



体育赛事增加值的核算

孙胜男, 李南筑, 黄海燕

摘要: 体育赛事本身所具有的外部性以及公共产品的性质, 直接影响了体育赛事统计中增加值核算方法的选择。根据该性质对体育赛事的统计单位进行归类, 并提出增加值核算的两种方案以及对体育赛事统计的相关建议。

关键词: 体育; 赛事; 统计; 增加值

中图分类号: G80-05 文献标识码: A

文章编号: 1006-1207(2008)05-0041-03

Accounting of Sport Event Added Value

SUN Sheng-nan, LI Nan-zhu, HUANG Hai-yan

(Shanghai University of Sports, Shanghai 200438, China)

Abstract: The externals and the nature of public goods of sport events directly affect the selection of the added value accounting measures in sport event statistics. The article classifies the statistics units of sport events according to the nature. It puts forward two ways of added value accounting and the relative suggestions regarding sport event statistics.

Key words: sport; event; statistics; added value

2008年奥运会在北京举办圆满成功, 我国体育产业发展迎来了前所未有的发展机遇, 对我国体育产业的发展现状进行统计, 掌握我国体育产业的总体规模、运行规律、对国民经济的贡献率等方面的数据信息显得尤为迫切。1997年以来, 在国家体育总局指导下, 浙江、上海、天津、四川等省市先后开展体育产业统计试点工作, 在此基础上, 2006年国家体育总局联合国家统计局启动了体育及相关产业统计的课题研究。而体育竞赛表演业作为体育产业的核心产业, 对其的统计也处于体育产业统计的重要地位。

目前, 我国对体育赛事的统计反映在体育事业统计中, 仅包括举办运动会的次数和参赛人数的统计, 部分省市补充统计了赞助性比赛的次数和赞助经费的数量。但从总体来看, 目前的统计未能较全面地反映体育赛事的经济活动内容。目前部分省市出台了“体育赛事的举办单位在比赛结束后需向体育行政部门提交竞赛情况总结、成绩册和具有审计资格的机构出具的竞赛经费收支审计报告”的相关规定, 为赛事统计尤其是增加值核算提供了可能途径。体育赛事作为一类特殊事件, 在我国目前的状况下, 具有公共产品和外部性的特征, 对其的统计也具有一定的特殊性。

1 体育赛事的外部性及公共产品的性质

体育赛事具有公益性和私人性, 公益性表现在公共产品和外部性, 如大型赛事有助于提升国际国内的形象和地位。私人性又体现在市场的收入和支出, 例如赞助收入, 门票收入等。

1.1 体育赛事的外部性

曼昆的《经济学原理》中给出的外部性的定义为: 外部性是一个人的行动对旁观者福利的影响。如果对旁观者的影响是

不利的, 就称为“负外部性”, 如果这种影响是有利的, 就称为“正外部性”。也可以认为在市场中, 当消费者的福利或企业生产可能性直接受到经济中另一个主体行动的影响, 而这种影响又没有通过市场价格反映出来时, 就产生了外部性。外部性的产生一定是能同时生产出多种产品或产品包的条件下, 其中至少有一种基础性的产品是市场调节的, 而衍生(或附带)品中至少有一种是非市场调节的, 此时, 就称为“存在外部性”。反之, 若全部产品都不能市场调节, 或全部产品都能市场调节, 均不可能有“外部性”。

体育赛事所存在的外部性是正外部性, 很少除个别情况(如出现意外伤亡)外几乎没有负外部性。而正外部性的收益无法体现为供给主体的收入。如因体育赛事的举办提升俱乐部大股东的知名度、宾馆业、餐饮业的销售以及城市知名度的打造。因此该外部性用市场交易的价值量无法衡量得出这些服务对社会产生的实际影响。

按照以上依据, 不是所有的体育赛事都存在外部性, 例如以下赛事: 小型赛事存在的不能市场调节的产品由于不易察觉可忽略不计外部性的存在; 商业性体育赛事中可观察到的产品和副产品均已市场化, 外部性也可忽略不计; 存在外部性的赛事一类是大中型体育赛事中主产品是市场调节, 而副产品无法进行市场调节的赛事, 如目前的上海大师杯网球公开赛, 上海F1大奖赛。

