

广东省体育产业发展政策的研究

辛 利¹, 周 毅¹, 王小康², 钟前涓¹, 王常青³, 彭 红¹, 王 君¹

(1. 广州体育学院 科研处, 广东 广州 510075; 2. 广东省体育局 法规处, 广东 广州 510063;
3. 华南农业大学 体育部, 广东 广州 510081)

摘 要 通过文献资料、调查对广东省体育产业的目标、体育产业的支撑体系、体育产业化的政策选择、体育产业发展的政策措施等问题进行了探讨,以期从宏观上为相关体育产业发展部门提供参考。

关 键 词 体育产业; 广东省; 政策

中图分类号: G812.3 文献标识码: A 文章编号: 1006-7116(2002)05-0034-03

Research on industrial policies of sports in Guangdong

XIN Li¹, ZHOU Yi¹, WANG Xiao-kang², ZHONG Quan-juan¹,
WANG Chang-qing³, PENG Hong¹, WNAG Jun¹

(1. Scientific Research Offices, Guangzhou Institute of Physical Education, Guangzhou 510075, China;
2. Law Offices, Guangdong Province Physical Culture Bureau, Guangzhou 510063, China;
3. Department of Physical Education, South China Agriculture University, Guangzhou 510081, China)

Abstract By the method of documentary and investigation, this paper studies the target, supportive system, policy election, and developmental step of Guangdong physical culture industry. It also puts forwards some reference suggestion for decision-making office, the physical culture industry in Guangdong adapting it confronted with opportunity and new challenge after China went into WTO.

Key words physical culture industry; Guangdong Province; policy

随着社会主义市场经济体制的不断完善,我国体育产业的研究和发展进入了一个新的历史时期。广东省地处沿海,毗邻港、澳、台,在历史上就是一个具有中西合璧文化特点、经济十分发达的地区。作为我国改革开放的前沿阵地,经济不断发展,体育市场不断完善,体育产业得以迅速发展,主要表现在体育场馆建设和竞技体育观赏、大众健身娱乐与培训业、体育彩票业、体育用品业、体育职业俱乐部、体育训练基地经营等都取得了令人瞩目的成就。但对比国际体育产业发展的水平,仍存在问题。根据广东省的社会、经济、文化等特点制定相应的、高效的体育产业经营政策是十分必要的。从国家的战略角度来看,到2010年,广东经济特区和珠江三角洲地区要基本实现现代化。面临这个艰巨的历史使命,面对我国加入世界贸易组织取得成功的大好形势,如何加快广东体育现代化的步伐,适应国际、国内的发展形势,是迫在眉睫的研究课题。

1 广东省进一步发展体育产业的目标

面对我国成功加入WTO的机遇和挑战,广东省今后体育产业发展的目标是:紧紧围绕广东省第三产业的总体目

标,充分利用其资源优势,使广东省体育产业布局 and 资源配置合理化,提高体育产业化的经营开发水平,同时加大体育产业的制度创新,使体育产业的行业关联聚合质量大幅度提高,从而使体育产业真正成为拉动广东省第三产业发展的朝阳产业。

2 广东体育产业化的政策支撑体系

广东体育在其分布上具有连片、带状的地域特点;在层次上体现出历史纵深度与多样性;在形式上具有鲜明的地方民族性;在商业开发上具有巨大的扩张性;在发展上具有较高的可持续性,使体育成为广东经济社会可持续发展的重要资源。要充分发掘广东独具特色的资源,我们通过调查研究认为,体育是最具进一步开发价值的重要资源。

2.1 民族性越强,越具有国际性与普遍性

与国际经济的接轨,并不意味着经济结构的趋同化发展。从市场竞争的发展和广东省本身的产业结构状态来看,趋同化的产业结构在新世纪的竞争中必然会被国际资本与国内先进产业所击败,甚至在体育产业自身内部也面临同样的问题。广东在体育方面形成的优势并不是由于它与发达

