

打造长三角城市体育产业“链”的研究

曹晓东

摘要: 运用文献资料、实证分析等研究方法,结合经济学、社会学与体育学的相关理论,对长三角城市经济现状、体育产业发展态势进行分析与研究。对打造长三角城市体育产业“链”进行可行性分析,提出应依靠政府的扶持和自身的努力,加强城市之间的合作,努力缩小长三角城市之间体育产业发展的层次差异,探索和谐、科学发展长三角城市体育产业“链”的结构内容和创建路径。

关键词: 长三角城市; 体育产业; 链; 路径

中图分类号: G80-05 文献标识码: A 文章编号: 1006-1207(2010)05-0054-05

On Establishing a "Chain" of Urban Sports Industry in the Yangtse Delta

CAO Xiao-dong

(the Physical Education Institute of YanCheng Teacher's College, Jiangsu YanCheng 224002 China)

Abstract: By the ways of document consultation and empirical analysis and based on the theories of economics, sociology and sports, the paper discusses the status quo of the city economy in the Yangtse Delta and the present development of sports industry. It makes a feasibility study on establishing a "chain" of urban sports industry in the Yangtse Delta. It suggests that we should rely on the government support and the efforts of ourselves, strengthen the cooperation between the cities, strive to minimize the level difference of the sports industry development between the cities in the Yangtse Delta so as to find the methods and ways for the harmonious and scientific development of an urban sports industry "chain" in the Yangtse Delta.

Key words: cities of the Yangtse Delta; sports industry; chain; way

长三角意指长江三角洲区域的16个城市行政区划面积的总和,由上海、南京、苏州、无锡、常州、镇江、扬州、南通、泰州、杭州、宁波、绍兴、嘉兴、湖州、舟山、台州16个城市构成。长三角城市圈是构建长江三角洲区域经济的主体,是中国城市群科学发展的领导力量,同时也是我国经济最发达,实力最强大,最具有国际竞争力的地区,是引领中国经济前进的巨大引擎^[1]。长三角地区之所以成为我国产业发展的重心,是因为该地区形成了良好的产业结构体系并形成集聚效应。这种效应在一定程度上已“放射”到体育产业发展之中,对加快城市体育产业的进程产生了积极的推动力;对体育产业成为长三角区域经济的“增长极”具有突出的价值与示范作用。因此,开展长三角区域经济与区域体育产业发展的“链接”方式、内容和路径的研究,对长三角体育产业的统筹发展与跨越式发展具有重要的现实意义。

1 长三角城市区域经济发展现状与区位优势概略

长三角城市财政收入与城市实力是区域经济发展的重要标志。客观上对体育产业区位优势的形成具有直接的效能。这种效能的直接推动力与潜在推动力,在一定程度上决定区域体育产业经济的发展速度与发展水平。

1.1 城市财政收入

财政收入状况从客观上可以反映出长三角城市国民经济发展的水平。随着国家宏观经济调控政策的落实,2008年

上半年长三角地区经济呈现上升趋势。根据资料调查显示,上半年长三角地区实现生产总值18 267亿元,比2007年同期增加了2 700多亿元,16城市GDP平均增速达到15.1%,比去年同期提高了0.8%,比2005年全年提高了1%,比2008年一季度增长了0.1%^[2]。第三产业的迅猛发展是长三角地区2008年上半年经济发展的最大的特色,其中社会服务业发展比重提升,增长速度加快。服务业实现增加值7 569亿元,平均增速达到14.6%,增速比今年一季度提升了1.1%,服务业增加值占GDP的比重达到41.4%,比2005年提升了0.8%^[3]。长三角地区居民收入呈现稳步增加态势,16个城市居民可支配收入人均均值达到9 202元,与2007年同期相比增加千余元^[3]。上述数据表明,长三角城市经过2005年以来国家宏观经济调控与整顿后走出了新的增长路线。同时表明现代服务业的结构优化与数量的增长已成为长三角各地区财政收入的重中之重。长三角城市财政收入的逐年递增为体育产业的结构调整与升级创造了良好的经济支撑条件。

长三角城市经济发展第一层次有上海、苏州、杭州、无锡、宁波和南京6个城市,上海市是长三角地区经济发展综合实力最强的城市,各项主要经济指标稳居第一,且远远超过其他城市;江苏苏州也紧随其后,该层次城市的GDP、财政收入、三产业比重、固定资产投资额等均位于前六名,特别明显的是该层次城市的GDP均超过1 700亿元,财政收入超过208.9亿元,人均收入超过3万元^[4]。常

