

• 体育人文社会学 •

体育产业新政背景下中国体育产业发展的机遇与挑战

石岩

(湖北大学 体育学院, 湖北 武汉 430062)

摘 要: 对《国务院关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》进行了分析解读。阐述了当前我国体育产业发展面临的六大机遇: 政策支持是体育产业发展的重要驱动力量; 体育消费爆发的临界点已经到达; 人口红利和城市化进程壮大了体育产业消费规模; 产业结构调整 and 升级是体育产业发展的催化剂; 扩大内需为体育产业发展带来难得机遇; 体验经济的到来助推体育产业发展。并指出面临的五大挑战: 有效需求与供给不足, 市场主体不成熟; 群众体育发展滞后; 体育产业核心层薄弱; 专业经营管理人才缺乏; 具体实施任重道远。

关 键 词: 体育管理; 体育产业; 体育消费; 中国

中图分类号: G80-05 **文献标志码:** A **文章编号:** 1006-7116(2014)06-0013-06

Opportunities and challenges faced by sports industry development in China under the background of new policies launched by the State Council for the sports industry

SHI Yan

(School of Physical Education, Hubei University, Wuhan 430062, China)

Abstract: The author analyzed and interpreted The State Council's Opinions on Speeding up Developing the Sports Industry and Promoting Sports Consumption, expatiated on six opportunities faced by sports industry development in China via a lot of detailed data: policy support is an important driving force for sports industry development; both per capita production value and income increase—the critical point of sports consumption explosion has been reached; demographic dividend and urbanization process have expanded sports industry consumption scale; industrial structure adjustment and upgrade are catalysts for sports industry development; expanding internal needs has brought rare opportunities for sports industry development; the emerging of experience economy has promoted sports industry development. The author also pointed out five challenges to face: effective demand and supply are insufficient, while main market entities are immature; mass sports development lags behind; the core layer of the sports industry is weak; there is a lack of professional operation management talents; specific implementation has a long way to go.

Key words: sports management; sports industry; sports consumption; China

1 国务院对体育产业的最新部署

2014 年 9 月 2 日李克强总理在国务院常务会议上作出了加快发展体育产业、促进体育消费推动大众健身的部署,紧接着于 10 月 20 日,国务院就发布了《国务院关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》^[1](以下简称《意见》),这是在国家政策层面更为具体的产业指导行动方案。《意见》中用一系列数字,

勾勒出未来我国体育产业发展的前景。

5 万亿: 到 2025 年,体育产业总规模超过 5 万亿元,成为推动经济社会持续发展的重要力量。

2 平方米,5 亿人: 到 2025 年,人均体育场地面积达到 2 平方米,经常参加体育锻炼的人数达到 5 亿,体育公共服务基本覆盖全民。

100%: 新建社区体育设施覆盖率达到 100%。在

收稿日期: 2014-10-28

基金项目: 国家社科基金项目“运动休闲产业与旅游产业融合互动发展研究”(12BTY026); 湖北休闲体育发展研究中心项目“湖北省高校休闲体育专业学生核心竞争力的评价与培育路径选择研究”(12HXZX003)。

作者简介: 石岩(1961-),男,教授,研究方向: 体育产业。E-mail: shiyan@hubu.edu.cn

乡镇、行政村实现公共体育健身设施 100%全覆盖。

1 小时：政府机关、企事业单位、社会团体、学校等都应实行工间、课间健身制度等，倡导每天健身 1 小时。促进青少年培育体育爱好，掌握一项以上体育运动技能，确保学生校内每天体育活动时间不少于 1 小时。

15 分钟：在城市社区建设 15 分钟健身圈。

15%：将体育服务、用品制造等内容及其支撑技术纳入国家重点支持的高新技术领域，对经认定为高新技术企业的体育企业，减按 15%的税率征收企业所得税。

3%：落实企业从事文化体育业按 3%的税率计征营业税。

0.1 平方米、0.3 平方米：新建居住区和社区要按相关标准规范配套群众健身相关设施，按室内人均建筑面积不低于 0.1 平方米或室外人均用地不低于 0.3 平方米执行，并与住宅区主体工程同步设计、同步施工、同步投入使用。

