

“十三五”河南省发展体育服务业的若干思考

陈丝雨, 王 跃

(华东理工大学 体育科学与工程学院, 上海 200237)

摘 要: 运用文献资料法和逻辑分析法, 回顾分析了“十一五”期间河南省体育服务业的发展状况。认为河南省体育服务业具备良好的发展基础, 也形成了一定的发展特色, 但还存在着传统体育培训服务业同质化严重、区域联动发展效果差、现代体育服务业带动效果不佳、公共体育服务与社会体育服务缺乏互动等问题。指出, 应强化品牌建设, 培育区域新特色, 实现公共体育服务与社会体育服务和谐共振, 大力发展现代体育服务业, 旨在为“十三五”期间促进河南省体育服务业发展提供参考。

关键词: 河南省; 体育服务业; 公共体育服务; 社会体育服务; 品牌建设

中图分类号: G80-052

文献标志码: A

文章编号: 1008-3596 (2016) 04-0037-05

1 研究背景

1.1 体育产业将成为国民经济的重要组成部分

2016年是我国国民经济和社会发展第十三个五年规划(2016—2020年)的开局之年, 是中国全面建成小康社会决胜阶段的开局之年, 同时也是推进经济结构转型升级的重要之年。“十三五”规划对未来五年我国国民经济和社会发展做了整体的规划和布局, 其中对经济增长、经济结构转型、新兴产业培育与发展等做出了重要部署。随着国民经济的发展、居民收入的增加, 体育与健康逐渐为广大人民群众所关注, 体育生活化的理念不断被认同、接受和践行。随着经济结构的转型发展和全民健身上升为国家战略, 体育的产业价值不断被挖掘, 产业潜力不断被开发, 各路资本对体育产业展开了狂热追逐。

1.2 体育产业将成为促进河南省国民经济发展的巨大动力

为贯彻落实《国务院关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》(国发[2014]46号), 进一步加快发展体育产业, 促进体育消费, 河南省人民政府结合本省实际情况于2015年8

月颁布了《河南省人民政府关于加快发展体育产业促进体育消费的实施意见》, 提出到2025年, 河南省将建立一个结构合理、供给丰富、消费活跃、富有特色的体育产业体系, 体育产业总规模力争达到3000亿元, 并充分发挥对其他产业的带动作用, 努力使之成为推动本省经济转型升级的重要力量。然而, 体育产业在当前我国的经济结构体系和政府GDP统计中依旧只是个“热词”, 而非“要词”。虽然我们培养出了一些具有代表性的、世界级的体育名城, 如北京、上海等, 也孕育了若干世界级的体育公司, 如乐视体育、阿里体育等, 但当前我国的体育事业发展和体育改革还很不均衡, 大多数中西部省份体育事业发展基础薄弱、体育资源市场化程度低, 体育产业规模和影响力小, 河南省就是如此。利用10年左右的时间达到3000亿的体育产业规模, 需要从理论上研究本省体育产业发展及改革的基本路径。

1.3 体育服务业发展需要理论上的支撑与帮助

近年来, 大量学者对体育产业发展、产业集群做了相关研究, 但体育服务业的研究相对欠缺。黄海燕(2012)对我国“十一五”期间体育

服务业的发展进行了评述,认为认识因素、体制因素、政策因素、人才因素是制约我国体育服务业发展的因素,并从体制改革、社会资本引入、税率调整、政策改进、公共体育场馆改革等方面提出改进性意见^[1]。该研究是我国“十一五”及之前关于体育服务业的最全面的研究。宋昱(2015)从区域经济学着手研究区域体育服务业发展及改革的路径,对上海自贸区体育服务贸易推动体育服务业发展进行了研究^[2]。我们认为其一定程度上为经济新常态下我国中西部地区进一步对外开放进程中体育服务业的发展提供了导向和指引。就河南省而言,仅发现对河南省体育服务业发展的基础性探究,尚未发现深入系统的分析,为此,笔者结合河南省实际情况,全面梳理河南省体育服务业发展环境,针对性地提出特色体育服务业发展路径,为落实好河南省体育产业发展要求,加快河南省体育服务业持续有效健康发展,提供思路与帮助。

