

经济全球化对我国体育产业的影响及相应对策

卓建南¹, 白震²

(1. 广东工业大学 体育部, 广东 广州 510090; 2. 河南大学 体育部, 河南 开封 475001)

摘 要: 阐述了我国体育产业的现状以及经济全球化以后, 体育产业迎来的发展机遇与挑战。我国企业规模、产品质量、技术水平与国外同行相比差距较大, 国外资本的进入和体育产品的投资使国内一些企业受到较大的冲击甚至被淘汰出局。建议有关部门有计划逐步地开放市场, 进行行业保护, 加大培育体育经营商, 建立体育产业投资基金, 以拓展体育产业投资发展空间, 促进体育产业的发展。

关键词: 体育产业; 经济全球化; 中国

中图分类号: G80-05; G812 文献标识码: A 文章编号: 1006-7116(2004)02-0030-03

Research into economic globalization's impact on China's sports industry and our countermeasures

ZHUO Jian-nan¹, BAI Zhen²

(1. Department of Physical Education, Guangdong University of Technology, Guangzhou 510090, China;

2. Department of Physical Education, Henan University, Kaifeng 475001, China)

Abstract: The paper discusses the present conditions of Sports industry in China, opportunities and challenges for its development. China sports enterprises lag far behind their overseas counterparts in terms of scale of enterprise, product quality and technological level. The accession of foreign capital into China's sports industry greatly affected and even eliminated some of local enterprises from the fierce market competition. It's hence suggested that China's authorities concern to open the market in a well-planned step-by-step manner, implement certain industry protection, actively cultivate sports businesses and merchants, and establish special investment funds for sports industry, which are of vital significance to the expansion of the scope of investment in and thus the healthy development of China's sports industry.

Key words: sports industry; economic globalization; China

中国加入 WTO 标志我国经济已融入全球一体化, 我国政府进行了政治、经济体制的深层次改革, 国家对外开放扩大, 带来了大量的投资, 体育产业面临前所未有的发展机遇, 同时也面临着严峻挑战。因为我国的体育市场刚刚兴起, 市场的主体和客体都很不完善, 尚缺乏资金、人才和法律的约束。这样一个新兴的、单薄的体育市场如何参与国际竞争是我们急需解决的问题。

1 我国体育产业的现状

1.1 我国体育产业发展较快

(1) 市场体系的框架基本形成。体育产业是精神和服务产品为主的产业, 它的发展是以体育市场的发展为前提的^[1]。随着市场经济的发展, 体育改革的不断深入, 体育产品的需求不断扩大, 体育市场逐步由过去的零星、单一、主次不清逐步向层次分明、全面发展推进。目前基本框架已趋清晰, 即竞赛表演市场、健身娱乐市场、技术培训市场。体育无

形资产经营市场等已发展成为市场的主体, 体育用品经营市场、体育旅游用品市场、体育音像制品市场、体育建筑市场等作为体育相关市场也在持续发展之中。

(2) 确立并形成了保证体育产业发展的多渠道、多层次、多形式的筹资机制, 有效地推动体育事业的发展。如体育彩票业、体育赞助业、体育广告业、体育传播业等筹集了部分资金, 用于体育事业, 填补了一定的资金缺口。

1.2 我国体育产业发展存在的主要问题

(1) 体育产业发展不平衡。目前我国体育产业的发展存在明显的不平衡状况。首先是地域间的不平衡。由于受经济发展水平的制约, 各地区的产业发展规模和水平有很大差距。经济发达的东南沿海地区发展迅速, 而西部地区发展相对滞后, 个别地区的绝对差别甚至在扩大。其次是各运动项目间的产业开发不平衡, 由于各项目的技术水平和在国际上取得的成绩有差别, 项目的观赏性不同。因此, 其产业资源价值、市场容量和效益有很大差异。如球类项目市场正在开