收稿日期: 2010-07-28

基金项目: 江苏省体育局项目(TY8314)

作者简介: 曹晓东,男,汉,副教授。主要研究方向: 体育人文社会学。

作者单位: 盐城师范学院 体育教育科学研究所,江苏 盐城 224002



州、嘉兴、镇江和绍兴的综合实力较强,被列为第二层次。受益于上海经济辐射的常州财政收入占GDP比重达11.2%,已达第一层次水平^[4]。第三层次为竞争力相对薄弱的城市,以扬州、南通、泰州、湖州和舟山为代表。列入第三层次的原因主要是受到城市发展规模较小,第一、二产业比重较高的限制,第三产业发展速度缓慢以及地理位置局限等。随着长三角城市改革开放的深度发展,以上海世博会为契机,抓住机遇、引进国内外各种资源来积极打造长三角地区的经济“内核”,推动地区生产力的发展速度,是各城市的中心任务。

长三角城市经济在第一、第二、第三产业结构中,中等城市最具发展潜力的是第三产业,而第三产业结构中的体育产业的发展具有很大的“后劲”。体育产业化对当代体育运动在社会中的普及和提高,对群众体育和竞技体育的发展和进步都具有巨大的推动作用。体育产业化还有利于动员和吸引社会多种力量兴办体育和发展体育事业^[5]。体育产业是经济全球化发展过程中的一个重要产业类别,提升体育产业作为区域经济的支柱产业是体育事业改革与发展的必然趋势。世界发达国家城市体育产业已初具规模,尤其是美国和欧洲一些发达国家城市体育产业已在国民经济结构中占有一定比重。因此,在我国经济发展速度相对较快的长三角城市打造相对稳固的体育产业“链”,已具备了现实发展的社会条件与经济基础。

1.2 区位优势条件

对长三角地理、历史和经济发展的内在要素进行分析,打造长三角城市体育产业“链”的优越条件在于:长三角处于我国东部沿海经济带和横贯东西的长江经济带所形成的结构紧密的“T”字型发展态势的交接点上,地域相连、人缘相亲、经济相通、文化相融^[6],为区域体育产业“链”的形成提供了良好区位优势空间。长三角城市物质资源、资源配置和资源开发与利用处于较高水平。长三角是中国在经济全球化过程中率先融入世界经济的重要区域,16城市都列入全国百强城市,经济总量保持稳步增长。长三角城市体育经济发展模式已经形成了互补的态势。长三角体育基础设施建设力度在不断增加,一直走在全国的前列,这些投入已呈现出巨大的社会与经济效益。长三角的海陆空交通干线,成为连接区域内及区域间的纽带,有效地促进了体育资源要素的自由流动及体育产业“项群”的合理配置。江南自古就是才子之乡,长期以来长三角城市群的十分重视体育专业教育,建设了大批国内外著名体育学府,良好的发展空间和环境培养并吸引了大量的优秀体育人才和国际体育专家。长三角区位优势条件为体育产业“链”的打造提供了重要的经济发展条件;形成了城市间体育产业选择合作项目的基础;提供了体育产业“链”的良好载体;具备了优越的人文环境;并为吸收消化国外体育产业发展先进管理经验,提高城市体育产业创新能力,提升体育产业研究与开发水平,促进体育产业发展与国际接轨提供了人、财、物的保障。

2 长三角城市间体育产业发展“融合”的态势

打造长三角城市体育产业“链”,需要不断地对长三角城市体育产业进行协调、筛选、派生与整合。客观地分析长三角城市体育产业“链”形成“融合”前的态势,对于建立长三角城市体育产业“联合体”具有重要的“向心”

