

杭州市健身休闲体育资源的产业化发展

何培森¹, 丛湖平²

(1. 怀化学院 体育系, 湖南 怀化 418008; 2. 浙江大学 体育系, 浙江 杭州 310028)

摘 要:通过对杭州市健身休闲体育资源的调查,了解杭州市体育健身休闲资源产业化的现状、发展优势及存在的问题,提出了发展目标与措施。

关键词:健身休闲体育; 体育资源; 体育产业; 杭州

中图分类号:G80-05; G812.755 **文献标识码:**A **文章编号:**1006-7116(2004)01-0038-03

Industrialized trend of keep-fit resource in Hangzhou

HE Pei-shen¹, CHONG Hu-ping²

(1. Department of Physical Education, Huaihua College, Huaihua 418008, China;

2. Department of Physical Education, Zhejiang University, Hangzhou 310028, China)

Abstract: Based on the investigation data, the paper showed the industrialized situation, developing superiority, and problems of keep-fit resource in Hangzhou, and provided the developing program. The aim is to help the development of sports industries in the city.

Key words: keep-fit; sports resource; sports industry; Hangzhou

根据《关于加快发展杭州文化产业的若干意见》精神,体育产业被纳入到大文化的范畴。而杭州要建成“经济强市,文化名城,国际现代化风景旅游城市”,体育产业的战略地位需要得到提升。但就其目前体育产业的现状来看,发展水平还处于一个比较低的阶段,与杭州城市发展定位是不相称的。本课题以杭州市健身休闲体育资源的产业化发展为切入点,对杭州市体育产业的发展与杭州市的城市发展的现状和对策进行分析。

1 现状、发展优势与存在的问题

1.1 现状

(1) 经济性质及规模

健身休闲体育部门的投资资金本地资金占91.2%,外资占8.8%(含合资企业)。

从投资规模来看,总注册资金约175 293.6万元,平均注册资金1 358.8万元;其中投资在200万元以上的61家,占47.3%;投资在1 000万元以上的有31家,占24.0%。

提供就业人数共计4 183人,其中管理人员740人,体育专业人员340人,其它人员3 103人,分别占17.7%、8.1%和74.2%;平均每个经营场所提供就业岗位30.3个。

营业总面积为1 873 030 m²,平均每一经营场所13 572.7 m²;核定经营部门同时能接纳的消费人数为20 023人,平均

每家经营部门可接纳消费人数143人。

(2) 区域分布特征

在杭州市健身休闲体育经营部门的区域分布中,西湖区占43.6%,上城区占13.7%,下城区占21.4%,江干区占15.4%,滨江区占0.9%,拱墅区占5.1%;结合各城区的居民人数分析,各城区居民人数与健身休闲体育场所的比例为:上城区6 240:1,下城区为3 960:1,江干区为5 410:1,拱墅区为14 690:1,西湖区为2 900:1,滨江区为29 820:1。

(3) 类型及经营方式

从经营性健身休闲体育部门类型来看,作为某一机构的附属形式存在的部门占47.1%,其中以盈利为目的的占20.1%;以完善服务项目为目的的占24.5%;以职工福利为目的的占2.5%;以独立形式存在的部门占52.9%。其中以经营多个健身娱乐项目,或以某一健身娱乐项目为主要特色,兼营多种健身娱乐项目的部门占18.9%;以经营健身休闲体育项目为主,同时兼营餐饮、客房等服务项目的部门占18.9%;而只经营一种健身休闲体育项目的部门占15.1%。

从经营方式来看,单纯提供健身体育服务的占86.6%;采取服务与培训相结合经营方式的占10.9%;而其它多种经营方式的则只有2.5%。这也反映了杭州市经营性健身休闲体育部门的营销手段不多、专业化程度较低和经营管理水平有待提高的问题。

