

Research on the development of sports economy from the perspective of information economy

Jia Fei

Nanjing Sport Institute, Nanjing

Abstract: This paper analyzes the information economy in our country at present the advantages and disadvantages of sports economic development, then discusses the sports target, emphasis and path of economic development in China, and the preliminary build the framework of sports economic development in China, and puts forward some countermeasures for promoting the economic development of our country sports government and enterprises.

Key words: Sports; Information economy; Strategy; countermeasures

Received: 2019-06-20; Accepted: 2019-07-01; Published: 2019-07-07

基于信息经济视角下的体育经济发展研究

贾 飞

南京体育学院，南京

邮箱: jiaf333@hotmail.com

摘 要: 文章首先分析了我国目前信息经济体制下体育经济发展的优势与劣势, 然后探讨了我国体育经济发展的目标、重点以及途径, 进而初步构建了我国体育经济发展的框架, 并提出了一些促进我国体育经济发展的政府对策与企业对策。

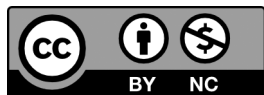
关键词: 体育; 信息经济; 策略; 对策

收稿日期: 2019-06-20; 录用日期: 2019-07-01; 发表日期: 2019-07-07

Copyright © 2019 by author(s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



随着体育产业的进一步发展, 体育市场的竞争已经转化为信息资源的竞争, 知名度、美誉度、全球服务、全国连锁成为体育企业追逐的目标, 体育竞赛信息、体育人才信息、体育彩票信息、体育健身信息、体育娱乐信息等成为一种

商品,进入流通领域,体育信息经济正逐渐成为体育经济发展新的增长点。目前,国际知名的体育企业已基本完成网络化建设,并积极进行多方面的市场经营与合作。相比之下,我国体育行业的信息化建设起步并不晚,但在许多体育部门与企业之中,计算机只是一种摆设,没有很好地利用网络,体育信息数据库建好之后没有进一步维护和更新,而体育信息商品价值的挖掘更是任重道远,这些都需要从整体角度进行规划和设计。因此,分析我国体育信息经济发展的优势和劣势,阐明我国体育信息经济发展的战略目标和重点,剖析其实施途径,构建可持续发展的策略模式,提出政府与企业的对策,将对我国体育信息经济的可持续发展起到现实的意义。

1 我国体育信息经济发展的优势与劣势分析

1.1 我国体育信息经济的发展优势分析

1.1.1 我国体育信息经济发展的外部环境优势

第一,我国经济的高速增长。自改革开放以来,我国经济的快速增长已经保持了40年。我国经济的高速增长,反映出社会的整体进步,人民生活水平不断提高,经济收入增加,余暇时间增多,也有了消费体育信息商品的基础。第二,我国信息高速公路的建设。第三,我国互联网的飞速发展。

1.1.2 我国体育信息经济发展的内部环境优势

第一,体育企业内部机制的转型。竞争的压力迫使体育企业为了求生存、谋发展,必须真心实意地推进信息化管理与服务。制度创新与机制转变促使我国的体育企业走向市场,投身于国内市场与国际市场的激烈竞争之中。匹克成为NBA官方市场合作伙伴,探索国际化道路;李宁提出“一切皆有可能”“不做中国的耐克,要做世界的李宁”等都是中国体育品牌的突破之举。第二,我国体育经济政策的制定。从1989年开始,原国家体委就出台了一系列市场经营与管理的规章制度;1991年国务院发布《关于加强彩票市场管理的通知》;1995年6月国家体育总局制定了1995-2010年体育产业发展纲要;2003年6月,国务院第12次常务会议通过了《公共文化体育设施条例》。这些政策的制订与

实施，为体育企业的规范发展提供了良好的制度保障。

1.2 我国体育信息经济发展的劣势分析

1.2.1 我国体育信息经济的外部环境劣势

我国的经济基础相对薄弱，而发展体育信息经济所需的各种基础建设都需要大量资金，这是阻碍发展的一个瓶颈；信息孤岛的问题、重复建设的问题、资源分散和效率低下的问题，都制约着体育信息经济的正常发展；针对体育信息商品的法规政策不完善，也导致在体育信息的采集、传递和加工处理等过程中产生了许多不合理的现象，如品牌的知识产权缺乏保护、专利技术难以保护等，甚至造成一些社会问题。

