

体育产业结构优化中体育服务业占比研究

蔡朋龙^{1, 2}, 李树旺^{1, 2}

(1.中国人民大学 体育部, 北京 100872; 2.中国人民大学 体育产业研究院, 北京 100872)

摘 要: 围绕体育产业结构优化, 学界主流观点是着力提升体育服务业的占比。但无论是西方发达国家体育产业结构演进, 还是我国后工业化时期的体育产业发展, 体育产业结构优化并不意味着体育用品制造业向体育服务业转移。体育用品制造业产值比重下降是创新的结果, 产生包默尔悖论现象。体育产业结构赶超型发展战略实施, 过度强调体育服务业产值比重的多寡, 不利于体育市场繁荣, 弱化体育主导产业的优势作用, 助推了生产要素“脱实向虚”的风险, 促使服务业的自我循环, 出现“结构性陷阱”, 这不利于贯彻中央提出的“十四五”高质量发展的主题。“十四五”期间, 体育产业结构优化发展的重点还应是体育服务业, 特别是本体产业的发展, 但继续增强我国体育用品制造业实力并无异议, 硬性提出“着力提升服务比重”会造成体育产业结构优化路径的偏差。

关键词: 体育产业结构; 体育服务业; 包默尔病理说; 配第-克拉克定律

中图分类号: G80-05 **文献标志码:** A **文章编号:** 1006-7116(2022)01-0053-08

Research on the proportion of sports service industry based on the optimization for the structure of sports industry

CAI Penglong^{1, 2}, LI Shuwang^{1, 2}

(1.Department of Physical Education, Renmin University of China, Beijing 100872, China;

2.Sports Industry Research Institute, Renmin University of China, Beijing 100872, China)

Abstract: Focusing on the optimization of the structure with sports industry, the mainstream view in the academic world is to increase the proportion of sports services. However, whether it is the evolution of the sports industry structure in western developed countries or domestic development of sports industry during post-industrialization period, the optimization of the structure for sports industry does not mean that the sports goods manufacturing industry is shifting to the sports service industry. The decline in the proportion of the output value of the sports goods manufacturing industry is the result of innovation, which has produced the phenomenon of Baumer's paradox. The implementation of the catch-up development strategy of the sports industry structure overemphasizes the proportion of the output value of the sports service industry, which is not conducive to the prosperity of the sports market, weakens the dominant role of the sports leading industry, boosts the risk of "removing the real to the virtual" of production factors, prompts the self-circulation of industry, and the emergence of "structural traps" has been also generated, that are not conducive to the implementation of the high-quality development theme of the "14th Five-Year Plan" proposed by the central government. During the "14th Five-Year Plan" period, the focus of the optimization and development of the structure for sports industry should also be sports services, especially the development of the main industry. However, there is no objection to continuing to strengthen the strength of domestic sports goods manufacturing industry, and deviations in the optimization path of the structure for sports industry when it is suggested to greatly improve the proportion of services in sports.

Key words: the structure of sports industry; sports service industry; Baumol's theory of pathology; Petty-Clark Law

收稿日期: 2021-07-18

基金项目: 国家哲学社会科学基金重大项目“2022北京冬奥会冰雪运动普及与发展对策研究”(17ZDA32S)。

作者简介: 蔡朋龙(1991-), 男, 讲师, 博士, 研究方向: 体育经济与管理。E-mail: SDcaipenglong@163.com 通信作者: 李树旺

一直以来,较多学者将注意力投放在体育产业内部构成的产值分布上,并通过与发达国家的比较表征我国体育产业结构的问题,认为体育服务业的比重增加,就是调整优化;体育用品制造业占比高,就是产业结构的桎梏,且这样的声音越来越响亮。不可否认的是,鼓励和支持体育服务产业的发展,对我国体育产业的快速发展起着重要的作用。但无论出于扩张总量,还是优化产业结构考虑,体育服务业与体育用品制造业并不是非此即彼的关系。2019年我国体育服务业与体育用品制造业增加值比重已经达到64.8%:33.7%,但是体育产业结构效益偏低、产业规模小、产业发展粗放等问题并没改变^[1]。

当前,我国已经进入后工业化阶段,制造业在繁荣经济、推进产业基础高级化、产业链现代化以及产业结构优化的重要作用愈发明显。国家发改委产业司原司长年勇^[2]指出:“2019年美国服务业比重是81%,但并不意味着美国后工业经济是不要制造业的经济。美国服务业创造的80%GDP背后是60%以上都是为制造业服务的。”夏杰长^[3]指出:“中国已经进入‘服务经济时代’,服务业已成为我国国民经济的支柱产业。但服务经济并不意味着要一味地提高服务业占比,一味地追求服务业规模扩张只会陷入服务业的自我循环,服务经济的发展仍须坚持走现代服务业和先进制造业双轮驱动之路。”关于体育产业,江小涓^[4]指出:“未来体育产业结构改变要靠体育服务业加快发展,而不是降低制造业产出规模,体育产业结构调整与优化需要体育服务与体育制造业共同发力”。