收稿日期:2003-03-18

基金项目:2001年浙江省社科规划项目(M01JY1)。

作者简介:何培森(1968-),男,副教授,研究方向:体育经济学和体育教育。

(4)管理收费项目及标准

浙江省的税费征收把部分经营性体育部门的经营活
动,归入到高消费娱乐业之中,按10%征收营业税,并在1998
年后征收3%的文化事业建设费,某些部门还要征收1%的旅
游建设基金。在水电费方面,也基本是按娱乐行业的标准收
费。经营的税费负担较重,经营成本较高,一些部门处于微
利甚至亏本经营状况。

1998年省政府将保龄球、台球、高尔夫球等经营场所划
归体育部门管理后,将原文化部门按营业额3%收取的管理
费最高限额调整为1.5%~2.5%,并对管理收费项目重新作
了统一规定。在2000年初,浙江省全面调低了体育行业用
电的价格标准,其中公共体育场(馆)用电价格按非工业标准
执行,对外经营收费的健身房、保龄球馆、游泳池等经营性体
育部门用电价格按商业用电的标准执行(不再按原来的娱乐
行业标准执行),电价调整平均降幅达2成以上。电价和税
率的调整有利于降低浙江省、杭州市经营性体育部门的经
营成本。但总体而言运行成本偏高。

1.2 发展优势

(1)城市发展的宏观政策支持

根据《关于加快发展杭州文化产业的若干意见》决议的
精神,体育产业被纳入到大文化的范畴,而杭州要建成“经
济强市,文化名城,国际现代化风景旅游城市”,体育产业的
战略地位得到提升,体育产业也必将成为未来杭州市第三产
业的投资热点,将会得到省政府产业政策的大力支持。

(2)人均GDP与第三产业的迅速发展

2001年全市人均GDP达到2.5万元,突破3000美元;
全市3项产业占国内生产总值比重为7.1:50.6:42.3。市区
居民人均可支配收入10896元,;杭州市区居民人均消费性
支出8968元。消费结构得到改善,恩格尔系数为39%;人
均用于教育娱乐和交通通讯的支出分别比上年增长18.7%
和20.1%。根据国内外体育产业的发展规律:当人均国民收
入达到800美元以及在产业结构中第三产业所占比例接近
40%时,社会对体育服务业的需求迅速增长,对体育服务业
提出加速发展的要求。杭州市人均GDP的增长和产业结构
调整必然会对体育产业的发展产生强大的推动力。

(3)自然、社会、区位的特殊优势

杭州地处长江三角洲南翼,杭州湾西端,钱塘江下游,京
杭大运河南端,是长江三角洲重要中心城市和中国东南部交
通枢纽。全市丘陵山地占总面积的65.6%,平原占26.4%,
江、河、湖、荡、水库占8%。杭州属亚热带季风性气候,四季
分明,温和湿润,光照充足,雨量充沛。杭州有着江、河、湖、
山交融的自然环境,对于开发健身休闲体育业有着得天独厚
的自然、社会和区位优势。

(4)国际化旅游城市的产业环境保障

2001年,来杭境外游客81.94万人次,外汇收入3.73亿
美元;国内游客2510万人次,国内旅游收入达到218.88亿
元。杭州及所辖临安、建德先后成为“中国优秀旅游城市”;
西湖风景区列为全国十大文明风景区示范点之一;宋城、千
岛湖两风景区获得全国首批“4A”景区称号;创立于1926年6

月6日的西湖博览会更是杭州市的金名片。“住在杭州、游
在杭州、学在杭州和创业在杭州”的城市发展战略,为健身休
闲体育市场提供了广阔的发展环境。

(5)健身休闲体育市场空间发展广阔

近20年来杭州市的经济社会发展较快,人民生活质量
迅速提高,人民群众对健身休闲体育的需求日趋迫切。目
前,在杭州市621.58万人口中,经常参与健身休闲体育的人
口比例达到35.3%;游泳、散步慢跑、乒乓球羽毛球、篮足排
球、棋牌、保龄球、滑冰、台球、跳舞、健美、钓鱼、网球等健
身休闲体育项目都有相当稳定的消费群体,为杭州市健身休
闲体育产业化发展带来巨大的市场发展空间。

