

中國體育產業發展方式的轉變*

靳英華

[提要] 體育產業在擴大消費需求，促進產業結構優化升級、增加就業崗位、增強國民健康素質和提高國家軟實力等方面發揮著重要作用。要加快發展體育產業，就要轉變現有的體育產業發展方式。本文對體育產業的含義和分類做了一般性的解釋，簡要回顧了改革開放以來我國體育產業發展的歷史，重點分析了“政府主導型”體育產業發展方式的原因及其後果，提出了未來體育產業發展方式應該逐步由“政府主導型”向“市場主導型”過渡的意義。

[關鍵詞] 中國 體育產業 發展方式 政府主導 轉變 市場機制

[中圖分類號] G80-05 **[文獻標識碼]** A **[文章編號]** 0874-1824(2013)02-0156-10

在一些發達國家，體育產業已經成為國民經濟的支柱產業。伴隨著我國經濟的快速發展，城鄉居民的體育消費需求日益增長，政府在加快建設公共體育服務體系、滿足城鄉居民基本體育需求的同時，還要加快轉變體育產業發展方式，發揮市場機制的的作用，滿足城鄉居民多層次、多元化的體育消費需求。

一、體育產業的含義和分類

在分析中國體育產業發展方式之前，有必要對體育產業的含義和分類做出大致的解釋。

(一) 產業及其分類

在英文中，“產業”被譯為“industry”，這一點說明了產業的概念是伴隨著18世紀後半期資本主義大機器工業的出現而產生的。社會分工是產業形成的基本前提。隨著社會生產力水平的不斷提高和社會分工的不斷發展，產業的內涵不斷豐富，產業的外延不斷擴展。儘管時至今日，在英文中“產業”和“工業”仍為同一個詞“industry”，但是今天的“industry”已經不僅僅指工業，而是指國民經濟的各行各業。“凡是具有投入產出活動的產業和部門都可以列入產業的範疇。產

*本文係2012年國家社科基金項目“中外體育經濟學理論研究進展與實踐效果”（項目號12BTY029）的階段性成果。

業不僅包括生產部門，也包括流通部門、服務部門以及文化教育部門。”^①從市場供給的角度看，“產業的一般定義是，生產經營具有密切替代關係的產品或勞務（即同一類產品或勞務）的企業所組成的集合。這些企業往往具有類似的生產經營技術、工藝和經營管理等基本特性。”^②

現代經濟學由微觀經濟學和宏觀經濟學構成。微觀經濟學以單個經濟單位（企業或家庭）為研究對象，宏觀經濟學以整個國民經濟活動為研究對象。然而，在現實經濟生活中，大量的經濟活動都發生在微觀經濟和宏觀經濟的“中間地帶”。從這個意義上說，產業經濟學屬於中觀經濟學，“產業”概念是居於微觀經濟與宏觀經濟之間的一個‘集合概念’。

在對產業進行分類的時候，“產業”表現出兩個特徵，即產業集合的階段性和產業規定的實用性。產業集合的階段性使“產業的集合和劃分形成了有粗有細的若干層次”；產業規定的實用性則是由於產業經濟學需要回答現實經濟生活中的諸多具體問題，因此，產業的劃分和集合服務於一定的分析目的。^③這是為什麼產業分類方法有多種，如三次產業分類法、國際標準產業分類法、生產結構產業分類法、生產要素分類法、產業週期分類法等。^④

（二）體育產業及其分類

在對“產業”的基本含義和分類有了一定認識之後，我們就不難理解為什麼國內外學者對“體育產業”的含義和分類很難統一。

國家統計局於2003年5月14日發布的《三次產業劃分規定》將體育列為第三產業R門類“文化、體育和娛樂業”中的91大類。^⑤這雖然對體育產業的定位與邊界做出了一定的解釋，但是另一個問題接踵而至，即體育產業內部結構如何？根據2002年《國民經濟行業分類代碼(GB/T 4754-2002)》，2008年6月，國家統計局和國家體育總局頒佈的《體育及相關產業分類（試行）》（以下簡稱《分類》）對體育及相關產業的概念進行了界定：“為社會公眾提供體育服務和產品的活動，以及與這些活動有關聯的活動的集合”。在《分類》中，體育產業劃分為體育產業核心層、體育產業周邊層、相關體育產業層三個層次和體育組織管理活動；體育場館管理活動；體育健身休閒活動；體育中介活動；其他體育活動；體育用品、服裝鞋帽及相關體育產品製造；體育用品、服裝鞋帽及相關體育產品銷售；體育場館建築活動八個大類，見表1。

