Advances in Physical Sciences 体育科学进展, 2017, 5(3), 94-98
Published Online September 2017 in Hans. http://www.hanspub.org/journal/aps
https://doi.org/10.12677/aps.2017.53017

Hans汉斯

On the Development of Sports Industry in China

Limin Zhang

Wuhan Institute of Physical Education, Wuhan Hubei
Email: 980030152@qq.com

Received: Jul. 13th, 2017; accepted: Jul. 29th, 2017; published: Aug. 1st, 2017

Abstract

Since the economic reform and opening-up, with China's rapid economic development, the proportion of sports industry as a new industry in the national economy gradually increases. Nowadays, it is the focus of the development of China's sports industry to make clear the current situation and characteristics of China's sports development, to grasp the opportunity, to develop the sports market and to create an influential international brand. This paper analyzes the present situation and characteristics of sports industry in China, finds some existing problems and puts forward some countermeasures.

Keywords

Sports Industry, Development Present Situation, Countermeasure

我国体育产业发展浅析

张莉敏

武汉体育学院，湖北 武汉
Email: 980030152@qq.com

收稿日期：2017年7月13日；录用日期：2017年7月29日；发布日期：2017年8月1日

摘 要

自经济改革开放以来，我国的经济飞速发展，体育产业作为一种新兴产业，在我国民经济中比例逐渐增大。现如今，明确我国体育发展现状和特点，把握机遇，开拓体育市场，打造具有影响力的国际品牌，是我国体育产业发展的重点。本论文通过对我国体育产业的现状和特点进行分析，发现一些存在的问题并提出对策。

文章引用: 张莉敏. 我国体育产业发展浅析[J]. 体育科学进展, 2017, 5(3): 94-98.
https://doi.org/10.12677/aps.2017.53017

关键词

体育产业，发展现状，对策

Copyright © 2017 by author and Hans Publishers Inc.
This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).
http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/
Open Access

1. 引言

21 世纪以来，社会高速发展，体育在人们日常生活中所占的比例越来越大，大多数人愿意接受体育，并通过体育活动强身健体。体育产业是一项综合性、多样性的社会团体项目，为满足人们对体育的消费需求而产生与体育相关的周边产品，并进行生产和经营。

2. 体育产业的内涵

关于体育产业国内外都有着不同的看法和理解，但没有形成一致的观点。根据一些专家学者的看法和自身的理解现将体育产业的涵义总结成两点：一、体育产业是指为社会提供体育产品和服务的同一类经济活动的总称以及相关经济领域的综合。二、体育产业是指生产体育物质产品，提供体育服务和精神需求的各行业总和。总之，体育产业既能促进社会和经济发展，又能满足人民群众需求。

3. 体育展业发展背景

3.1. 政治背景

在 1985 年国务院颁布的《国民生产总值计算方案》中，将体育、卫生部门一并列入第三产业中。2010 年 3 月 19 日，国务院颁布《关于加快发展体育产业的指导思想意见》。主要目标中指出：“到 2020 年培养一批具有国际竞争力的体育企业和企业集团，打造一批具有中国特色和国际影响力的体育产品品牌”，在打造体育产品品牌的同时也提高了国内生产总值中所占比重”[1]。

3.2. 社会背景

随着我国经济快速发展和政府出台一系列利民惠民政策，人们收入增加，生活条件得到了改善的同时，生活水平的提高给人们饮食结构也带来了巨大变化。生活条件和饮食结构改善使居民的体质和身体状况也在发生着变化。据调查显示，我国居民运动量普遍减少，“三高”成倍增长，整体国民的体质和健康状况呈下降趋势。在这个严峻的问题面前，人们充分认识到提高身体素质和健康的必要性，于是各种体育锻炼、体育健身、体育休闲娱乐等活动进入人们的视野，人们对体育器材、设备、体育场馆设施、体育服装和运动鞋等体育用品的需求量增加。在这种背景下，居民的消费和需求为体育产业的发展打下坚实的基础。

4. 我国体育产业的特点

4.1. 体育产业具有地域差异性

经济基础决定体育产业的发展，国民经济与体育产业有密不可分的联系，就我国目前状况来看，京津鲁、江浙沪、珠江三角洲地区相对于东北部、中西部、以及北方地区而言较发达。同时餐饮、旅游、

传媒、房地产开发等金融产业的发展，成为一股体育产业的推动力，加快了体育产业发展的步伐。由于各地区地理位置、人文管理、经济发展的不同，体育产业的发展面临着不同的挑战，但是随着经济不断地发展，人们对体育锻炼需求的增加，体育产业不管在什么地区都能得到很好的发展。