1.2 体育赛事公共产品的性质

提供公共产品是政府的重要职能, 公共产品的两个定义特征——消费的非竞争性和非排他性, 并且二者是等价的, 任何产品只要具备了其中一个特征就可以界定是否属于公共产品。非排他性就是公共产品一旦被提供出来, 就不可能排除任何人对他的不付代价的消费, 供给方的边际收益等于零。非竞争性等价于社会边际成本为零, 是指一旦公共服

收稿日期: 2008-08-20

基金项目: 国家哲学社会科学基金资助项目(07BTY009)。

第一作者简介: 孙胜男(1984—), 女, 在读硕士研究生, 主要研究方向: 体育经济学。E-mail: cclaccla331@msn.com。Tel: 021-51254727

作者单位: 上海体育学院 体育赛事研究中心, 上海 200438



务被提供,增加一个人的消费不会减少其他任何消费者的受益,也不会增加社会成本,其新增消费者使用该服务的边际支出为零,因此有非竞争性的产品只能是无形产品。体育赛事的基础产品是体育比赛的信息服务,通过现场表演和直播表演的形式提供,这种信息服务是公共产品,而衍生品中如体育赛事纪念品、电视转播权、冠名权等大多属于私人产品,因此体育赛事属于较大公共产品性质的混合产品,不同的体育赛事的公共产品性质的程度是不同的。需要结合赛事规模、主要需求者的目的和需求的迫切程度等因素具体问题具体分析。特别是从传统的计划经济转变到社会主义市场经济的过渡时期,政府对体育赛事的管理有一定的特殊性。

公共产品是外部性的一种特例,当一个人创造了一种有益于经济中每个人的正的外部性的时候,就是纯公共产品。一些体育赛事的正外部性中具有非竞争性的产品,属于公共产品。如体育赛事提升城市价值的作用以及体育赛事对引导群众参加体育活动的示范作用。

2 体育赛事GDP核算归类以及增加值核算的初步方案

增加值的基本含义与国民生产总值核算中的相应指标一致,在我国的统计制度中,按照同质性的活动划分国民经济行业,国内生产总值生产核算是按行业计算增加值,对行业的增加值核算一般落实到法人单位或者产业活动单位。因此,目前国内生产总值的核算首先确定填报单位的统计类别,然后根据该行业类别单位的适用的核算方法、该单位的财务状况表中的相应项目计算而成。

体育赛事由于举办赛程大都在一个月以内,其经营活动的时间不定,按照统计年度来归类时,可依据赛事结束的时间界定。因此,赛事的举办单位一般为临时机构,并且这些举办单位的主营业务或者主要职能不是体育赛事运作,所以体育赛事的相关统计无法按照常规的统计制度落实到该举办单位,因此通过建立体育系统内赛事统计制度,以赛事活动为统计对象,将统计工作落实到赛事的举办单位。

对体育赛事进行增加值核算,首先依据体育赛事举办单位的性质进行归类;再者确定该类单位的GDP核算方法;最后依据核算GDP和具体要求设计财务状况指标统计报表。

2.1 体育赛事增加值核算的归类

2.1.1 目前国内GDP统计对象的理论分类(SNA1993联合国国民经济核算最新标准)

图1中,市场生产是有明确的产品和市场交易的价格、交易价格能反映生产的成本和消费者偏好。而非市场生产:(包括货物和服务):由一般政府和为住户服务的非营利性机构的免费或没有经济意义的价格提供给住户或全住户的服务。



图1 我国GDP统计对象的理论分类

Figure 1 Theoretical Classification of Statistics Objects of GDP in China

2.1.2 目前统计报表中服务类行业的GDP统计对象分类

目前统计报表中服务类行业中的非营利性服务单位的统计可参照行政、事业单位增加值核算,对于营利性服务单位的统计可参照服务业增加值的核算。

2.1.3 文化产业统计研究资料中对文化服务行业的GDP统计分类

体育产业活动的统计可参照文化产业统计的相关经验,文化服务行业的增加值的统计分类为两类:执行企业会计制度的文化服务业和执行行政事业单位会计制度的文化单位。

2.1.4 对体育赛事GDP统计对象分类的可能

根据体育赛事的外部性和公共产品的性质,不同的赛事的外部性和公共产品的性质是不同的。因此,目前我国举办的体育赛事有可能纳入统计范围可以分为两类:

第一类为部分体育系统内主办的赛事,较少涉及市场运作的赛事活动可以完全归为非市场服务。非市场服务没有价格或者价格不反映供求关系。非市场服务具有明显的外部效应和公共产品的性质。如统计中将所有的赛事归为该类赛事,则统计可以采用对非市场服务的核算方法。

随着赛事运作市场化的加快,部分主产品正在向市场调节过渡的赛事。第二类赛事主要为一些具有市场运作的大中型赛事,部分主产品已经是市场调节,因为外部性的存在,市场交易价值无法完全反映这些服务对社会产生的实际影响,价格不能准确反映服务价值的变化,这类赛事依然具有一定的外部性和公共产品的性质。

因此,可以依据实际情况,将统计中的赛事归为两类,尤其是依据体育赛事的主办主体,通过按照执行企业(市场生产)和行政事业单位(非市场生产)两种办法,来核算体育赛事的增加值。

对体育赛事GDP统计对象的分类的可能方案有两种:

(1) 全部归为非市场生产单位的体育赛事的核算方案

(2) 如文化产业意义一样分为两类:企业(市场生产)和行政事业单位(非市场生产),部分赛事执行针对企业性质的统计,部分赛事执行针对行政事业单位性质的方案。

2.2 体育赛事GDP核算方法

2.2.1 三种国内GDP核算方法

(1) 生产法: $GDP = \text{总产出} - \text{中间投入}$,适用于农林牧渔业、工业、建筑业、运输邮电通信业、批发零售业、餐饮业等

(2) 收入法: $GDP = \text{劳动者报酬} + \text{生产税净额} + \text{固定资产折旧} + \text{营业盈余}$,适用于保险业、房地产业、国家机关、党政机关和团体、其他行业(卫生文化和体育等)

(3) 支出法: $GDP = \text{消费} + \text{资本形成} + \text{净出口}$
 消费 = 居民消费 + 政府消费

2.2.2 依据收入法核算体育赛事的增加值

该方法主要适用于上述的分为两类(企业和行政事业单位)的核算方案,主要依据体育赛事举办人所适用的会计制度来进行区分。

(1) 行政、事业单位增加值核算,适用体育赛事的非市场生产单位

增加值 = 固定资产折旧 + 工资及福利 + 税金

= 固定资产折旧 + 基本工资 + 补助工资 + 其他工资 + 职工福利费 + 社会保障费 + 销售税金



(2) 服务业(营利性单位)增加值核算,适用体育赛事的市场生产单位

增加值=固定资产折旧+税金+工资及福利+营业利润
=固定资产折旧+营业税及附加+税金+劳动、待业保险费+住房公积金+工会经费+排污、养路费+营业利润+应付工资总额+应付福利费+增值税

对比两类单位的增加值核算:除一些小项目外,基本公式的差别仅在于营业利润的项。

2.2.3 对于归为非市场服务的体育赛事核算

非市场服务单位中的3种服务业的GDP核算,是采用投入替代法,而增加值的核算是通过总产出减去中间投入得出。对于非市场产品而言,由于不存在价格,所以无法通过购买者的价格支部分形式来核算,按目前国民经济核算方案,通过非市场服务机构各分解部门的产出计算方法归结出该公式:总产出=经常性业务支出+固定资产折旧。经常性业务支出加上固定资产折旧后为非市场服务提供过程中的投入总量,也是保障这项服务提供的必要投入,因此,可以将非市场服务产出时的计算思路归结为:用投入总量替代产出总量,即投入替代法,则GDP=总产出-中间投入=总支出-中间投入。

该方法适用于3种服务业(教育、文艺及广播电影电视业、卫生、体育和社会福利保障业、科学研究和综合技术服务业)(不含企业和企业管理的事业单位)的总产出核算。非营利性单位的中间投入指非营利性单位从事业务活动所消耗的物质产品和服务。具体包括办公费、水电费、邮电费、公用取暖费、燃料费、修理费、租赁费、价值易耗品、材料费、印刷费、书报费、运输费、仓储费、保险服务费、管理费、宣传广告费等。