作用。

2.1 体育产业结构

据国际体育用品联合会的资料,目前中国生产的体育用品在世界总量中已经超过65%,中国已经成为目前世界上最大的体育用品制造基地^[7]。体育产业体系主要包括体育本体产业,体育派生产业和体育相关产业等3个方面。我国体育本体产业主要是指各类高水平的体育竞赛表演、各类体育健身服务、各类经营性的运动训练、培训、各类体育休闲和娱乐服务以及体育所创造的无形资产和体育电视转播开发等等;体育派生产业主要是指各类体育器材和一部分特殊的体育运动装备的生产、体育出版物、体育文物、一部分体育科学研究等等;体育相关产业主要是指体育场馆设施的建设、运动服装和一部分体育装备的生产等产业^[8]。改革开放30多年来,长三角城市构建了门类比较齐全的体育产业体系,基本上形成了以体育用品制造业、健身娱乐业为主,体育竞赛表演业、体育培训业、体育中介业等为辅,呈现“多业并举、同步发展”的新格局。现有体育产业经营项目已形成广泛性与层次性的特点,这为长三角城市体育产业的进一步发展夯实了基础,为长三角城市未来重点打造体育产业品牌提供了可发展空间。长三角城市体育产业经济结构中,已形成非公有制经济与公有制经济齐步发展的多元化体育产业投资新局面,体育用品制造业、体育旅游、体育彩票、体育信息产业等已初露头角。同时非公有制经济也显露出强健发展的势头。尤其是长三角城市培育了一大批经营理念新、经营结构合理、经营方式灵活、经营规模大、具有一定社会影响的健身企业,这些企业构建连锁经营网络已成为显明的体育产业特色,成为我国具有民营性质的全民健身娱乐业的“中流砥柱”。

2.2 体育产业层次

长三角城市体育产业的发展水平具有明显的层次性。分析其原因是由于各城市之间经济、社会、文化发展的总体水平不平衡,人们的生活水平、消费观念、消费水平等方面存在着一定的差距。长三角综合实力较高的城市,如上海、杭州、南京等地区,人均收入水平和消费水平较高,生活品位与生活方式表现出多样化,形成了多层次的体育消费的需求。然而,有些中小城市虽然经济发展较快,但客观上体育物质产品和体育服务产品结构单一、种类颇少,表现出对体育产业“能量”有效供给的不足;加之人们的体育消费观念较传统,从而导致中小城市体育产业的发展规模和体育消费需求市场的差异性。除此之外,各运动项目之间、体育产业类型之间的产业开发也严重失衡。这些不平衡现象分别在不同程度上制约了长三角地区体育产业未来的发展^[9]。由此,长三角城市在体育产业的规模数量、经营状况和经济效益等方面有着明显的差别,呈现明显的梯度发展。

2.3 体育产业特色

长三角各城市体育资源优势各异,体育产业会因地区需求的差异性和资源优势的区别,从而形成各自的特色。这些特色既能适应长三角各城市区域经济发展的需求,又能显现地区体育产业特色,形成体育行业优势,生成本城市的“主打产业”。

长江三角洲地区总体上处于现代工业化的中后期阶段,但地区内存在明显的发展“梯度”。这些纵向与横向连接



的“梯度”体育产业“圈”，为长江三角洲地区参与国际体育经济竞争，扮演“共同体”的重要角色。因此，只有重视城市之间的合作，才会促使该地区的体育产业资源得到合理的配置。长三角城市体育产业已初步形成特色，有国际赛事城市、国际休闲旅游城市、国际运动品牌城市等。因此，长三角各城市充分利用各自的体育资源优势，发挥特长，展现综合实力，将会有力地促进长三角城市体育产业的一体化和跨越式的发展。

2.4 体育产业组织

由于消费水平的提高、生活方式的改变及城市化快速推进的需要，发展长三角城市体育产业已成必然趋势。但目前还没有一个固定的组织体系协调长三角城市体育产业的发展。具体表现在体育产业产权关系不明确，市场资源管理配置落后，体育市场没有成为完全意义上的市场主体；体育市场管理机构多头参与、各自为政，显得市场较为混乱。建立一套责任明确、权力到位、利益明确的管理经营体制和机制，并强调运行机制的设立与改革必须与体制配套进行，就显得十分必要^[8]。所以，建立一个专门的体育产业组织已成为长三角城市体育产业发展的必要措施。长三角城市体育产业组织的构成需要由政府牵头，也可由著名企业、名牌集团发起。由长三角城市的体育产业行业组织统一确立区域体育产业管理经营体制和机制，及时解决区域体育产业发展过程中遇到的问题，在区域体育产业组织和管理中应起到枢纽、桥梁的作用，并协调体育产业企业与其他行业之间的关系。