国家和发达省区相一致,而恰恰在于它具有广东自身的岭南特色。因此,在认识体育产业化发展问题上,必须树立这样的观念,不能简单认为体育粗糙、无华、落后等,应当看到正是这些特点,体育才更具吸引力。从广东客家人开展的体育活动来看,对客家地区旅游吸引力的增强起到了非常重要的作用,并使组织该类活动的投资者也得到了丰厚的收益,也创造了大量的就业机会。因此,在广东发展体育,必须发挥广东特有的资源优势。

2.2 开放性越强,竞争性及盈利性越强

要使广东体育走上产业化发展的轨道,必然要建立起具有一定规模的产业化企业组织,而这些产业要提高经济效益,取得预期的经济收益回报,必须用开放的理念总揽产业化的全过程。

(1) 在投资主体上应当是开放的

广东产业化发展,包括体育产业化发展遇到的一个重要问题是资金不足。与其他省市相比,广东资金的积累规模较大。通过制定一定的鼓励政策,吸引多种投资主体进入体育产业领域,政府应当确立自身在产业化过程的政策导向作用,而不是充当投资主体去承揽所有体育产业任务的角色。由非政府投资主体进行的投资,有资本本身的利益要求,其目标就一定是盈利性的。开放性的投资主体,可以从产权制度上保证广东体育产业的盈利性。

(2) 体育市场本身应当是开放的

当体育产业化过程开始的同时,也是其市场相应形成的过程,在这一过程中形成的市场应当是开放的,不能仅仅认为广东体育产业只是广东自身的事。随着体育产业化发展过程的不断深入,会有其他省市体育项目进入广东市场。因而,广东市场不应当封闭起来,应当允许它们积极进入。这样体育产业经过一定时间的发展,成为真正一个贡献率较高的经济部门。这必须依托于广东自身建立起若干个具有开放性的大型体育有形市场。

(3) 体育产业组织的经营目标应是开放的

专门经营体育产业的组织,其经营目标应当是开放的,不能只立足于广东自身的体育市场需求,应立足于国内外市场,这样,广东体育的产业化发展与经营就会有广大的市场容量。一旦目标市场的确定是开放性的,广东体育产业的发展就会有更大的希望。

2.3 市场化程度越高,才具有开放性与社会性

体育产业的实质是市场化。当然,体育本身具有双重性质,一方面是大众健身,属于政府的社会公众职能,同教育的情况一样,在义务教育阶段,不具有盈利性质,也就不能够进行产业化;另一方面,体育所具有的娱乐功能、享受功能等,又具有很强的消费性质。我们所指的体育产业化,主要是指后者。然而体育与教育不同的是,它不能在项目上加以区分,即同一个项目,可以是进行公益性的消费,也可以进行商业性的消费。鉴于体育的这种特殊性,体育部门今后主要管理公益性质的消费,而在商业性市场化方面的体育消费,则进行宏观的调控。而公益性质的体育消费与市场性质的体育消费,两者之间是相互促进的。

3 广东体育产业化的政策选择

对于广东省丰富的体育资源的开发,政府并不完全是投资者的角色。如果单纯依靠政府的投资来进行开发,不仅效果不好,而且会限制其他经济主体作用的发挥。

3.1 宏观上投资的政策选择

从目前来看,政府在进行体育产业化投资方面,主要的是投资于基础体育设施的建设。这本身是政府的一项职责,但投资的重点应与体育产业化的整体布局相适应,达到分期、分片、综合、链式推动的效果。在投资中,政府应只负责能够起产业带动作用的主体设施部分,其余设施的投资权可以进行拍卖转让,让其他投资者介入。

3.2 产业布局的政策选择建议

从广东省体育资源的分布来看,基本上与广东省城市经济产业资源的分布重合。产业地区的集中从产业理论来看有利于市场的形成,能节省资源,提高效率。但区域的集中会在一定程度上将扩大地区之间的差距,但按照邓小平理论,这是社会主义初级阶段不得不做出的一种选择。