基于此,本研究以体育产业结构优化服务业占比的理论逻辑为起点,以西方发达国家体育产业发展现状为佐证,探讨体育产业结构优化片面追求体育服务业占比虚高所带来的问题,并在此基础上提出政策建议,希冀为“十四五”体育产业发展规划提供一定的决策依据与新的政策视角。

1 我国工业化进程中的体育产业结构演进

1.1 优先发展体育用品制造业阶段

党的十三中全会后,我国经济体制开始由计划经济向市场经济转变,社会矛盾主要是人民日益增长的物质文化需求同落后的生产力之间的矛盾,面临着消费品长期短缺的问题。因此,我国经济发展的重点是发展农业和轻工业,通过调整消费品的生产满足居民的基本生活需求。随着我国经济、社会改革开放的逐步深入,体育领域着手进行改革,重点在体育场馆、有偿表演、体育健身娱乐等进行经营性的活动尝试,

但收效甚微。而在我国经济发展调整的轻工业导向下,引进外资,充分发挥生产要素优势,使得我国体育用品制造业获得巨大发展。加之,在计划经济时期,体育的公益属性被强化,体育休闲、体育观赏等功能被忽视,居民消费更多以公益性场地设施以及满足身体健康需求的体育用品为主。此时,我国体育产业结构尚处在“以体育产品制造业为主导产业进行有形产品交换”的第二产业之中。

1.2 体系完善阶段

为缓解经济生活深层矛盾和促进经济更快发展,1992年国务院颁布《关于加快发展第三产业的决定》提出“以产业化为方向,建立充满活力的第三产业自我发展机制,并将体育列为第三产业”。此时,体育改革也从“多种经营,以副养体”转向“本体推进,全面发展”阶段,体育娱乐业迅速发展、体育劳务市场初步形成。这样一来,体育便成为包含第二和第三产业内容的经济活动部门,产业结构也逐步清晰,不仅有满足大众需求的物质产品,也有满足大众体育观赏性和参与性需求的体育服务产品。

1.3 优先发展体育服务业阶段

进入21世纪,加大第三产业的发展,成为我国经济结构调整、转变发展方式的重要途径。同时,国外发达的体育服务经济对正处在急速发展阶段的中国体育产业影响很大。为此,针对体育服务产业发展滞后的问题,国务院、国家体育总局等多个职能部门从项目层面到产业层面陆续出台了多项有关推动体育服务业发展的政策文件。如《体育产业“十二五”规划》《体育产业“十三五”规划》《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》先后提出:“以体育服务业为重点,进一步优化体育产业结构。”这些政策对我国体育产业的快速发展起着重要作用。2018年我国体育产业增加值占GDP的1.1%,体育服务业占体育产业增加值达64.8%,体育产业跨出体育部门开始辐射到国民经济主战场。

1.4 构建现代体育产业体系阶段

党的十九大报告把“现代产业体系”作为实现高质量发展的重要任务,并打破传统产业体系的划分,把产业体系从以往的三产领域,拓展到实体经济、科技创新、现代金融、人力资源之间协同,把“提高全要素生产率”作为经济发展的急切任务。这一部署是从中国产业结构发展的方位和实际需求出发,以适应当今世界科技革命、产业变革新潮流及复杂的国际形势。我国体育产业发展迅猛,体育服务业已成为体育经济发展的核心动能,但“有业态、无体系”“有链条、

不畅通”“有要素、不协同”“高投入、低效率”等矛盾依旧突出^[5]。《体育强国纲要》提出,促进体育制造业转型升级、体育服务业提质增效,打造现代产业体系。按照党中央和国务院有关部署,从现行体育产业体系转变为现代体育产业体系,不仅需要从整体推进现代体育服务业和高端体育用品制造业互动融合发展,也需要从产业要素创新、产业协调、供需协同、空间协调、全要素生产率提升等重要环节突破,而非简单提高体育服务业占比。

2 体育产业结构优化中体育服务业占比提升的理论逻辑

2.1 配第-克拉克定律

关于体育产业结构优化问题,无论是学界研究还是政府文件,都把体育服务业比重高低作为体育产业结构合理与否的判断标准,其主要依据是配第-克拉克定律,即一个国家(地区)服务业比重的高低是反映产业发达程度与现代化程度的重要标准。17世纪威廉·配第提出,随着国民收入水平提升,产业的中心将会由物质性生产转向服务性生产。1940年科林·克拉克提出三大产业分类法,并以若干国家数据为基础,揭示了劳动力随着人均国民收入的提高逐步由第一产业向第二、第三产业转移。学术界将上述观点称之为配第-克拉克定律。西蒙·库兹涅茨把配第-克拉克定律的思想进一步拓展到国民经济核算领域,提出工业化与现代化进程中,第一、二产业的产值和劳动比重逐步降低,第三产业比重逐步占据中心。一般来讲,当一个国家进入到后工业化阶段,第三产业产出和就业所占比重无一例外会超过60%^[6]。受此定理的影响,学界常常以3次产业产值、3次产业就业结构比例为基准来判断产业结构的高度化,但不少学者实证检验,发现产业间份额的转变并不是产业结构高度化本质,单纯用产业间产值份额、就业份额度量产业结构高度化,多年来中国产业结构高度化是不存在的^[7],且用服务业占比这个指标去衡量产业结构合理化水平,容易人为地导致制造业空心化和制造业早衰现象,并引发大规模的经济泡沫化^[8]。因而,这一产业结构调整的定义一直被经济学界所诟病。