1.2.2 我国体育信息经济发展的内部环境劣势

我国的许多体育企业都存在资金缺乏的困难，自主创新能力薄弱、对创新的有效需求不足已成为通病。各种历史原因造成了我国体育企业员工的素质普遍较低，既缺少经营管理的知识，又缺乏应用现代信息技术的知识，很难进行创造性的开发工作。同时，我国的体育企业还远没有成为技术创新的主体，对体育院校、体育科研所以及相关高科技信息公司的利用严重不足。此外，连锁经营与国际化经营经验的不足，也导致许多体育企业在进行信息化改造时，大量低水平重复建设，形成恶性循环，一方面，高价设备闲置，计算机和网络系统成摆设；另一方面，信息资源简单处理，严重浪费。

总之，国家经济的高速发展、基础设施的逐步完善和民众的参与，为体育信息经济的进一步发展提供了有效的支撑，但是，无论是基础建设的总体发展水平，还是资源利用与资源整合，都存在一定的不足。

2 我国体育信息经济发展的行业重点分析

目前，我国整体基础比较薄弱，可以利用的资源比较有限，因此，需要对已具备一定基础、发展潜力较大的项目，作为战略重点进行优先发展，通过政策扶持、新闻导向、民众关注等多条途径，先在这些细分行业做大做强，再逐渐带动整体经济的发展。经过多年市场的洗礼，我国在体育媒体、体育彩票、

健身娱乐、体育用品、体育中介等的信息服务方面已初具规模，并展现出巨大的发展潜力。

2.1 我国体育媒体的信息服务

我国的体育媒体包括体育报纸与杂志、综合报刊的体育版、体育信息类互联网站、手机网站、体育电视台、体育电台等。这些媒体通过加工和处理体育信息，为民众有偿提供加工过的体育信息，以直接或间接地获取收益。在我国，体育媒体的影响非常广泛。无论是大、中城市，还是偏远山区，体育信息都很受欢迎，是人们茶余饭后谈论最多的话题之一。但与发达国家相比，我国的体育媒体在经营水平、经营规模以及信息化管理、国际化服务等方面，都有很大差距，还需要进一步发展。

2.2 我国体育彩票的信息服务

2017年彩票业销售额突破4000亿元，成为国民经济新的增长点。发行体育彩票已收到良好的社会效益和经济效益，并形成国民经济的五大拉动力：减轻了财政压力、增加了地方税收、拉动消费、提供了就业机会、补充了居民体育设施的建设资金。

2.3 我国体育用品等企业的信息服务

信息社会的到来，使全国各行各业都进入了一个转型期，体育行业也面临改进的需要。一方面，信息化对传统营销模式的改进，使商业效率显著提高；另一方面，新型的信息服务模式正在悄然兴起，并迅速为消费者所接受，成为一些体育企业的主要服务方式之一。我国体育用品企业的信息服务正深入体育企业内部，营销人员利用这种服务方式，已创造出前所未有的业绩。尤其是体育健身、娱乐和体育用品企业，通过采用信息化服务，拓宽了与客户的沟通渠道，加强了沟通理解，增进了客户信息管理，也创造了更多的经济效益。随着更多信息技术的移植和应用，更新的信息服务将被运用到体育行业之中。

2.4 体育中介的信息服务

体育中介市场在沟通体育市场供需、促进体育劳务交流、挖掘体育的经济价值,提高体育无形资产运作效率等方面发挥着越来越重要的作用。随着我国政府职能逐步转变,客观上使体育中介组织获得了更为广阔的发展领域,与此同时,国外体育中介机构的抢滩,促进了我国体育中介市场的形成与扩大。

奥运会、亚运会、大运会等一批国际体育赛事陆续进入中国,国内职业体育逐渐走向正轨,国际著名体育市场中介组织的参与国内体育活动,使体育中介服务获得了很好的发展机遇。

3 我国体育信息经济发展的途径分析

3.1 引进现代信息技术、增加自主研发与创新

日本体育产业的发展带给我们很好的启示,一些成熟技术,完全可以大量引进,以避免低水平的重复。我国体育信息经济发展所需要的各种软硬技术,包括体育企业的信息化管理系统、体育彩票终端设备、数字化采编系统、客户管理系统、体育中介组织流程等,均可通过引进获得。同时,加大研发力度,改革现有科研体制,切实加强体育信息经济相关的理论研究,进行应用技术的尝试,也是一条合理的出路。

3.2 加强体育信息经济的人才培养

加强体育信息经济的人才培养,首先,需要政府高瞻远瞩,制订体育信息经济的人才培养计划,政府的倡导,往往起到事半功倍的效果;其次,在各体育院校的专业设置上,应适当增加体育信息科技、体育信息经济和体育信息管理的专业;第三,吸引其他行业的科技人才转型,通过跨学科合作,充分利用各方面人才资源;第四,在体育企业中加强从业人员的信息技术培训。