发中,非对抗项目和部分室内项目的市场只是适度开发,有的甚至没有市场。再次是部门间由于过去计划经济体制下,土地、房屋、设施等资产资源配置方面的差别,也造成了产业收益上的差距。在地域间如何实现体育产业的共同发展,在项目间如何实现体育市场的共同繁荣,在单位间如何实现国有资源的共享,是摆在我们面前的一个重要课题。

(2)体育产业结构还有很大的缺陷,产品质量还有待进一步提高。体育产业结构的缺陷主要表现在主体产业发展不够壮大,没有形成支柱性优势。缺位的主体市场,如体育劳务市场和体育技术市场,虽然目前也存在一些交换交易,但真正意义上的体育劳务市场和体育技术市场并未真正形成;运动员转会不够规范;产品缺少国际品牌,许多产品仍处于仿制阶段。这些都不利于企业的发展、壮大。

2 经济全球化对我国体育产业的影响

2.1 对国内体育产品的影响

经济全球化,意味着我国体育产品和保护程度将比市场开放前大大降低,竞争压力加大。国外新型的体育娱乐项目、体育俱乐部的管理模式将对我国体育产业形成一定的冲击,更多的国外体育产品、体育器材设施深入国内市场,势不可挡。国外体育产品的进入势必打破国内市场原有的供求关系,部分国外产品、资金经营方式、先进技术,将进入中国参与体育市场的竞争。国外先进的管理模式为我国体育产业的发展提供了参考,推动我国体育产业改变传统的经营模式,向现代体育产业经营管理看齐。另外,还有利于我国体育产业走出国门^[2],拓展海外体育市场,为实现体育产业跨国经营提供机会,借助国外的体育市场,创造支柱产品,培育我国体育产业的龙头,使我国的跨国体育产业得到较快的发展,体育产业规模得到扩大。

2.2 对体育服务业的影响

国外的体育服务业在长期竞争中已经形成一套成熟的服务管理规范,而这方面我国还存在相当大差距。经济全球化后,中国可以吸引大量外资、先进技术和管理经验,从外国的直接投资所引起的技术转让中获得益处。外国一旦对中国的服务业进行直接投资,它们在服务业中使用的技术就会通过雇员的在职培训,使中外双方共同占有信息。这将使国内低效益的服务业得以优化,发展壮大。在服务业引进外资会带来其它产品的连锁效应。服务业跨国公司的进入,会改善落后的基础设施和投资环境,促进我国的服务出口。体育服务作为服务性行业的一种业务,其竞争的实质是服务质量的竞争。实际上,我国体育服务业与国际上的差距更多表现在服务质量上。比如国外的体育用品与售后服务能有机的结合在一起,并把售后服务作为利润的重要来源。国外的体育服务业在长期的竞争中已形成了一套成熟服务管理规范,对我国体育服务业形成强有力的竞争。

3 经济全球化给我国体育产业带来的发展机遇

(1)我国的体育市场正在从计划经济体制向社会化、产业化方向发展,尚缺乏资金积累的支持,缺乏专业人员的管

理,缺乏科学技术的创新,缺乏政策法规的规范^[3]。经济全球化后,市场的开放和国外资本的进入将会使这些不利局面迅速得到解决。

(2)经济全球化,将有利于建立与国际接轨的市场规则。新规则不仅渴望结束国内某些体育产品开发的无序状态,而且还使我们在国外市场上拥有了受规则保护的权力,同时它也将有助于提高企业的活力,加速产业结构的调整和优化。我国体育产品品牌在外国品牌的强大冲击下,将被迫改变传统的生产经营思路与管理模式,必将更迅速合理地进行产业调整和实现企业间的优势互补条件下的重组,有利于提高我国体育产业发展的整体水平。

(3)经济全球化以后,体育的人才市场将进一步开放,国外经营、管理乃至竞技人才的涌入将弥补国内体育产业经营、管理人才和部分运动项目人才的不足,有利于我国体育产业和体育市场的迅速发展和成熟。同时国内优势运动项目的竞技人才也可以通过正常渠道合理、合法地转会或输出到国际市场。