4.2. 体育产业形式多样化

随着体育经济的发展，体育市场逐渐的发生变化，逐步形成具有独立特色，项目分明、种类齐全的体育产业。体育产业有三个方面组成：第一部分包括健身业、竞赛业，第二部分包括体育传媒、项目培训、体育设施、体育装备、体育康复、体育场所运营等，第三部分包括体育保健食品、体育特色旅游、体育彩票、体育房地产等。这三部分组成立一条完整得到体育产业链，其中基础类大众健身，成为当下最受欢迎的体育项目[2]。目前我国民众由于生活条件的提高，对体育健身与健康体育锻炼越来越重视，请专门的健身教练为自己量身打造完美的体育健身计划，也乐意购买消费体育周边产品如体育装备、体育设施等，同时当今传媒发达观众可自主选择观看体育赛事，这也极大刺激体育产业多样化的发展。

4.3. 体育产业投资多元化

我国体育产业的投资由过去单一靠国家政府出资修建改变到由社会力量和个人投资，这两种形式，这是体育投资多元化的表现。随着体育事业在不断扩大，更多热爱体育的、又有一定经济基础的的人会选择带资投入，进行体育活动。其次，一些国际上的体育运动产品也对我国代表团和新兴体育项目投入资金，以及我国优秀电视转播权的收入，这两股资金的注入，使我国体育产业更进一步的发展。

4.4. 体育用品国际化

我国的体育产业品牌在国际上有巨大的影响力，自 2001 年中国加入 WTO，我国的经济与世界接轨，体育用品制造业进入迅猛发展阶段。例如：安踏、李宁、特步等，这些个运动品牌在我国体育事业项目中做出了很大的贡献，大力为我国专业运动员提供后勤保障和赛事资助。同时我国制造的体育用品远销欧美一些国家，据市场销售量统计，我国制造的体育产品在欧美一些国家销量高达 55%，世界上越来越的运动品牌写上了“中国制造”这个印记，并邀请世界球星代言中国制造的产品，例如：NBA 公牛队球星韦德代言李宁篮球鞋、勇士队球星汤普森代言安踏篮球鞋、马刺队球星帕克代言匹克篮球鞋等，以上说明了我国体育运动品牌产业在国外知名度越来越高，在国际上起到重要作用。

5. 我国体育产业的发展状况

5.1. 体育产业发展极不均衡

目前，我国体育产业的发展和我国所实行的经济策略相类似，地区差异性大，发展不平衡。由其是城市之间的体育发展不平衡，在发达城市中体育产业发展状况好，产业数量较多、经济效益高，而在一些经济发展较落后的城市，体育产业发展相对缓慢，从而导致各城市、地区体育产业发展不平衡、分布也不均匀，而且受各地区的经济条件、消费水平、思想观念等因素影响，差异十分显著[3]。同时各地区对体育事业的重视程度不一样，造成器材、场地空缺、浪费、使用效率较低。在某些城市或地区，人民大众参与体育健身运动热情的程度、政府的支持、体育活动场地器材匮乏等，这些都是造成体育发展不均衡的直接因素。

5.2. 主要依靠政府投入

我国体育产业的发展和资金来源基本上靠国家投入和扶持，这是我国的国情决定的。政府的投入和扶持在一定程度上加快了体育产业的发展，但也出现了一系列的问题和弊端，主要表现在以下几个方面：

一方面，政府为了自身的政绩和形象，体育改革的方向带有一定的政治因素在里面，从而制约着体育产业的发展。另一方面，有的城市或地区不愿意把体育活动或者体育赛事交给市场投资商投资举办，从而造成地区体育产业缺乏竞争性，最后导致地区体育产业发展落后甚至停滞。这些问题都是由于政府过多干预市场体育产业造成的。

5.3. 体育管理制度落后

我国的体育管理制度，主要是有政府实施管理，一般在城市或地区都有各自的体育局或文体局，一些体育赛事的组织、资金来源都由政府行政机构投入和控制。虽然加强了管理和组织，但限制了当地体育产业的发展，社会民间企业没有组织权利。而且体育相关部门缺乏相应的管理人才，一是体育产业发展的管理人才，二是体育产业的规划人才。在我国的教育体系中缺乏对体育的重视，相应的体育人才的不到培养。再就是优秀运动员、教练员的流失也和当地体育管理制度有关。

6. 对我国体育产业发展的建议

6.1. 制定有效的体育产业发展政策

我国体育产业正处在发展阶段，探索和创新体育产业模式是当前的首要任务，一方面通过政府的支持和引导，民间社会投资商进行投资，一来可以脱离政府垄断扶持，拓宽资金来源的渠道，二来还可以激发投资商的竞争力和参与热情，大大提高了体育产业的发展。另一方面转变政府职能，政府负责宏观调控大力支持和引导，通过投资商进行组织和资金投入，有效的避免了政府过多干预体育产业的发展。