表1 體育及相關產業分類情況一覽表

層次	行業分類	行業小類個數
體育產業核心層	體育組織管理活動	4
	體育場館管理活動	1
	體育健身休閒活動	1
體育產業周邊層	體育中介活動	3
	其他體育活動	14
相關體育產業層	體育用品、服裝、鞋帽及相關體育產品的製造	19
	體育用品、服裝、鞋帽及相關體育產品的銷售	13
	體育場館建築活動	2

資料來源：摘編自國家統計局、國家體育總局：《體育及相關產業分類（試行）》

在上述八個大類的基礎上，《分類》還進一步細分為 24 個中類和 57 個小類。但是，到目前為止，無論是理論界還是實際工作部門，如何對體育產業進行更加科學的分類仍然在進一步探討和完善中。

二、對中國體育產業發展的歷史回顧

(一) 體育主管部門借用“市場”手段，彌補政府財政投入不足(1984 年 10 月～1992 年初)

1986 年 4 月，原國家體委在《關於體育體制改革的決定(草案)》中提出，要轉變體育事業發展的觀念，不斷拓寬體育投資渠道，使體育由過去的國家單一投資、國家辦體育向以國家為主、社會為輔辦體育的方向轉變。據此，體育部門開始了以放權搞活為主線的改革，主要內容包括：第一，競技體育社會化改革。鼓勵專業運動隊與企業合作，提倡體育競賽與經營活動相結合，即所謂“體育搭台、經貿唱戲”。第二，體育場館由行政管理型向經營管理型過渡。“以體為主，多種經營”，提高場館使用率，廣開財路，逐步做到自負盈虧。第三，體育部門成立體育服務公司，興辦各類實體，開展多種經營、擴大服務範圍，增加創收。這一時期改革的目的是解決國家財政投入不足的問題，改革的方式是借用“市場”的手段。

(二) 圍繞建立社會主義市場經濟體制的目標，體育主管部門開始進行體育市場化和產業化的嘗試(1992～2000 年)

1. 相關政策出臺

1992 年 10 月，中共十四大召開，確定我國經濟體制改革的目標是建立社會主義市場經濟體制。在這種背景下，體育產業的發展被提上體育主管部門的議事日程。1993 年 4 月，原國家體委下發了《關於培育體育市場，加快體育產業化進程的意見》(以下簡稱《意見》)該《意見》指出：體育產業化是加速體育事業發展的必由之路，培育和發展體育市場是實現體育產業化的根本途徑。1995 年 3 月，原國家體委頒佈了《體育產業發展綱要(1995—2010 年)》(以下簡稱《綱要》)。該《綱要》指出：改變傳統的計劃經濟條件下的體育發展模式，與社會主義市場經濟體制相適應；堅持國家辦體育與社會辦體育相結合，探索一條符合中國國情的體育產業發展道路。在體育產業發展的目標方面提出，爭取用 15 年左右的時間，逐步建成適合社會主義市場經濟體制、符合現代體育運動規律、門類齊全、結構合理、規範發展的體育產業體系。

2. 以足球職業化改革為突破口

1992 年 6 月，中國足協召開了被體育界人士稱之為“遵義會議”的“紅山口會議”^⑥。這次會議提出將足球改革作為中國體育體制改革的突破口，建立足球職業俱樂部，進行職業聯賽。運用市場機制，以轉播權、廣告、門票、轉會費等作為主要的經營內容和收入來源。1993 年 10 月 18 日，《中國足球協會俱樂部章程(草案)》正式公佈。同時在大連棒棰島召開的年度工作會議還討論和修改了中國足球十年發展規劃，決定從 1994 年開始進行全國職業足球聯賽。聯賽實行主客場賽制，允許引進國外運動員和教練員。1994 年，有 12 支球隊和 11 支球隊分別參加了甲 A 聯賽和甲 B 聯賽。此後，我國其他運動項目的職業化改革也相繼開始，1995 年開始籃球職業聯賽；1998 年開始“紅雙喜”乒乓球俱樂部聯賽；1996 年開始排球職業聯賽。