《意见》显示，第一，体育产业已上升到国家战略层面。强健国民体魄、助力经济发展已成为政府发展体育的两大重要因素。鼓励体育产业市场化、商业化，对体育赛事实现完全商业化运作是思路上的本质转变，说明体育产业的市场化和商业化已经取得了政府的高度重视。

第二、取消商业性和群众性体育赛事的审批，意味着政府希望更多的社会资本进入市场。放开审批和转播权限制，是一次理念上的跨越，是为了更好地发挥包括版权在市场中的作用，使得赛事版权能成为无形资产，吸引企业和社会资本的投入。

第三、政府对于满足日益增长的群众性体育需求的重视，全民健身已上升为国家战略。尽管市场也有不同声音认为对《意见》不要期望过高，但作者认为此轮体育产业振兴与之前有本质区别。《意见》之所以如此引人关注，主要原因是触及到了体育产业发展的核心问题，如赛事审批、转播权限、场馆利用、职业体育等。通过梳理体育产业在经济转型和文化振兴等方面的促进作用，加上国家领导人的多次公开表态，作者认为未来体育产业改革的政策红利将提速释放，体育产业化、市场化力度将大幅超出市场预期。

2 中国体育产业发展的机遇

2.1 政策的支持是体育产业发展的重要驱动力

国务院近年来连续下发了多份文件，支持体育产业发展。未来 10 年体育文化产业发展的前景，除了本身的市场空间、人口红利、人均 GDP 带来的价值需求

取向之外，同时拥有政府层面和政策层面的双重巨大支撑(见表 1)。

表 1 近年来体育产业相关重要政策

年份	颁发机构	政策主题
2006 年 7 月	国家体育总局	《体育事业“十一五”规划》
2009 年 10 月	国务院	《全民健身条例》
2010 年 3 月	国务院办公厅	《关于加快发展体育产业的指导意见》
2011 年 2 月	国务院	《全民健身计划(2011-2015)》
2011 年 4 月	国家体育总局	《体育产业“十二五”规划》
2012 年 2 月	中国足球协会	《中国职业足球联赛管办分离改革方案》(试行)
2013 年 3 月	国务院办公厅	《国民旅游休闲纲要(2013~2020)》
2013 年 9 月	国务院	《国务院关于促进健康服务业发展的若干意见》
2014 年 3 月	国务院	《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》
2014 年 10 月	国务院	《国务院关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》

政策推动体育产业改革不断深化。2010 年国务院文件从宏观角度为体育产业的深化改革指明了方向；2011 年体育总局进一步细化了体育产业发展和改革的具体目标；2012 年中国足协改革试点标志着改革“双轨制”、解决政企不分进入了实质操作阶段；2014 年 10 月，国务院《意见》部署加快体育产业发展，促进体育消费。在具有中国特色社会主义市场经济的背景之下，政府和政策的作用仍然是一个产业发展的决定因素，它决定了体育产业发展的规模、速度和结构。这些政策、意见的出台，凸显了推动体育产业发展的国家意志，明确了体育产业未来发展的方向，同时也坚定了体育产业投资者的信念，增强了体育消费者的信心。

2.2 体育消费爆发的临界点已经到达

我国 GDP 2013 年 568 845 亿元，是 1978 年 3 645 亿元的 156 倍，城镇居民人均可支配收入 2013 年达到 26 955 元，是 1978 年 343.4 元的 78.49 倍，农村居民人均纯收入 2013 年达到 8 896 元，是 1978 年 133.6 元的 66.59 倍^[2]。国家经济总量的持续高增长和居民收入水平的较快增长成为当今体育市场繁荣、体育消费兴旺、体育产业勃兴的重要基础条件。

2013 年我国人均体育消费仅有 645 元人民币，刚刚超过 100 美元，远远低于英国、澳大利亚等发达国家^[3]。2008 年，中国人均 GDP 就已突破 3 000 美元，这是居民消费结构发生转变的临界点，其特征是对物

质消费的需求逐渐减弱,而对服务消费需求迅速上升;2014年中国人均GDP预计将突破7300美元,人们对享受型、发展型的消费需求急剧上升^[4]。同时,我国城镇居民人均可支配收入已将近2.7万元人民币。可以认为,我国体育健身娱乐消费爆发的临界点已经达到。

