

加入 WTO 后中国体育产业面临的挑战与对策

卢大学

(暨南大学 体育部 广东 广州 510632)

摘 要 通过分析我国加入 WTO 后中国体育产业面临的挑战,提出了进行宏观调控、扩大体育产业内部需求、大力培养人才、努力推进科技进步等对策,从而进一步提高体育产业的竞争力。

关 键 词 :世贸组织 ;体育产业 ;中国

中图分类号 :G80-05 **文献标识码** :A **文章编号** :1006-7116(2002)05-0031-03

On China's entry into WTO and its impact on domestic sports industry

LU Da-xue

(Department of Physical Education, Jinan University, Guangzhou 510632, China)

Abstract :By analyzing the impact and challenges confronted by the domestic sports industry after China's entry into WTO, the author thinks that we should exert more macro control on sports industry, expand its internal demand, train talents and vigorously push forward science and technology. Only in this way can sports industry be developed more quickly and its competitiveness improved.

Key words :WTO ;sports industry ;China

2001年9月18日,中国加入世界贸易组织的所有法律文件在日内瓦获得通过,同年11月10日,在卡塔尔首都多哈通过了中国加入世界贸易组织的决定,中国正式加入世贸组织。加入WTO,对我国进一步改革开放,与世界经济接轨,加速经济全球化的进程,提高我国的综合国力,带来了难得机遇,必将促进我国体育产业的发展,提高我国体育产品生产及服务的竞争力,提高我国体育产业整体水平。

1 加入 WTO 对国内体育产业的影响

1.1 对传统观念的影响

WTO的世界多边贸易体制是以市场经济为基础,强调竞争与市场机制的作用,它要求各国依靠法律、法规来管理经济,产品的价格由自身价值与市场供求决定。加入WTO,意味着我国对外政策必须进行调整,按照国际惯例进行转变,首当其冲的是传统观念的转变。长期以来,我国采用政策补贴保护某些出口服务的办法,以及用指令性计划规定进口限额和市场准入的做法,与市场经济体制不一致。特别是体育产业现行的有关政策法规以及制度标准,不符合国际惯例。管理体制和运行机制不完善,相关的政策和法规建设严重滞后,如在体育彩票的销售中,目前发达国家政府多采用招标的方式,企业负责彩票的销售^[1]。政府统一管理,制定政策和法规,而企业负责发行运作,承担市场风险。政府与企业应是合作伙伴关系,政府掌舵,企业划桨,各负其责。而

我们现有体制是政府既掌舵又划桨,政企不分,角色混淆,职能错位。

1.2 对国内体育产品和产业的影响

中国加入WTO,意味着国内市场更具自由交换与非歧视性质,我国体育产品的保护程度将比市场开放前大大降低,竞争压力加大。国外新型的体育娱乐项目、体育俱乐部的管理模式将对我国体育产业形成一定的冲击,更多国外体育产品、体育器材设施深入国内市场势不可挡。国外体育产品的进入势必打破国内市场原有的供求关系,部分国外产品趁势跻身于国内市场。加入世贸后,国外的体育产品、资金、经营方式、先进技术,将进入中国参与体育市场的竞争。国外先进的管理模式为我国体育产业的发展提供了参考起到示范作用,必将推动我国体育产业改变传统经营管理模式,向现代体育产业经营管理水平看齐。另外,还有利于我国体育产业走出国门,拓展海外体育市场,为实现体育产业跨国经营提供机会。借助国外的体育市场,创造支柱产品,培育我国体育产业的龙头。使我国的跨国体育产业得到较快的发展,体育产业规模得到扩大。

1.3 对体育产业服务贸易的影响

国外的体育服务业在长期竞争中已经形成一套成熟的服务管理规范和服务文化,而这方面我国还存在相当大差距。加入世贸后,体育教育与信息产业,体育产品与售后服务,劳务输出及中介产业得到进一步发展,有助于中国服务

业摆脱封闭发展的状况。同时,中国可以吸引大量外资、先进技术和管理经验,从外国的直接投资所引起的技术转让中获得益处。外国一旦对中国的服务产业进行直接投资,它们在服务业中使用的技术就会通过中国雇员的在职培训,使中外双方共同占有信息。这将使国内低效益的服务业得以优化,并培育新的服务产业。在服务业引进外资会带来其它产业的连锁效应。服务业跨国公司的进入,会改善落后的基础设施和投资环境,促进我国的服务出口。体育服务作为服务性行业的一种业务,其竞争的实质是服务质量的竞争。实际上,我国体育服务与国际上的差距更多表现在服务质量上。比如国外的体育用品与售后服务能有机的结合在一起,并把服务贸易作为利润的重要来源。国外的体育服务业在长期的竞争中已经形成了一套成熟服务管理规范和服务文化,在体育服务业上对我国体育服务业形成强有力的竞争。如在海外,1984年耐克公司成功推出美国NBA球星乔丹,凭借乔丹的巨大感召力,使得耐克运动鞋销售节节上升^[2]。体育广告在体育产业中的比重不断加大。1987年美国体育运动的产值达472亿美元,而广告就占了36亿美元。