3. 成立了若干運動管理中心和中體產業集團股份有限公司，擬實現管辦分離，政企分離

1994 年 3 月，經中央機構編制委員會批准，原國家體委先後成立了乒乓球、冬季、航空無線電模型、射擊射箭、自行車、摩托、水上、足球、網球、武術、棋類、登山、拳擊、橋牌等 14

個運動管理中心和社會體育指導中心。成立上述“管理中心”的初衷是轉變原國家體委的政府職能，從機構設置上實現管辦分離，政企分離，依託實體化的協會實現競技體育的職業化、社會化和產業化的目標。

1998年3月，中體產業集團股份有限公司成立，該公司是由國家體育總局體育基金管理中心、體育彩票管理中心、體育器材裝備中心和中華全國體育基金會等共同發起組建的中國體育產業規模最大的股份制企業，也是國家體育總局控股的唯一一家上市公司。

4. 非公有制體育企業的發展

20世紀80年代，中國開始出現了非公有制體育企業。最初的非公有制體育企業集中於體育服裝、鞋帽和體育器材。1993年，由國家體育總局等單位主辦的首屆中國體育用品博覽會在西安舉行，吸引了200餘家廠商參展。1997年改為中國國際體育用品博覽會。

20世紀90年代，國內商業性的健身俱樂部開始出現。1998年以後，進入一個快速發展時期，一些中外合資的健身俱樂部也相繼成立。

在體育經紀業方面，20世紀90年代初期，從事體育經紀業活動的主要是國內一些廣告公司和公關公司，業務集中於商業性賽事。隨著90年代中期後的國內職業聯賽，體育經紀活動得到進一步發展。我們耳熟能詳的許多著名運動員都先後通過國內外體育經紀人的牽線搭橋出國打球。1997年之後，一些專門的體育經紀公司先後成立。為了規範我國的體育經紀市場，1999年以來，北京、上海、廣東等地先後頒佈了《體育經紀人管理辦法》。中國足球協會和中國籃球協會於1999年和2000年也先後頒佈了《足球經紀人管理辦法》和《籃球經紀人管理辦法》。

（三）國內外形勢的變化使體育產業得以快速發展，體育產業結構初步形成（2001～2008年）

2001年，有兩件大事對中國體育事業和體育產業的發展具有重要的影響。一是7月13日，北京獲得2008年第29屆奧運會舉辦權。這不僅有利於北京乃至全國經濟的發展，而且有利於中國體育產業的發展。二是12月11日，中國正式成為世界貿易組織成員。這標誌著中國的對外開放以及社會經濟發展進入一個新的歷史時期。加入WTO對我國的經濟體制、法律與政策體系、產業發展（特別是服務業的發展）以及觀念意識、思維方式等都會產生重要影響，這種影響在體育產業的發展中也會產生連鎖反應。

從2003年開始，我國採用新的方法重新劃分三次產業。與1985年的版本相比，值得注意的是，體育從原來的第三產業第四層次的“衛生、體育與社會福利業”變為與文化與娛樂產業組合在一起的“文化、體育和娛樂業”。筆者認為，這在一定意義上意味著體育產業也是體育的重要組成部分。2008年6月，國家統計局和國家體育總局正式頒佈了《體育及相關產業分類（試行）》。

1. 運用市場機制的作用，成功舉辦北京奧運會

儘管國際奧會是一個非盈利組織，但自第23屆洛杉磯奧運會之後，市場機制被有限地引入奧林匹克運動，通過實施有效的行銷戰略和多元化的集資方式，國際奧會實現了收入增長和經濟獨立，舉辦國和舉辦城市在獲得巨大社會效益的同時也獲得了經濟利益。

北京奧運會的市場開發工作採取的是“政府主導，市場化運作”的模式，政府主要通過行政立法和行政執法為奧運會市場行銷提供良好的環境，搭建市場開發的平臺。北京奧組委通過轉播權、贊助計劃、特許權和門票等市場開發計劃獲得了約26.5億美元的收入。^①

2. 體育產業結構初步形成

在體育健身休閒業方面，截至到 2008 年，我國體育健身休閒業從業人員 15.03 萬人，實現增加值 74.49 億元，增長幅度連續兩年超過 20%。體育健身休閒的內容和方式更加多元化，傳統項目進一步得到鞏固，新興項目不斷出現，高端時尚項目快速發展，挑戰極限項目逐步興起。社會投資體育健身休閒業的積極性增強，由社會投資興辦的健身休閒場所已經成為健身休閒業發展的主要力量。