2.3 人口红利和城市化进程壮大了体育产业消费规模

1982年中国总人口突破10亿大关,2012年总人口已达13.54亿。这既说明我国当前仍面临不小的人口压力,但另一方面对体育产业来说却是一个机遇。人口基数增长,就意味着将带来体育消费规模和水平的增长,进而带来体育产业的繁荣。

我国超过13亿人口中,有3.8亿人口进行体育运动,约占人口总数的27.9%,其中1.3亿人口开展包括徒步旅游、休闲户外在内的泛户外运动,约占总人口9.5%;6000万人口开展类似登山、攀岩、徒步在内的户外运动,约占总人口的4.4%^[5]。随着未来人们对健康的关注以及对追求高品质生活理念的加深,加上国家政策对群众体育、大众健身的鼓励和支持,我国运动人口将进一步增加。

根据国家统计局的统计数据,截至2013年底,我国城市人口占全国人口的比例已经达到了53.7%,接近“十二五”末的目标水平。目前世界高收入国家城市化水平已达80%以上,中上收入国家达60%,中下收入国家达55%。加快城市化进程是我国21世纪社会经济发展的必然选择。

有研究显示,1999—2003年中国城市人口体育边际消费倾向是1.7,即城市人口收入每增加1%,它的体育消费就增加1.7%^[5]。这种趋势在21世纪表现得更加明显。体育产业本质上是城市文化产业,随着城市化进程的加快、城市经济的繁荣和社会分工的细化,必将带动包括体育服务业在内的现代服务业的发展。

2.4 产业结构调整 and 升级是体育产业发展的催化剂

2013年政府工作报告中指出:进一步发展壮大服务业。按照经济学理论,人均GDP在1000美元的国家,第三产业的比重占GDP应在50%左右^[6]。而我国人均GDP2012年已经超过6200美元,第三产业产值所占GDP的比重也仅为43.7%。由此,决定了我国产业结构调整 and 升级的重点是通过市场化大力发展第三产业。

当前我国产业结构中,第一、二产业的占比依旧很高,接近60%。而在欧美国家的经济结构中,第三产业占据了主导作用,占比都超过了70%。我国经济在调结构的过程中,由第一、第二产业向第三产业升级是必然的趋势。目前我国体育产业中也是用品制造业大于服务业,相信未来以体育产业振兴为主线带动相关服务业发展将对我国第三产业的整体发展产生积极作用。

体育产业作为新兴的服务业,在第三产业中发挥越来越重要的作用。我国是体育产业的后发国家,2012年我国体育产业仅占GDP的0.6%,远低于欧美发达国家2%~3%的水平^[7]。然而,我国的体育产业始终保持较为快速的成长。近6年的复合增长率高达21.33%,2012年体育产值总规模突破3000亿元,同比增长14.45%。而且,自2006年以来,体育产业占第三产业比重增长明显,2012年体育产业占第三产业1.35%,比2006年增加0.24个百分点。根据2011年颁布的《体育事业发展的“十二五”规划》显示,“十二五”规划期间,体育产业增加值实现年均增长15%以上,到期末实现体育产业增加值超过4000亿元,占GDP比重0.7%以上^[8]。体育产业的迅速发展拓宽了第三产业的增长领域,带动了第三产业的发展,势必加快产业结构的转型。

我国产业结构调整 and 升级为体育产业发展提供有利条件体现在3方面:

一是能得到国家产业政策的扶持,包括投融资的优惠政策、税收减免的优惠政策、用工用地的优惠政策等。《意见》中有关金融财税政策支持的表述:(1)加大投融资支持力度:进一步拓宽体育产业投融资渠道,支持符合条件的体育企业进入资本市场融资,支持符合条件的企业发行债券、短期融资券,中期票据、中小企业集合票据和中小企业私募债等非金融企业债务融资工具;鼓励金融机构在风险可控、商业可持续的基础上开发新产品,开拓新业务;支持扩大对外开放,鼓励境外资本投资体育产业;政府引导,设立由社会资本筹资的体育产业投资基金。(2)完善税费优惠政策:对经认定为高新技术企业的体育企业,减按15%的税率征收企业所得税;提供体育服务的社会组织,经认定取得非营利组织企业所得税免税优惠资格的,依法享受相关优惠政策;体育企业发生的符合条件的广告费支出,可按税法规定在税前扣除;落实企业从事文化体育业按3%的税率计征营业税;鼓励社会捐赠体育事业,对符合税收法律法规规定条件向体育事业的捐赠,按照相关规定在计算应纳税所得额时扣除。