2 体育服务业概述

2.1 体育服务业的概念

体育产业是市场经济体制下国民经济体系中的一个产业门类,其核心是体育产品和服务的生产经营活动。因此,体育服务业是体育产业的组成部分。学者黄海燕认为体育服务业是整体服务业中的一个新兴产业门类,以提供体育服务产品、劳务为主要内容,其产品具有不可储存性、非实物性、生产与消费的同时性等特征^[1]。学者宋昱认为:“体育服务行业是对体育领域从事服务性工作并以服务换取经济回报的行业的总称。”^[2]通过对概念的辨析,本研究认为体育服务业是以体育场馆为依托,以体育自身的价值和本质功能为资源,以提供体育服务产品为主的各类服务部门的集合,主要分为健身娱乐、竞赛表演、体育培训、体育中介等领域。当前的诸多研究大多集中在国内体育服务领域,而对跨国体育服务的归纳和体系化研究还很少。

为全面推动我国体育产业的发展,国家体育总局和国家统计局联合制定颁布了《国家体育产业统计分类》,确定了体育产业的范围,包括体育竞赛表演活动、体育管理活动、体育场馆服务、体育健身休闲活动、体育中介服务、体育传

媒与信息服务、体育培训与教育以及与体育相关的服务、体育用品及相关产品销售、体育用品及相关产品制造、体育场地设施建设、贸易代理与出租等十一大类。本研究选取该《分类》作为体育服务业的研究基础,并认为体育服务业包括体育竞赛表演活动、体育管理活动、体育场馆服务、体育健身休闲活动、体育培训与教育、体育传媒与信息服务、体育中介服务以及其他包括体育健康服务、体育旅游活动、体育彩票服务、体育金融与资产服务、体育会展服务、体育科技与知识产权服务等在内的相关服务。

2.2 服务业与体育服务业

在市场经济体系中,社会劳动产品和服务的创造及交易完全由自由市场的自由价格机制引领。服务业概念在理论研究中尚有一定的争议。理论研究一般认为:服务业是指生产和销售服务产品的生产部门和企业的集合。与其他产业所提供的产品相比,服务产品具有非实物性、生产与消费同时性和不可储存性等特征。在我国的国民经济核算体系中,基本将服务业视为第三产业。服务业的兴衰一定程度上反映了国家经济结构的形态和合理性,同时也是国家经济发达程度的重要体现。

体育产业是市场经济体系中的一个重要业态,其通过体育产品和服务的生产、运输、交易等一系列过程构成产业结构形态,其本质是体育产品的有效供给和消费。服务贯穿于体育产业始终,但本研究提到的体育服务业是体育产业中的一部分,其供给社会消费的产品是体育服务。认识因素、体制因素、政策因素、人才因素都影响和制约着体育服务业的发展^[3]。

2.3 我国体育服务业状况

从“十一五”全国体育及相关产业统计中发现,体育服务业总体规模不断发展,2006—2010年体育服务业从业人员增长超过60%,创造经济增加值超过160%。体育服务业在体育产业中的比重不断增加^[4]。“十一五”期间全国体育服务业增加值构成变化不大,但体育服务业增长速度、就业人数、劳动生产率显著增加。“十二五”期间体育服务业的统计结果到目前为止还无法查询,但“十二五”期间体育产业规模不断增大,从理论视角来看,体育服务业的总体规模、占体

育产业的比重、增长速度、就业人数、劳动生产率也会得到不同程度的发展与壮大。同时,我们也发现区域体育服务业发展明显不均衡,“十一五”时期东部地区体育服务业增加值所占比重最大,中西部地区体育服务业发展的各类指标明显弱于东部地区。

3 河南省体育服务业发展状况分析

3.1 发展状况

从近年来的研究成果来看,学者对河南省体育服务业的研究比较匮乏,河南省政府和体育行政管理部门亦缺乏对体育服务业的统计,可供研究、分析的资料较少。“十一五”时期在2006年和2007年体育服务业增加值的统计中,河南省体育服务业增加值连续排名中部五省第二名;河南省2006年体育服务业从业人员为1.47万人,2007年为1.70万人;2006年区域劳动生产率为2.79万/人,2007年为3.42万/人。我国省域体育产业核心竞争力比较研究发现,2008年河南省体育服务业产业增加值为54 663.27万元,产业增加值增长29.07%,同时产业增加值占体育产业增加值的比重为55.91%,产业增加值对体育产业增长的贡献率为53.03%;产业从业人员为16 980人,占体育产业人员的比重为55.02%,产业从业人员对体育产业就业增长的贡献率为87.78%,全员劳动生产率为3.22万/人^[5]。依据省域体育服务业核心竞争力计算方法,河南、四川、广东3个省体育服务业核心竞争力居2007年前三甲^[6]。特别是从业人员增长率、区域体育产业从业人员比重、增加值占区域体育产业的比重,以及对体育产业增长的贡献率等指标都位居上游水平,显示河南省体育服务业已经形成了良好的发展势头。