在體育競賽表演業方面，2008 年北京奧運會後，國際體育組織紛紛看好中國市場，給我國體育競賽表演業帶來了前所未有的發展機遇，呈現出兩個特點：一是辦賽水平不斷提高；二是精品賽事增多，品牌效應逐步形成，如中國網球公開賽、上海網球大師賽、世界斯諾克錦標賽、北京、廈門、上海國際馬拉松賽以及環青海湖國際公路自行車賽等。

到 2008 年，全國體育中介活動從業人員 1.35 萬人，實現增加值 4.46 億元，連續兩年增長超過 40%。截至到 2008 年，全國體育用品製造業從業人員為 234.13 萬人，實現增加值 1,088.31 億元；體育用品、服裝、鞋帽銷售從業人員 18.54 萬人，實現增加值 141.79 億元。近年來，隨著我國大型體育賽事的舉辦，體育場館建設發展迅速。截至到 2008 年，全國體育場館建築從業人員 3.35 萬人，實現增加值 49.61 億元。^⑤

（四）體育產業的發展得到政府的高度重視（2008～2012 年）

2010 年 3 月，國務院辦公廳下發了《關於加快發展體育產業的指導意見》（以下簡稱《意見》）。該《意見》指出：借鑒國際經驗，支持、規範職業體育的發展；堅持政企分開、政事分開、營利性與非營利性分開的原則。充分發揮市場在體育資源配置中的基礎性作用，消除和防止對體育市場資源的限制和壟斷；積極穩妥地開展新興的戶外運動、極限運動等項目的經營活動；到 2020 年，培育一批具有國際競爭力的體育骨幹企業和企業集團，形成一批有中國特色和國際影響力的體育產品品牌；支持有條件的體育企業進入資本市場融資，通過發行債券、股票，以及項目融資、資產重組、股權置換等方式籌措發展資金。積極鼓勵民間和境外資本投資體育產業，興建體育設施。

在 2011 年 3 月發布的《國民經濟和社會發展第十二個五年規劃綱要》中，促進體育事業和體育產業的協調發展成為重點內容。同年 5 月，國家體育總局印發的《體育產業“十二五”規劃》中也強調了這一點，同時將發展體育產業作為建設體育強國的重要內容和途徑。

三、中國體育產業發展方式的選擇

通過上述對中國體育產業發展的歷史回顧，可以看出兩點：第一，在中國體育產業發展的過程中，體育主管部門發揮了重要作用：自 1992 年以來，在不同的時期，根據中央的精神和形勢的變化制定了體育產業發展的相關政策和規劃；成立了運動項目管理中心；進行競技體育職業化改革的嘗試；為體育用品行業搭建了一個較為規範的交流平臺。第二，中國體育產業發展方式的典型特徵是自上而下的“政府主導型”，具體說是“體育主管部門主導型”，即政府和體育主管部門始終處於主導性地位，發揮著關鍵性的導向作用。體育主管部門掌握並控制著絕大部分體育資源，基本上採用行政手段配置體育資源。

中國體育產業的發展之所以選擇了“政府主導型”的方式，主要原因是：第一，計劃經濟體制配置資源的慣性作用。新中國成立初期，工業基礎十分薄弱，現代工業僅佔 10%，農業和手工業佔 90%，將近 90% 的人口在農村生活和就業。^⑥在國際上，東西方處於冷戰狀態，以美國為首

的西方國家對中國實行封鎖和制裁。在這種背景下，加強國防力量被提到中國領導人議事日程的首位。為此，我國選擇了優先發展工業、特別是重工業的經濟發展戰略。但是，“重工業由其資本密集特點所衍生出的三個基本特徵，與其在當時經濟發展水平下的資源稟賦特點及資源動員能力產生了直接的矛盾。”^⑨要解決這些矛盾，就需要有一套完全不同於市場力量的制度安排，即實行高度集中的計劃經濟體制，以便在短期內能夠充分動員和集中使用人力、物力、財力，把有限的資源用於重工業的建設，儘快實現工業化，提高中國在國際社會的地位。可以說，20世紀50年代中國工業化的建設依靠的是“舉國體制”。中國政府和人民當時這種強烈的“趕超”願望還體現在競技體育這個特殊的行業中。因為競技體育本身具有強烈的對抗性；被全世界體育運動愛好者所接受，不存在明顯的意識形態和等級族群問題；獎牌、特別是金牌的獲得者不僅有很高的國際知名度，對當時的中國來說，更具有特別的意義。這些就是中國競技體育實行“舉國體制”的源頭。“舉國體制”使中國競技體育運動的成績快速提高，對提高中國的國際影響力和綜合競爭力做出了貢獻。但是我們也看到，改革開放30多年來，我國的經濟體制改革和文化體制改革不斷深入，而和我國高度集中的計劃經濟體制相適應的競技體育舉國體制卻沒有根本性的變化，陷入經濟學中所說的“路徑依賴”狀態。^⑩