二是产业结构调整会给体育产业带来更多的社会投资。《意见》出台以后,深沪两市股票交易市场中的体育类股票出现大幅上涨的态势,投资者用资本作出了最具说服力的选择。

以中体产业为例:近年来,公司体育业务营收占比不断上升,从2011年的15.3%上升到2013年的39.3%。公司体育产业涉及赛事管理运营、场馆运营管理、休闲健身、体育经纪、体育彩票、体育设施设计及建设等方面。其中,主营收入来自彩票及赛事运

营管理, 2013 年分别占 34.1% 和 29.7%。

三是产业结构调整会给体育产业带来更多高素质的经营管理人才。

有数据显示, 2007 年, 欧盟体育产业就业人员 1 500 万, 约占当年就业总人数的 5.4%; 2008 年, 尽管受金融危机的影响, 英国的体育产业产值依旧保持同比 2% 的增长, 创造出 44 万个就业机会, 约占英国当年就业人口的 13.9%; 2011 年法国从事体育相关行业高达 115 万人, 约占当年就业人口的 3.8%; 2012 年美国体育产业对于美国就业的直接与间接贡献达到 11%^[9]。可见体育产业在创造就业机会, 提高就业率方面的巨大作用。

近几年, 我国体育产业从业人数不断上升, 自 2006 年达到 256.3 万人以来, 平均每年保持 6%~7% 的增速, 2012 年, 我国体育产业从业人员达到 375.62 万。根据《体育产业“十二五”规划》, 到 2015 年实现体育产业就业人数 400 万^[8]。随着产业结构的转型升级, 体育产业将创造出大量的就业机会并吸引更多高素质人才的加盟。

2.5 扩大内需为体育产业发展带来难得机遇

受发达国家经济低迷和债务风险的影响, 拉动国民经济的“三驾马车”中投资和出口仍在放缓, 扩大内需尤其是扩大消费成为推动经济平稳增长的关键领域。在西方经济复苏缓慢和中国经济增长“新常态”背景下, 体育产业逆流而上, 保持了较快的增长势头, 其拉动消费及作为国民经济新的增长点的效用也逐步得到了政府和社会的认可。所以, 一方面政府有扶持新兴产业发展的意向和需要, 另一方面体育产业也具备了接受扶持的资格和条件。如果说 2000—2013 年是中国体育的营销时代的话, 2015 年则将开始步入中国体育的消费时代。

2.6 体验经济的到来成为体育产业发展的助推剂

美国未来学者阿尔文·托夫勒^[10]在《未来的冲击》一书中预言: 在经历了几千年的农业经济几百年的工业经济几十年的服务经济等浪潮后体验经济将是最新的发展浪潮。在产品或服务的功能和质量基本相同的情况下, 体验成为关键的价值决定因素, 也是消费者购买与否的主要依据。体育产业是唯一一个不能被互联网取代, 而互联网只能成为辅助手段的行业。因为体育是需要亲身体验的, 它需要人与人之间的直接接触, 需要人体温度与情感的交流; 而互联网只是交流平台、互动平台。体育参与体验是一种独具魅力的生活体验, 它在汗水中收获欢乐, 在痛苦中收获勇敢, 在竞争中收获融洽, 在肢体的疲劳中收获精神的愉悦。体育产业正在经历着从提供场地, 到提供服务, 再到

提供内容, 最后到提供体验的深刻转变。

3 中国体育产业发展面临的挑战

3.1 有效需求与供给不足, 市场主体不成熟

有效需求与供给不足并存。市场有效供给不足主要表现在市场总体规模过小, 产品品种少、质量低, 难以满足需求的迅速增长; 从需求方来说则体现在盲目消费、炫耀消费和低消费并存。而市场主体不成熟, 从供给方来讲则体现在市场反应速度慢及创造需求的能力弱、企业规模小、组织形式不规范、经营方式落后、经营商品品种单一、营销手段和方式陈旧等。

