

广东体育产业发展现状分析

陈明

(广州大学体育产业研究中心, 广东广州 510091)

摘 要:广东作为社会主义市场经济改革先行地区, 体育产业已经发展成一个独具特色的产业。具体表现为: 体育健身娱乐业快速发展、体育彩票销售额在全国独占鳌头、体育用品产销优势明显。但在体育产业市场化、规范化发展进程中, 仍存在产业政策体系不健全、市场导向不鲜明的缺陷; 体育市场的结构、规模、效益、管理等有待于加强培育与规范。特别是要大力推动体育竞赛表演业的发展, 充分发挥其产业龙头作用。

关键词:体育产业; 体育彩票; 健身娱乐业; 广东

中图分类号: G80-05 **文献标识码:** A **文章编号:** 1006-7116(2005)06-0051-04

Analysis of current status of development of the sports industry in Guangdong

CHEN Ming

(Sports Industrial Research Center, Guangzhou University, Guangzhou 510091, China)

Abstract: The sports industry in Guangdong as a pioneer region for socialism market economic reform has developed into an industry provided with unique features, which specifically shows in the following aspects: booming sports health care and entertainment industry, No. 1 sports lottery sales volume in China, and obvious advantage of production and sale of sports goods. However, during the marketization and standardization of sports industry, there still exist defects such as incomplete industrial policy system and unclear market orientation, while the structure, size, function, management of sports market should be further developed and standardized. Especially, the development of sports contest performing industry should be greatly boosted to fully exert its industrial leading function.

Key words: sports industry; sports lottery; health care and entertainment industry; Guangdong

体育产业是市场经济的重要组成部分, 发展体育产业是加快发展文化产业必不可少的重要工作。国外体育产业发展的实践经验表明, 体育产业的发展可以带动社会基础设施的投入、社会服务业的活跃及一些相关产业的繁荣, 具有巨大的社会效益和经济效益。目前全世界体育产业的年产值达4 000多亿美元, 并且每年以20%的速度增长。美国1999年体育产业总产值高达2 130亿美元, 占GDP的3.35%, 跃居为美国第6位支柱产业; 日本1997年体育产业总产值为528亿美元, 占GDP的3.89%, 同样成为日本第6位支柱产业; 瑞士并非体育强国, 但体育产业却是该国第13位支柱产业。我国体育产业年产值约为1 000亿元人民币, 占我国GDP的0.1%左右, 且以每年30%的速度增长, 其发展之快, 令人瞩目。广东作为社会主义市场经济改革和经济发展先行地区, 体育产业的发展已有一定基础。根据中山大学中国第三产业研究中心主任李江帆教授对广东体育产业的投入产出分析, 广东体育产业的影响力为3.065 574, 即广东省体育产业每增加1万元最终产品, 将会推动国民经济约增加

3.07万元的总产出。体育产业的影响力系数是1.134 422, 影响力系数大于1, 说明体育产业的影响力在国民经济所有产业中居平均水平以上^[1]。随着广东经济总量的不断增长、综合经济实力的逐步增强和有效需求的增加, 必然会带动和促进体育产业资源的整合、结构的优化, 以及资本的积累和升值, 广东体育产业具有巨大的发展潜力。通过对广东省体育产业发展现状的分析, 将有助于我们更清楚地了解广东体育产业的发展特点, 进一步把握影响体育产业发展存在的主要问题, 以广州举办2010年亚运会为契机, 大力推动广东省体育产业的发展。

1 体育健身娱乐业快速发展, 但地区发展不平衡

体育健身娱乐市场在发达国家体育产业中是规模最大、效益最好的专业市场, 在我国也是发展速度最快的市场。随着广州举办2010年亚运会和全面建设小康社会进程的加速, 将为广东体育健身娱乐市场的快速发展提供强大的推动力。近几年, 广东体育健身娱乐业发展较快, 在全国具有一

收稿日期: 2005-03-19

基金项目: 广东省哲学社会科学规划项目(批准号: 03/04K02)。

作者简介: 陈明(1960-), 男, 副研究员, 硕士, 研究方向: 体育与教育相关问题。

定的优势,也存在一些问题。主要表现在:

(1)体育健身娱乐业蓬勃发展。横向比较,根据鲍明晓的估算,目前我国体育健身娱乐业总收入在100~120亿元。而2002年广东省体育健身娱乐业营业收入为13.55亿元,约占全国总收入的13%,均比其它省份的营业收入多,是国内该领域发展较快的行业。纵向比较,2002年广东省体育产业总产值为282.67亿元,体育健身娱乐业营业收入约占总产值的4.8%^[2]。从体育健身娱乐业在体育产业中的地位和作用看,体育健身娱乐业营业收入值仍偏小,是广东省仍需要大力发展的行业。

