

新常态视野下我国体育产业发展研究

周爱光, 杜高山

(华南师范大学 体育科学学院, 广东 广州 510006)

摘 要: 对我国体育产业的发展现状、产业结构特征等进行了分析。研究认为, 我国体育产业发展态势良好, 已经初步形成了以竞赛表演业和健身休闲业为驱动, 体育用品业为支撑, 多元业态快速发展的良好势头。但在我国体育产业的发展过程中, 仍存在产业结构不完善, 国内体育赛事职业化、品牌化和商业化程度不高等问题。提出通过加快体育管理体制改革、优化体育产业结构、发展体育服务业消费和创新体育场馆运营模式等途径, 推动我国体育健身休闲业和体育竞赛表演业快速发展, 促进我国体育产业转型升级、多元业态融合, 形成体育品牌, 提高我国体育产业核心竞争力。

关 键 词: 体育经济; 体育产业; 体育消费; 产业结构; 竞赛表演业; 健身休闲业; 体育用品业; 新常态; 中国

中图分类号: G80-05 文献标志码: A 文章编号: 1006-7116(2016)06-0007-07

A study of sports industry development in China from the perspective of new normal state

ZHOU Ai-guang, DU Gao-shan

(School of Physical Education, South China Normal University, Guangzhou 510006, China)

Abstract: The authors analyzed the current development situation and industrial structure characteristics of the sports industry in China, and put forward the following opinions: sports industry development in China is in a good situation, having formed a good momentum of multi-business rapid development driven by the competitive performance industry and the fitness & leisure industry and supported by the sports goods industry; however, in the process of sports industry development in China, there are still problems such as imperfect industry structure, not high degree of domestic sports game professionalization, branding and commercialization, etc. The authors proposed to boost the rapid development of the sports fitness & leisure industry and the sports competitive performance industry, promote the transforming, upgrading and multi-business blending of the sports industry in China, form sports brands, and enhance the core competitiveness of the sports industry in China, by means of speeding up sports management system reform, optimizing sports industrial structure, developing sports service industrial consumption, innovating on sports venue operating modes, etc.

Key words: sports economics; sports industry; sports consumption; industrial structure; competitive performance industry; fitness & leisure industry; sports goods industry; new normal state; China

近年来随着我国经济增速放缓, 产业结构转型升级, 经济发展步入了一个“速度变化、结构优化、动力转化”的新常态, 经济社会发展由过去非平衡、不可持续的发展状态向一种新的相对稳定的优化再平

衡、可持续的发展状态转变^[1]。2014年11月习近平主席在亚太经合组织(APEC)会议上, 首次将“新常态”概括为中高速增长、第三产业和消费需求逐渐成为主体, 以及要素驱动和投资驱动逐渐向创新驱动转变^[2]。

收稿日期: 2016-11-10

基金项目: 国家社会科学基金重点项目((14ATY002))。

作者简介: 周爱光(1956-), 男, 教授, 博士研究生导师, 研究方向: 体育法学、体育哲学。E-mail: tyxy11@qq.com

新常态的经济社会大背景为我国体育产业的转型升级带来新的发展机遇。2014 年 10 月国务院《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》(以下简称“国务院 46 号文”),首次把全民健身上升为国家战略,提出了 2025 年体育消费达 50 000 亿元等具体量化指标^[3]。2016 年 10 月中共中央、国务院颁发的《“健康中国 2030”规划纲要》明确将体育健身休闲业作为大健康产业的重要内容^[4]。从整体规划到行业布局出台了一系列支持体育产业发展的政策,涉及面之广,支持力度之大前所未有的。以往被资本市场边缘化的体育行业一跃成为投资领域的“新宠”^[5],体育产业也成为体育学界关注的热点领域之一。学者们对于新常态下我国体育产业的未来发展态势、产业政策、产业融合及战略发展等的探讨较多^[6-13],而对于我国体育产业的发展现状,产业结构特征和体育消费情况等基础数据的挖掘整理较少,相关研究成果不多。本研究以国家相关部门、智库近年公布的数据信息为基础,通过文献分析、数理统计等方法对我国体育产业发展现状与结构特征进行分析,找出其存在的问题,提出相应的对策,以期为推动我国体育产业结构优化升级,促进体育产业繁荣发展提供有益参考。