(1) 以广州奥林匹克中心和黄村体育运动训练基地为主体,发展以广州为中心的体育广场和体育娱乐城。九运会后广州奥林匹克中心已成为广州市旅游项目中的特色项目之一,其旅游产业的经济价值已引起人们的广泛关注。广州黄村体育运动训练基地是体育训练的最佳基地,已经在国内外引起广泛重视。除了国家进一步进行投资建设,完善配套设施外,地方也必须进一步加大开发力度,增设项目扩大场地,并且可以进行企业化管理,进行盈利性经营。在训练基地外,进行第三产业配套设施建设,使运动队除了具有良好的训练条件外,还可以在训练之余进行各种健康有益的活动。训练基地除了满足专业运动队训练的需要外,可以开发一些商业性的娱乐体育项目,吸引更多的人到训练基地进行体育消费活动。广州奥林匹克中心和黄村体育运动训练基地可以成为一个具有特色的产业分布群,也可以成为体育消费集中的地方。

(2) 汕头、肇庆市可重点投资建成水上运动训练基地,以训练基地为中心,以民间投资为主,在中心外围形成体育活动、竞技、表演、娱乐的市场,以吸引更多的国内外运动队到广东集训。

(3) 深圳重点发展以少数民族体育为主的多种体育娱乐市场,重点放在游客的参与体验体育的新奇、刺激性项目上。

(4) 湛江作为粤西体育产业的核心进行发展。

(5) 梅州可进一步完善以足球为主、客家体育为依托的多种体育娱乐活动,增强梅州的体育产业竞争力,为梅州“客家楼”争取世界文化遗产申报成功创造条件。

3.3 产业组织结构与规模的政策导向

推进产业化,必须依靠一定的产业组织才能实现。产业组织的规模与效率的高低,直接影响到产业化水平与产业结构合理化程度的高低。因此,在推进广东体育产业化发展的政策中,必须制定出一定的导向措施,以引导经营体育的企业按照市场竞争要求和国际化的要求进行组织管理。

(1) 由省体育局提出建立省体育运动广场的具体方案

该方案包括:广场包括的体育活动项目,体育活动的组织方式,体育广场的运作,广场的地点选择,体育广场的运行机制及管理机制,资金筹集方式,体育广场的具体设计要求及布局风格等。体育广场的设计应遵循融民族风情、体育、文化、饮食、娱乐、度假等为一体的原则。在目前情况下,如果不能建立这样一个体育运动广场,可以考虑以广州奥林匹克中心为依托或为主体,通过省政府对旅游系统与体委系统的协调,使广州奥林匹克中心分阶段地建成为具有上述功能的实体。

(2) 成立由国家控股的大型集团化体育公司

对于产业化发展来说,没有企业集团或大型体育企业的参与,就很难实现社会化发展。组建这样的公司的目的是通过企业的经营性行为,推动体育产业化发展。任何产业化发展,没有一定的产业组织是根本不可能的。因此,要实际上推进产业化,就必须由政府出面组建这样的体育产业公司。公司可以采取股份制方式组建,或者依托于某一有实力的企业,或者由社会集资。公司具有独立的法人资格,自主经营,自负盈亏,自我积累,自我发展,成为体育市场的主体。公司的主要经营范围除了以体育器械、服装外,主要是组织大型比赛和运动会,发行体育彩票,组织比赛中有奖竞猜等活动。

(3) 对小型的体育产业经营组织,在政策上开放激活

目前,在许多旅游度假村,不少经营者都引进了许多休闲体育运动项目,进行了一些体育项目的商业化开发,政府应给予鼓励。省体育局的主要职责是对项目的开发与利用进行总体规划,对项目的安全性进行检查,保证活动秩序与规范的执行。对于具体各民间经济单位对于体育资源开发与经营,应放宽政策,由省体育局具体制定出一个方案,鼓励各投资主体进行体育项目的商业性开发与利用。