(2)地区发展不平衡。2002年,广东省体育健身娱乐业全年营业收入接近13.55亿元,绝对数比较大。仅广州、东莞、佛山等珠三角地区就已形成了一个年超30亿元的体育消费市场。广州中产阶级体育消费群兴起,推动了“民以康为先”、“花钱买健康”的全民健身社会新时尚、新文化的出现,有力地推动了广州体育健身娱乐业的发展。而在经济欠发达的边远地区,体育产业发展还比较落后,特别是东西两翼、粤北山区等16个贫困县由于经济发展落后、健身场地设施陈旧、经费投入严重不足等原因,体育健身娱乐业的发展与珠三角地区相比有很大差距。根据广东省全面建设小康社会确定的奋斗目标要求,到2010年,全省服务业增加值占GDP比重争取达到45%左右,到2020年达到50%左右,基本达到中等发达国家的水平^[3],服务业将成为广东经济发展的主要推动力,同时也为发展中的广东体育健身娱乐业提供了快速扩张的空间。

(3)体育场地建设成绩显著,经营管理水平有待提高。第5次全国体育场地普查表明,截止到2003年12月31日,广东省体育场地投资及人均面积均居全国第一,总面积达1.52亿m²,人均体育场地面积1.91m²,比全国人均1.03m²多了将近一倍^[4]。体育场地的大幅增加极大地推动了广东大众体育健身活动的发展,但在管理上也遇到了很大的困惑。一是具有标志性的大型体育场馆经营管理问题仍然无法得到根本解决,这些由国家财政拨款、社会集资、无偿使用划拨土地建造的体育场馆,在完成其特定使命之后,没有充分体现其使用价值,反而成为管理者的负担、所有者的包袱。二是由于经营管理不善,体育场馆对外开放落入尴尬处境。广州致公党2005年提交的一项专题调研报告表明,因为学校的运动场地只在课间开放,而社会上经营性的体育场所收费又普遍较高,广州市中小學生参与体育锻炼活动不够,整体身体素质呈下降趋势,直接影响了大众体育健身活动的效果。

2 体育彩票销售独占鳌头,但管理需规范

国外体育产业的发展实践证明,体育产业的发展与当地的经济水平紧密相联系。广东拥有得天独厚的经济优势、体育设施和较高的体育运动水平,人们追时尚文化的观念与较强的消费意识,为体育彩票业快速发展提供了客观基础。国家体育总局体育彩票管理中心的统计表明,1998年度全国共发行25亿元体育彩票,广东销售了4.9亿元,约占全

国总额的22%,广东一个省的发行数比西北、东北、华北三大区13个省市发行的总和还要多;1999年国务院批准发行体育彩票40个亿,广东的额度近9亿元,占发行总额度的22%,比三北地区另加西南地区四大区18个省市预分的发行额度总数还要多。2001年销售了14亿元,2002、2003年均销售30亿元以上^[5]。体育彩票市场呈良好发展态势。

为了更好地宣传体育彩票对发展体育事业的作用和意义,从2003年开始,广东省体育彩票管理中心就举行了一个具有较强民族特色的“全民健身迎奥运,体育彩票广东行”活动,该活动先后登陆广东11个城市,加深了城市居民对体育彩票的发行和体育彩票公益金的认识,对遏止私彩蔓延,促进体育彩票业可持续发展发挥了重要作用。从1994年至今,广东体育彩票销售额达到122亿元,筹集公益金已超过42亿元。体育场馆设施的兴建、修缮是体育彩票公益金的重要用途。据统计,广东体育彩票公益金参与修建场馆设施达5000多个,为3000多万参与全民健身活动的居民提供了基础条件和设施^[6],不仅极大地促进了广东体育事业的发展,还有力地推动了地方城市建设。