事实上,体育产业发达程度与现代化程度,不存在体育服务业占比高,产值规模就越大。西方发达国家体育用品业产值比重较大也是非常正常的一个数据。美国作为世界上公认的体育产业强国,早在1997年体育产业的产值一度跃居国内生产总值的第六^[9]。在工业化、现代化进程中,美国体育产业结构并没有出现了“软化”或“非体育用品制造业化”。2005年美国

体育产业增加值中体育用品消费对体育产业规模贡献比42.0%,加上体育用品制造业相关服务则达到了55.8%,这还不包括体育用品制造业的进出口规模^[10]。作为后发国家的日本,2012年体育产业规模为1033.92亿美元,占国民生产总值的1.75%,接近日本支柱产业汽车产业的1/2,但体育用品制造业产值比重一直保持较高的发展态势。根据日本生产力中心统计显示,1982—2014年日本体育用品制造业产值占总产值比重平均达到48.92%,2014年依然保持50.89%的占比^[11-12]。

值得注意的是,即便发达国家在工业化、现代化进程中产业结构演进逐步软化,但日本和美国作为世界体育产业大国,不仅有发达的体育服务,而且体育用品制造业大国的地位并未动摇。在中国作为体育用品制造业大国崛起之际,日美却将体育用品制造业等劳动密集型产业逐步转移到其他发展中国家,自己则致力于发展高科技、高附加值的体育用品。据统计,2013年全球体育用品市场总值达657亿美元,美国约占全球体育用品市场总值的39.8%,欧洲占30.2%,日本占16.6%,中东和非洲仅占1.8%^[13]。由此,以“配第-克拉克”为逻辑起点的体育服务业占比中心论,并不适用、也不能完全揭示体育产业结构优化问题,找寻新的切入点成为必然选择。

2.2 “包默尔病理”说

针对“配第-克拉克定律”的产业产值重心优势的比重问题,美国经济学家威廉·包默尔(William Jack Baumol)提出“包默尔病理”说。威廉·包默尔在研究美国工业化进程中产业转型升级与结构变化的数据发现:二战后,不到20年时间,美国制造行业的技术创新和自动化极大提高了产业的要素生产率,降低几乎所有工业品的单位制造成本。其结果是,制造业无论是从业人数还是产值的相对规模都出现收缩,而服务业的就业人数及产值规模却得到大幅度扩张。包默尔解释该现象原因:服务业更多的是依赖于人力资本,无法用资本代替劳动,最为典型的是教育、文化、医疗保健等部门,其产业创新比较难,因而劳动生产率的提升比较缓慢造成价格提升,进而使劳动力、产值比重上升。与之相反的是,制造业最容易发生技术进步和创新,且资本和技术可代替劳动,很容易提高劳动生产率,降低工业品的单位制造成本,由此呈现出就业和产值比重的双重下降。后来,学术界把包默尔揭示的这种现象,称作“包默尔病理”^[14]。

实际上,“包默尔病理”所阐释的内容与欧美发达国家工业化进程中体育产业转型升级的路径相一致。体育产业不同于产业部门,其发展依赖于专业化、复合型人才,如体育竞赛表演业从业人员需要较高的体

育竞技能力,资本与科技是无法替代的。与之相反的是,体育用品制造业走技术与资本密集型升级道路,创新体育产品,增强体育产品在体育服务业中的应用,以推动体育产业快速发展。20世纪90年代随着体育全球化和新技术革命的到来,美国用高新技术改造体育用品制造业,“以全球为企业,以各国为车间”,使体育用品制造业成为推动美国体育经济扩张的第一大产业。美国体育用品及相关装备制造业企业的技术密集与资本密集型升级,也使体育用品及相关装备制造业产值占体育产业总产值比出现了规模收缩,由1995年的61.09%降至2005年的55.8%^[9-10]。2011年英国体育服务产业占体育产业增加值已经达到75%,体育产业结构呈现出高度软化的倾向^[15]。这一背后是体育用品制造业产业的创新与效率提升。一方面,体育用品制造业等劳动密集型、粗放型产业逐步转移到其他发展中国家,另一方面自己则致力于发展高科技、高附加值的体育用品业。如享誉全球的英国赛车制造业,仅在牛津地区就有近4000家企业向世界输出赛车及其相关配件等高端产品。2010年英国赛车制造业的经济贡献就达到了78亿英镑^[6]。日本体育用品制造业凭借“高、精、尖”特征,曾以极高的市场占有率和快速的产品技术创新为武器,也推动了一个日本体育制造的全球时代,如2007年爱世克斯的海外生产更是达到总生产量的50%,很多产品如高尔夫、棒球等用品几乎垄断了欧美市场^[7]。1982年日本体育制造业增加值占日本体育产业的比重由51.08%^[18]下降到2012年的49.11%^[14]。应该说,体育用品制造业的科技化改造缩短了生产力转化的进程,并以最小生产要素投入获取最大化。