1 我国体育产业发展现状

1.1 体育消费状况明显改善

体育消费是现代生活消费的重要组成部分,由体育消费催生的体育产业对于扩大内需、推动经济发展具有不可低估的作用。2008 年北京成功举办奥运会以来,随着全民健身计划的实施和大众健身意识的增强,我国体育消费一直保持较快增长。2014 年我国人均体育消费已经达到了 926 元(约 152 美元),与 2007 年人均体育消费 593 元相比,增长了 56.15%^[14],体育消费状况有了较为明显的改善。

体育消费主要包括购买体育服装,运动器材,体育期刊、书报等实物型支出;观看各种体育比赛、表演、展览等观赏型消费;以及参加各种各样的体育活动、健身训练、体育健康医疗等参与型消费^[15]^[16]。据国家体育总局《2014 年全民健身活动状况调查公报》,与 2007 年相比,2014 年我国各项体育消费支出均有明显增加,但体育消费结构仍不平衡,实物型消费和参与型消费占比较高,观赏型消费占比较低的消费结构仍未改变。2014 年“场租和聘请教练”的消费金额最高,为人均 876 元,增长了 42.9%;其他依次是购买运动服装鞋帽 623 元,增长了 63.51%;购买体育器材 496 元,增长了 100.80%;观看体育比赛 366 元,增长了 61.23%;其他体育相关消费 334 元,增长了

44.58%;订购体育报刊和图书 142 元,增长了 39.21%^[16]。值得注意的是,在体育消费人群中 20~29 岁人群消费水平最高,达到 1 162 元,说明我国年轻群体的体育消费意识已经形成,体育消费水平不断提高。

1.2 新兴体育项目迅猛发展

近年来新兴体育项目适应人们多元化、多层次的体育消费需求,受到大众的青睐。其中户外运动、马拉松跑和电子竞技等受欢迎程度最高。2015 年我国户外运动、马拉松跑和电子竞技的产值已经分别达到 221.9 亿元、300 亿元和 269.1 亿元^[17-19]。随着这些新兴体育项目的异军突起,人们对于新兴体育运动的参与热情日益高涨。例如,我国马拉松赛事呈现井喷式增长,2015 年中国注册备案的马拉松相关赛事已经达到 134 场,参赛人次达 150 万,较 2014 年增加了 83 场,增幅超 160%,出现了“一号难求”、通宵抢号的现象^[20]。

目前我国马拉松赛事发展强劲的原因主要有以下几点:第一、国民经济发展和居民生活水平提高催生国内跑步产业进入快速发展期。2015 年我国 GDP 已达 104 200 亿美元,位居世界第 2,人均 GDP 也已经从 1978 年的 149 美元提升到 2015 年的 8 016 美元,比改革开放前增长了近 60 倍。国际经验表明,人均 GDP 达到 5 000 美元是大众跑步运动快速兴起的重要起点。第二、全民健身意识增强和科技创新助力跑步经济产业化发展。近年来,随着全民健身计划的实施和健康中国理念的推广,全民健身意识和体育消费行为明显提升,满足跑步爱好者需求的体育用品销售、可穿戴设备、运动培训、医疗健康以及围绕马拉松赛事的运营、咨询、商业推广等已经初步形成一条完整的跑步产业链^[21]。国际咨询机构尼尔森发布的《2015 年中国跑步人群调查研究报告》显示,我国跑步爱好者花费在运动装备上的人均消费已经达到 3 601 元,远高于全国人均体育消费水平^[22]。人们带着智能手环,用着运动智能 APP 记录每天的运动量和身体状态已成为一种新的运动时尚。第三、目前我国医疗资源、体育资源相对匮乏,医药费用高,以及体育健身场所严重不足等情况下,跑步项目是我国大众健身首选的最为经济、便捷的运动项目之一。