广东体育彩票的发展虽然走在全国前列,取得了较好的社会效益和经济效益。但在体育彩票的发行和市场管理中,仍存在一些问题需要加以重视和规范。

(1)发行体育彩票是政府为解决体育事业投入不足而给予体育行政主管部门或政府授权的体育组织的一项特殊的补偿性财政政策。目前对彩票的制作、发行、兑奖等程序尚无明确的法律规定,现行的彩票管理有关法律条文仅在《民法通则》、《民事诉讼法》、《个人所得税法》、《公证暂行条例》等几部法律法规中作了一些原则上的规定。因此,在体育彩票、特别是在即开型体育彩票的发行和管理上,必须严格执行财政部(财综[2003]78号)关于《即开型彩票发行与销售管理暂行规定》和国家体育总局体彩中心(体彩字[2003]124号)《关于进一步做好即开型体育彩票规模销售管理工作的通知》中的有关规定,避免类似2004年“3·23”西安即开型体育彩票“假票”事件的发生。从管理制度、操作程序、财务运转等方面进行严格管理,做到公开透明、规范操作、取信于民,树立体育彩票良好的社会形象。

(2)政府有关主管部门应重视加强体育彩票市场发展的调控力度。目前广东共有5000多家体育彩票销售网点,在社会提供大量就业机会的同时,也导致了随意设点、经营不规范的问题。据《广州日报》的调查报道,广州市体育彩票投注站已达1300多家,其中至少有1/4的投注站是在苦苦挣扎中经营,每年有20余家体育彩票投注站倒闭。虽然彩票中心明确规定在方圆一公里内不得开两家彩票站,但极具诱惑力的彩票投注站因自身的过度竞争,致使体育彩票发行市场变得严峻起来。政府主管部门应加强对体育彩票市场各个环节变化情况的研究,并在管理制度上落实到位,促使体育彩票进入良性发展轨道。

(3)加强对体育彩票市场的培育。体育彩票是政府行为与企业行为、计划性与市场性相结合的产物。体育彩票作为一种特殊商品,政府主管部门在对其加强宏观管理的同时,

也应重视体育彩票市场的培育。一是要不断更新和完善体育彩票电脑销售系统的硬件和软件的设施条件,增强体育彩票“防伪”的科技含量;二是要真正做到体育与彩票的有机结合,体现当前体育的发展趋势和社会体育的热点特征,确实反映彩票的体育特色;三是要树立体育彩票的艺术性、娱乐性的社会品牌形象,使体育彩票发行工作深入到千家万户,促进体育彩票业可持续发展。

3 体育用品业优势明显,但规模、效益、管理要提高

广东是全国体育用品的一个重要生产基地。至2003年,全省专业体育用品生产企业504家,占全国近1/3,生产资源超过全国总量的1/3,拥有如康威、好家庭、兰狮、闪电、金雀、华健、绅迪等20多个在全国有一定知名度的体育品牌,其中好家庭、康威、金雀等3个商标被评为广东省知名商标。体育用品业的发展已经成为广东体育产业的拳头行业,2002年全省体育用品制造业从业人员47.03万人,总产值218亿元,增加值48.92亿元,占体育产业增加值的67.86%^[2]。但在规模、效益、管理等问题上,仍存在着一些制约因素,主要表现为:

3.1 体育用品市场行业管理不健全

受制于全国体育用品市场管理的滞后,在广东体育用品行业的发展进程中,缺乏制定行业发展规划、拟定行规行约、提供行业发展信息、协调行业内部之间的关系以及进行国际交流与合作的行业管理部门或机构。其直接后果导致了体育用品行业管理不规范、不健全,体育用品的质量标准、检测标准、定价标准、安全标准、环保标准和“社会”标准等方面的标准化建设长期落后于国际同类标准,甚至在不规范的竞争中出现地方保护主义、假冒伪劣产品、侵害知名企业知识产权、出口产品竞相压价等一系列不正当竞争行为和扰乱市场秩序的现象,极大地影响广东体育用品市场在规模和效益上的发展。

3.2 缺乏龙头企业,市场集中度低

目前,世界产值超10亿美元的体育用品企业,前10名美国占5个,日本2个,德国、英国、瑞典各1个,并且这10个企业已全部进入我国市场,他们凭借资金技术优势和依托品牌战略,几乎占据了我国高档体育用品市场和1/3的中档体育用品市场。相比之下,广东的体育用品企业规模小、管理水平低、产品缺乏品牌和创新。虽然全省专业体育用品生产企业超过500家,但主要分布在珠三角地区和少数几个大城市,并且这些企业中年销售额超过亿元的企业极少,即使是年销售额超亿元的企业的发展规模和产品质量与国际著名体育用品公司相比仍有很大差距。广东急需通过股份制改造、兼并、联合、上市等方式,加快培育一批具有导向性、规模化的体育企业集团。在体育全球化不断加速的今天,体育生产企业只有先立足国内消费市场,才能在国际市场竞争中占据一席之地。