在廉价而充足的人口、土地等生产要素驱动下,我国体育用品制造业迅速地嵌入到全球价值链,但随着人口老龄化趋势进一步加剧,劳动力供给短缺与劳动成本提升,使得生产要素投入进一步压缩,我国体育用品业再也无法通过低成本要素竞争的外生发展模式挤占市场份额。顺应体育用品制造业全球价值链分工与合作大趋势,我国体育产品制造业也逐渐由单一生产要素扩张转向创新和智能化转型。测算显示,2008—2018年我国体育用品制造业创新产品收入由36.44亿元提高至570.86亿,年复合增长率达35.76%;我国体育用品制造业创新产品收入占体育用品制造业的比重也由3.55%提升到16.79%,增加幅度达13.44%^①;2018年我国体育制造业营业利润率为6.8%,比整个体育产业高出1.4%^[19]。

综上,配第-克拉克定律和“包默尔病理”说两种解释共同指向的是后工业化阶段体育用品制造业相

对于体育服务业规模的收缩不可避免,但后者的收缩反映着体育用品制造创新和资源配置效率的提升。从我国与发达国家体育产业发展现实来看,“包默尔病理”说更合乎逻辑。体育产业结构软化并不意味着脱离物质化,也不意味着必须舍弃“硬”的制造而转向“软”的服务,而是体育用品制造业在科技创新下硬要素投入量下降,软要素(技术工艺、经营模式)投入的增加,资源转化效率的提升。当前,以人工智能、大数据等新一代信息技术引发的第四次工业革命在全球方兴未艾,新的技术与制造业技术的深度融合形成新一代智能制造技术,正逐渐成为这场新产业革命的引领性技术,而制造业是这次新产业革命的主战场。发展智能体育用品制造不仅成为抢占新产业革命制高点的关键,更是维护产业链安全的重要保障。大数据、云计算、物联网等技术与体育装备制造业融合并在运动健身、竞技体育领域的广泛应用,延伸着部门之间的价值链、服务链,推动着体育产业的创新发展。若以配第-克拉克定律指导体育产业结构调整,一味追求体育服务业产值占比的提升,而降低体育用品制造业的优势,将会从根本上削弱体育产业应对第四次工业革命的基础,丧失用新技术成果全面改造我国传统体育产业的能力,从而错失体育用品制造业体系升级和体育产业发展的历史机遇。

3 现阶段片面追求体育服务业比重上升带来的问题

3.1 不利于繁荣体育市场

体育产业经济活动具有统一性,体育用品制造业连接着体育服务生产和消费两端,在畅通体育服务供求对接、激活体育消费热点等方面发挥着重要作用。处于产业发展初级阶段的体育产业,充分利用体育用品制造业技术升级、产品升级,催生大众良好的体育参与体验,进一步培育体育人口,以拓宽体育服务业发展深度,是发达国家体育产业发展的普遍规律^[20]。据统计,2005年美国居民用于健身休闲的体育用品、装备支出设备支出达到917.7亿美元,占体育消费总额的40%^[10]。庞大的体育人口使得体育用品装备制造产品需求日益扩增,市场需求大于供给。Brad R 测算显示,2005年美国体育用品装备制造和体育运动服装供给量分别为75亿、55亿美元,远低于需求总量的91.87亿、157亿美元^[21]。具有崇尚运动休闲传统的法国,体育用品市场已经发展成为欧洲大陆第二大市场。2009年法国体育用品市场已经达到了91亿欧元,人均消费额为132.2欧元,且整个市场保持每年4%以上的增长率^[22]。根据欧盟体育用品产业联合会统计显示,

英国每年人均体育用品消费额约为 149 欧元; 每年体育用品销售额已经达到 90 亿欧元^[6]。2000—2008 年日本居民家庭体育消费总额基本在 325 美元上下浮动, 而日本居民家庭体育消费主要以体育场地及设施使用和购买体育用品为主, 其中体育场地及设施使用费保持在 132 美元, 购买体育用品在 125 美元, 体育培训费在 74 美元上下浮动; 体育观赛费一直不足 7 美元^[21]。

在我国, 随着居民生活水平及健康意识的提升, “多元化”的体育服务消费不断扩大, 但公益性的场地设施与“专业性”装备配置仍是普遍消费内容。近年来, 智能手环、智能手表、智能健身路径等体育用品, 在满足群众体育健身、心理和社会交往等不同层面健身需求的同时, 极大地促进了体育健身休闲的发展。目前, 体育市场相对发达的江苏, 2019 年人均体育消费已经达到 2 442 元, 但体育用品消费依然位居首位。2015—2018 年上海市居民体育消费中, 运动鞋服和体育装备等消费在有体育消费人群中的人均消费占比均超过 50%, 且呈上升趋势^[24]。

体育产业结构中制造业占比高还是服务业占比高, 是由市场决定的, 不能人为推进和改变。像欧美体育服务业发达国家也是非常典型的体育用品消费型国家, 而奠定这一格局的背后动因在于居民健康、健身、时尚与生活方式不断进化, 是市场需求选择的结果。片面追求体育服务业比重上升, 提前进入“体育经济服务化”阶段, 极易削弱体育用品在培育体育人口、繁荣市场的重要作用。