1.3 体育产业产值稳步提升

体育产业是国际公认的 21 世纪最具活力的绿色、健康产业。2015 年全球体育产业年增加值已接近 15 000 亿美元。2006—2015 年我国体育产业产值规模不断扩大,产业增加值稳步提升。2014 年我国体育及相关产业总规模已经达到 13 574.71 亿元,实现增加值 4 040.98 亿元,占 GDP 的 0.64%,同比增长 11.8%^[14]。

“十二五”期间(2011—2015 年)我国体育产业增

加值从2740亿元增长到4736.97亿元,从业人员336万增加到超过400万^[23]。但从产业增加值同比增速看,我国体育产业增加值增长率变化不大,驱动力仍显不足。同时,2015年我国体育产业增加值占GDP的比重为0.7%,这与实现体育强国目标,即体育产业增加值占GDP比重达1.5%以上仍有很大差距^[24],与发达国家体育产业增加值占GDP比重的2%相差甚远。

近年来党和国家对体育产业高度重视,将其作为优先发展的国家战略和新的经济增长点。国务院46号文中提出了“到2025年,中国体育产业总规模将达到50000亿元”的发展目标;国家体育总局《体育发展“十三五”规划》中明确指出,到2020年全国体育产业总规模超过30000亿元,在国内生产总值中的比重达到1%^[25];《体育产业发展“十三五”规划》中将竞赛表演业、健身休闲业、场馆服务业和体育中介业等作为未来5年我国体育产业发展的重点行业^[26]。中共中央、国务院颁布的《“健康中国2030”规划纲要》将全民健康摆在了优先发展的战略地位,积极发展健身休闲运动产业,到2020年健康产业总规模超过80000亿元,到2030年达到160000亿元^[4]。党和国家关于体育产业的系列政策法规为我国体育产业的未来发展描绘了壮观的蓝图,提供了政策法规保障。可以预见,在不远的将来我国体育产业将会在规模和质量方面实现快速发展,在促进国民体质健康、服务社会民生、助力经济转型等方面发挥越来越重要的作用。

2 我国体育产业结构特征

2.1 体育新增固定资产投资力度不断加大

体育新增固定资产投资是反映我国体育建筑业活跃程度的重要指标,也是体育产业的重要内容。

据国家统计局数据,2005—2014年我国体育固定资产投资力度不断加大,体育新增固定资产投资由2005年的62.88亿元,增加到2014年的738.90亿元,10年间新增体育固定资产投资达到10.7倍,投资力度和投资增速显著提高。这一点可以从第5和第6次全国体育场地普查主要指标变化情况反映出来。

截至2013年底,我国共有体育场地169.46万个,用地面积39.82亿m²,建筑面积2.59亿m²,场地面积19.92亿m²,人均体育场地面积1.46m²,比2003年增加体育场地84.45万个,将近翻了一番。人均场地面积增加0.43m²,每万人拥有体育场地数增加5.87个^[16]。截至2014年底,我国人均体育场地面积已经达到1.5m²^[25]。我国体育新增固定资产的投资,不仅在一定程度上缓解了人们日益增长的体育需求与体育场馆设施供给不足的矛盾,还极大地推动了我国体育产业的发

展,提高了体育产业总值在国内生产总值中的比重。

2.2 体育竞赛表演业快速增长

体育竞赛表演业是指“通过体育表演或运动竞赛向社会提供观赏、娱乐的行业”^[31]³⁷。根据2015年9月国家统计局公布的《国家体育产业统计分类》标准,体育竞赛表演业包含体育管理活动、体育竞赛表演活动、体育场馆服务和体育中介服务等4项内容^[27],其中新增的竞赛表演活动是体育产业中带动能力最强、产业影响力最大的核心产业之一,具有强大的溢出效应。

2006年以来我国体育赛事活动经济增长强劲,从2006年的95.06亿元,增长到2013年的320.67亿元,年均增长率达29.67%,占体育产业增加值的9%以上^[28]。这与2006年以来,我国不断承接国内外大型体育赛事活动,职业和非职业竞赛表演活动活跃存在重大关系^[27]。以2012年为例,我国共举办国际大型体育赛事372项、国内赛事1244项,其中既有中国网球公开赛、世界跳水系列赛等持续举办的奥运项目赛事,也有F1中国大奖赛、世界摩托艇精英赛等非奥运项目赛事^[32],这些赛事的举办不仅为我国体育竞赛表演业的持续发展注入了强劲动力,也为扩大体育产业规模、带动其他相关产业发展提供了契机。近年来我国马拉松赛事的举办数量和参赛人员规模快速增长,说明了我国体育产业正在逐步形成以体育竞赛表演业为核心的产业发展模式^[29]。