《2007 年中国城乡居民参加体育锻炼现状调查公报》公布的数据显示: 在所有参与调查的人中, 城镇居民有过“到体育场馆健身”、“观看体育比赛”的人数比例分别 16.2% 和 5.7%, 远低于“购买运动服装(68.3%)”、“购买体育器材(34.5%)”的人数比例^[11]。

有数据显示, 我国 2013 年人均体育消费为每年 645 元^[3], 而早在 1988 年, 美国体育消费总额就达到了 470 亿美元, 人均体育消费超过 220 美元^[12]。

这些数据一方面证实我国体育消费构成的单一和大众体育消费发展的土壤未完全孕育成熟, 从另一方面也折射了体育产品和服务供给的匮乏。由此可能造成在人均可支配收入不断增长、大众体育文化需求膨胀、消费观念持续改善的同时, 面临无处消费、有钱无处花的窘境。

3.2 群众体育发展滞后

通过仔细阅读财政部公布的《全国公共财政支出》数据显示: 首先, 从 2008 年奥运会开始, “体育”才被作为财政支出中单独的一项列支, 此前一直作为“文化体育与传媒”合并列支; 其次, 体育占财政支出的比例在 2013 年仅为 0.21%, 此前的峰值也只有 0.33%, 且体育在财政支出中的占比呈逐年下降趋势; 最后, 在体育财政支出的构成中, 群众体育与体育竞赛同占 9% 左右的比例, 然而考虑其相对应的人口基数, 却是完全不对等的。如果按照中国 13 亿人口测算, 人均体育财政支出约 23 元, 人均群众体育财政支出仅为 2 元。

根据《第五次全国体育场地普查数据公报》数据显示, 截至 2003 年底, 我国有各类运动场地 85 万个, 平均每万人拥有体育场地 6.58 个, 人均体育场地面积为 1.03 平方米^[13]。根据《全民健身计划(2011—2015)》中提出的到 2015 年, 人均体育场地面积达到 1.5 平方米以上的目标, 但与发达国家相比, 我国人均体育场地面积仍不足美国的 1/10, 不足日本的 1/12。从万人场地保有量来看, 美国、日本平均每万人拥有 200 多个体育场地, 是我国的 30 倍以上^[11]。

我国的公共体育设施还存在: (1)供给不足、布局不合理; (2)城乡间、区域间发展不均衡、结构不合理; (3)大型综合性场馆所占比例较高, 群众性健身场馆所占比例偏低; (4)设施利用率不高, 社会开放度不够等4大问题。

国家体育总局《2007年中国城乡居民参加体育锻炼现状调查公报》显示, 目前制约我国居民不参与体育健身的第三位因素是缺乏场地设施^[11]。而从《2014年6~69岁人群体育健身活动和体质状况抽测调查结果》来看, 体育场馆在我国居民主要健身场所的占比仅为15.3%, 排名第3, 排名前两位的分别是“单位或小区的体育场所”、“广场(场院)”^[9]。

调查结果还显示, 在我国居民参与的健身项目中, 对场地、费用要求最低的“健步走”成为了居民的首选, 占比42.5%; 同样对场地、费用要求较低的“跑步”位列第2, 占比16.6%; 而“乒乓球、羽毛球”等在我国拥有强大群众基础的项目, 仅列第3位, 占比10.7%; 而商业价值最高的“足篮球”等大球项目, 居于“广场舞”之后位列第5, 占比6.4%^[9]。近年来, “广场舞大妈”的尴尬境地也折射了人民群众日益增长的体育健身热情和需求与体育运动资源、场地、方式方面的矛盾。所以, 未来大众健身的产业机会可能主要体现在中小型体育场馆建设和下游衍生产品销售有较大增长空间方面。

从软件来讲: 第一是缺少有核心竞争力的品牌产品。大部分产品都是外来的, 或者品牌在外、或者固有的, 很少见到民众关注度比较高, 同时又有核心竞争力的自己的品牌。第二是没有形成产业链。赛事目标单一, 停留在组织好比赛, 没有前后端资源的开发, 没有形成产业链。过去就是政府来办, 现在变成有B2B, 将来是B2C, 一直到O2O的整个过程, 因此所有产业链的每个环节都将带来巨大的商业价值空间。第三是产业中的企业整体水平还比较低。体育产业公司比较弱小, 与境外相比差距非常大, 甚至没有运营经验, 还没有形成具有龙头地位和独特优势的综合平台, 行业的规范和引领模式尚未形成。