3.2 “脱实向虚”的风险加大

从微观经济看, 企业选择什么产业, 取决于它的比较优势和竞争优势, 人为推进体育服务业, 不仅不符合基本经济理性, 而且会助推资本等生产要素“脱实向虚”, 加剧体育服务发展的风险。一方面, 实体经济弱化, 产业链基础不实。推动体育产业成为国民经济支柱性产业, 不仅需要培育具有全行业整合能力的体育服务企业, 也需求引导和培育“专、精、特、新”的体育用品企业, 增强体育产业链的韧性与供需链的衔接性, 提升体育产业链关键环节的配套能力。过度追求体育服务业比重快速上升, 挤压体育用品制造业的生存资源, 必要的技术升级改造被迟缓, 导致许多制造企业面临经营困难、利润空间趋窄、转型升级与企业竞争力提升缓慢。如作为国内体育器材龙头供应商的金陵体育, 其核心业务逐步由体育用品制造业向体育赛事服务领域延伸, 但对金陵体育而言, 虽然营业收入大幅上涨, 但营业成本却翻了两倍还多。根据 2019 年金陵体育财报显示, 金陵体育的赛事服务营业成本为 4 090 万元, 基本属于“赔本赚吆喝”^[25]。

体育制造业面临着进一步增强产业创新能力、迎接新产业革命等历史任务, 但体育服务业经济抬高体育用品制造业的成本, 稀释资本等生产要素对体育实体经济发展的支撑能力, 会削弱体育产业链的基础。另一方面, 加剧体育服务业泡沫化问题。国发[2014]46 号文件颁布, 资本热潮席卷了我国体育服务业的各大领域。由于不同体育市场在发展、培育的条件与难度存在很大差异, 投资在高收益的预期与低回报率不匹配下, 出现资本投资失效、资本退却潮等一系列问题, 如 2017 年乐视资金危机、2021 年江苏苏宁退出中超等。体育产业起步较晚, 社会化、市场化程度不高, 适合渐进式的积累发展, 不是马上投资就能立即见经济效益, 容不得半点急功近利。稀缺的体育资源与资本投资逐利的“急功近利”出现所谓“体育产业寒冬”(新华社语)、“体育产业冷与热”(人民日报语)等舆情, 反映了资本的泡沫带来资本流动性过剩、过度竞争导致产品溢价、分配不均、资金投入失效等一系列问题, 不仅抑制了体育资源转化为产品的能力, 且盲目和不计成本的后果、粗放式投资模式, 加剧了资本泡沫导致的过度竞争问题^[26]。根据 Sporting intelligence 发布的全球体坛年度薪资调查显示, 2019 年中超球员的平均薪资为 120.7 万美元, 在足球联赛中仅次于欧洲五大联赛^[27]。俱乐部花巨资买进职业运动员, 所折射的就是资本泡沫导致的过度竞争问题。

3.3 弱化体育用品制造业的主导产业作用

经济增长的发力始于主导产业部门, 并凭借其较强关联效应, 能够实现部门之间结构的合理化, 在整体中能带动一个国家和地区经济的全面增长。根据主导产业理论分析框架, 主导产业是指具有一定规模, 能迅速、有效吸收先进技术成果, 满足较大幅度增长需求而获得持续高增长率, 并对其他产业具有直接和间接影响的产业, 其生产总产值、规模、就业人口等方面应占优势地位^[28]。按照上述标准原则, 当前我国体育产业的主导应该是体育用品制造业。第一, 立足于全球体育用品产业链, 我们拥有世界上最大的体育用品制造业, 也是全球能够独立生产体育用品种类最多的国家, 具有国内巨大市场和良好发展前景; 第二, 中国体育用品业连续 3 年保持两位数增长, 远高于国民经济增长率, 其产值也在体育产业增加值中占有绝对优势; 第三, 体育用品制造业关联效应最强, 在体育产业结构内部有较高中间投入和中间需求, 具有强大的资源控制能力、产业链波及最广、先进技术引入最快等特征^[29]; 第四, 中国体育用品业所吸纳的从业人员高达 288.9 万人, 占全国产业从业人员总量的 67.7%, 极大解决社会就业问题。因此, 当前体育产

业结构调整优化工作要充分发挥体育用品制造业主导产业优势,加快产业转型升级,释放“结构红利”。因此,我国体育用品制造业增加值占整个体育产业增加值 40%的比重也是非常正常的一个数据,这与当前我国体育产业发展阶段是一致的,也与中国当前作为体育产业结构优化主导产业选择相吻合。一味追求体育服务业“虚高”的比例,有可能会因体育用品制造业产业投资驱动的下降、必要的技术升级改造被迟缓而弱化其主导产业在体育产业结构优化的重要作用。近年来,我国体育用品制造业增速放缓,产值比重持续下降,减弱了体育经济发展动力,不利于我国体育经济效率和竞争力提升。国家体育总局、国家统计局相关统计数据表明,2006—2016 年我国体育产业增加值年均增长率保持在 22%;2016—2019 年体育产业年均增长率降至 20.07%。2019 年我国体育产业对 GDP 贡献值仅占 1.1%,与同一时期文化产业、旅游产业增加值占 GDP 比重分别达 4.5%、4.56%相比,差距甚远。

