

中国体育经济增长的主要矛盾与解决对策

刘磊鑫, 李永

(重庆大学 体育学院, 重庆 430044)

摘 要:应用经济发展学理论分析了中国体育经济增长中的5个主要矛盾,即体育经济增长与体育市场约束的矛盾、扩大体育内需与有效体育需求不足的矛盾、扩大体育投资与体育投资无热点的矛盾、启动体育消费与体育需求不足的矛盾、发展第三产业与第三产业成本约束的矛盾,提出了解决这些矛盾的若干对策。

关键词:体育经济; 体育产业; 中国

中图分类号:G80-05; G812 **文献标识码:**A **文章编号:**1006-7116(2003)05-0008-03

The mainly contradictions of Chinese sports economy and the countermeasures

LIU Lei-chu, LI Yong

(Physical Education College of Chongqing University, Chongqing 430044, China)

Abstract:The mainly five contradictions of Chinese sports economy are analyzed with the theory of developing economics, which are sports economy growth and restraining of sports market, enlarging of sports inner needs and inefficient supply of it, starting of sports consume and inefficient consume, enlarging sports investment and no sports investment sports, developing third industrial and restraining of its cost, and some suggestions are posed here.

Key words:sports economy; sports industry; China

1 目前我国体育经济增长的主要矛盾

1.1 体育经济增长和体育市场约束的矛盾

20世纪90年代以来,我国体育经济随着国民经济持续快速增长,形成了社会范围的体育买方市场,这种情况使体育经济增长的难度更大了。体育经济数量攀升和质量推进的双重要求已摆在我们面前。随着经济不断增长,进入小康生活的中国人将对体育市场提出更高更深层的要求,更注重体育市场的质量。因此,体育经济增长和体育市场约束的矛盾也变得越来越突出。

1.2 扩大体育内需和有效体育需求不足的矛盾

体育内需包括体育消费需求和体育投资需求,二者是国内体育市场的两个轮子。这里的体育消费需求必须是有效需求,即有支付能力的体育需求。我国有人口12亿之多,是国内外投资者普遍看好的消费市场,但人口并不与消费数量成正比,国民收入水平和消费层次低下是制约国内消费的最大障碍。受这种国情的影响,我国体育消费还处于低水平。产生这种状态的主要原因是:1)国有企业改革仍未取得实质性进展,下岗人员增加与在岗人员收入的低速增长使社会整体购买力下降;2)随着医疗、住房、教育等多项改革政策的陆续出台,人们的即期消费推后,抑制了需求水平的提高;3)市场供应的丰富性使城乡居民的消费心理更加成熟,消费行为

更加谨慎。

从体育投资需求看,买方市场的出现和价格竞争、成本竞争弱化了许多人的投资能力,体育投资需求不足不仅成为体育经济增长的制约因素,而且成为决定体育产业预期的主要因素。从体育投资拉动的持久性看,必须动员社会体育投资力量,形成具有一定投资规模和质量推进的社会体育投资“方阵”。在体育市场化的投资环境下,体育投资主体的多元化及体育投资领域的多样化要求唤起社会各方面的体育投资热情,但由于私人资本投资热情主要取决于资本回报率,在新的体育投资热点尚未形成前,私人资本对国内体育投资前景看淡,谨慎的投资行为很难在短期内形成体育投资扩张态势,多元体育投资偏冷和有效体育消费不足成为体育经济增长的两大制约力量。

1.3 扩大体育投资和体育投资无热点的矛盾

从发达国家工业的进程看,住宅、家用轿车、农用车辆等是后工业化时代必然出现的消费热点,由此拉动的是住宅建设、基础工业的兴起,进而带动建材、机械等一系列相关产业的发展,随着这个工业化进程,体育消费也呈现繁荣景象。最新统计资料显示,目前世界体育产业年产值达4000亿美元,并以每年20%左右的速度递增,这种递增速度远远高过其他社会产业^[1]。因此,体育产业以其丰厚的回报和跨越国

界整合资源,已成为全球增长最快的投资热点之一。

自1990年亚运会后,中国已逐渐将体育全面推向市场,使其市场化、产业化、商业化,并实施适应两个转变的体育经济政策,促使体育经济迅猛发展,但是因为没有一个完整的体育产业体系和健全的体育市场而未能引发投资人的关注热情。

1.4 启动体育消费和体育消费不足的矛盾

发达国家之所以能形成体育消费和体育投资热,而中国目前还不能形成这个热点的主要原因是,中国国民消费率还处于较低水平。据国际货币基金组织和世界银行统计,20世纪90年代以来,世界平均消费率水平为78%~79%。在所统计的36个国家中,只有8个国家的消费率低于70%,其他国家的消费率均在70%以上。以1995年为例,美国消费率83.85%、加拿大为79.5%、巴西为78.9%、印度为77.3%、俄罗斯为73.2%,日本消费率略低,但也有70%;而我国的消费率一直徘徊在60%左右,比美国低24个百分点,比印度低18个百分点^[2]。这一差距表明,在我国单位劳动成果中,可供消费的部分较少,用在体育消费的部分就更少了。

