

·体育社会科学·

对我国体育产业发展的社会属性及特征的再认识

吴亚初

(深圳大学 高尔夫学院, 广东 深圳 518060)

摘 要:我国体育产业是以体育文化为基础,以市场经济发展的多种手段为载体的新兴产业。我国体育产业的发展不仅是经济领域中的一种社会生产,也是体育作为一种社会文化价值转化的重要途径。

关键词:体育产业;社会属性;经济文化一体化;中国

中图分类号:G80-05;G812 文献标识码:A 文章编号:1006-7116(2005)01-0022-03

Re-realization of socially developing feature of sports industry in China

WU Ya-chu

(Golf College, Shenzhen University, Shenzhen 518060, China)

Abstract: The sports industry in China is a newly-born industry based on the sports culture and means of market economics. The development of the sports industry in China is not only a kind of social production in economic area but also an important approach for sports to be transferred into social cultural evaluation.

Key words: sports industry; social property; economy and culture integration; China

体育产业,是当代经济文化一体化发展进程中,对社会的经济发展和人类文明的不断进步具有重要意义的社会实践。我国体育产业的发展,伴随着我国经济体制的社会转型,以及世界范围内体育产业的蓬勃发展和经济大潮而开始的。在短短20余年中,我国体育产业实现了跨越式的发展,在吸引、消化和利用世界体育产业发达国家经验的基础上,初步形成了我国体育产业发展的一定市场规模。然而,目前我国体育产业无论是市场规模档次,还是基础理论研究水平,都明显滞后于体育产业发达国家,尤其是在体育产业基础理论研究方面更为薄弱,不能对我国体育产业的发展起到有力的理论支撑和实践指导作用。我国体育产业基础理论研究的滞后,已严重影响到我国体育产业的发展。加快我国体育产业的基础理论研究的步伐,建立和完善体育产业的理论研究体系,提高理论研究的整体水平,已成为我国体育产业理论研究的一项重要战略性任务。

本文将着重对我国体育产业的社会发展属性及特征进行研究,为促进我国体育产业理论研究做一尝试。

1 体育产业发展的社会属性

关于“产业”的理论认识,原意是指私有的土地、房屋、工厂等财产,又指各种生产的事业,特指工业。随着现代社会的不断发展,“产业”一词的理论认识也得到了进一步的扩充

和延伸。例如:由柯可主编的《文化产业论》一书中,从3个层面对“产业”的认识进行了理论分析,一是产业的部门群,认为“产业”是使用价值相近的产品生产、服务部门的集合;二是产业链,即“产业”是有递进关系横向构造的产品生产、服务部门的组合;三是行业网络,即若干产业链的纵横交错和前后延伸^[1]。又如:由卢元镇所著的《中国体育社会学评说》一书,认为产业“是一些具有某些相同特征的经济活动的集合或系统”^[2]。从以上不同角度对“产业”一词的理论分析,无论是对其理论认识的外延界定还是理论认识的内涵发展,对“产业”概念的理论评述都有了新的认识。因此,与传统“产业”的理论认识相比较,现代“产业”的理论认识,通常是指相同社会领域中的经济活动和社会生产方式的组合或系统。

体育产业,是近代体育的发展在经济大潮强有力的冲击下所形成的以体育文化为基础,以市场经济发展的多种手段为载体的新兴产业。体育产业,“是指为社会提供体育产品的同一类经济部门的总和”^[2]。在现代社会经济发展进程中,体育产业不仅是当代经济范畴的一种社会生产,也是体育作为一种社会文化价值转化的重要社会途径。在当代经济文化一体化发展的影响下,体育产业的发展,反映了以体育文化的发展为基础,以社会生产和各种市场服务的经济活动为载体的发展特征。

体育从一种生物运动过程,发展成为特定社会领域中的

收稿日期:2004-02-25

作者简介:吴亚初(1961-),男,副教授,研究方向:高尔夫产业基础理论。

文化,是人类个体生存与发展的需要,以及人的个体所积聚的各种文化基因和文化信息转化为文化能量(显能、本能与潜能),并力图得以发挥和释放的结果。而体育产业的兴起和在世界范围内的快速发展,也正是基于体育作为一种文化,在其社会传承和发展的进程中,已形成了一种人们自觉的以参与、体验和感受,以体育文化为消费价值取向的庞大的社会消费市场。在当代社会,“消费是经济与文化重要的融合点,是经济、文化一体化的重要载体”^[3]。体育在其发展进程中的各种社会实践,既是一种文化,也是一种当代市场经济的社会消费对象。体育产品,作为社会生产和流通领域内的特殊商品,是以市场经济活动中的商品交换形式来体现体育产品的价值、功能和作用的。在现代社会发展进程中,任何一种经济活动或是社会生产,其立足点都是消费者的市场发展需求而开展的社会实践。因此,市场就是生产与消费、供给与需求的平台。体育产业从体育产品的生产,到市场消费的各种服务体系的建立,是一个多层次、多因素动态发展的系统。在这个系统的发展过程中,每个环节的生产和市场服务,都紧紧围绕着市场消费这一产业发展平台,形成了一种同类经济形式不同社会生产和市场服务的互动,构成了一个有机的产业经济链,从而促进了体育产业的发展。所以,体育产业的形成与发展,是基于人们的参与、体验和感受,以体育文化为消费价值取向的社会消费群体的不断壮大,以及当代社会经济文化一体化对各种社会生产实践的影响。它们为体育产业奠定了坚实的发展基础,营造了良好的市场经济发展环境。