3.4 易出现体育服务业的“自我循环”

体育服务发展不是一个孤立的过程。理论和国际经验表明,体育服务业的发展并不是靠国家重点扶植发展起来的,而是体育各相关子产业协调发展、相互作用的结果^[30]。在美国,如果体育娱乐休闲、体育赛事是美国体育产业的“摇钱树”,那么,体育用品制造业就是美国体育产业的“权重股”^[31]。体育服务业与体育用品制造业相互支撑,互为发展。没有体育服务业的迅猛发展,就没有体育用品制造业的真正繁荣;反之,没有体育用品制造业的迅速发展,体育服务业的发展就会受到制约^[32]。因此,新时代的体育产业发展及其结构优化需处理好二者的关系。

当前,我国体育产业内部环形关联网络已经形成,但是整个产业内部关联网络依赖于体育用品制造业的部门单线支撑。其中,体育用品制造业部门相较于体育服务业具有更强的中间投入作用,前向带动效果更显著,能向前拉动 9 个产业部门的发展,向后辐射 6 个产业部门,而其他服务产业部门几乎是封闭式发展^[29]。这说明我国体育服务业与体育制造业呈现“相对分离”的发展态势,体育服务业具有“自我循环”发展倾向,对体育用品制造业发展支持不足。究其原因,一方面,重体育服务、轻体育制造业的政策导向;另一方面,体育制造业和体育服务业的管理权限“错位”,缺乏互动。体育服务业“自我循环”,会使产业关联方式阻断,造成资源利用率低下,产品或服务的迂回深加工低,造成产业附加值低,体育服务部门呈现粗放发展、数量扩张的现状。截至 2019 年,我国体育服务业增加值比重已经达到 67.7%,但体育竞赛表演活动、体育健

身体闲活动两大本体产业增加值比重仅占 8.5%。可见,体育服务业“大而不强”,体育本身的经济活动尚未得到应有的开发,尚处在低端的发展阶段。同时,体育服务业“自我循环”,提升了体育制造业运行的成本,盈利能力差,人力资本、投资引入相对匮乏,这种情况严重影响到体育用品制造企业转型升级,也制约了科技在体育服务领域的转换,全要素生产率和劳动生产率难以提升。测度显示,我国全要素生产率指数虽高于 1,但是其指数的增长并非是体育产业技术效率的变化引起的,而全部是由体育产业的规模效率的变化引起^[33]。从短期看,体育服务业比重提升,可以通过高投入、高物耗、发展空闲领域支撑体育产业发展。但从长远看,这种高投入、高物耗是有限度的,很容易因稀缺的体育资源流动不均或产业部门垄断,加剧体育产业结构失衡的同时,会弱化产业专业化分工与产业规模经济效应。这一个问题,既难以实现“高端制造业与现代服务业融合发展的现代体育产业体系”建设的目标,也与当前经济发展的质量变革、效率变革的主题并不相符。

3.5 易陷入体育产业“结构性陷阱”

推动高质量发展,就要建设现代化经济体系,避免产业体系发展的“结构性陷阱”,顺利跨越“中等收入陷阱”。一个国家的产业体系处在传统产业主导,但增长不断下滑,新兴产业虽然在成长,但缺乏技术与人才、缺乏创新能力而发展不起来,称之为产业体系发展的“结构性陷阱”^[26]。为避免我国经济陷入结构性陷阱,《国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》明确提出:“坚持把发展经济着力点放在实体经济上,保持制造业比重基本稳定,推动全产业链优化。”这是党根据时代变化对我国产业体系做出的新论述,也是对于国民经济细分产业结构发展提出更高要求。

具体到体育产业,当前体育用品制造业是我国体育产业体系中市场规模最大、成熟度最高、国际比较优势显著的产业部门,也是体育产业的主导,但低附加值、产能过剩、性价比优势消失、质量不高,自 2014 年 46 号文颁布后其占比呈现下降趋势。体育服务产业作为后发的“先进”产业,虽然产值规模的总量已经远远超过体育用品制造业,但是创造就业岗位数量低、产业创新能力不高、产能过剩、同质竞争、粗低水平重复建设的短板问题依旧突出。如体育服务业的持续创新得益于企业创新投入的快速增长,并成为带动全社会投资增长的主要来源。数据显示,2007—2019 年体育服务业新增固定资产投资年均增长率为 17.19%,远低于体育用品制造业的 20.84%,且新增固定资产投