其次,近20年中国经济虽然一直以较快的速度增长,消费率并未随经济增长而增长,一直处在低水平徘徊状态。“六五”时期为66.5%，“七五”时期为62.4%，“八五”时期降为59%，“九五”时期为60%^[3]。消费率低位徘徊,不仅影响体育需求的增长,也间接影响了体育投资的增加,从而在总体上制约了整个体育经济的健康发展。

1.5 发展第三产业和第三产业成本约束的矛盾

目前我国正处于工业化中期阶段,这个阶段的社会标志之一是第三产业的迅速发展。由于我国城市化水平比世界中等收入国家低得多,第三产业发展的余地十分广阔。然而,我国是一个典型的城乡二元化经济结构的国家,农村人口9亿之多,经济基础薄弱,这一庞大的人口群对第三产业的需求十分有限,第三产业离他们还甚远,因此,作为第三产业中后兴起的体育产业,目前还局限于我国的大中小城市。这样,在城市化进程较缓慢的情况下,脱离实际去发展体育产业,一方面会增加体育产业的服务成本,使其超出公众的承受能力,现在许多健身娱乐场所的价格还是很高的,很多健身器械的零售价一般在几百元至几千元;另一方面,会降低体育投资的运行效率。

2 解决体育经济增长矛盾的对策

2.1 努力开拓二元结构空间,建立体育经济辐射网络

目前无论从城乡地区看,还是从多年积累的生产能力与大量低成本的劳动力看,我国仍是一个典型的二元化经济结构的国家,这种结构在社会转型过程中蕴藏的空间余地十分巨大,关键是我们如何去开发体育经济空间。在现有的资源占有及支配非均衡状态下,开发二元结构中的资源差异优势是实现体育经济增长联动和持久的战略选择。

如何在二元化经济结构中开发体育经济空间,首先我们将发现二元结构的开发空间,无论是在大都市还是在小城镇,体育经济都有投入与产出、生产与消费、上游产品与下游

产品、有效供给与最终需求等方面的开发空间,体育经济开发空间必须同时考虑资源特点、区域经济特点、市场半径及联动效应。其次,利用辐射带动力,形成由中心到边缘的体育经济开发系统。体育经济辐射实际上是体育经济中心通过经济各要素的供给,对周围地区体育经济发展的带动过程。体育经济辐射的中心应是某一区域的政治、文化、经济中心,它通过自身能量的辐射,发挥体育经济的带动功能。在这一过程中,体育经济辐射中心通过各要素的输出,使接受辐射地区的体育经济得到开发,把潜在的资源优势变成现实的资源优势,通过体育市场的开发,使体育产业层次得到提升,从而把体育经济结构的品质水平提高到一个新的高度,使接纳辐射地区获得结果效益和结构效率。不仅如此,体育经济辐射的实现过程还是一个社会体育体制创新、体育产业结构优化的过程,也是体育产业管理优化的过程,随着这个过程体育产业将容纳更多的就业人员,扩大体育内需,使体育消费结构发生重大变化,对我国社会有效需求的拉动产生巨大作用。

在二元结构差异空间中开拓体育经济空间,一方面可以通过体育经济辐射功能来完成,同时也需要通过城市化进程的推动来配合。改革开放以来,在沿海地区和珠江三角洲、长江三角洲地区出现了人口密集和行业密度较高的城市群,由高速公路和铁路联成的城市群,为建立体育经济辐射网络提供了客观条件,不仅联动和形成新的体育经济增长点,而且有助于地区经济长期持续的发展和人们生活质量的提高。我国经济后发展地区也将遵循同样的发展方式。

2.2 建立体育经济增长的序列支撑点

自实现“软着陆”以来,中国经济一直徘徊在寻找经济增长热点的高“谷底”,这就增加了经济回升的难度。在加入WTO和取得2008年奥运会主办权的情况下,中国体育经济能否成为新的经济增长点,在很大程度上取决于增长的序列支撑点。目前,全球体育产业的年产值增长很快,美国体育产业的总营业额超过1000亿美元,居美国经济的第22位^[4]。有的国家体育产业收入超过石油、化工和汽车制造业,成为国民经济的支柱产业。国外有人甚至认为,21世纪体育将同影视和网络一起成为最赚钱的3个行业。中国国家计委三产办发布的十大新增长点中,体育产业为其中之一。

面对中国发展极不平衡的生产力水平和多元化的所有制结构,无论城乡,还是地区或是同一产业内部均存在着多层次的梯度差别,这种差别不会在短期内消除,这是健全体育经济增长序列支撑点的现实基础,同时,这种差别的存在,表明我国体育经济增长还存在着多层次推动力量,扩大体育内需的空间还很大。这样,一方面有必要把众多的体育经济增长点排成一个有序的系列,根据不同区域产业优势层次进行序列化布局,按照居民体育消费需求弹性规律和消费者偏好差别提供适销对路的体育产品和体育服务,在体育市场调研和体育市场需求理性预测的基础上,发展既有点位高度差异又有内在关联性的体育产业系统,这种序列支撑点的选择,既考虑了不同地区体育经济文化发展的特点,又照顾了