(6)资金优势

2001年,杭州市实现国内生产总值1568亿元,按可比
价格计算,比上年增长12.2%,连续第11年保持2位数增
长。经济总量继续保持全国省会城市第2、副省级城市第3、
全国大中城市第8的位次。在利用外资方面,到2001年底,
杭州市外商总投资累计达130.29亿美元,协议外资和实际
吸引外资分别达到78.32亿美元和40.66亿美元。投资者来
自美国、日本、新加坡、韩国、意大利、香港、台湾等76个国
家和地区,已有37家列入世界500强的跨国公司来杭州投资。
因此,应充分利用国内外的资金优势,以资本为纽带,逐步形
成集中化的产业分布带与大规模的产业性经营组织,扶持、
带动杭州市健身休闲体育业的发展。

1.3 存在问题

(1)供需错位即供需失衡。供方提供最多的是台球、游
泳、保龄球等服务产品;而需方需求的服务产品是游泳、散步
(慢跑)、乒乓球(羽毛球)、篮足排球、棋牌和保龄球等。

(2)供方投资规模偏小。投资资金以本地资金为主,其
中内资占总投资的91.2%,外资引进力度不够。

(3)供方将产品定位于服务本地居民,缺乏针对外来消
费人群的特色产品,与杭州市的城市发展规划及定位不相
符。

(4)市场管理水平不高,缺乏与健身休闲业相关的政策
支持。

存在上面问题,其因素如下几方面:

(1)结构性因素。主要指结构支持力度下降,也即产业
结构的组合偏差和行业、产品结构的供需不平衡,致使消费
者的消费选择受限。杭州市除了游泳、台球等项目市场较好
(如市游泳中心)外,其它大多是微利甚至是亏本经营。

(2)技术性因素。指因专业技术落后、设备老化等造成
的供需不平衡。除了经营游泳的部门按规定必须配备体育
专业技术人员外(体育专业人员只占全市健身休闲体育部门
从业人数的8%),其它项目专业人员严重缺乏;服务人员缺
乏专业技术培训,造成消费者对服务质量评价一般。

(3)投资者决策因素。由于投资者缺乏对本市需求市场
的研究分析,对市场信息的把握不准,在选择经营项目、经营
规模、产品定价等方面缺乏长远发展的战略规划。由于长期
受决策高度集中、指令性计划结构的管理模式所束缚,决策
者的现代管理意识相对薄弱,市场意识和风险意识较欠缺,

容易被一些虚假的市场信息所误导,导致人力、资金、设备、决策、组织、规划、协调、控制等资源未能达到最佳优化状态,造成决策上的失误。部分项目盲目上马增长过快,产品严重供过于求,造成恶性竞争,而许多大众喜爱的项目则没有被开发出来。

(4)政策因素。由于在我国体育产业对经济的拉动作用还不明显,人们对体育产业的认知程度不高,体育产业缺乏必需的优惠政策的扶持。在改革开放程度,吸引外来资金、技术、人才等方面均略逊于其它产业部门。

(5)消费者偏好因素。由于体育产业在我国还属于新兴的朝阳产业,大多消费者在消费这类服务产品时,受外界的“示范效应”影响比较明显,是一种消费心理不成熟的表现。

2 资源产业化发展目标与措施

2.1 发展思路

以杭州市“十五”发展规划“建经济强市,创文化名城”为契机,以市场为导向,以经济效益为中心,以体制改革和机制创新为突破口,加快市场体系建设,促进健身休闲体育业和相关产业的发展,提高产业关联度,使之成为杭州市第三产业新的经济增长点。

2.2 发展的阶段性目标

(1)近期发展目标(2003~2008年)

充分利用国家产业政策倾斜,积极培育和完善的体育市场体系,结合本市资源优势,使健身休闲体育资源配置合理化,企业组织结构规范化,提高专业化水平;使杭州市健身休闲体育业的供需结构合理,总量平衡。

(2)远期发展目标(2008~2013年)

在基本实现第一阶段目标的基础上,进一步加大体育产业的制度创新力度,构筑产业化人力资本结构,提高产业集中度,实现产业极化效应,继而大幅度提高供给结构与需求结构的变动弹性,使健身休闲体育业成为杭州市新的经济增长点。