在我国体育产业发展的基础理论研究中,也有把体育产业视为“我国社会主义市场经济体制下运行的体育事业”。而实质上体育产业和体育事业,是我国当代体育运动社会化发展进程中两个不同领域和发展方向的社会实践。如果把我国体育产业的理论研究,归到体育事业的理论范畴中,是十分牵强和不科学的。

事业,是指人们所从事的、具有一定目标、规模和系统以及对社会发展有影响力的经常性的活动,特指没有生产收入,由国家和政府经费开支,不进行经济核算的事业(区别于企业)。我国体育事业,是由我国各级政府的职能部门,按照《中华人民共和国体育法》以及财政预算,由政府职能部门负责拨款和管理的各项体育活动。在我国当前体育发展过程中,体育事业是一项公益性的社会活动,而由政府职能部门负责拨款的“体育产品”,属于非盈利性的“公共产品”,这种“公共产品”带有社会公益福利的性质。比如:政府投资建设体育场馆、发展社区体育、职工体育、学校体育、全民健身,以及举办各极各类比赛、组织运动队参加世界各种竞技比赛和奥运会等,都属于我国体育事业的组成部分。当政府建设的各种体育设施,以有偿服务的经济手段和行为,从事各种市场经济活动时,其由政府投资的“体育产品”,也就转化成不同性质的所有制以盈利为目的的商业行为。比如:公共体育设施的出租和商业服务,大型体育比赛的招商,以及由国家和政府发行的体育彩票等。当由国家和政府投资体育运动公益性的“体育产品”,通过社会有偿服务,以及通过对公共

体育设施的市场开发,实现以赢利为目的的时候,原有投资主体的公益行为,也就转化成一种以赢利为目的社会商业行为。这种投资主体公益性行为的市場转化,是我国体育事业在以市场经济为主体的发展进程中的异化现象,也是市场经济发展的必然结果。我国体育事业发展进程中的异化现象,具有社会公益性和商业性的双重特征。当以政府为投资主体发展公共体育事业的时候,其各种“体育产品”的社会功能,无疑带有鲜明的社会公益行为,而当这些“体育产品”以市场的经济手段,实现以赢利为目的的时候,其原有公益行为的“体育产品”,也就转化成不同所有制下从事市场经营的商业行为。所以,我国体育事业的发展,在现代以市场经济为主体的社会影响下,具有社会公益性和商业性的双重社会特征。因此,从理论认识上既不能忽视我国体育事业发展的异化现象,也不能把体育产业的市场经济行为混同体育事业的社会公益行为。

2 体育产业的发展特征

2.1 社会文化向心力强,产业经济附加值高

体育,是一种特殊的文化现象。体育产业的形成和快速发展,正是因为体育作为一种覆盖面广、传播速度快、影响力大的文化,已经强力地渗透到了人们的社会生产实践、生活行为、健康意识、消费价值取向等诸多领域。当代体育的发展,已对人们的生活价值取向产生了巨大的影响,体育消费成为当代社会带有普遍性的生活消费方式。在现代市场经济的社会发展进程中有一句名言,叫做“经济发展的背后是文化,有多么大的文化承载量,就有多么大的经济效益”。法国经济学家弗朗索瓦·佩鲁,在他所著的《新发展论》中曾这样描述:“企图把共同的经济目标同他们的文化环境分开,最终会以失败告终,尽管有最为巧妙的智力技艺。如果离开了它的文化基础,任何一个经济概念都不能得到彻底的深入思考。”^[3]我国体育产业的发展,正是基于人们对体育运动的社会实践所产生的强烈的社会向心力,从而形成了支撑和推动体育产业发展的坚实的社会基础。体育产业,不仅是当代经济范畴的一种社会生产,也是体育文化发展的载体,是体育文化价值转化的重要途径。体育产业以体育文化的发展为基础,以各种生产和市场服务为经济手段,进而构成了体育产业多元组合综合发展的市场结构。不断壮大与发展的体育消费市场,不仅促进了体育产业市场结构的进一步完善,也有效地带动了相关产业的经济发展,使体育产业边缘市场的经济附加值不断得到延伸与发展。比如:体育产业与纺织工业所形成的体育服装市场,体育产业与旅游业所形成的体育旅游市场,以及体育场馆建筑、体育电子产品、体育食品、体育博彩等。这些相关产业与体育产业的同步发展,说明体育产业具有经济包容性强、产业附加值高的社会发展特征。

2.2 市场潜力大和可持续发展

体育产业的发展,是当代经济的持续增长和人类文明不断进步的必然结果。从一个国家、一个地区乃至一座城市的经济发展来讲,自然生态环境、经济发展环境以及社会人文

环境,是促进社会经济发展和文明进步的重要基础和根本保障。体育产业作为一种人与自然的结合、经济与文化的结合、生产与市场消费需求结合的新的社会生产组合方式,其产业的市场发展形式和社会实践,已深入到了与人类社会发