1.4 促进国民经济的发展

加入WTO后,我国可以享受多边的、无条件的和稳定的最惠国待遇,使国内体育市场的对外贸易大大提高,国内体育产品的出口在最大范围内获得有利的竞争条件,促进了出口贸易的发展。我国一些在国际市场上具有相当优势的体育产品将扩大出口,由此带动体育产品行业的发展,促进我国体育产业化的进程。我国体育服装、中低档体育用品有一定的竞争力,在没有加入世贸前,这些产品已经在国际市场上占有相当的市场份额,这是在发达国家和其他发展中国家比较高的关税水平下取得的。取消了关税和配额限制后,降低了产品成本,有利于扩大产品的竞争力。在保持国际市场上占有相当的市场份额基础上,必将加大中高档体育用品的开发生产,提高体育产业的资本盈利能力。

随着国民经济持续增长和产业结构的进一步优化,体育产业进入一个快速发展时期。发展体育产业,拉动内需,刺激消费成为新的共识,加快体育产业的进程成为体育改革的重要内容和方向。从1994年国务院发行体育彩票到2000年10月,全国共发行体育彩票167亿元,彩票公益金收入达50多亿元,其中60%用于全民健身计划,40%用于奥运争光计划^[3]。1996年以来,通过出售电视转播权、竞赛活动冠名权、举办权和经营权,以及开发各类体育项目组织、团队名称、标志的专有、特许使用权和经营权、体育广告代理权等活动,体育产业经营取得显著效益。仅国家体育总局所属运动项目管理中心1996~2000年收入达181342万元。在无形资产开发方面,1996年亚特兰大奥运会中国体育代表团共获赞助4000多万元;1998年亚运会获赞助收入3800多万元;2000年悉尼奥运会获赞助收入8000多万元。

2 加入WTO后体育产业面临的挑战

2.1 面临跨国公司的挑战

全球最大的500家跨国公司中,已有400家在华投资。

全球体育用品企业产值前10名全数进入中国,年产值超过10亿美元的公司全部都到我国经商^[4]。美国、日本和德国的公司占了较大比例。这些公司大多数完成了向信息经济的调整,建立了现代企业制度,国际能力不断上升。这些公司凭借厚资金和技术优势,依托品牌战略,几乎占领了我国高档体育用品市场和1/3的中档体育用品市场,在满足我国消费需求的同时,也极大的限制了民族产业的发展空间,使民族体育用品业面临巨大的挑战。

2.2 对体育产业及体育市场的冲击

从国内体育产业已经形成的体系来看,极少考虑国际市场的竞争因素,在国内外市场长期隔离的条件下,一些国内较成熟的产业,一旦放在开放的世界统一大市场条件下,就可能成为落后产业,真正有竞争力的产业微乎其微,短期内各类产业都会受到不同程度的冲击。加入世贸后,国内市场将出现国际化趋势。和国外相比,我国的体育产业发展远远落后,比如目前我国有2万多条保铃球道,这些设备95%来自美国,国产化水平相当低^[5]。大量的体育器材,如高尔夫、保铃球设备,由于国内技术不过关,导致大量进口。进口意味着国外产品占领了我们市场,减少了我们的就业和生产。发达国家已经建立形成了比较完善的各种体育经营实体,各种体育俱乐部遍地开花,体育活动已纳入市场化轨道。小小的一家足球俱乐部的年营业额高达几千万、上亿美元。现代体育的观赏性、信息传播性和高利润性得到人们的高度重视。我国近年来虽然也成立了许多俱乐部,但与发达国家和体育产业健康发展还相差很远。据统计,美国每天有5家健身中心开业,全国参加健身活动的体育人口高达60%以上,体育产业总值达到630亿美元^[6]。而我国体育产业的经营收入微乎其微,甚至是入不敷出,成本投入远大于收益,导致体育经营实体惨淡经营,举步维艰,严重影响了中国体育产业的健康发展。

2.3 对知识产权的挑战

由于我国市场法律体系不健全,体育产权关系不明确,管理混乱,体育市场自我保护能力较弱,缺乏服务业方面的立法,假冒产品及不正当竞争较普遍,给企业和国家带来较大损失。国外许多大公司,如美国可口可乐、日本柯达公司,愿意斥巨资赞助体育比赛,换取体育竞赛无形资产会徽、会标、标志物、图案、图片等的使用权,以取得较好的经济效益^[7]。而我国在这方面重视不够,造假猖獗,损害了无形资产的开发,给国家造成了损失。加入世贸后,我国应在产品的开发、商标的注册、知识产权的保护上加大力度,逐步完善市场规则和法律体系,在符合国际规则的情况下促进体育市场的规范与发展。