因为体育赛事的基础产品是提供服务,直接提供给消费者,不能用于再生产,因此非市场服务产出是构成最终消费支出的产出,而非中间消耗,所以,非市场服务产出测算的只是服务本身产生的生产成果。

基本公式:GDP=总收入-中间投入
总投入=总支出(投入替代法)
GDP=总支出-中间投入

体育赛事的总支出包括:体育事业支出中的体育竞赛费,场地租赁费、业务活动费等体育赛事总的投入。中间投入指为办赛事的外购物质和服务的全部支出,包括比赛所需的办公费、水电费、邮电通讯费、机车修理费、人员差旅费和交通费、服装费、保安费、印刷费、奖品费、医疗卫生材料费等等。

针对该类赛事的统计中需要说明以下几点:

(1) 因为体育赛事本身的外部性和公共产品所导致的公益性,各级政府大多都会给与体育赛事政府补贴,是政府购买了体育赛事的这种公共产品,而不是仅仅的转移支付,因此政府的投入应算在总产出里面,不能从中间投入中减除。

(2) 场地租赁费用是指为场馆及辅助设施租赁费,算作固定资产折旧里面,算作赛事投入的一部分。场地租赁费用=虚拟租金+自有固定资产折旧分摊(比赛使用自有场馆)。

3 结论与建议

3.1 结论

3.1.1 体育赛事具有一定的外部性和公共产品的性质。在目前我国举办的体育赛事中,这种特性在实际的增加值核算中不容忽视。

3.1.2 根据不同的体育赛事的外部性和公共产品的性质,可以将体育赛事的统计对象归类分为两种核算方案:第一种方案是全部为非市场生产单位的体育赛事的核算方案,第二种方案是参照文化产业分为两类:企业(市场生产)和行政事业单位(非市场生产),部分赛事执行针对企业性质的核算,部分赛事执行针对行政事业单位性质的方案。

3.1.3 两种核算方案采取不同的核算方法,执行将体育赛事全部归为非市场生产单位的核算方案可以采用生产法,而统计两种性质的体育赛事举办单位的方案采取收入法比较合适。

3.2 建议

3.2.1 可根据不同的实际情况,参照各个地区的体育赛事的举办情况和特点,选取采用两种核算方案中的一种。

3.2.2 体育赛事统计报表的设计,可以通过设计体育赛事财务状况表(分执行企业会计制度或非企业会计制度两类)两张表,选取能进行体育赛事增加值核算的财务指标。体育赛事报表设计后可选择典型赛事进行试调查,并根据调查所遇到的问题修改报表;通过在部分省市进行体育赛事统计的试点工作,检验体育赛事统计的实施工作。

3.2.3 对体育赛事统计报表的指标的设计须在围绕增加值核算的同时,增加一些反映体育赛事业务活动和就业状况的指标。指标设计注重可行性和预见性,立足于体育竞赛表演业的发展现状,并能反映体育赛事的发展趋势,所统计的内容能为政府决策服务,指导今后的竞赛表演市场的规范化和产业化。

3.2.4 对体育竞赛表演业的统计可在对体育赛事统计的基础上进行推算、估算和测算,有利于对我国体育产业中的重要业态——体育竞赛表演业对国民贡献率的把握。

3.2.5 对我国体育赛事统计制度的设计值得进一步研究,可将其纳入体育事业统计制度并通过赛事的审批渠道开展统计。

参考文献:

- [1] 李南筑 袁刚. 体育赛事经济学[M]. 上海:复旦大学出版社, 2006:66-84.
- [2] 蒋萍等. 非市场服务产出核算[M]. 北京:中国统计出版社, 2005:30-36, 94-99
- [3] 徐宪春. 中国国民经济核算与分析[M]. 北京:中国财政经济出版社, 2001: 13-20, 30-34.
- [4] 黄恒学. 公共经济学[M]. 北京:北京大学出版社. 2002:100-103
- [5] 朱之鑫. 国家统计局报表制度主要指标解释[M]. 北京:中国统计出版社, 2002:1-6
- [6] 文化产业统计研究课题组. 文化产业统计研究资料汇编[R]. 2005:84-85
- [7] [美]曼昆. 经济学原理[M]. 北京:三联书店, 北京大学出版社, 2000: 210, 230-237

(责任编辑: 陈建萍)