2.3 体育健身休闲业稳中有升

体育竞赛表演业和体育健身休闲业是体育产业的重要组成部分。体育健身休闲业是指“以非实物形式向社会提供体育健身、休闲服务产品经营单位的集合”^[30],是为了满足人民群众日益增长的健身、康复、休闲、娱乐等方面的需要和消费而发展起来的面向大众的体育文化服务行业。近年来我国体育健身休闲业有了长足发展。2014年我国体育健身休闲业产值规模已达1272.28亿元,同比增长8.18%,其中户外运动休闲消费达200.8亿元,同比增长11.24%;具有一定规模的健身俱乐部数量达到3650家,同比增长9.08%^[31]。近年来我国体育健身休闲业产值规模稳中有升,增速有所放缓。随着政府购买体育公共服务力度的加大,体育产业市场化程度的不断提高,尤其是国务院46号文和《“健康中国2030”规划纲要》的颁布实施,体育健身休闲产业将迎来新的发展机遇。

2.4 体育用品业规模不断扩大

体育用品业是指“从事直接生产经营体育竞赛、体育健身、体育娱乐等一切与体育活动相关的最终体育用品以及与之紧密相连的配套产品的单位的集合”^[32]。它包括体育用品制造业和体育用品销售业,是体育产业

的重要组成部分,也是体育健身休闲业、体育竞赛表演业、体育培训业和体育中介业等体育服务行业不可或缺的物质基础。

2014 年我国体育用品业增加值达到 2 418 亿元,同比增长 15.89%,占 GDP 比重 0.38%,连续 8 年保持行业规模持续扩大,且自 2011 年后首次实现两位数增长^[58]。体育用品进出口总额达到 200.85 亿美元,其中进口 11.13 亿美元,同比增长 1.81%;出口 189.72 亿美元,同比增长 8.29%。从体育用品销售门类看,运动鞋服销售收入 132.54 亿元,同比增长 11.0%;球类产品销售收入 174.35 亿元,同比增长 9.86%;训练健身器材制造销售收入 324.34 亿元,同比增长 14.85%;个人运动防护用品销售收入 129.73 亿元,同比增长 47.07%^[59]。我国体育用品产业化从 20 世纪 80 年代初开始,经过 30 多年的发展,已成为世界上最大的体育用品制造国家,是全球能够独立生产体育用品种类最多的国家之一。体育用品业标准化程度高,容易形成规模效应,已经成为我国体育产业的支撑行业。

3 我国体育产业发展中的问题

3.1 体育赛事职业化、品牌化和商业化程度有待提高

体育产业的高速发展,需要高品质的体育赛事支撑。美国以四大联盟为核心的体育赛事职业化、商业化和品牌化程度最高。以美国职业橄榄球联盟(NFL)为例,2014 年 NFL 竞赛表演服务收入达 96 亿美元,主要来源包括电视转播(60 亿~70 亿美元)、门票销售(10 亿美元左右)、赞助及合作伙伴和授权产品销售(20 亿~30 亿美元)等^[33]。而作为我国职业化、品牌化和商业化程度最高的中超联赛,2015 年 16 家中超俱乐部的全部收入仅为 25 亿元(约 3.77 亿美元),其中广告赞助费 10 亿元、门票销售 1.5 亿元、媒体版权(包括央视转播费和网络专版转播费等)0.8 亿元,衍生品销售 0.5 亿元,转会收入 2.5 亿元,其他收入包括场地广告、政府资金等 9.7 亿元^[34],竟不足 NFL 收入的 1/20。此外,中超俱乐部的收支平衡问题是制约俱乐部发展的重要因素。2015 赛季 16 家俱乐部总支出高达 40 亿元,其中,转会费 10.1 亿元、薪资 20 亿元、安保 1 亿元、差旅支出等 1 亿元、奖金 4.5 亿元、其他各项费用 3.4 亿元^[35],这与 25 亿元总收入相比,整体亏损 15 亿元。我国体育赛事的职业化、品牌化和商业化程度低的主要原因是,长期以来体育赛事统辖在严格的体育行政管理和体育赛事审批制度之下,造成了在赛事运作、场馆服务、俱乐部经营和运动员市场开发等方面缺乏市场化运作,制约了我国体育赛事的职业化、品牌化和商业化进程。