2.4 对体育产业营销与管理的挑战

长期以来,我国体育健身、中介服务、体育产品售后服务、体育信息业缺乏市场化和国际化经营的经验和能力,服务营销与管理的约束和方式都非常落后。而在发达国家包括一些新型工业化国家,为适应市场国际化和竞争的客观要求,其服务业已经市场化和产业化发展阶段,并通过综和运用计算机、通讯网络和标准化等高科技,建立起了一套完整

的服务营销网络及管理体系^[8]。因此在服务贸易自由化的过程中,我国将面临营销体系不完善和管理水平落后的严峻挑战。

3 体育产业发展对策

3.1 确定体育产业发展战略,完善管理体制

在遵守 WTO 原则的基础上,政府应以改革经济体制入手,调整不适应 WTO 的体制、政策,减少体育产业“入关”的冲击,建立现代企业制度,建立和完善全国性的组织机构,综合各部门的体育产业管理职能,全面组织和引导体育产业发展。企业应根据体育产业国际化发展趋势,认真总结体育产业发展的成功经验与不足之处,制定适合产业升级,又注重国际化的发展战略纲要^[7],在开放市场下加快产业发展步伐。政府部门应及时调整管理方式,建立并完善适应市场经济及产业国际化发展的新型管理体制。加大法规、法制的建设,明确产权职责,树立全球的观念。加强产品质量,加强知识产权的保护。建立信用体系,充分利用 WTO 规定的 5 年过渡期,为我国体制改革走向世界做好积极的准备。

3.2 开拓体育产业市场,扩大体育产品内需

随着关税的降低,国外产品将大量进入国内市场,面对这种压力,我们要抓住机遇,迎接挑战。企业应从我国经济发展不平衡和体育观念意识的差异等现状出发,实施不同的开发战略。对经济发达的东南沿海地区和大中型城市,应考虑产品的更新换代或生产进口替代型产品。经济欠发达的中西部地区和农村则以初级产品为主,并努力实现东西部优势互补,有层次的拉动不同区域的需求^[9]。企业的创新能力是企业竞争的核心。体育企业要尽快建立起技术、开发中心,增加技术开发投入,吸引和培养具有创新能力的体育科技人才,研究开发具有自主知识产权的核心技术和主导产品。企业要提高产品的科技含量、服务质量,通过兼并租赁和品牌输出、技术输出和管理输出等手段发展壮大。要根据消费者不同的年龄、不同的职业、不同的收入水平、不同的兴趣爱好,开发出不同层次的体育消费需求。根据当地情况开发传统健身项目,如球类活动及健身咨询、辅导等。

3.3 加强人才培养

加入 WTO 后需要一大批既懂体育专业、法律,又懂经济管理的复合型人才,体育产业要发展必须大力发展这方面的人才。我国的体育市场还很不成熟,这方面的人才还相当匱

乏,要想使我们的体育产业走向世界,加大人才的培养是非常重要的。体育学院和综合大学的体育院系要利用各自的优势,有重点的转移培养方向。所以必须从学科设置上进行改革,加大经济、法律的课程设置,向国内企业和政府输送合格人才。同时引进人才市场化,吸收各种专业人才到体育产业来,提高体育产业人才素质。

3.4 大力发展科技,促进成果转化

体育产业要发展,必须借助高科技,先进的体育器材设备,可以大大提高运动训练,健身娱乐,体育教学等方面效果。国外游泳运动员运动服装的改进,对游泳的提高有极大帮助。高科技的运动鞋,对提高专门的运动需要带来质的变化。要想使体育产业得到极大发展,科技进步是动力。扩大投资渠道,鼓励民间投资投资体育产业,可以允许民间企业参与体育基础设施建设。鼓励高校与民间实体进行高校科技产业化。加速体育科技产业化发展,鼓励个人对体育娱乐设施投资,加快体育科技成果产业化。

参考文献:

- [1] 朱小明. 我国体育彩票发展对策研究[J]. 体育科学, 2002, 22(2): 2-4.
- [2] 张 鲲, 隋党臣. 加入 WTO 与我国体育用品跨国经营的对策研究[J]. 体育文史, 2000(6): 15-7.
- [3] 国家统计局. 2001 中国发展报告[M]. 北京: 中国统计出版社, 2001: 223-224.
- [4] 叶德初, 王 蓉. 我国体育用品业未来发展走向初探[J]. 武汉体育学院学报, 2001, 35(5): 39-41.
- [5] 马晓河. 我国体育产业发展与产业政策选择[J]. 体育文史, 2000(1): 8-10.
- [6] 常乃军, 姚建军. 试论体育产业的健康发展[J]. 体育文史, 2000(3): 17-19.
- [7] 史 兵, 张 鲲, 张西平. 入世后我国体育产业发展战略研究[J]. 西安体育学院学报, 2001, 18(1): 22-24.
- [8] 陈红蕾. 国际贸易学[M]. 广州: 暨南大学出版社, 2001: 316-318.
- [9] 徐伟宏, 赵海燕. 加入 WTO 后我国体育产业面临的机遇与挑战[J]. 武汉体育学院学报, 2001, 35(5): 42-45.

[编辑: 邓星华]