第二，奧運週期的影響。自第23屆洛杉磯奧運會以來，每四年一屆的奧運會不僅吸引了全世界人們的高度關注，也吸引了各國政府和企業界的高度關注。這其中既有競技體育本身的魅力，也有奧運會所帶來的巨大的國際影響力和巨大的商業利益。而奧運會的多重魅力都離不開運動員的精彩表現，特別是離不開“金牌運動員”的精彩表現。因此，在奧運會上追求更多的金牌數量成為中國體育主管部門的工作目標和工作重點，在很多時候還成為考核體育主管部門領導政績的重要標準。這就不難理解，四年轉瞬即逝，體育主管部門很難對中國體育產業的發展有一個系統的、長遠的、縝密的考慮。我們從前述的歷史回顧中看到，政府和體育主管部門制定的政策措施不可謂不多（由於篇幅關係，有些政策措施沒有一一列出），但是採用什麼方式落實這些政策措施不僅無暇顧及，而且可能還會遇到來自各方面的阻力。因此，這些政策措施在某種程度上常常陷入“紙上談兵”。由此看來，最簡單直接的辦法是沿用“政府主導型”去發展體育產業。

第三，熟悉並掌握產業發展規律和體育發展規律的複合型體育產業管理人才匱乏。在我國，長期以來，體育部門是相對封閉的。一是工作的專業性較強，特別是競技體育；二是和其他部門的關聯性不是很高；三是從業人員（包括很多官員）原本就是專業運動員，而中國絕大多數專業運動員的文化學習和文化水平問題一直以來飽受詬病（原因是多方面的，在此不專門討論這個問題）。這樣就會產生一個問題，如果說如何提高競技體育運動水平是體育部門大多數官員們的“強項”的話，恐怕如何發展中國的體育產業，採用什麼方式發展中國的體育產業有可能是他們的“弱項”。因為我們從體育產業較為發達的國家的情況看，體育產業絕不是體育部門一家的事情，體育產業不僅具有自身的發展規律，而且和其他部門具有很強的關聯性。因此，體育產業的發展或成功的體育企業需要複合型的決策和管理人才，如曾任第23屆洛杉磯奧運會組委會主席的彼得·尤伯羅斯、現任美國NBA總裁大衛·斯特恩、曾任義大利AC米蘭俱樂部主席的西爾維奧·貝盧斯科尼等都是很好的例子。因此，在我國由於多種原因暫時缺少複合型體育產業管理人才的情況下，用管理競技體育的方法管理體育產業，配置體育資源同樣是簡單而直接的方法。

但是，“政府主導型”的體育產業發展方式帶來了如下後果：

第一，體育資源高度壟斷，難以形成多元化的市場主體。從目前看，除了中體產業外，許多

項目管理中心還有下屬的經營性公司，對於許多體制外的體育企業來說，要進入體育產業領域，存在很高的體制壁壘。當然，這是一個非常複雜的問題。例如，由於我國優秀運動員常常陷入人力資本的“產權困境”^⑤，因此我們就不難發現，在體育賽事市場和體育經紀市場中，體育主管部門及其下屬公司理所當然地成為優秀運動員這一最為重要的體育資源的主要的、甚至是唯一的擁有者。換句話說，體育主管部門從體育市場秩序的維護者和監管者變為了體育賽事市場和體育經紀市場中重要的、甚至是唯一的競爭主體。