重视人才培养，目前我国体育产业缺乏专业性的管理人才，管理手段也比较单一，要么懂体育，要么只懂管理，要么只懂经济，缺乏那种集体育、管理、经济于一体的专业人才，所以培养专业性人才尤为重要[4]。同时我国各省份、各地区经济发展不协调也影响着体育产业的发展，所以应该先以经济发达的省份、城市为发展中心，再向周边城市拓展，促进各地区大小城市协调发展。

6.2. 大力推动全民健身运动

随着体育事业和各种体育赛事在我国的开展，体育用品企业逐渐增多，各种体育场地、器材的普及，群众参与体育活动得到了满足，体育健身热情高涨，刺激体育产业的发展，更有利于推动全民健身运动的进程。

在各个中小学开展体育活动，重视体育在各个中小学的发展，在我国的教育系统中，大多数学校不重视体育导致器材场地成了摆设，尤其在经济落后的偏远地区连体育设备都不完善，所以应加强偏远地区体育设施建设。加强体育思想教育，体育也是教育体系中的一部分，适当的体育活动能促进学生的身心健康，更能促进学习与体育的有机结合。加强学生对体育的充分认识和了解，激发学生对体育的兴趣，让更多的学生参与到体育中。在社会上建设体育锻炼、娱乐场地配备健身器材等相关服务，这是成为全民健身运动开展的有力保障。大力宣传全民健身运动，号召群众积极参与，有了这些物质条件和基础设施才会有更多的群众投身参与，为实现全民健身运动打下坚实的基础，拉动体育产业发展。

6.3. 创造具有影响力的体育品牌

在改革开放以前，我国的体育品牌产业数量较小、销量差、群众需求量少，扩大内需成为体育品牌发展的关键，这也跟我国体育事业的发展有关。体育事业的发展可以带动相关产业的发展。自从 2008 年北京奥运会成功举办以来，人们参与体育健身活动情绪高涨，更多的群众参与到体育健身活动当中，大大刺激了体育产业的发展，对器材场地的使用、服装和球类设备需求量增加，尤其是以李宁为代表的国

内运动品牌迅速发展，成为我国运动品牌的龙头，另外双星、安踏等体育品牌也在迅速崛起。虽然李宁运动品牌在国产体育品牌中稳居第一，但是与耐克、阿迪达斯这种国际知名品牌相比仍有较大差距。当今社会年轻人属于直接消费者，喜欢展现个性，标新立异，追求时尚，为了满足心里需求，往往会注重品牌的价格和知名度。相比之下，国内品牌销量偏低，竞争劣势明显。但李宁运动品牌在近几年一定程度上限制了耐克、阿迪达斯在国内的发展，例如，李宁与 CBA 联赛、中国羽联等垄断式合作，这是李宁运动品牌在与其他运动品牌中占据优势。所以在当今运动品牌竞争激烈的情况下，只有转变销售模式、改革创新运动品牌才能长久发展，在竞争利于不败之地。

7. 总结

通过对我国体育产业发展状况的分析，我国的体育产业发展前景一片美好，有着很大的上升空间，但是我国体育产业在结构上不均衡，主要受地区差异、经济水平、思想观念等影响，还缺乏竞争环境，使体育产业滞后。

政府对体育产业干预过多，虽然加强了组织和调控，但却对体育产业的发展在一定程度上受到限制[5]。由于缺乏竞争平台，民间投资商也缺乏竞争力，积极性不高，再加上相关专业人才的匮乏，体制不健全，管理制度落后，这一系列问题不仅需要政府的大力支持还得加强改革创新，转变发展模式 。

总体来说，我国体育产业发展模式基本形成，不仅取得了一定的成就而且最重要的是得到政府的支持和认可，形势良好。趁此机会，应大力发展体育产业，扩大内需、刺激消费，加快体育产业发展步伐，提高我国体育经济发展。

参考文献 (References)

[1] 王哲, 郑宗伟. 体育企业品牌的赞助式营销策略探析[J]. 中小企业管理与科技(上旬刊), 2013(4): 8-10.

[2] 巴特尔. 我国体育经济产业发展对策研究[J]. 内蒙古科技与经济, 2013(19): 18-19.

[3] 钟贞奇. 如何发展体育产业的调查和分析[J]. 科教导刊(上旬刊), 2012(9): 96-97.

[4] 汪艳, 王跃, 陈林华, 王乔松. 上海体育产业在公共产品供给中的作用研究[J]. 体育文化导刊, 2013(6): 70-73.

[5] 刘彩凤. 浅析我国体育产业发展战略[J]. 体育科技, 2013(4): 45-46, 50.

Hans汉斯

期刊投稿者将享受如下服务：

1. 投稿前咨询服务 (QQ、微信、邮箱皆可)
2. 为您匹配最合适的期刊
3. 24 小时以内解答您的所有疑问
4. 友好的在线投稿界面
5. 专业的同行评审
6. 知网检索
7. 全网络覆盖式推广您的研究

投稿请点击：http://www.hanspub.org/Submission.aspx
期刊邮箱：aps@hanspub.org