 30(1):19-23.

[6] 林毅夫,李永军.中小金融机构发展与中小企业融资[J].经济研究,2001(1):13-16.

[7] 艾尔弗雷德·D·钱德勒.战略与结构[M].昆明:云南人民出版社,2000：13-16.

[8] 杨再惠.提高我国体育用品业国际竞争力的对策研究[J].体育科学,2005, 25(8):16-20.

[9] 李万来.民营体育经济发展对策研究[J].武汉体育学院学报,2006, 40(2):31-35.

[10] 卢元镇.2008 年后的中国体育[J].体育文化导刊，2005(10)：12-14.

[编辑: 李寿荣]