3.3 深入开发和利用各种体育信息资源

体育信息资源的开发是体育信息经济发展的基础,也是其出发点与归宿。

计划经济时期,体育信息资源长期集中在少数几个部门和企业手中。随着信息社会的到来,更多的体育信息资源被挖掘出来,原有的体育信息资源被进一步细分,分散到众多的体育机构、媒体和企业手中。充分开发和利用体育信息资源,同时兼顾社会效益与经济效益,瞄准消费者,满足多方面需求。

3.4 招商引资,合作共赢

体育信息经济的发展,不是政府职能部门、体育企业或民众单方面的事情,需要多方合作。如体育彩票的一些新型销售模式以及各种销售软件,由于要在全中国范围内实现同步,技术难度很大,不仅要考虑计算机程序的问题,还要涉及各个彩票种类,不同的玩法,不同销售时间和方式。这套复杂的专业系统,很难由体育彩票管理中心的技术部门单独开发,需要联合多家专业科技公司才能顺利完成。

3.5 加快体育信息经济的立法工作,确定行业标准规范

体育信息经济的健康发展需要法律的保障。如《彩票法》的出台,将进一步规范我国的体育彩票市场,以避免混乱市场所造成的经济问题和社会问题。其他一些对体育企业的支持政策,也必将成为我国大多数体育企业生存的基础。

开展对体育企业信息化服务的基础标准、体育信息企业的软件工程标准等的研究,制定体育信息类企业的技术标准规范、体育信息资源规范等,实现体育企业与社会的信息交流与共享,并与国际信息标准体系相兼容,将为体育信息经济的发展创造良好的环境。

4 我国体育信息经济发展的战略框架

根据以上分析,可以构建出我国体育信息经济发展的战略框架,见图1。

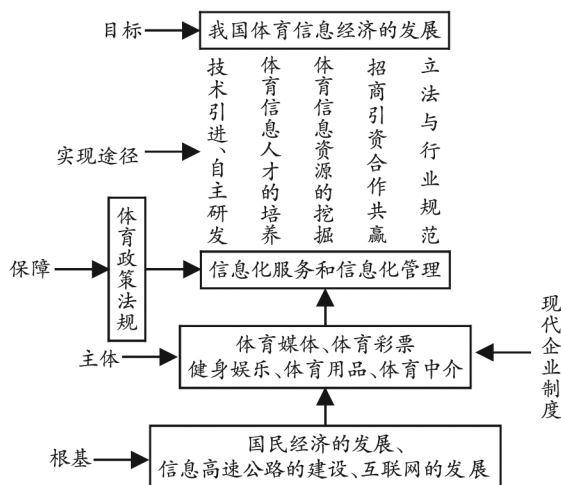


图 1 我国体育信息经济发展的战略框架图

我国体育信息经济的发展策略是依托国民经济、信息高速公路、互联网等的发展，抓住体育媒体、体育彩票、健身娱乐、体育用品等重点产业，在体育政策法规和现代企业制度的保障下，推进信息化服务和信息化管理，通过信息技术引进与自主研发、体育信息人才培养、体育信息资源的挖掘、招商引资以及立法与行业规范等途径，实现我国体育信息经济长远发展的目标。

5 我国体育信息经济发展的政府对策与企业对策

5.1 我国体育信息经济发展的政府对策

5.1.1 关于体育信息经济相关科技政策的建议

现代信息技术是体育信息经济发展的关键，需要制定科技政策来加以扶植。第一，是培养体育信息人才。在体育专业院校开设相关课程，如“体育信息经济”“体育信息管理”等；在体育研究所、院校的专业研究所等研究机构招收培养高层次的研究生。第二，加大相关技术的科研投入。针对研发资金不足的问题，设立“体育信息经济专项基金”或“风险投资基金”，给予体育信息企业减税、优惠贷款等政策加以扶植。第三，是扩大体育信息科技领域的合作。

一方面,大量开展国际体育信息科技交流;另一方面,引进国外先进的专项信息技术。

5.1.2 发展体育信息市场的建议

发展体育信息经济的一项重要内容就是建立一个统一的市场体系,这需要做到以下三点:第一,建立体育信息商品的观念。一方面靠宣传引导来增强人们的体育信息商品观念;另一方面通过体育信息交换所带来的价值增值对人们产生利益诱导。第二,调整分配制度。承认体育信息的提供者和加工者凭借对体育信息这种要素的所有权,合法地获得收益,保护体育信息生产者的积极性。