3.3 体育产业核心层发展薄弱

《国民经济行业分类》中把体育行业分为体育组织管理活动、体育场馆管理活动、休闲健身娱乐活动、其他娱乐活动、体育中介服务、体育用品服装鞋帽及相关体育产品制造、体育用品服装鞋帽及相关产品销售、其他体育服务。而体育产业业态, 可分为体育竞技表演业、体育健身休闲业、体育中介业、体育用品业、其他体育服务业。

根据体育产业核心层级可分为体育核心层(组织

活动管理、场馆管理、健身休闲)、体育外围层(中介服务、其他体育服务)、相关体育产业(体育用品服装鞋帽的制造和销售、体育场馆建筑)等。

根据《体育产业学科发展研究报告(2008—2011)》数据显示, 2008年体育产业格局中, 体育用品、服装鞋帽制造占比69.99%, 体育用品、服装鞋帽销售占比9.12%, 两者合计占比接近80%; 而体育产业核心层中的体育组织管理活动、体育健身休闲业活动占比仅为7.56%、4.79%^[14]。

根据PRE数据, 美国体育产业中, 体育组织管理和体育健身娱乐总产值达到810亿美元, 占体育总产值比重高达30%; 其中, 观赏性体育联赛和健康俱乐部市值占比较高, NFL联盟、MLB联盟、NBA联盟、NHL联盟构成主要赛事消费群体。

现阶段, 国内以体育用品行业等非核心层业务为主的结构难以支撑体育产业的持续高速发展。只有优化体育产业结构, 提高以体育竞赛表演业和体育健身娱乐业为代表的核心层业务占比, 体育产业作为新的经济增长点对于国家经济发展的贡献才会越来越大。

3.4 专业经营管理人才缺乏

由于我国体育市场发展较晚, 以及各方面投入不足, 导致经营管理人才不能满足发展的需要, 尤其在策划、推广、营销等方面缺乏经验而在面对国际竞争的时候往往使我们处于不利地位。现阶段真正能够从事体育商业化运营的人才不多, 有运动员背景的大多从事赛事执行人, 但是他们缺乏商业化运营的培训; 而接受过商业化运营培训的人很多, 如有MBA背景的人, 但是他们又没有搞明白体育产业的规律。体育产业快速发展所需要的复合型人才仍然非常匮乏。

3.5 具体实施任重道远

业内人士对新政的出台纷纷拍手称快, 给予了高度肯定, 并认为国务院的相关意见为下一步的改革指明了方向, 令人鼓舞。新政将大大加快中国体育产业发展的进程, 缩小与发达国家体育产业发展之间的差距, 将迎来体育产业发展的春天。但业内的担忧也客观存在, 担忧主要集中在3个方面: 第一、取消审批之后, 风险监管环节缺失, 相关安全责任承担主体不明。第二、大型活动在安保、消防方面需要强有力的机构出面协调, 民间机构能力有限。第三、对于行业纠纷、人员维权方面缺乏仲裁机构。所以, 从业者盼望具有操作意义的实施细则能早日出台。

在加快“简政放权”改革的同时, 必须提速中国体育界的“管办分离”进程。《意见》中取消商业性和群众性体育赛事审批权对于打破体育赛事资源垄断具有重大意义。然而, 如果“一个机构、两块牌子”

的管理体制维持下去,权力寻租的空间和滋生腐败的土壤将继续存在,“简政放权”的改革也难以进行。

总之,中国体育产业作为一个正在扩张期的新行业还很稚嫩,需要精心维护,优秀的专业人才、丰富的经验积累、新颖独到的营销策划、良好的市场环境和创新的引领模式是其发展壮大的真正取胜之道。

参考文献:

- [1] 国务院关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见[EB/OL]. http://www.gov.cn/zhengce/content/2014-10/20/content_9152.htm.
- [2] 国家统计局. 2013年中国经济总量占世界12.3%[EB/OL]. <http://www.xiaosa.net.cn/xiwen/caijing/20140928/155408.html>.
- [3] 《2014年6-69岁人群体育健身活动和体质状况抽样调查结果》[EB/OL]. <http://www.sports.cn/politics/yw/2014-08-06/2343707.html>.
- [4] 体育健身娱乐消费时代来临[EB/OL]. <http://www.Ssfc.com/detailed.asp?id=540971>.
- [5] 蔡学俊,周美芳,黄卓. 我国居民体育消费需求的发展趋势[J]. 南昌大学学报:人文社会科学版, 2006,

37(5): 129-131.