4 广东省体育产业发展的政策措施

(1) 加快和完善广东体育市场的法规体系建设。从战略的高度制定一个长远的体育产业发展规划,加强体育市场的立法管理,在《广东体育市场管理暂行规定》的基础上制定和出台《广东省竞赛表演市场管理办法》、《广东省健身娱乐市场管理办法》、《广东省社会赞助体育事业管理办法》等,把体育产业的发展纳入法制化的轨道。

(2) 建立体育市场管理机构。为保障全省体育市场的有序运作,需要专门机构协同其他部门来管理体育市场。体育市场的经营要建立申报、审批、市场监察和年检制度。同时,应理顺关系,体育市场属专业性市场,凡属体育专业的运动项目应归口体育部门管理,以使总体市场逐步完善,形成社会各系统职责分明,管理有序的市场体系。建立体育市场管理法规,以及与WOT有关的行业立法、外资法等,以明确体育产业对外开放程度、市场准入情况、外资进入的比例等。

(3) 加强对体育产业投资、税收、人力资本的优惠和对体

育市场提供支持与服务,切实为广东省体育产业的发展创造良好的环境和条件。体育产业作为一种新兴产业,在其发展的初期,可在国家法律法规允许的范围内,结合广东省体育产业发展的需要制定财税优惠政策。政府鼓励对体育事业的捐赠和赞助,以促进体育产业的兴旺发达。

(4) 加速发展体育产业的社会化进程。体育市场要体现出公平、宽松、有序的竞争环境。体育市场要实行政事分开、政企分开,不搞垄断,鼓励社会各种行业、各种所有制形式兴办体育产业,以形成多元化的体育产业投资主体的格局。

(5) 大力培养体育产业经营管理人才。这是发展广东省体育产业的长远之计,省内有条件的大专院校可逐步设置体育经济专业的本科生和研究生课程,也可通过送出去、走进来的方式,多渠道培养复合型的体育产业管理人才。

(6) 建立体育产业发展基金。为启动和扶持广东省体育龙头企业,培育骨干产业,需要设立省体育产业发展基金。基金可多渠道筹措,采取政府、海内外、(体育)企业等各方面筹集。资金由省统一掌握,主要用于发展广东省的重点体育企业。

(7) 组建省体育产业集团。根据广东省体育产业发展规划,为提高广东省体育产业的发展规模和产业集中度,可选定一个或几个体育产业实体为核心组建省体育产业集团。集团以产权关系为纽带对现有资产进行重组,在此基础上组建股份有限公司,按现代企业制度实施管理,推进体育产业的发展由粗放型向集约型转变。

(8) 积极引导社会体育消费。通过社会各种舆论环境、各种大众传媒、各种社会活动大力宣传体育的社会功能与健身价值,强化公众的体育意识,使公众树立“花钱买健康”的社会体育消费时尚,积极引导体育消费。同时将体委系统、学校系统闲置的体育设施向社会公众进行有偿或无偿的开放,并提供相应的技术指导服务,以充分利用现有的设施盘活国有的存量资产,为广东省全民健身活动的积极推广与体育产业的发展发挥新的作用。

参考文献:

- [1] 国家体育总局政策法规司. 体育产业现状趋势与对策[M]. 北京:人民体育出版社,2001:443-452.
- [2] 李明. 体育产业学导论[M]. 北京:北京体育大学出版社,2001:141-148.
- [3] 吴贵桐. 广东经济发展研究[M]. 广州:广东省地图出版社,1997:74-78.
- [4] 张正焉,孔岩,尹少文. WTO与中国文化产业政策[M]. 北京:中共中央党校出版社,2001:151-160.
- [5] 吕德斌. 产业配置及其土政策研究[M]. 北京:中国经济出版社,1996:148-156.

[编辑:邓星华]