3.2 存在的问题

从2006—2008年的调查统计中我们发现,河南省体育服务业发展相对较好,主要得益于河南少林武术表演服务业和体育(武术)培训业市场的发达;加以同期其他省份体育产业发展还未进入快车道,河南省的传统体育服务业占据了领先地位。近几年来,随着体育产业政策的刺激和发展需求,沿海省区及中西部特色地区的体育服务业快速发展,而河南省的现代体育服务业发展

却陷入困境,其主要问题表现为四个方面。

3.2.1 过度依赖传统体育(武术)培训服务业,同质化现象严重

河南省现存的并保持一定规模的体育服务业主要是以郑州登封为代表的武术教育培训以及少林寺大型实景武术演出“禅宗少林音乐大典”。其中武术教育培训形成了以塔沟武校为绝对代表的少林功夫培训区。据不完全统计,目前登封市内具备一定教学规模的武术培训学校有100多家。但武术学校同质化现象严重,在招生规模保持稳定的情况下,武术培训服务业作为一种传统服务行业,其核心竞争力发展趋缓,不能持续保证有效增长,进而带动产业规模扩大。

3.2.2 区域发展不均衡,区域联动发展效果差

河南省体育服务业区域发展不均衡,最好的体育资源和体育服务行业集中在经济条件发达的省会郑州。郑州市拥有很多现代化的体育场馆和省内唯一的国内高水平职业体育俱乐部——河南建业足球俱乐部;传统的体育培训服务和体育(武术)表演资源聚集在郑州登封;公共体育服务的优先推进也都从郑州开始。相比之下,省内其他地市体育服务业发展较为落后,个别地方的体育服务业还处于初级形态,未能形成产业规模。部分有特色运动项目的县市,也都各自为营,例如焦作的太极拳培训等,服务业务区域发展未能有效融合,区域联动发展效果不佳。

3.2.3 现代体育服务业发展方向不明确,带动体育消费效果差

随着我国国家经济结构的进一步转型,人民群众对便利、优质的现代服务需求十分强烈,现代服务业进入了新的发展阶段。便利的高水平体育赛事的观看服务、便利的城市健身圈服务、专业的健身指导和体育培训等服务形式和内容支撑起现代体育服务业的发展,但在实际生活中,河南省的现代体育生活服务相对于一线城市和发达省份还有很大的差距。服务供给的缺失,势必带来关联消费的低迷。

3.2.4 公共体育服务与社会体育服务缺乏互动与良好共振

随着全民健身国家战略的推进,河南省政府和体育行政部门出台了一系列的政策和举措,为人民群众提供了大量的公共体育服务。但公共体

育服务的服务对象、服务项目、服务品质毕竟有限,更高层级的公共体育服务短期内还无法实现,这就需要社会资本的及时补充和介入。但由于缺乏有效的激励机制和办法,造成现阶段社会资本进入河南省体育服务业的意愿还不强烈,公共体育服务与社会体育服务缺乏良性互动和共振。

4 促进河南省体育服务业发展的对策

4.1 强化品牌建设,凸显中原特色

河南是武术大省、人口大省,文化底蕴深厚,山水资源丰富,人文和自然景观众多,要充分利用优势资源,打造具有中原特色的体育服务业品牌,重点发展以武术、航空、篮球、自行车、乒乓球等项目为主的大众休闲健身品牌,依托“三山二水”(太行山、伏牛山、大别山、黄河、淮河),发展登山、漂流、滑雪等户外健身休闲产业。

4.2 培育区域新特色,区域联动、优势互补

区域体育服务业的发展必须使区域内基层市县形成联动,逐渐形成产业集聚。要向体育服务业发达地区学习,如像上海市“一区一品”一样积极推进省内市、县品牌建设,打造“一市一品牌,一县一亮点”,使产业发展向基层延伸,支持登封“世界功夫之都”、焦作“世界太极城”、安阳航空城、济源篮球城、漯河排球城等城市品牌建设,使各市县形成区域联动,构建特色鲜明、优势互补的体育服务业发展网络。