3.3 体育用品市场与体育服务市场的关联度不高

体育用品市场是为体育活动提供装备的专业市场。在市场经济条件下,体育用品与体育活动的联系通常是以各类

体育服务市场为纽带,实现体育用品市场的规模发展。国际著名的体育用品公司的战略发展,都是紧紧围绕体育场馆、体育组织、体育活动这三大要素来设计和研发产品,开展产品推广和营销活动。广东乃至全国体育用品企业在市场开发方面,能够主动有意识地利用这三大要素创造性地进行新产品研发和营销的企业为数不多,能够按照产品链由上游向下游延伸,以自己生产的运动装备和品牌进入体育健身娱乐市场和竞赛表演市场,实现综合经营和纵向扩张的企业更是少之又少。因此,提高企业自身的生产经营活动与各类体育服务市场的关联度,是广东体育用品企业进一步扩大生产规模、提高产品质量、创立品牌产品的重要手段。

4 竞赛表演市场有一定规模,但发展步履维艰

竞赛表演市场在国外称为职业体育市场,是20世纪90年代才在我国建立起来的新兴市场。1992年在北京“红山口”召开全国足球工作会议,首次把足球项目作为中国运动项目管理体制改革的突破口,开始有步骤地推进单项运动项目协会实体化改革以及在部分项目展开职业化改革的试点工作,此后越来越多的运动项目走上职业化的道路。广东体育竞赛表演市场在积极摸索中稳步发展,但市场规模仍未形成。据广东省体育局统计,2002年,广东省体育竞赛表演业从业人数0.55万人,行业收入2.28亿元。其中门票收入3494万元,广告、赞助收入1.52亿元,电视转播收入151万元,无形资产开发收入930万元,其它989万元,创造了0.52亿元的增加值^[2]。根据统计数据,广东体育竞赛表演市场的发展呈现以下几个特点:

(1)广东省竞赛表演市场的发展已有一定的基础,基本上能满足人民群众对高水平竞赛表演的消费需求。从以上统计数字可以看到,行业总收入中门票、广告和赞助所占比例分别是16%和67%,是行业总收入的最主要来源。这说明广东居民参与观赏体育比赛的热情比较高涨。企业商家也正因为是看到了体育比赛这个最吸引眼球的庞大消费市场,投入到体育比赛的广告和赞助的金额也比较多。但因为缺乏举办高级别和有影响力的体育比赛,无法吸引电视转播业的兴趣,导致电视转播收入过低。广东省大型体育竞赛表演仅局限在广州等极个别城市举行。广东体育竞赛表演市场仍处于“国外势力”控制的状况,世界一些大型体育中介机构几乎垄断了最受人瞩目的运动项目、重大赛事的经纪代理业务,政府和体育管理集团举办体育大赛的长效机制仍在探索过程中。

(2)广东具有地方特色的职业体育发展在走向市场化进程中举步维艰。足球运动项目曾是广东开展最广泛、最具地方特色、最为人民大众喜闻乐见的体育运动项目之一,广东足球运动的发展为我国职业足球事业曾经作出了重大贡献。但在目前足球市场大环境等多种不利因素影响下,职业足球市场发展不尽人意。广州日之泉足球队两年冲超未成,2005年如果不能完成冲超任务,将面临解散的可能;深圳健力宝足球队虽然夺得了2004年中超联赛冠军,但由于俱乐部内部运作问题,主力队员各奔东西;深圳科健足球队在2005年

自行解散,球员只能以个体形式卖出,球队的“壳”无法以整体出售,反映了球队的市场品牌价值和足球市场的萧条程度;广东宏运足球队在省港杯上已连续几年输给香港队,比赛现场观众越来越少;素有“足球之乡”之称的梅县青少年足球发展受经费制约难以为继,广东职业足球的发展陷入了前所未有的困境。竞赛表演市场的发展受着诸多因素影响,其中本地球星的成长是重要因素之一。深圳是新兴高速发展城市,其暂住人口大大高于常住人口,职业体育的发展完全靠“移植”,虽然其有可能走向辉煌,但也只能是昙花一现。国外职业体育市场的发展实践已经证明,职业球队的运动成绩和当地居民对本地球队的归属感及认同程度是影响竞赛表演市场发展的 2 个最主要因素,也是竞赛表演市场能否进行市场化运作的关键所在。