3.2 体育产业结构有待进一步优化

近年来我国体育产业在政策、资本和消费需求驱动下,迎来了快速发展的黄金时期,但从目前体育产业产值规模和增加值情况看,我国体育产业的总体规模不大、产业结构不完善,其中体育服务业比例偏低、种类偏少的状况明显,与欧美等发达国家体育服务业占比超过 50%以上相比差距很大。同时,我国体育产品同质化严重、品质体验较差和价格虚高等因素,造成了体育服务产品无效供给过多而有效供给不足等问题。因此,体育供给侧的结构性改革十分必要,进一步优化体育产业结构的形势依然严峻。通过优化体育产业结构,提升体育服务业比重来减少无效供给,增加有效供给,以满足群众日益多样化、多层次的体育消费需求。国务院 46 号文中指出了未来我国体育产业的发展方向——健身休闲、竞赛表演等体育产业各门类协同发展,体育服务业在体育产业中的比重显著提升,产业结构不断优化。国家体育总局《体育发展“十三五”规划》也明确指出了我国体育服务业发展目标,即“到 2020 年体育服务业增加值占比超过 30%”^[34]。国家的一系列体育产业政策,为我国体育服务业的结构优化提出了具体目标,必将促进体育产业快速发展。

3.3 体育产业对国家税收贡献率需进一步提高

目前,我国体育事业市场化运作程度较低,行政化色彩较强,主要依靠国家投资推动体育事业发展。公共财政体育支出已经从 2008 年的 205.29 亿元,增加到 2014 年的 370.75 亿元,年均增长 13.43%,其中,体育场馆和群众体育支出 2014 年达 166.01 亿元,占全国公共财政体育支出比重为 44.77%^[34]。随着政府购买体育公共服务力度的加大,公共体育场馆免费或优惠开放政策的实施,未来国家财政压力将进一步加大^[36]。体育财政资金的逐年增加,并未转换成对国家税收的贡献,2012 年我国体育产业税收贡献仅为 90 亿元左右,当年全国公共财政体育支出 272.49 亿元,体育税收不足国家财政支出的 1/3^[34]。而体育产业增加值占比较高的西方发达国家,如英国、美国等早已实现税收盈余。我国体育产业国家税收贡献率低的主要原因是,以运动服装、鞋帽、器材为主的体育用品消费占比较大,而以竞赛表演、场馆服务和健身休闲为主要内容的体育服务消费占比较小,体育产业自身盈利能力不足,产业结构不完善。当前国家公共财政拨款力度逐年增加,而体育产业税收远低于财政拨款,整体呈现入不敷出的状况。

4 新常态视野下我国体育产业的发展对策

4.1 加快体育管理体制变革,完善体育市场监管机制

体育管理体制改革的核⼼是简政放权,转变政府职能。这要求体育行政部门不仅要厘清自身权力边界和政府-市场在体育资源配置中的关系,减少行政干预对体育市场的影响,还要加强对体育赛事活动中事后监管,形成一套行之有效的监督管理体制机制,防止陷⼊“一管就死,一放就乱”的怪圈。体育产业并非完全任由市场这只无形的手来调控,还必须要由政府监管这有形的手。因此,在体育行政部门简政放权、转变管理职能的同时,还要注重“放管结合”,真正实现体育管理体制政企分离、管办分离,由“全能型、统治型政府”向“有限型、服务型政府”转变的目标。近年来,随着体育管理体制改革的深化,商业性和群众性体育赛事的审批权已率先下放,但随之而来的体育赛事组织监管漏洞也日益增多。例如马拉松选手途中被打事件、8岁男孩数次参赛均未被发现等都是体育赛事组织监管不到位的直接反映。因此,进一步深化体育管理体制改革的,切实转变体育行政部门的职能,放活管好体育市场是加快我国体育赛事职业化、品牌化和商业化进程,推动我国体育产业良性发展的必要条件。