第二，管辦不分，政企不分，市場機制難以發揮作用。這種現象集中表現在足球反腐風暴之前的職業足球改革中，我們以中國足球運動的兩個管理組織為例^⑥，長期以來，中國足球運動管理中心和中國足協這兩個性質完全不同的機構一直是“一套班子，兩塊牌子”。其實，前者是國家政府機構，是典型的公共部門，其職能是為廣大足球愛好者服務；後者是在民政部註冊的非盈利社會團體，屬於非政府部門，其主要職能是在國際足聯註冊、協商和管理國內聯賽，是為會員提供服務、自我管理的一個民間組織。但是，一方面足協官員要服從上級行政系統的考核，對政府負責，行使管制職能，即通常所說的“規則的制定者和監督者”；另一方面，足協又要為俱樂部服務，服從外部監督和內部自律。而俱樂部是名副其實的具有企業性質的經濟實體，此時的足協又扮演了“直接的生產者和經營者”的角色。對中國足球的管理者們來說，一套班子、兩塊牌子各有其用武之地。作為一個官方機構，足球運動管理中心有著很強的資源動員能力，而作為有政府背景的中國足協出於各種考慮又要盡可能多的從聯賽中獲利，這就不難解釋為什麼足協及其下屬公司壟斷了從聯賽冠名權、主贊助商、場地廣告到電視轉播權等大部分的足球資源了。這種制度設計上的漏洞所造成的結果：足協壟斷了絕大部分資源，但卻未很好地用於聯賽制度的建設和提高，造成整個聯賽的監管體制多年未能得到有效的實行；聯賽本身創造的資源未合理地用在聯賽的利益返還上，導致裁判員、俱樂部能從聯賽本身取得的收益與他們所具有的影響聯賽順利進行的能力越來越不相匹配，從而最終導致裁判員有了受賄、吹黑哨的動力，俱樂部也有了參與行賄、賭球、踢假球的動力。這種機構、人員事實上的重疊；權力及職能事實上的混淆；職能、角色的越位和錯位使俱樂部常常陷入被動，市場機制難以發揮。而且導致體育主管部門難以站在全局的角度進行宏觀調控和監管，甚至導致某些管理職能的扭曲。

第三，體育產業結構不合理，體育服務業比重過低。在我國的體育產業產值結構中，體育用品、服裝鞋帽製造業和體育場館建築業的增加值佔比高達75%，而體育用品服裝鞋帽銷售、體育組織管理活動、體育場館管理活動、體育健身休閒活動、體育中介活動、體育培訓活動以及體育彩票業增加值的比重很低，見表2。

當我們看到表2中體育用品、服裝鞋帽製造業比重高達70.77%的時候，我們不能忽視一個問題，即近幾年體育用品、服裝鞋帽大量庫存積壓的現實。可以設想，如果我們的公共體育服務和經營性體育服務（如職業體育及體育競賽表演業、體育健身休閒業、體育中介業、體育培訓業

表2 2007年全國體育及相關產業增加值

類別	比例
體育用品、服裝鞋帽銷售	8.65%
體育場館建築	3.35%
體育組織管理活動	7.41%
體育場館管理活動	1.87%
體育健身休閒活動	4.74%
體育中介活動	0.25%
體育培訓活動	0.68%
體育彩票	2.27%
體育用品、服裝鞋帽製造	70.77%
合計	100.00%

資料來源：根據國家體育總局《2006～2008全國體育及相關產業統計公報》整理

等等) 跟不上的話, 體育用品製造業豈不是成了無源之水, 其庫存積壓的情況也難以在短期內得到緩解。因此, 調整體育產業結構, 大力發展體育服務業是當務之急。

第四, 由於缺乏體育產業發展的市場基礎和制度環境, 體育產業發展明顯滯後。首先, 與體育產業發達國家的情況相比有較大差距。有關數據顯示, 2006、2007 和 2008 三年, 中國體育產業增加值分別為 982 億元、1,265 億元和 1,555 億元, 佔當年 GDP 的比重分別為 0.46%、0.49% 和 0.52%。^⑧美國是全球體育產業最發達的國家, 體育產業年增加值佔本國 GDP 的 2%; 英國、法國、德國、日本、義大利、瑞士、西班牙、澳大利亞等國家的體育產業產值也大體佔本國 GDP 的 1~3%。^⑨其次, 體育產業的發展明顯滯後於文化產業的發展。2010 年, 我國文化產業的增加值已經突破一萬億元, 達到 11,052 億元。從增長速度上來看, 2008 年到 2010 年, 文化產業年均增長速度 24.19%, 而同期 GDP 的增長速度為 12.6%, 三年中文化產業年均增長速度高出同期 GDP 年均增長速度將近一倍。^⑩