2.5 体育产业空间

随着中国步入小康社会，社会消费结构正在发生重大变化，假日经济、休闲经济、体育旅游、健身娱乐业应运而生，一些新型、特色的体育服务项目相继拓展。服务业日益蓬勃发展，而体育产业又是服务业的一个重要组成部分^[10]。随着国家对居民假期的调整，使得人们的节假日增多，从而拥有更多的个人时间自由支配。利用假期进行购物、旅游等消费已成为一种趋势，并且这种趋势有迅速提升的迹象，假日经济已经形成并倍受社会关注。社会经济的快速发展，极大地推动了长三角地区社会生活中的自动化程度，促使人们生活方式的改变，使人们越来越感到身体健康的重要性，体育将以其独特的功能全面介入人们的日常生活领域之中，呈现社会性的多项功能。而且在经济越来越发达的长三角城市之中，参与体育运动的人口数量越来越多，休闲体育越来越普遍。因此，长三角城市发展的现代化，社会结构的优化，体育产业发展的社会空间越来越大。

3 长三角城市体育产业“链”的结构

长三角城市体育产业“链”的构建必须由相应的内容与项目来支撑，这是优化体育产业“链”的必要条件，也是体育产业与体育产业化的导向。这将引领体育产业优化与升级，有利于提升体育产业在第三产业发展中的地位。

3.1 大型体育赛事

体育产业的发展离不开大型体育赛事的经济引领作用。因为体育竞赛和表演是一种特殊的商品，承办方通过出售电视转播权、收取广告费、门票费、发行纪念币、体育彩票等获取体育产业可持续发展的资金存量。通过举办大型体育

赛事迅速提高举办城市的社会影响力、知名度，推动举办城市驰名体育企业集团或著名体育产品的产生。同时，大型体育赛事为举办城市带来丰富的旅游资源，使体育类产品及服务的消费增加。长三角城市群中上海市、杭州市、南京市都有着举办大型国内外体育赛事的经历，具有举办大型体育赛事的硬件设施和雄厚的经济实力。长三角城市联合举办大型体育赛事主要依靠国务院、国家体育总局的宏观指导与建立省级、市级政府之间的协调机制来完成。江浙沪两省一市政府应通过政府办、体育局之间建立申办世界级体育赛事的组织机构。可以借鉴日本与韩国共同举办“世界杯足球赛”的范式，采用“一方申办与两方配合”或者“多方共同申办与配合”的机制，争取成功申办大型的、有国际影响力的体育赛事，包括世界杯足球赛，并为中国第二次申办奥林匹克运动会预备城市的选择做好铺垫。通过这类大型体育赛事有效打造长三角城市体育产业“链”的形成。

3.2 体育产业市场

从培植体育产业主体层面分析，包括体育市场化引导机制的建立。优先发展体育健身休闲市场和开发体育竞赛表演市场；扶持发展体育场地服务业、体育经纪业和金融保险业；一般发展体育广告业、商品服务业、信息传播业；适度发展体育用品制造业、培训业、建筑业^[11]。总体打造培植长三角城市体育产业市场的“链条”，省（直辖市）、市（区）、县（区）三级政府可建立发展跨区域体育产业的专项资金，纳入各级财政年度预算，用于支持体育产业项目的实施。对发展跨区域体育产业的重点项目和示范工程，各级政府要给予直接投资或资金补助、贷款贴息等支持，发挥政府投资对社会投资的引导作用。培植长三角城市体育产业市场的“链条”，需要一批成熟的、具有一定规模的体育市场主体，包括体育市场需求主体和供给主体以及为供求双方提供技术等服务的市场调节组织。主要依靠社会产业组织体系的市场调节与运行机制，通过组建跨国别、跨地区、跨行业的体育产业联合体，共同开发国内外体育产业项目，诸如“体育商品交易基地”、“体育产业创新基地”、“创建国家级体育城市评选”等。

3.3 体育场馆建设

体育场馆是有形的体育市场，是发展长三角城市体育产业的主要载体。各级政府要重视现有体育场馆的开发利用与增加场馆的数量，通过扩大开放的范围，最大限度地提高场馆利用率。要树立市场化的经营观念，运用市场机制，改革经营方式，创造品牌，提高体育场馆的经济效益和潜在的社会效益。长三角城市应该建立形式多样的体育俱乐部和健身会馆，整合、盘活各类体育资源，完善体育资源信息发布制度，促进健身娱乐、竞赛表演、体育培训、体育用品市场的繁荣发展，连锁城市体育俱乐部网群，在长三角推动著名体育俱乐部的连锁建设。对长三角城市体育俱乐部进行统一规范管理，让各级体育部门和广大体育经营单位，依据群众不断增长的体育需求，积极推进各类全民健身设施对外开放，为消费者提供了日益丰富、新颖和优质的体育健身服务^[12]。通过优化城市体育俱乐部网群建设，实行在长三角城市体育俱乐部会员卡制度，只要卡上有费用，通过刷卡就能一卡走遍沪、苏、浙各体育俱乐部、健身会馆，并享有共同的优惠