4.2 优化体育产业结构,促进多元业态融合发展

世界经济的发展历程是产业结构不断优化和升级的过程。我国体育产业由于长期处于粗放式发展状态,体育产品同质化严重、品质体验较差。体育企业往往注重规模的扩张,忽视了品质内涵的发展,造成体育服务产品“供需错位”,导致“市场上大量的体育产品过剩,而大众日益增长的体育消费需求又无法得到满足”的奇怪现象^[37]。因此,首先通过实施体育服务业精品工程、体育用品制造业创新提升工程和体育产业融合发展工程等来实现体育供给侧结构性改革的目标。其中包括积极支持体育用品制造业创新发展,采用新工艺、新材料、新技术提升传统体育用品的质量水平,提高产品科技含量。在“互联网+”、信息技术、人工智能等与体育产业融合,打造充满活力的体育消费市场的同时,加速培育体育用品服务新业态和新商业模式。其次,应加快体育产业要素结构升级,培育体育专业人才、特色品牌和科技含量高的知识产权等高级要素。以足球、篮球、冰雪、乒乓球等运动项目为重点,通过制定专项规划,完善职业联赛等手段,探索运动项目的产业化发展道路。再者,体育健身休闲业和体育竞赛表演业是我国体育产业结构优化升级的重点领域。在建设健康中国、全民健身上升为国家战略的背景下,庞大的体育健身人口将为体育健身休闲业和体育竞赛表演业带来新的发展机遇。因此,政府应当大力支持群众体育休闲活动开展,鼓励健身行

业多元化发展,提高专业化管理水平,创新商业运作模式,努力打造一批具有国际影响力的知名本土化体育赛事品牌。

4.3 大力发展体育服务业,实现国家财政收支平衡

体育服务业是体育产业的主体,其发展水平决定了我国体育产业税收贡献率。目前我国体育产业中体育服务业占比较低,2015年仅为22.38%,发展相对滞后,税收贡献率偏低。2012年全国公共财政体育支出272.49亿元,体育产业税收贡献仅90亿元,而体育企业税收过高是影响体育服务业发展和税收贡献率的重要原因之一。体育企业税收主要包括企业所得税和营业税。现行税法规定,企业所得税为25%,营业税3%~20%,只有高新技术企业可享受税率15%政策优惠。国务院46号文将体育服务、用品制造等内容及其支撑技术纳入高新技术领域,对认定为高新技术企业的体育企业按税率15%征收企业所得税,企业从事文化体育业税率按最低标准3%征收,优惠的财税政策为体育服务业的快速发展提供了重要保障。此外,为了提高体育服务业比重,实现国家财政收支平衡。首先要鼓励拥有自主品牌、创新能力和竞争力的体育服务企业做强做大,各类体育相关中小微企业向特色化、专业化服务方向发展,制定体育服务业规范和质量标准。其次,积极推动“互联网+体育服务”。鼓励开发以移动互联网、大数据、云计算技术为支撑的健身休闲和竞赛表演服务^[38],提升体育场馆预定、健身指导、运动分析、体质监测、交流互动、赛事参与等综合服务水平。再次,深挖大众体育消费潜力,引导体育消费理念,增强体育消费黏性。利用互联网多媒体、手机APP等新兴媒介,与消费者进行实时在线互动交流,提升体育消费体验。最后,充分利用不同地区自然资源和传统体育人文资源,发展特色体育休闲旅游。如利用东北、西北、华北冰雪资源,建设集竞赛表演、健身休闲、教育培训为一体的北方冰雪运动带^[39];利用云贵川等地区自然资源和少数民族体育资源,建设集观光旅游、运动休闲于一身的西南体育休闲旅游区,促进健身休闲、竞赛表演、冰雪旅游等各产业门类协调发展等。