四、中國體育產業發展方式轉變的意義

如果說, 以往由於種種原因需要依靠競技體育的優異成績來提高我國的國際影響力, 我們有必要採用“政府主導型”的方式重點發展競技體育。但是, 在我國競技體育已經成為世界競技體育排頭兵的今天, 在我國開始從生存型階段向發展型階段過渡的新的歷史時期, 在我國的體育產業落後於發達國家的情況下, 我們就需要通盤考慮我國體育發展的方向和方式問題。具體到體育產業的發展方式, 就是要從“政府主導型”逐步向“市場主導型”轉變, 這對於我國體育事業和體育產業的協調發展, 對於優化我國的體育產業結構, 對於提高我國的軟實力都具有重要意義。

(一) 轉變體育產業發展方式有利於體育主管部門政府職能的轉變, 從而有利於體育事業和體育產業的協調發展。

轉變體育產業發展方式的關鍵是逐步變“政府主導型”為“市場主導型”, 真正實現管辦分離、政企分開。為此, 首先要釐清體育事業和體育產業的關係。否則, 不僅難以滿足人民群眾的基本公共體育需求, 而且還極大地制約了體育產業的發展。體育事業和體育產業雖然都是以體育為基本內容, 但是在性質、發展目標、發展方式等方面都有所不同。其次, 要加快政府職能的轉變, 明確政府與市場的邊界。隨著我國經濟社會的快速發展和人民群眾生活水平的不斷提高, 城鄉居民的體育消費需求也呈現出快速增長的局面。城鄉居民的體育消費需求大致可以分為兩部分: 一部分是基本體育需求, 一部分是多層次、多元化的體育需求。滿足城鄉居民的基本體育需求, 為他們提供免費的、或者是低於成本價的、或者是收費很低的體育產品和服務是政府和體育主管部門的主要職責, 政府的體育財政支出和體育彩票公益金應該更多地投向公共體育設施的建設和維護、提高公共體育設施的利用率, 更多地組織各種公益性的體育活動。這些工作應該是覆蓋全社會的, 其中特別要考慮到農村中小學校的需要。對於城鄉居民多層次、多元化的體育需求, 則應該主要依靠市場來滿足, 充分發揮市場配置體育資源的作用, 這就需要加快發展體育產業。政府和體育主管部門在體育產業發展中的責任是為各類體育市場主體創造良好的政策和法律環境以及公平競爭的市場環境。

(二) 轉變體育產業發展方式有利於提高體育服務業在體育產業結構中的比重, 從而有利於我國的消費結構和產業結構升級。

改革開放以來, 中國經濟保持了持續的快速發展。特別是“十一五”期間, 國內生產總值年

均增長 10.7%，遠高於同期世界經濟 3.9% 的增速。2011 年，中國人均國內生產總值達 35,083 元，若按 2003 ~ 2011 年的平均匯率折算，已達 5,432 美元。還有數據顯示，2011 年，天津、上海、北京、江蘇、浙江、內蒙古、廣東、遼寧、福建、山東十個省份的人均國內生產總值接近或超過了 8,000 美元。^①根據國際經驗，人均國內生產總值達到 1,000 美元是一國經濟起飛的重要臨界點；人均國內生產總值超過 3,000 美元甚至 5,000 美元時，則意味著一國國民經濟消費轉型的發生。此時，包括體育消費在內的各種休閒類消費活動發展較快；而當一國人均國內生產總值達到 8,000 美元時，國民消費將全面轉型升級，包括體育消費在內的發展型消費在規模上快速增長、結構上不斷優化，這對產業結構的優化和服務業的發展提出了更高的要求。

目前，我國的服務業比重只有 43% 左右，遠低於世界 60% 的平均水平。要擴大體育消費，提高體育服務業在體育產業中的比重，進而提高在整個服務業中的比重就必須轉變體育產業發展方式。以體育用品、服裝鞋帽業為例，目前面臨的困境恰恰說明了市場機制在這一行業中的作用。筆者認為，經過優勝劣汰，兼併重組，我國體育用品、服裝鞋帽業會逐漸做大做強。但是，體育服務業（如職業體育活動、體育競賽表演業、體育健身休閒業、體育中介業、體育傳媒業等）則需要政府逐步放權讓利，降低體制外企業進入體育服務業的門檻，建立公開、規範的准入制度，鼓勵社會力量和民間資本進入體育服務業，加快發展多元化的市場主體，促進體育服務市場競爭機制的儘快形成。當然，體育主管部門在體育服務業發展中的宣傳引導、宏觀調控和監管作用也是必要的。