4 经济全球化以后,我国体育产业面临的挑战

(1)体育政策法规滞后,不适应全球一体化的需要。我国体育经济贸易方面的政策法规不够具体,操作性不强,难以适应国际市场发展的要求,而且与国际市场的惯例、法规还有较大的差距,这双重的不适应不仅使我们难以参与国际市场的竞争,更谈不上有效的法律保护。

(2)企业规模、产品质量、技术水平与国外同行相比差距较大。随着我国市场准入的扩大,关税的削减和非关税措施的取消,国外的体育产品和投资有可能更多的进入我国市场,一些企业将受到较大冲击,部分粗放型经营的企业将被淘汰出局。

(3)对我国体育产业及我国体育市场的冲击。我国的体育产业目前尚处于起步阶段,市场发育不平衡,整体水平相当低^[5]。如体育用品市场初具规模,健身娱乐市场和竞赛表演市场尚处于起步阶段,中介市场薄弱,经纪人匮乏。体育传媒市场和体育保险市场刚呈雏形,客观地说,还只能算是概念市场,市场的主体和客体都很不完善^[5]。经济全球化以后,外国体育企业势必利用他们的资本、管理技术的优势而占据中国大量的体育市场份额。

(4)经济全球化要求我国的产业制度进行深层次改革。由于我国体育产业起步较晚,由制度滞后导致的管理体制混乱、产业政策缺乏、行业垄断所形成行业壁垒较高等,对体育市场的良性运行、产业资产和投资回报以及企业的竞争力产生了严重的制约,从而影响了其他行业甚至国际资本向我国体育产业的进入。同时,由于制度原因造成“寻租”行为和“内部人”控制上的缺陷导致国有资产流失和产业缺乏竞争力,最终阻碍体育产业的发展。

综上所述,我国体育产业目前还为幼稚产业,在体育市场开放、进行贸易合作的同时,可以利用的有关规则进行适当的行业保护,通过优化产业结构,培育主体市场,促进经济运行规则逐渐与国际接轨,使我国体育产业逐渐融入世界经

济一体化之中,才能在国际化的竞争中发展、壮大。

5 建议与对策

(1)有计划逐步开放体育市场的政策,进行行业保护^[6]。我国的体育市场潜力已被国外中介集团或跨国公司看好并已有部分进入我国市场。因此,应该采取有计划逐步开放体育市场的政策,进行行业保护。

(2)解决体育产业垄断性问题。要先对内开放,允许国内各种经济成分进入这些垄断行业,只有这样才能增强体育产业的竞争力,从而减少经济全球化对这些垄断行业和企业冲击^[6]。对外开放的基础是对内开放,让外资做的事也应允许国内其他所有制企业做,让国有和非国有经济都运转起来,共同抵抗来自国外的竞争。

(3)加快体育产业化进程。我国体育产业处于刚刚起步阶段,许多东西要靠大家摸索,但我们不能等待成功的模式出现后再去行动,必须加快体育产业化实践的步伐,大胆实践,只有实践才能真正促进我国体育产业快速发展。对于已出现的各类体育俱乐部,逐步培养其成为企业化经营或自主经营的体育经营实体。对现有大部分体育场馆,应加快事业型向经营型转变,配合全民健身计划的实施,向大众开放,出租场馆,同时应积极推出与此相配套的体育辅导活动等体育服务内容,宣传、引导、强化大众体育消费意识与行为。除此之外,还应培养体育经营商,建立体育产业发展投资基金。

(4)通过资产重组和结构调整,优化体育产业的资本结构。要引导国内大型体育用品企业走大资本、大市场的发展道路。通过资本市场进行重组兼并,抢在外国企业前面,扩充资本,组建产业集团。转变企业经营机制,增加企业的研究投入,提高产品的科技含量,增强国际竞争力。