4.3 公共体育服务与社会体育服务和谐共振

市场经济体制下,体育服务业理论上是依靠市场的发展与调控,但现阶段由于国情和省情的影响,体育服务业培育需要政府公共体育服务与社会其他体育服务共同努力。在培育初级阶段,更需要政府积极投入公共体育服务建设,用政府调控满足社会体育服务基本需求。在人民群众基本需求满足以后,在其有更高的消费需求和消费潜力时,社会体育服务必然不断壮大。在社会资本参与体育服务的过程中,政府既要给予其政策松绑,也要进行必要的规范和监管。

4.4 进一步发展现代体育服务业,促进体育消费

河南省体育服务业的发展必须要建立和完善

现代体育服务体系,充分发挥核心服务业对关联产业的带动作用,可以以高水平职业体育赛事为突破口和重要发展方向。立足于河南省职业体育的实际情况,要进一步支持以建业足球、赊店老酒男篮、天冠男排等为代表的职业化俱乐部品牌建设,完善职业俱乐部制度,同时要扩大其他标志性品牌赛事的发展,如“四赛、两节与两活动”,“四赛”是指郑开国际马拉松赛、焦作太极拳国际交流大赛、万村千乡农民篮球赛和信阳国际自行车公开赛;“两节”是指安阳航空旅游节和郑州少林武术节;“两活动”是指三门峡横渡母亲河活动和三山同登群众健身登山活动。通过扩大品牌赛事的影响力,开发赛事经济,提升赛事服务水平,用高品质的产品和服务来拉动体育市场消费,促进体育服务业和体育产业的发展。

5 结语

河南省体育服务业具有良好的发展基础和巨大的发展潜力,传统的体育教育培训服务业形成了一定的规模,民族特色运动项目资源优势突出,人口基数大,服务业市场发展潜力巨大。然而,具有广泛影响力的体育产业及体育服务业品牌尚未形成,需要从整体上进行规划和引导,努力培育富有河南民族传统体育特色的优势体育品牌,以特色赢得市场机遇。同时,立足河南省“十三五”发展规划及区域经济发展策略,各级政府应在体育优势资源和特色培养过程中达成共识,不同地区要形成独具特色的代表性体育服务业品牌,形成区域联动、优势互补的发展格局。通过培育和扶持优质体育赛事与节庆活动,为社会提供高品质的体育服务产品,对关联产业乃至整个体育服务业的发展发挥带动作用。政府要积极投入公共体育服务建设,通过宏观调控满足社会体育服务基本需求,同时,与社会资源密切合作,为其介入体育服务提供宽松的政策环境和相应的规范监管,大力培育和挖掘高层次的体育消费需求和消费潜力,全面促进经济利润和商业机会增长,有效刺激社会体育服务业发展与壮大。

参考文献:

- [1] 黄海燕.“十一五”时期我国体育服务业发展审思[J].上海体育学院学报,2012(4):1-6.

- [2] 宋昱. 自贸区战略进程中体育服务贸易推动体育服务业发展的策略研究[J]. 体育科学, 2015(4): 22-29.
- [3] 戴维红, 许月云, 许红峰. 我国省域体育产业核心竞争力比较研究[J]. 北京体育大学学报, 2013(10): 44-50.
- [4] 国务院关于加强发展体育产业促进体育消费的若干意见[Z]. 国发[2014]46号, 2014.
- [5] 河南省人民政府关于加快发展体育产业促进体育消费的实施意见[Z]. 豫政[2015]44号, 2015.
- [6] 国家体育总局. 国家体育产业统计分类[EB/OL]. (2015-09-18) [2016-03-15]. <http://www.sport.gov.cn/n319/n4835/c573713/content.html>.

Considerations on the Development of Sports Service Industry in Henan Province during “The 13th Five Year Plan”

CHEN Si-yu, WANG Yue

(School of Sports Science and Engineering, East China University of Science and Technology, Shanghai 200237, China)

Abstract: This article retrospectively analyzes the development of sports service industry in Henan Province during “the 11th Five Year Plan” with the methods of documentary study and logical analysis. It points out that Henan’s sports service industry not only has a good foundation, but also forms a certain developing pattern; however, there are still some problems in existence, such as the homogeneity of traditional sports service industry, poor regional linking development, unfavorable driving effect of modern sports service industry and lack of interaction between public and social sports service. Therefore, with the purpose of providing some reference for the development of sports service industry in Henan Province during “the 13th Five Year Plan”, this article suggests that we should strengthen the brand establishment, cultivate new regional features, greatly promote modern sports service industry and harmoniously balance the interaction between public and social sports service.

Key words: Henan Province, sports service industry, public sports service, social sports service, brand establishment