4.4 创新体育场馆运营模式,满足体育赛事和大众健身需要

体育场馆是健身休闲和竞赛表演的重要场所,也是体育产业的重要内容。调查数据表明,我国居民在体育场馆进行健身活动的比例只有15.3%^[40]。因此,积极推进体育场馆管理体制和运营机制创新,引入和运用现代企业制度,激发体育场馆活力,探索大型体育场馆所有权与经营权的分离是当前政府职能部

门改革的重点。目前我国体育场馆总数已经超过 170 万个, 主要经营模式有政府主导型、承包租赁型和企业化经营 3 种。传统政府主导型经营模式是我国大中型体育场馆的主要经营模式, 在计划经济体制下发挥了重要作用。但这种经营模式存在运营效能不佳、服务能力不强、利用水平不高、持续发展动力不足等问题。尤其是在全民健身体育场馆不足的情况下, 大中型体育场馆闲置率高, 70%以上运营亏损, 造成了大量体育公共资源的浪费。因此, 进一步深化体育场馆管理和运营体制改革, 由政府主导型体育场馆运营模式向市场化运营模式转变已成为必然趋势。以职业体育赛事和大众健身服务为主要内容, 不断完善政府购买体育场馆公共服务的机制和标准, 健全体育场馆公益性开放评估体系, 构建城市体育服务综合体, 创新体育场馆运营模式等改革举措是保障全民健身活动多元化、多层次体育消费需求的必然选择。

参考文献:

- [1] 姜同仁, 夏茂森. 新常态下中国体育产业发展与趋势预测研究[J]. 武汉体育学院学报, 2015, 49(5): 47-55.
- [2] 张永韬. 我国体育产业发展的新常态: 特征、挑战与转型[J]. 体育与科学, 2015, 36(5): 22-27.
- [3] 尹雨嘉. 当代体育发展诸元导论[M]. 北京: 光明日报出版社, 2014.
- [4] 新华社. 《“健康中国 2030”规划纲要》发布[EB/OL]. (2016-10-25) [2016-10-28]. http://news.xinhuanet.com/health/2016-10/25/c_1119786029.htm.
- [5] 阮伟, 钟秉枢. 中国体育产业发展报告(2015)[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2015.
- [6] 黄海燕, 张林, 陈元欣. “十三五”我国体育产业战略目标与实施路径[J]. 上海体育学院学报, 2016, 40(2): 13-18.
- [7] 鲍明晓. “十三五”我国体育发展战略[J]. 上海体育学院学报, 2016, 40(2): 1-6.
- [8] 姜同仁. 新常态下中国体育产业政策调整研究[J]. 体育科学, 2016, 36(4): 33-41.
- [9] 谭建湘. 中国足球职业联赛“管办分离”的研究[J]. 体育学刊, 2015, 22(3): 42-47.
- [10] 钟秉枢. 全民健身国家战略的提出与体育休闲健身产业的发展[J]. 体育科学, 2015, 35(11): 19-23.
- [11] 易剑东, 任慧涛. 体育产业纳入我国战略性新兴产业的可行性及其潜在进路[J]. 武汉体育学院学报, 2015, 49(3): 5-11.
- [12] 丛湖平, 杨升平. 民间足球竞赛组织的发展阶段特征及主导环境因素[J]. 体育科学, 2015, 35(4): 3-11.
- [13] 林显鹏, 虞重干, 杨越. 我国体育产业发展现状及对策研究[J]. 体育科学, 2006, 26(2): 3-9.
- [14] 林德韧, 岳东兴. 2014 年全国体育及相关产业总规模达 13574 亿元[EB/OL]. (2015-12-28) [2016-10-28]. <http://sports.qq.com/a/20151228/036779.htm>.
- [15] 钟天朗, 徐琳. 体育消费研究[M]. 上海: 复旦大学出版社, 2013.
- [16] 国家体育总局. 2014 年全民健身活动状况调查公报[EB/OL]. (2015-11-26) [2015-10-28]. <http://www.sport.gov.cn/n16/n1077/n1422/7300210.html>.
- [17] 智研咨询. 2015 年中国电竞行业研究报告[EB/OL]. (2016-05-26) [2016-10-28]. <http://toutiao.com/i6289013441105494529/>.
- [18] 赵兵辉, 钱玮珏, 赵新星. 经济账: 2015 马拉松相关产业市场规模有望达 300 亿[EB/OL]. (2015-12-04) [2016-10-28]. <http://sports.sina.com.cn/run/2015-12-04/doc-ixfmifzc0814493.shtml>.
- [19] 智研咨询. 2016 年户外用品行业发展现状及影响行业发展驱动因素分析[EB/OL]. (2016-06-27) [2016-10-28]. <http://www.chyxx.com/industry/201606/426418.html>.
- [20] 易剑东. 中国体育产业发展的五大机遇与六大挑战[EB/OL]. (2016-01-22) [2016-10-28]. <http://business.sohu.com/20160122/n435450138.shtml>.
- [21] 智研咨询. 2015 年跑步行业发展状况分析报告[EB/OL]. (2015-10-26) [2016-10-28]. <http://www.chyxx.com/industry/201510/351950.html>.
- [22] 尼尔森. 2015 年中国跑步人群调查报告[EB/OL]. (2016-02-16) [2016-10-28]. www.cnrencai.com/diaochaobaogao/3255872.html.
- [23] 智研咨询. 2016—2022 年中国体育市场运行态势及投资战略研究报告[EB/OL]. (2016-04-29) [2016-10-28]. <http://www.chyxx.com/industry/201604/411369.html>.
- [24] 周爱光. “体育大国”与“体育强国”的内涵探析[J]. 体育学刊, 2009, 16(11): 1-4.
- [25] 国家体育总局. 体育发展“十三五”规划[EB/OL]. (2016-05-05) [2016-10-28]. <http://www.sport.gov.cn/n10503/c722960/content.html>.
- [26] 国家体育总局. 体育产业发展“十三五”规划[EB/OL]. (2016-07-13) [2016-10-28]. <http://www.sport.gov.cn/n10503/c733612/content.html>.
- [27] 国家体育总局. 国家体育产业统计分类[EB/OL]. (2015-09-18) [2016-10-28]. <http://www.sport.gov.cn/n16/n1077/n1422/7013666.html>.
- [28] 胡祖才. “十一五”中国服务业发展报告[M]. 北