政策,这样才能算是真正意义上为体育消费者提供了最优质、便利的服务。

3.4 体育彩票市场

体育彩票是体育资金来源的一条重要渠道,在国家建立彩票组织或彩票公司、完善体育彩票的管理体制的基础上,建立长三角体育彩票市场,大力发展体育彩票业,制定各种相关法律,对彩票的发行进行监督和保护,强调体育彩票市场利益共享,制定并完善长三角体育彩票利益分配方案,使长三角体育彩票的发行规模化、法制化、统一化。同时,丰富体育彩票游戏品种,优化彩票游戏结构,扩大站点布局,加强宣传培训,加大站点管理,开发衍生产品。再者,在长三角范围内,充分利用电视、广播、报刊、互联网等形式,加强长三角体育彩票的公益性宣传及彩票文化的培植,帮助彩民保持正确的购彩理念,引导彩民细水长流式地购彩。此外,客观地对长三角体育彩票进行宣传报道,严厉打击私彩。优化玩法布局结构,增加体育彩票的种类,加强公益金使用的透明度和监督管理,建立对长三角问题彩民的救助制度。做好这些方面的工作,定能使体育彩票业为长三角城市体育产业的未来发展提供实质性的帮助^[13]。

3.5 体育旅游黄金“链条”

改革开放30多年来的快速发展,以上海为龙头,苏、浙为两翼的长三角地区已经成为我国社会经济最发达、人民生活最富裕、科技文化最前沿的地区之一。该地区不仅是我国经济最发达地区之一,而且也是最活跃的旅游业地区。凭借优越的地理环境,悠久历史文化孕育的自然、人文旅游资源,挖掘民间传统体育项目旅游资源,引入时尚多元的体育商务旅游资源,推出加入高科技元素的探险旅游资源,促销体育赛事观摩旅游资源,开发大众参与的健身活动旅游资源,拓展县城、乡镇周边健身度假旅游资源,推广放松身心的休闲娱乐旅游资源。建立长三角城市旅游网络,城市之间通过旅游信息平台,加强城市旅游业的配合,形成长三角城市体育旅游业的独特优势。

3.6 体育中介机构服务

与国外相比,长三角城市体育产业的明显缺点就是体育产品的推广、策划和市场运作不完善,而这个差距,恰恰可以让中介机构和经纪人来弥补。但是,当前长三角城市体育中介机构以及经纪人的数量极少,并且不完全具备全面体育商品包装和营销推广能力。再者,这些机构分布不平衡,主要集中在上海、南京、杭州等大城市。中介机构是体育产业“链”中的重要环节,其机制、体制、管理、运行等各方面的专业水平对城市体育产业的“生成”有着特殊作用。应在现有的体育行政部门或体育企事业单位中分离出体育中介机构,在现有的中介机构中拓宽体育服务业,从而加快发展体育中介机构。从长三角体育市场的实际出发,通过组织岗位培训、在职进修以及招聘引进体育经营管理人才;通过长三角有关的体育院校设立体育经营管理专业或与财经类大学合作,开设体育MBA系列课程等途径,集中培养体育经营管理的高层次专门人才。

4 打造长三角城市体育产业“链”的路径

长三角城市体育产业“链”的打造,应把长江三角洲

体育产业建设成为资源共享、生产要素流动一体化的普及与提高的范式。这样的范式对建立体育产业结构高度化、合理化,建立竞争化、合作化、外向化和市场化运行机制,具有十分积极的现实意义。

4.1 政府提供优惠政策

现阶段,我国的体育产业还是一个新兴产业,很多制度依然不完善,长三角城市体育产业的发展需要政府去进行制度创新和政策设计,在政策和资金上给予一定的帮助。体育产业应被长三角城市各级政府纳入国民经济发展的统一规划,当地的体育主管部门应将体育产业的发展纳入中长期发展规划,长三角各级政府应着力于体育产业市场体系的完善、市场规则的制定、市场准入的引导、缩小长三角城市区域内差异。积极探索发展体育产业的新途径,形成长三角城市体育产业发展的新格局。例如,首先在体育产业用地、投资、用工、税收等方面提供有利于体育产业发展的优惠政策。其次,长三角城市各级政府可适当降低全社会已有的体育场馆设施的承包、雇佣、使用的门槛,提高运动场馆设施的利用率,在考虑场馆设施经营效益的基础上,更注重社会效益和潜在的经济效益的发挥。最后,政府部门还可以在市场准入、工商登记、固定资产折旧等方面提供惠利。