展息息相关的自然生态环境、经济环境以及社会人文环境的多个领域。有的市场经济发展形式,已经在相关的社会领域中发挥了重要的作用,而有的虽然还没有形成一定的社会规模和经济形式,也已体现出巨大的发展潜力。比如:体育旅游、体育医疗保健、老年体育用品生产等。因此,在现代经济持续增长的社会发展进程中,人们经常把体育产业比喻为“朝阳产业”或“绿色产业”,是当代社会经济发展与社会消费过程中可持续发展的新兴产业。1994年联合国环境署于内罗毕发表的《可持续消费的政策因素》报告中,对社会经济发展与可持续消费做出了这样的定义,即“提供服务以及相关的产品以满足人类的基本需求,提高生活质量,同时使自然资源和有毒材料的使用量最少,使服务或产品的生命周期中的废物和污染物最少,从而不危及后代的需要的消费。”因此,从体育产业的社会生产、市场发展结构以及体育产品对社会消费的方式和方法所带来的社会影响来讲,体育产业的发展不仅市场发展潜力大,而且,也是人类社会可持续发展的重要的社会实践。

2.3 符合广大消费者生活价值取向

长期以来,人们以不同的方式参与和体验体育运动,是基于人们对体育精神的追崇和对生命健康向往的文化基础。当今体育运动的发展,无论是从内容、方式,以及人们所参与的目的,都有了质的飞越。而以表现体育运动中竞争意识和健康意识,以及人们对生物体力与美的文化认识基础,仍然在深深地影响着人们对参与体育运动的

价值取向。随着现代经济、文化、科学技术的不断发展,人们对以健康为主体的生活方式也有了更加深刻的认识和理解。人们在充分享受现代文明给人们的生活所带来的各种物质享受和精神快慰的同时,对生命健康的认识也与时俱进。走向户外、参与体育、热爱生活、珍惜生命,成为现代社会个体越来越强烈的需求。这种追求生命健康的现代生活意识,也在不断改变着人们传统的生活消费方式和价值取向。所以,在人们从事社会生产与各种社会实践活动之余,以体育娱乐和体育锻炼作为追求健康长寿的消费价值取向,成为当代人们余暇生活的重要内容。体育产业的发展,不仅为满足人们的体育消费搭建了广阔的市场平台,而且,体育所倡导的精神实质和文化理念,也符合当代人们追求健康和文明高雅的生活方式的

心理需求。当人们以一种自觉的行动去体验和感受体育的精神和各种实践活动的文化内涵时,其行为表现,在现代市场经济的引导和影响下,成为一种价值转化的消费活动。因此,

体育产业的发展,具有符合现代广大消费者生活价值取向的社会特征。

3 结论

(1)体育产业,是近代体育在经济大潮强有力的推动下所形成的以体育文化为基础、以市场经济发展的多种手段为载体的新兴产业,是为社会提供体育产品的生产和社会服务的并有着相同特征的社会经济活动。体育产业不仅是当代经济范畴的一种社会生产,也是体育作为一种社会文化价值转化的重要社会途径。在当代经济文化一体化发展趋势影响下,体育产业的发展,反映了以体育文化的发展为基础,以社会生产和各种市场服务的经济活动为载体的发展特征。

(2)在我国现阶段的体育发展进程中,体育事业是一项公益性的社会活动,由国家和政府负责投资的“体育产品”,属于非盈利性的“公共产品”,这种“公共产品”带有社会公益福利的性质。当国家和政府投资于公益性的“体育产品”,通过社会有偿服务,以及通过对公共体育设施的市场开发,实现以赢利为目的的时候,原有投资主体的公益行为也就转化成一种以赢利为目的的社会商业行为。这种投资主体公益性的市场转化,是我国体育事业在以市场经济为主体的社会发展进程中的异化现象,是市场经济发展的必然结果。我国体育事业发展进程中的异化现象,具有社会公益性和商业性的双重性的社会特征。因此,从理论认识上不能把体育产业的市场经济行为混同体育事业的社会公益行为。

(3)体育产业的发展实践,体现出的诸多特征,是由于体育作为人类社会发

展进程中一种特殊文化现象的多样性以及社会发展的广泛性所决定的。体育作为一种覆盖面广、传播速度快、影响力大的社会文化,已经渗透到了人类的生产实践、生活行为、健康意识、消费价值取向等诸多领域,成为当今社会经济发展过程中,具有社会向心力强、经济附加值高的市场发展平台,因此,反映出体育产业的发展有着强劲的产业互动性和经济包容性的社会特征。

参考文献:

- [1] 柯可.文化产业论[M].广州:广东经济出版社,2001:41-42.
- [2] 卢元镇.中国体育社会学评说[M].北京:北京体育大学出版社2003:63.
- [3] 尹世杰.中国“九五”时期消费结构发展趋势研究[M].长沙:湖南人民出版社1998:65.

[编辑:李寿荣]