- 京:机械工业出版社,2014:226.
- [29] 杜德军,杨越.我国体育产业发展研究[J].调研世界,2016(2):36-40.
- [30] 张林,黄海燕.中国体育产业发展报告[M].北京:人民体育出版社,2013:83.
- [31] 搜狐财经.健身行业市场研究报告[EB/OL].(2016-01-06)[2016-10-28].<http://mt.sohu.com/20160106/n433610317.shtml>.
- [32] 陈志辉,李艳翎.电子交易在中国体育用品业中的发展[J].山西师大体育学院学报,2007,22(2):34-36.
- [33] 旷实.中美体育产业对比研究[EB/OL].(2016-04-07)[2016-10-28].<http://ytsports.cn/news-9605.html>.
- [34] 中商产业研究院.2016年中国体育服务行业发展情况预测[EB/OL].(2016-04-12)[2016-10-28].<http://www.askci.com/news/dxf/20160412/144849248.shtml>.
- [35] 中国产业信息网.2016年中国体育俱乐部不断发展和壮大[EB/OL].(2016-08-07)[2016-10-28].<http://www.chyxx.com/industry/201608/436288.html>.
- [36] 周爱光.从体育公共服务的概念审视政府的地位和作用[J].体育科学,2012,32(5):64-70.
- [37] 李博.“供给侧改革”对我国体育产业发展的启示——基于新供给经济学视角[J].武汉体育学院学报,2016,50(2):52-58.
- [38] 国务院办公厅.国务院办公厅关于加快发展健身休闲产业的指导意见[EB/OL].(2016-10-28)[2016-11-08].http://www.gov.cn/zhengce/content/2016-10/28/content_5125475.htm.
- [39] 国家体育总局.冰雪运动发展规划(2016—2025年)[EB/OL].(2016-11-02)[2016-11-08].<http://www.sport.gov.cn/n316/n340/c773663/content.html>.
- [40] 易观智库.中国体育产业专题研究报告(2015)[EB/OL].(2015-08-16)[2016-10-30].<http://www.useit.com.cn/thread-9880-1-1.html>.