2.3 发展措施

(1)完善健身休闲体育市场规则

加入世贸组织后,中国将认真履行对外承诺,按照世贸组织的规则,进一步完善社会主义市场经济体制。因此,杭州市必须规范健身休闲体育市场,制定和完善涉外经济法律法规体系,创造完备的法制环境。

(2)提高企业的管理水平

加入 WTO 带来的外资冲击将会使杭州的体育产业的潜力得到进一步释放。完全和国际接轨的商业游戏规则,巨额跨国资本投入将改变杭州体育产业失血的面貌。杭州市健身休闲体育业中虽然非国有经济占居主导(70.9%),但经营部门的管理仍有较多的计划经济成分,企业的管理水平不高,竞争力不强,亟须得到改善。

(3)转变政府职能

转变政府职能,提高工作效率,增强服务意识,创造良好的行政环境。强化法治观念,培养遵守规则、规范的意识,建立信用体制。“入世”后,体育主管当局应主动适应新角色,

而不是像过去一样利用行政手段垄断商业机会,排斥民间新兴商业力量的崛起。

(4)加强专业人才培养

加入 WTO 后,竞争会越来越激烈,合作也越来越多,加入世贸组织意味着中国经济将进一步融入经济全球化的主流之中,并将对中国的经济体制改革、产业结构升级、国际竞争力提高和社会进步产生重大影响。为抢占市场,杭州市应尽快培养一批熟悉 WTO 协议以及与之相关的国际贸易、国际法、WTO 工作语言,并能熟练运用现代技术,又懂体育、经济、法律等专业的复合型高级专业人才。使人才、管理等“软件”得到改善。在这方面,外资不但会利用先天优势引进国际人才,活跃杭州的体育市场,更重要的是它们会着眼于“本土化”战略而与国内企业争夺稀缺体育人才资源。而这些也正是杭州市体育产业的软肋。

(5)深化体制改革

加快推进体委系统的体制改革;抓好投资体制改革,做大做强产业,吸引外资和民资等各种社会资金;坚持“只求所在、只求所业、不求所有”和“谁投资、谁所有、谁受益”的原则,搞好多元化投资。

(6)体育、文化和旅游发展相结合

做好健身休闲体育业与文化、旅游结合的文章,做到旅游搭台、文化唱戏,以健身休闲体育提升旅游品位,促进文化产业的发展,做到优势互补、实现双赢。旅游景点要充实文化内涵,文化以体育为切入点,利用旅游景点的舞台唱好戏。

(7)提倡体育生活方式

加强全民健身活动的开展,提高居民的综合素质,使体育进社区,倡导体育生活方式。

参考文献:

- [1] 饶远,丛湖平,张云钢,等.云南体育产业发展研究[M].昆明:云南科技出版社,2000:158-195.
- [2] 庞元宁.中国不同年龄人群体育现状研究[A].中国群众体育现状调查课题组.中国群众体育现状调查与研究[C].北京:北京体育大学出版社,1998:220-236.
- [3] 丛湖平.试论体育产业结构及产业化特征[J].浙江大学学报(人文社会科学版),2000,30(4):155-159.
- [4] 胡鞍钢.我国体育改革与发展的方向[J].体育科学,2000,20(2):1-3.
- [5] 卢元镇,郭云鹤,费琪,等.体育产业的基本理论问题研究[J].体育学刊,2001,8(1):41-44.
- [6] 钟天朗.上海体育健身娱乐市场的现状及发展对策[J].上海体育学院学报,1998,23(3):12-16.
- [7] 刘宝仁,董长贵.试析我国东西部地区全民健身现状及发展对策[J].中国体育科技,2000,36(6):12-14.
- [8] 汤起宇,陈林祥,王超英,等.我国健身娱乐市场经营管理现状与发展初探[J].武汉体育学院学报,1998,32(1):1-4.
- [9] 杨晓生.我国体育产业发展的制约因素及对策[J].体育学刊,2001,8(4):23-25.

[编辑:邓星华]