4.2 成立行业统一协会

组织与体育产业相关的各个行业,筹备长三角城市体育产业协会的成立,梳理落实长三角体育产业发展的合作协议,不断增进协会在促进本地区体育产业发展中的作用。通过深入开展长三角城市体育产业的政策研究,为建立体育产业管理机制奠定基础;通过协会就体育产业的内容达成统一意见,统一研究体育产业统计指标体系;通过协会为长三角城市相关行业之间提供更多的机会相互沟通、了解,通过不断的交流,吸收和借鉴成功经验,扬长避短,不断促进自身成长,在交往中获得更多的商业机会;协会必须大量吸收具有相关专业知识的人士加盟,并加强与政府部门之间的沟通,通过科研立项,研究解决体育产业发展中的热点问题;通过广泛借鉴国内外同行的经验,向会员传递信息;尝试举办各类活动(如联合促销、学术交流、参观考察等),扩大体育产业在社会上的影响力,使协会保持发展的活力。因此,长三角城市体育产业协会的成立利于搁置争议,能够估算本地区该行业的发展情况,动态调控长三角地区体育产业的发展,并且为建立统计指标体系提供实践经验。同时,长三角城市体育产业协会作为行业组织,对抑制不正当竞争,促进行业自律起着重要的作用。

4.3 加强产业立法机制

长三角城市体育产业发展迅猛,然而在体育产业市场竞争的过程中,也存在着一定程度的无序性发展。如体育产业服务业存在欺诈行为,体育产品的加工与生产存在侵权和产品质量低劣行为,运动竞赛与表演存在暗箱操作和伤害事故等等,这些都成为体育产业市场健康发展的消极因素。因此,根据长三角城市体育产业市场的发展实际,制定对应的体育法规与政策,已成为促进体育产业良性发展的保障。另外,长三角城市的体育产业法规急需完善。此外,体育产业的无形资产也亟待依法规范、开发和保护。如赛事承办权与冠名权、广告经营权与标志使用权、特许经营权、体育明星形象权等



无形体育资产的经营,都应该制定规范条例。只有通过建立与完善体育法律法规,长三角城市体育产业才能健康有序的发展。

4.4 扩展产业合作范围

目前,体育产业在我国虽起步较迟,但发展迅猛,在社会经济中起着越来越重要的作用。随着社会经济的不断发展和产业结构的不断调整,长三角城市的体育产业作为第三产业新的增长点已得到了各界人士的认可和重视,利用长三角城市的优势产业反哺体育产业是扩展产业合作的有效措施。加强优势企业与体育的联姻,要鼓励有实力、有前途的企业积极支持和参与体育产业发展,促进体育文化与企业文化的交融与结合,提升企业发展与体育产业发展的层次和水平,创造条件、提供机会,吸引更多的企业参与到体育产业的建设中来。如:利用发展当地优势产业积累的先进经验、管理模式、经营理念、优势人力资源等来投入到长三角城市体育产业的开发、经营与管理中;每年从优势产业利润中安排一定比例的资金投入到体育产业建设中去,加大体育产业科技开发,提高体育产品的附加值。同时,对现有长三角体育企业运行进行合作规划。近年来,苏浙沪三地经济互动开始呈现出全新格局。长三角体育产业“链”的形成,应通过行政区划、适度竞争、市场引导、市场推进等手段,实现体育企业间的产业合作。

4.5 拓展体育投融资渠道

建立多渠道的体育产业资本市场是推动长三角城市体育产业发展的重要途径。体育产业资本市场的重要标志是构建投融资体制。把现代金融业有效融入长三角体育产业发展中去,拓展体育产业投融资渠道,必须通过行业与区域协作,实施投资结构多元化,改变投资环境,放宽投资市场准入条件,广开门路筹集体育产业发展资金。如体育证券与股票、体育产业风险投资、体育基金、体育保险、银行贷款、资金信托、体育赞助以及体育彩票等。要本着“多方投入,风险共担,利益共享”的市场化运作原则,利用长三角城市不同体育产业资本市场投融资主体的积极性,实现体育产业投融资渠道的多元化。建立长三角城市体育产业基金投资机制,政府制定体育产业投融资优惠政策,引导和吸引民间资本和社会待消耗资金投入体育产业市场,鼓励社会团体与组织及个体以资金、信息技术、管理模式等各种资本形式投入体育产业市场开发与经营管理之中。