资并不稳定^②。又如,2018年我国体育服务业从业人员仅为174万人,占体育产业从业人员总数的39.36%,其中还包括体育用品及相关产品销售、出租与贸易代理从业人员54.5万人,而赛事运营、体育经纪、体育营销、版权管理的体育服务业人员不足20%^[9],这远远低于其增加值规模增长占比64.8%^[10]。一般而言,体育服务业的发展将吸纳更多就业人口,但对从业者专业素质、综合能力的要求也相应提高。如果相关竞技体育人才和体育管理人才培养体系跟不上,必然导致体育服务业劳动生产率下降,容易造成低端体育服务业发展的过度竞争问题。因此,片面追求体育服务业占比规模的数量,忽视其在创造就业岗位、产业创新以及低端发展的短板问题,这样的产业结构状况也就步入到“结构性陷阱”。在改善经济结构,避免经济发展落入“中等收入陷阱”的过程中,体育产业可能难有可为。

4 促进我国体育产业结构优化的政策取向

现阶段体育产业结构调整,不应该刻意追求体育服务业的比重多寡,要从产业发展规律、产业分工、产业效率、产业发展阶段多个角度辩证看待体育服务业与体育用品制造的占比关系。以推动高质量发展为主题的“十四五”期间,发展的重点还应是体育服务,特别是推进本体产业的发展,但继续增强我国体育用品制造业实力并无异议,硬性提出“着力提升服务比重”可能会造成路径偏差,而陷入体育服务业的自我循环,出现“结构性陷阱”,这不利于贯彻党中央提出的“十四五”高质量发展的主题。建议未来体育产业结构政策取向应重点考虑以下方面。

4.1 提升体育产业全要素生产率释放结构红利

党的十九大报告指出:把“提高全要素生产率”作为推动经济高质量发展的主要任务。体育产业结构优化本身就是资源配置的优化问题。多年来,体育产业依靠政策红利形成粗放式增长,使体育产业规模增长显现。但这种粗放式增长模式会导致资源消耗量大,且在资源环境约束趋紧、人口红利衰减、经济发展的后发优势递减等影响下,会制约体育产业更大发展。因此,怎样处理好体育资源配置效率与效益关系以及能否持续为体育经济增长贡献“结构”红利,是体育产业结构优化政策的重要标尺。

4.2 推进产业之间融合发展,避免陷入“结构性陷阱”

协同发展的产业体系是党的十九大立足于时代特征和突出矛盾,针对我国现行产业体系向现代产业体系迈进提出的高效运行机制,其理论支撑突破传统产业理论简化还原论。避免体育产业体系落入“结构性

陷阱”,构建高端体育用品制造业与现代体育服务业融合发展的现代体育产业体系,提升体育产业结构聚合质量,实现外生变量与内生变量的良性耦合,必须把产业间融合作为抓手,不搞体育服务业高还是体育用品制造业高的“僵化红线”。为此,一方面以“体育+”和“+体育”为横向拓展路径,通过体育领域的附加产品拓展和服务功能再造,改变产业部门之间单一的供求链关系,而且形成互嵌、相互推动的链条,提升部门之间的产业技术关联的协调发展水平。另一方面,推动体育产业由大产业的业态向运动项目产业深耕,打造上下游资源配置,实现产业部门之间服务链、创新链、价值链的协同发展。

4.3 合理规划体育产业发展重点,持续推进体育产业高质量发展

一般来说,确立重点发展产业的标准分为产业关联度、技术创新与转换、市场需求、比较优势4个方面。按此,未来乃至更长一段时间我国体育产业发展的重点,一是持续推进体育用品装备制造业智能化、信息化的发展,把注意力放在产品技术升级的视角上,通过产品的技术、功能质量的提升,培育体育人口,提升我国体育用品制造业能级同时,更好推进体育服务业的发展。二是以体育竞赛表演和体育休闲健身服务为引领,持续提升市场需求与产业的关联度,不断推进健身休闲体系向社区纵深,通过群众基础好、市场需求大的运动项目产业化发展,打造区域化精品赛事、引导扶持业余体育赛事、发展职业体育。充分挖掘体育传统文化资源底蕴,运用传统文化中的一些优秀元素为转变体育产业发展方式创造有利的环境,用内生力推动市场繁荣。三是推进体育传媒、体育经纪与代理、体育场地设施管理部门的发展。这些国际公认的体育核心产业刺激变量不加以撬动的话,将极大限制体育产业内部的关联效应的产生,也起不到柔化产业结构的功效,体育产业的进一步投入或许会影响产业的边际贡献^[20]。

注释:

① 数据源于2008—2018年中国统计年鉴中“文教、美工、体育制造业新产品销售收入(新技术原理、新设计构思研制、生产的全新产品)”。为反映体育用品制造业科技进步情况,借鉴韩元军在《基于碳排放的代表性省份旅游产业效率测算与比较分析》剥离系数,测算了体育用品制造业创新产品收入。

② 体育用品制造业和体育服务业新增固定资产数据分别来源于中国统计年鉴“文教体育用品制造”和《第三产业统计年鉴》中“体育”新增固定资产投资额。

参考文献:

- [1] 刘扶民. 贯彻落实《国务院办公厅关于促进全民健身和体育消费 推动体育产业高质量发展的意见》推动体育产业成为国民经济支柱性产业[J]. 体育科学, 2019, 39(10): 3-10.
- [2] 年勇. 别误会, 美国仍然是全球制造业第一强国和第一大国[EB/OL]. (2020-09-21)[2021-07-18]. https://www.sohu.com/a/419799467_655928
- [3] 朱静. 服务经济时代还有多远? [J]. 新理财, 2019(9): 43-44.
- [4] 江小涓. 中国体育产业: 发展趋势及支柱地位[J]. 管理世界, 2018, 34(5): 1-9.
- [5] 黄海燕. 推动体育产业成为国民经济支柱性产业的战略思考[J]. 体育科学, 2020, 40(12): 3-16.
- [6] 魏后凯, 王颂吉. 中国“过度去工业化”现象剖析与理论反思[J]. 中国工业经济, 2019(01): 5-22.
- [7] 刘伟, 张辉. 中国经济增长中的产业结构高度化和技术进步[J]. 经济研究, 2008(11): 4-15.
- [8] 刘志彪. 提升生产率: 新常态下经济转型升级的目标与关键措施[J]. 审计与经济研究, 2015, 30(4): 77-84.
- [9] MEEK A. An estimate of the size and supported economic activity of the sports industry in the United States[J]. Sport Marketing Quarterly, 1997, 6(4), 15-21.
- [10] MILANO M, CHELLADURAI P. Gross domestic sport product: The size of the sport industry in the United States[J]. Journal of Sport Management, 2011, 25(1): 24-35.
- [11] 张建辉. 国际体育产业发展报告[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2017; 201.
- [12] 公益財団法人日本生産性本部. 暇白書(2014年)[EB/OL]. (2014-12-12)[2021-06-20]. <https://www.jpcc-net.jp/leisure/>
- [13] Market Line. Industry profile[EB/OL].(2016-04-12)[2021-07-15]. <http://www.prnewswire.com/news-releases/sports-equipment-global-industry-guide-marketline-245820521.html>
- [14] 赵伟. "十四五"期间中国经济发展不宜设定制造业占比指标[J]. 探索与争鸣, 2021(1): 1-10.
- [15] 宣杰. 二战后英国体育产业的发展及其原因探析[D]. 南京: 南京大学, 2017.
- [16] 姜同仁, 张林. 英国体育产业发展方式及其经验借鉴[J]. 西安体育学院学报, 2016, 33(2): 129-135.
- [17] 戴建辉. 全球化时代日本体育用品业的转型发展[J]. 首都体育学院学报, 2014, 26(2): 109-114.
- [18] OGA J, KIMURA K. Recent trends in the sports industry in Japan[J]. Journal of Sport Management, 1993 (7): 249-255.
- [19] 2018 年全国体育产业规模达 2.6 亿元[EB/OL]. [2020-1-21]. <http://sports.ifeng.com/c/7tOYsn7pcM1>
- [20] 刘兵. 我国体育产业发展的内在动力、存在问题与升级路径[J]. 武汉体育学院学报, 2019, 53(8): 37-43.
- [21] HUMPHREYS B, RUSESKEI J. Estimates of the size of the sports industry in the United States [J]. Economics, 2008(8): 1-38.
- [22] 2500 亿, 法国体育产业蓬勃发展原因是什么?[EB/OL]. (2015-06-02)[2021-07-02]. <http://industry.sports.cn/news/others/2015/0602/105026.html>
- [23] 郑和明, 尚志强. 日本的体育产业发展现状、发展方式及启示[J]. 首都体育学院学报, 2020, 32(2): 116-121.
- [24] 黄海燕, 朱启莹. 中国体育消费发展: 现状特征与未来展望[J]. 体育科学, 2019, 39(10): 11-20.
- [25] 新华体育. 金陵体育营收 4.99 亿元同比增长 10.1%, 赛事服务业务出现亏损[EB/OL]. (2020-04-27)[2021-06-27]. http://www.xinhuanet.com/sports/2020-04/27/c_1125914089.htm
- [26] 蔡朋龙, 刘广飞. 新时代我国体育产业结构优化的逻辑、目标与路径[J]. 体育学研究, 2021, 35(5): 19-30.
- [27] 新华网. 国足世界排名 76, 工资却排第 6? 足协出手![EB/OL]. (2019-12-26)[2021-06-20]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1653951918850976099&wfr=spider&for=pc>
- [28] 杨强. 我国体育产业发展存在的问题及其解决对策[J]. 体育学刊, 2012, 19(4): 30-38.
- [29] 蔡朋龙, 王家宏. 基于复杂网络视角下中国体育产业结构特征研究[J]. 中国体育科技, 2021, 57(3): 67-79.
- [30] DESBORDES M. Empirical analysis of the innovation phenomena in the sports equipment industry[J]. Technology Analysis & Strategic Management, 2002, 14(4): 481-498.
- [31] 鲍明晓. 体育产业——新的经济增长点[M]. 北京: 人民体育出版社, 2000: 297.
- [32] 刘树英, 巴拉克·斯科特. 美国球类体育用品市场火爆[J]. 进出口经理人, 2014(12): 52-55.
- [33] 全要素生产率视角下中外体育产业的动态实证分析——基于 DEA-Malquist 指数模型[J]. 江淮论坛, 2016(2): 20-25.