中国经过 20 年的改革开放,生产能力已今非昔比。自 20 世纪 90 年代中期以来,经过市场竞争,兼并与整合,中国市场上优胜劣汰的形势明显,出现了一大批名牌企业。如李宁牌运动服、健力宝饮料和红双喜体育用品等等,具有一定的竞争力,已经占有了很大市场份额,成为各个行业的佼佼者。虽然国外厂家看中了中国的巨大市场,但就是连美国这样的先进国家也都对中国产品的竞争力感到害怕,屡屡对中国产品进行反倾销起诉便是一个例证。应该说,外国货并不是洪水猛兽,在正常的国内外市场竞争中,中国的企业照样可以在劳动密集型产品上获得胜利,同时加大高技术含量产品的竞争力。而外国产品的竞争恰恰是促进中国产业进步的动力。

(5)培育体育经营商。体育经营商是通过投资生产和提供体育产品并获取盈利的经营者。当前应大力培育体育经营商。首先要提倡和推进作为投资体育经营商的发展,投资主体应多元化,应实行国家、集体、个人和利用外资相结合。

其次,要培育体育经营商的营销能力,树立市场观念,以市场为导向,有针对性地生产和提供体育产品。体育产品应有不同的档次,如有高档的高尔夫球俱乐部等,有中档的网球、保龄球俱乐部等,也有能满足广大体育爱好者的体育产品,不要脱离了我国广大群众的消费能力。

(6)发展体育产业投资基金^[7]。我国体育事业一直是政府投资为主,但由于国家财力有限,体育资金缺口较大。改革开放以后,虽然增加了一些体育筹资渠道,如发行体育彩票和体育股票等,但仍难满足体育事业发展的需要,所以,设立体育产业投资基金,通过吸收社会资金,增加体育资金供给,从而实现促进体育产业发展的目的。它不仅能够有效地分散和规避投资风险,而且能够实现投资的“高收益”。利用体育的优势发展体育市场,按照体育产业投资基金的投资方式投资于体育产业,使体育产业投资基金在市场中不断增值,并谋求利润最大化,从而拓展体育产业投资发展空间。

(7)实施人才培养战略^[8],造就一流体育企业家队伍。体育产业化的培育和发展,关键在于人才,在市场经济中能运用各种体育资源的经济管理人才。体育产业的发展需要一大批体育经营管理人才,以适应体育经济发展的需要,因此,应当采取多种方式加紧这部分人才的培养。如:体育院校应加强体育经济工作和体育管理人才的培养工作,建设和加强体育经济与经营管理等学科;开办体育产业学习班,提高现有体育产业部门的经营素质和管理水平;另外,还可将那些善于经营管理、热爱体育事业的各种经纪人才招聘到体育产业部门,为体育产业化发展献计献策。

参考文献:

- [1] 李 杰.加入 WTO 与体育产业的发展[J]. 体育学刊, 2002,9(3):15-17.
- [2] 卢大学.加入 WTO 后中国体育产业面临的挑战与对策[J]. 体育学刊,2002,9(5):31-33.
- [3] 张 鲲.加入 WTO 后对我国体育用品跨国经营的对策研究[J]. 体育文史,2000(6):33-35.
- [4] 杨 军,白 震,易春燕.体育产业直面 WTO[J]. 体育学刊,2002,9(4):20-22.
- [5] 白 玲.加入 WTO 服务业要会自我保护[J]. 经济与信息,1999(10):20-22.
- [6] 黄卫平.我国加入 WTO 后的机遇与挑战[M]. 北京:北京体育大学出版社,2001.
- [7] 鲍明晓.新世纪我国经济持续增长,体育将成都市重要推动力量[N]. 中国体育报,2000-06-28(3).
- [8] 梁 进.体育产业与 WTO[N]. 中国体育报,2000-04-23(3).

[编辑:李寿荣]