5.1.3 关于彩票立法的建议

彩票发行多年,目前只有一些零散的规章和文件,海南、河南、广东、湖北等地猖獗的“私彩”现象,都与彩票立法的严重滞后有关联。彩票立法应对彩票发行的主体、财务审计和会计、发行的方式、开奖办法和开奖程序、彩票市场的管理、资金的分配及使用、彩民的权利及义务、未成年人的购买彩票限制、代购、网络销售、手机销售等做出严格的法律界定,以法律形式来确保彩票市场的公正性和安全性。

5.2 我国体育信息经济发展的企业对策

5.2.1 对体育企业进行现状诊断

对自身情况的清晰认识是发展的第一步。对体育企业的诊断就是把体育企业看作一个有机的动态的完整体系,借助于内、外部专家的智力,对其进行全面检查,找准问题,分析原因,提出解决办法的过程,包括改造前诊断、改造中诊断和改造后诊断三个部分。通过与科研机构合作,为体育企业量身定做诊断程序,针对性地找出存在的问题。

5.2.2 改革体育企业的管理制度

我国的体育企业许多是从原先的国有企业转变而来,一直沿用原来科层式的组织结构,而一些民营企业的组织架构也是依据计划经济时期的模式来搭建。在发展初期和规模较小时,这些体育企业还能勉强生存;进入市场竞争之后,则很难适应环境。现代企业制度的建立将为体育企业信息化建设创造良好的企

业制度环境,确立了体育企业法人地位的独立性,能够保证资本运营的稳定性。从观念和制度上都为体育企业的信息化改造做好铺垫。

5.2.3 尝试国有民营的经营思路

国有民营的经营思路是建立在体育行业的特殊性之上的,尤其对一些提供健身娱乐服务的体育企业。一方面,体育场馆、场地的建设和体育设施的维护需要大量资金投入,一般的体育企业很难承担其全部费用;另一方面,国有企业管理与经营的不足,也难以承担起大型体育设施的经营任务。

国有民营方式有效弥补了国有企业经营管理经验方面的不足,同时,可利用社会资源,吸引社会资金和人才,实现政府与社

会实体的双赢。这里需要注意的是控制好体育服务的社会性与商业化之间的比例,避免走向另一个极端。

5.2.4 实施体育企业的信息化改造

目前,许多体育企业的信息化建设缺乏系统性,技术流程上存在一定的缺陷,形成了一个信息孤岛,而一些已建成的内部信息网络,常常转变成内部聊天或发牢骚的平台。

体育企业的信息化改造,可利用现代信息技术在体育企业建立管理和业务两大系统,通过信息网络控制企业运营来完成。体育企业的自动办公系统、人力资源管理系统、财务管理系统、营销管理系统、客户关系管理系统等几个主要子系统,将通过内部网络和互联网连接在一起,共同为体育企业的市场运营服务。

6 结论

(1) 对我国体育信息经济发展的优势分析表明,国家经济的高速发展、基础设施的逐步完善和民众的参与,为体育信息经济的进一步发展提供了有效的支撑;而对其劣势的分析也表明,无论是基础建设的总体发展水平,还是资源利用与资源整合,都存在一定的不足。

(2) 在我国现阶段,应予以优先发展的体育信息服务包括体育媒体的信息服务、体育彩票的信息服务、体育用品等企业的信息服务、体育中介的信息服

务等。

(3) 我国体育信息经济的发展策略是依托国民经济、信息高速公路、互联网等的发展,抓住体育媒体、体育彩票、健身娱乐、体育用品等重点产业,在体育政策法规和现代企业制度的保障下,推进信息化服务和信息化管理,通过信息技术引进与自主研发、体育信息人才培养、体育信息资源的挖掘、招商引资以及立法与行业规范等途径,实现我国体育信息经济长远发展的目标。

(4) 我国体育信息经济发展的政府对策,包括政策扶持、院校开课、资金投入、对外合作等政策建议,商业宣传、调整分配等市场建议以及完善法规等。

(5) 我国体育信息经济发展的企业对策,包括对体育企业进行诊断,改革管理制度,尝试国有民营方式,实施信息化改造等。

参考文献

- [1] 王海滋. 经济学原理[M]. 武汉:武汉理工大学出版社, 2005.
- [2] 靖继鹏. 信息经济学[M]. 北京:清华大学出版社, 2004.
- [3] 张占斌. 博彩业与政府选择[M]. 北京:中国商业出版社, 2001.
- [4] 陈融. 体育设施与管理[M]. 北京:高等教育出版社, 2004.
- [5] 中国互联网络信息中心 CNNIC[R]. 第21次中国互联网络发展状况统计报告, 2008, 1