（三）轉變體育產業發展方式有利於提高我國的軟實力。

體育是文化的重要組成部分，具有獨特的文化價值和作用，是一個國家軟實力的外在直觀表現形式之一。經濟越發展，社會越進步，人們對於體育的重視程度越高，體育對人們瞭解一個國家的軟實力和綜合競爭力的重要性也越強。最具典型意義的是我國著名網球運動員李娜奪得法網冠軍和兩次奪得澳網亞軍後給世界和國人帶來的震撼。而眾所周知，網球是世界上的主流運動項目，法網和澳網都是職業化程度極高的網球賽事。在這一點上，我們不得不承認，當初允許李娜在內的四朵金花“單飛”的特殊體制對於近些年以李娜為代表的中國女子網球競技運動水平的提高所起的重要作用，進而對改善中國的國際形象、傳播中國文化所起的重要作用。

① 芮明傑、富立友、陳曉靜：《產業國際競爭力評價理論與方法》，上海：復旦大學出版社，2010 年，第 15 頁。

②④ 王俊豪主編：《產業經濟學》，北京：高等教育出版社，2012 年，第 1~3 頁。

③ 楊治：《產業經濟學導論》，北京：中國人民大學出版社，1985 年，第 16 頁。

⑤ 編引自國家統計局《三次產業劃分規定》，http://www.stats.gov.cn/tjbz/t20030528_402369827.htm

⑥ 這次會議是在北京西郊紅山口召開，故被稱為“紅山口會議”。

⑦ 江和平、張海潮：《中國體育產業發展報告

（2008—2010）》，北京：社會科學文獻出版社，2010 年。

⑧ 國家體育總局：《體育經濟司司長劉扶民 2010 年工作報告》，<http://www.sport.gov.cn/n16/n1077/n1467/n1513017/n1513032/1514263.html>

⑨⑩ 林毅夫、蔡昉、李周：《中國的奇跡：發展戰略與經濟改革》，上海：三聯書店、上海人民出版社，1996 年，第 21、27 頁。

⑪ 在經濟學中，路徑依賴（path dependence）是指：人們過去的選擇決定了他們現在可能的選擇。路徑依賴類似於物理學中的“慣性”，一旦進入某一路徑（無論是“好”的還是“壞”的），就可能對這

種路徑產生依賴。我們今天的各種選擇實際上受到歷史因素的影響。參見盧現祥、朱巧玲主編：《制度經濟學》，北京：北京大學出版社，2007年，第471～472頁。

⑫我國運動員人力資本是國家、運動員家庭和自身共同投資形成的，其中國家投資佔絕對多數，甚至是國家全額投入。而運動員人力資本又具有投資的高風險性、極強的專用性和較高的機會成本等特點，這使得運動員人力資本產權難以在法律上做出清晰的界定。或者說，界定運動員人力資本產權的成本極高。近幾年有關運動員人力資本產權歸屬的困惑、爭執、矛盾皆源於此。這就是所謂的運動員人力資本“產權困境”。參見《體育產業的機遇與困境》，北京：《中國體育報》，2010年5月7日。

⑬靳英華：《對我國體育部門中“行業不正之風”的經濟學研究》（研究報告），國家體育總局體育社會科學、軟科學研究課題（項目號：

385SS02031），2004年完成。

⑭《全國體育及相關產業專項調查結果首次公佈》，新華網，2010年4月27日。

⑮郭印：《全球化視覺下的中國文化產業發展路徑及選擇》，南寧：《改革與戰略》，2008年第12期。

⑯高書生：《關於文化改革與發展的若干思考》，北京：《中國編輯》，2012年第1期。

⑰參見：《2011年各省市人均 GDP數據出爐 25省份超 4000美元》，http://news.xinhuanet.com/local/2012-02/07/c_122667889.htm

作者簡介：靳英華，北京體育大學教授、博士生導師，中國體育科學學會體育產業分會委員。北京 100084

[責任編輯 陳志雄]