5 产业政策体系不健全,管理各自为政

体育产业政策是政府从宏观上管理和调控体育产业发展的重要工具,是为一定时期体育产业组织和结构变化趋势的预测和发展目标而设立的,并提出实现发展目标的政策措施。随着我国社会主义市场经济体制的建立,体育事业发展的内外环境已经发生了很大变化,原有的许多促进体育事业发展的政策,已不能满足体育产业发展的需要,有必要制定新的体育产业发展政策,建立公平、公正、公开的市场秩序,为体育产业的发展创造良好的环境。例如,通过制定优惠的财政、金融、价格政策,扶持体育产业及其关联行业的发展;通过行业政策的选择,规范体育市场行为;通过加入 WTO,引入国际市场“游戏规则”,进一步优化体育产业结构,促进体育市场的成熟与发展。由此可见,合理的体育产业政策对推动体育产业的发展具有十分重要的作用。

1996 年 11 月,广东省人民政府 3 号令发布了《广东省体育市场管理暂行规定》,1997 年 10 月制定了《广东省体育市场管理暂行规定实施细则》,是全国最早发布相关规定的省份之一。对广东省从事体育经营活动的内容和范围、体育经营活动的管理、经营者的权利和义务、经营者的相关法律责任、体育行政管理部门的管理职责等方面作了相应的规定。毫无疑问,这些为以体育健身、娱乐、训练、竞赛表演等为内容的市场管理作了较为明确的规定,对推动广东省体育市场的发展起了积极作用。据悉,新的更为全面的《广东省体育市场条例》正在制定过程中,将为广东省体育市场的发展创造良好的法制环境。

同时,我们还应该看到,由于国家体育管理体制改革的滞后和对体育产业发展缺乏深层次的认识,对体育产业的概念和范畴存在不同的看法,对体育产业的发展特征及其规律认识还不够清楚,造成全国范围内体育市场管理不规范。对管理中存在的一些重大问题,如管理权限的明确划分、法律责任的界定、执法程序的统一等,仍有待通过高层次立法加

以明确;体育主管部门在制定相关产业政策和管理制度过程中,忽视体育产业在国民经济中的产业地位和经济价值现象比较严重,一些本来可以进行市场化经营的体育行业,被作为公益型、福利型事业运作;体育主管部门内部对体育产业进行条块分割管理,体育健身娱乐市场、竞赛表演市场产业政策的制定与体育市场的培育分别由不同的部门管理,管理部门之间缺乏有机的联系与配合、支持与统一;部分体育经营项目存在部门管理权限越位现象,在不同地区由不同的部门管理,甚至在同一地区由不同的部门同时管理,例如保龄球、台球、体育旅游等,严重地损害了投资者和消费者的权益。

虽然广东已经在全省推广体育经营许可证和体育专业技术人员资格证制度。广东省体育经营企业“双 R”认证标准、《广东省体育经纪人管理办法》等也正在制定过程中。但体育产业政策建设已明显滞后于体育产业的发展速度,主要表现在:一是缺乏稳定的体育产业发展扶持政策和措施,对国内外体育市场发展现状、广东体育产业的发展重点、体育产业指标体系、政府对推动体育产业发展的作用等问题缺乏深入研究,导致产业政策的市场导向和优惠扶持政策不明显,缺少可操作性措施,体育产业政策体系建设仍停留在起步阶段。二是广东乃至全国的体育市场管理制度单一雷同,市场法规配套政策不健全,在实际工作中,管理权限不明、产权关系不清、资产管理不顺等问题严重地制约体育产业的发展。三是体育产业政策更多是围绕发展体育核心产业而制定,忽视了对推动与体育关联密切的相关产业,如体育旅游业、体育传播业、体育金融保险业、体育经纪业等的政策法规建设,致使这些产业的发展还停留在概念市场上,直接影响了广东体育产业的发展速度。

参考文献:

- [1] 李江帆. 亚运会对广东国民经济的强大推动力[A]. 2004 中国(广东)国际体育产业论坛文集[C]. 广东省体育局, 2004:43-45.
- [2] 广东省体育产业调查数据公报[EB/OL]. 广东省体育信息网. 政务新闻, 2005-05-19.
- [3] 余靖. 穗服务业增加值占 GDP 五成多[N]. 广州日报, 2005-04-27.
- [4] 广东省第五次体育场地普查数据公报[EB/OL]. 广东省体育信息网. 政务新闻, 2005-05-19.
- [5] 李敦厚. 我国体育产业发展现状与前景[EB/OL]. 国家体育总局网站. 首页<体育产业>论点评述.
- [6] 明子. 广东体彩:全国体彩业的排头兵[N]. 中国体育报, 2005-01-13.

[编辑:李寿荣]