- [6] 丁建东. 对沈阳市健身俱乐部经营现状的调查研究[D]. 大连: 辽宁师范大学, 2007.
- [7] 中国体育产业迎来了黄金时代[EB/OL]. <http://www.jfdaily.com/tiyu/bw/201409/t20140906-746165.html>.
- [8] 体育产业“十二五”规划[EB/OL]. <http://baike.so.com/doc/2168998.html>.
- [9] 体育产业尝试报告二: 从财税收入格局探究体育产业改革[EB/OL]. <http://realblog.zkiz.com/greatsoup38/112168>.
- [10] 托夫勒. 未来的冲击[M]. 蔡仲章, 译. 北京: 中信出版社, 2006.
- [11] 2007年中国城乡居民参加体育锻炼现状调查公报[EB/OL]. <http://www.sport.gov.cn/n16/n33193/n33208/n33418/n33598/1010427.html>.
- [12] 体育消费水平 -MBA 智度百科[EB/OL]. http://wiki.mbalib.com/zh-tw/sports_consumption_level.
- [13] 第五次全国体育场地普查数据公报[EB/OL]. <http://www.sport.org.cn/industry/2005-02-03/164223.html>.
- [14] 钟天朗. 体育产业学科发展研究报告(2008-2011)[M]. 上海: 复旦大学出版社, 2013: 69-71.

中国人文社会科学期刊评价报告(2014年)发布

2014年11月22日,中国社会科学院中国社会科学评价中心发布《中国人文社会科学期刊评价报告(2014年)》。限于篇幅,仅公布“顶级期刊”和“权威期刊”名单,报告全文将刊发于《中国社会科学评价》杂志创刊号。

中国人文社会科学期刊综合评价指标体系由5级指标构成,其中一级指标3个,二级指标12个,三级指标36个。该评价体系总分为208分,一级指标“吸引力”83.5分、“管理力”39.5分、“影响力”85分。

得分排序划分为4个等级: 顶级期刊、权威期刊、核心期刊、扩展期刊。本体系在强调学术性评价的同时,注入意识形态属性指标,评价打分引入扣分机制等。

通过对我国733种人文社会科学期刊进行评价,2014年评出: 17种顶级期刊、40种权威期刊、430种核心期刊和246种扩展期刊。

体育学共收录14种期刊,其中: 顶级期刊0种,权威期刊1种,核心期刊7种,扩展期刊6种:

序号	刊名	主办单位	吸引力	管理力	影响力	总得分	期刊级别
1	体育科学	中国体育科学学会	58.1300	10	8.4114	76.5414	权威
2	体育学刊	华南理工大学, 华南师范大学	50.0939	13.5	6.4335	70.0274	核心
3	中国体育科技	国家体育总局体育科学研究所	49.3401	13	6.4926	68.8327	核心
4	北京体育大学学报	北京体育大学	48.8924	12	6.1158	67.0082	核心
5	武汉体育学院学报	武汉体育学院	47.4666	12.5	6.2750	66.2416	核心
6	体育与科学	江苏省体育科学研究所	47.6618	12	6.3580	66.0198	核心
7	天津体育学院学报	天津体育学院	45.7038	13	6.2328	64.9366	核心
8	上海体育学院学报	上海体育学院	46.0982	10	6.5269	62.6251	核心
9	西安体育学院学报	西安体育学院	41.5245	9	6.0404	56.5649	扩展
10	成都体育学院学报	成都体育学院	40.6720	10.5	5.1649	56.3369	扩展
11	广州体育学院学报	广州体育学院	37.1315	11	4.9458	53.0773	扩展
12	沈阳体育学院学报	沈阳体育学院	35.2657	12	4.6990	51.9647	扩展
13	体育文化导刊	国家体育总局体育文化发展中心	35.0431	8	6.0131	49.0562	扩展
14	山东体育学院学报	山东体育学院	32.5517	11.5	4.9190	48.9707	扩展