4.6 构筑体育人才“高地”

高素质的体育产业经营管理人才队伍是我国体育产业持续、快速发展的基本保证和重要前提。然而,体育经营人才的缺乏,使得长三角城市很多产业项目无法开发,无法达到更高级的产业层次。长三角城市可以通过高等院校设置体育产业专业,开展多途径、多形式的体育产业经营管理人才的培训,尽快提高长三角城市从事体育产业人员的整体素质。要加强长三角城市高校之间的合作,根据社会需求拓展高校体育专业方向,加强社会体育专业建设和社会体育人才培养基地建设。要通过高校的有效资源,构筑长三角城市体育产业人才信息平台,开展体育产业人才交流。要建立由国家体育总局管理的体育行业职业资格证书制度。以

制度为引导,通过专业培训、岗位培训、在职进修、招聘引进等多渠道培养和造就高层次的体育市场经营管理的专门人才。

4.7 世博会的动力支撑

世博会就是一个全球性的、规模很大的综合性博览会,不仅给参展国家带来发展的机遇,扩大国际交流与合作,促进经济的发展,而且给举办国家创造巨大的经济效益和社会效益,宣传和扩大了举办国家的知名度和声誉,促进了社会的繁荣和进步。世界博览会与奥林匹克运动会和世界杯足球赛被世界公认的全球三大顶级盛事,其它两项都是与体育相关的,可以认定世界博览会也应涵盖体育的元素,因为,当今世界在和平和发展主题引导下,文明与进步、科技与创新都离不开世人对体育的需求,世界博览会参展的项目中也应包含着大量的体育产品。上海世博会的举办将推动长三角地区的进一步融合发展。长三角地区各城市间,按照机遇共抓、资源共享、主题共议、活动共办和声势共造的态度,为实现长三角体育产业科学发展、和谐发展、率先发展和一体化发展提供了难得的机遇。因此,要以世博会为动力支撑,尽快建立长三角城市体育产业与体育产业化的示范区,以推动国内体育产业又快又好的发展。

参考文献:

- [1] 李京文. 中国区域经济发展格局的演变趋势与城市群的建设及其对国民经济增长的影响——以长江三角洲为例[J]. 中国城市经济, 2007(03): 12-24
- [2] 李岱云. 对税法促进长三角区域协调发展的思考[EB/OL]. http://www.cftl.cn/show.asp?c_id=24&a_id=7311
- [3] 长江三角洲地区经济增长状况[EB/OL]. <http://zhidao.baidu.com/question/55167265.htm> [2008-5-29]
- [4] 吕永霞, 吕永成, 聂丽. 长三角城市经济发展的模糊聚类分析[J]. 广西科学院学报, 2006, 22(3): 169-170.
- [5] 梁晓龙. 体育产业化——当代中国体育若干基本理论问题探讨之十[J]. 体育文化导刊, 2004, 2: 4-8
- [6] 程工. 长江三角洲区域一体化趋势分析[J]. 江苏商论, 2008(4): 152-154
- [7] 龚建林. 我国城市体育产业的发展现状及其趋势[J]. 体育科技文献通报, 2007(10): 13-14.
- [8] 梁晓龙. 对当前我国体育产业发展若干问题的思考[J]. 体育文化导刊, 2005, 1: 3-7
- [9] 王子朴. 现阶段我国体育产业相关理论创新问题研究[J]. 上海体育学院学报, 2006, 30(6): 7-8.
- [10] 陈颖川, 吉建秋, 吴明. 大众体育主体归位的运行基础及其社会性建构研究[J]. 天津体育学院学报, 2005, 20(5): 59-62.
- [11] 曹可强. 体育产业概论[M]. 上海: 复旦大学出版社, 2004, 2: 206.
- [12] 加快无锡体育产业发展的对策与思考[EB/OL]. <http://www.xici.net/b349719/d24157930.htm> [2004-12-1]
- [13] 杨耀华. 我国体育彩票发展策略研究[J]. 体育文化导刊, 2009(2): 45-46.

(责任编辑: 陈建萍)