不同地区体育消费的差别;另一方面,体育经济增长支撑点的选择必须立足扩大有效供给,在“买方市场”中无效供给是市场经济结构调整的最大障碍。

其次,体育经济增长序列支撑点的选择只是一种动态相对差位,也是国家体育经济梯度战略的落实,它要求:1)必须根据我国现有不同地区、不同经济文化发展的特点及现有资源特点来确定发展体育产业类型;2)政府体育经济政策和体育投资必须立足体育体制创新和体育产业结构合理化,以影响和引导其他体育投资主体的投资方向。近年来国内外私人体育投资普遍看淡,除了“买方市场”的外在直接影响外,关键是找不到理想的体育投资渠道,如果他们能够在体育经济增长序列点上看准某个点位潜力,并为自己找到市场切入口,那么多元化的体育投资主体将形成体育经济增长的持续动力。

2.3 抓住经济全面回升、入世和申奥成功的历史性机遇

2000年中国经济摆脱了增长速度连续两年回落的局面,全年经济增长达到8%,社会需求全面回升,微观经济有所增强。中国加入WTO意味着中国在世界市场体系中的地位最终得到确认,也是中国从有限范围和领域的开发转为全方位开放的重要标志。中国申奥成功是中国的一次全方位展示,更是中国实力和地位的真正显现。我们应抓住这个难得的历史性机遇,从以下几个方面着手振兴体育经济。

(1)制定宏观体育经济政策。根据国家经济发展和社会进步的总体规划,按照体育事业改革与发展的目标,逐步加大政府财政投入力度,调整资源配置方式,完善财政投入体制;积极开发体育经济资源,培育体育市场,发展体育产业,建立体育自我发展的补偿机制;运用政策手段引导社会体育消费,调动社会各方面办体育的积极性,形成以社会集资为主、政府拨款为辅,中央与地方分级管理、国家与社会共同兴办的格局。

(2)大力提倡和鼓励体育消费。扩大体育消费是我国体育经济发展实现以投资主导型消费向消费主导型转变的需要。随着我国市场转型,我们应立足扩大体育内需,尤其是扩大体育消费需求,把不断提高国民体育消费水平作为今后体育经济发展的基本战略方针。当前面临的主要问题仍然是社会体育有效需求不足,启动体育经济的着眼点就是要实行鼓励性体育消费政策,希望人们在社会体育方面多投资、多消费,启动国内体育市场,缓解乃至最终解决社会体育需求不足的问题。

(3)充分利用承办奥运会的有利时机,打造无限商机。奥运会发展到今天,它不只是展示精神风貌和竞技水平,它还意味着财源滚滚。1996年亚特兰大奥运会,点石成金的高

手比尔培恩将奥运会经营推到了空前的境界,产生了51亿美元的经济效益。由奥运会带来的相关产业发展机遇更是令人振奋。中国承办2008年奥运会将会带动中国国民经济的主要支柱产业及相关产业的振兴。

1)媒体和出版业。中国的传媒和出版业受益非浅,仅电视直播权一项收入就达数亿美元,新闻出版和广告的收入也十分可观。

2)基础设施建设。承办奥运,建设先行,这给建筑、建材及配套产业带来巨大财富,建设奥运会的工程量是十分惊人的,到2007年,北京将陆续投入120亿美元用于改善城市的能源结构、产业布局和城市基础设施。国家还将投入巨额资金完善北京周边地区的基础设施。

3)房地产业。中国房地产业以承办奥运会为契机,打“奥运”旗帜,策划了奥运主题的住宅项目。最直接体现奥林匹克精神的楼盘当属打出“运动就家门口”口号的广州奥林匹克花园和上海奥林匹克花园,其开发商新国际集团在成功开发了这两座楼盘后,又准备陆续开发北京、沈阳、重庆、成都、大连等城市的房地产。

4)环保产业。“绿色奥运”是我国申报的主题,它不是一句空话,而是我国政府对承办城市——北京市的生态环境作出的承诺。北京市政府已制定规划,构建三道生态屏障,在体育场馆设计中,采用环抱技术,节约资源,利用无污染或可再生材料制造,建设有关器材和设施。这些建设项目将给环保产业带来巨大商机。

5)旅游业。奥运会是全球盛事,承办城市也将是全球关注的热点。2008年的北京将迎来五大洲的宾客,届时来中国观光旅游、参加和参观比赛的人群蜂拥而至,对城市生活日用品和生活服务的需求急剧增加,由此形成巨大的旅游市场,促使中国旅游业飞速发展。

参考文献:

- [1] 韩 颖,白 柯. 体育产业 20 世纪被忽略的投资热点[N]. 中国经营报,2001-03-27.
- [2] 王可成. 从消费率看提倡和鼓励消费的必要性[J]. 中国统计,2001(2):17.
- [3] 国家体委法规司. 体育经济政策研究[M]. 北京:人民体育出版社,1997:26-136.
- [4] 陶文达. 发展经济学[M]. 成都:四川人民出版社,1992:36-86.

[编辑:李寿荣]