

事件
回眸



从去年中央财经领导小组第十一次会议到今年的全国“两会”，“供给侧改革”俨然成为了近期中国经济领域内最为火热的词汇。

何谓“供给侧改革”，就是从供给、生产端入手，通过解放生产力，提升竞争力促进经济发展。具体而言，就是要求清理僵尸企业，淘汰落后产能，将发展方向锁定新兴领域、创新领域，创造新的经济增长点。

那么供给侧改革能否应用于体育行业当中呢？让我们一起来听听大家对“供给侧改革”与体育的关系的认识。

仅靠投入，解决不了中国足球的供需矛盾

□奚 源

“供给侧”是最近关于中国经济的一个“新热词”，把“供给侧”的经济概念放在中国足球上，就会发现有与中国经济相类似的状况——足球市场需求旺盛，中超各俱乐部投入巨大，中超版权更是达到了惊人的80亿元。但是，老百姓最为关注的另一个“足球产品”——国家队的成绩却是每况愈下，可以说，中国足球软肋也在“供给侧”，市场的需求和供给远没有想象中的那么平衡。

当然，一个热词如果只是一味往足球上套恐怕也说明不了问题，但用这样的视角来

看中国足球倒也不失为一种新角度。伴随着国务院46号文件出台，足球产业进入了一个井喷期，说明中国的足球市场非常大。如果以经济学的理论来讲，这只能算是“需求侧”，中国足球不缺投入的数量，缺的是有质量高效率的“供给侧”，特别是在国际赛场上成绩的突破。而这个供需矛盾，仅靠提升经济的投入是不可能产生改变的。

要解决这样的供需矛盾，中国足球需要进行改革，但这种改变不能只是单纯地适应市场需求，要知道足球从来就不是单一的体

育运动，并不仅是追求成绩，还承载了政治、文化、教育等多个功能，足球产品应提供精神享受和接受文化教育，只看重资金、成绩而缺乏正确的价值取向，就偏离了足球的本质，也解决不了失衡的供需关系。

可能在今后很长一段时间里，社会对于足球的投入依然不会降温，而是维持在一个很高的火热程度上。但这样的热度，对于国字号球队的成绩无法产生足够的推动作用，也就是说，经济投入和国家队成绩，两者没法划上等号。

“供给侧”改革正挠体育行业“痒处”

□马继伟(资深博主)

如今，在中国经济出现明显下滑的背景下，政府高层提出了“供给侧改革”，其意在优化经济结构，避免潜在增速的大幅下滑。就中国当前经济状况而言，供给侧改革强调从供给侧入手，意在解决中国消费的升级换代需求与中国制造未能与时俱进的不相匹配。上述的供需不匹配及由不匹配引致的矛盾，广泛地存在于体育行业当中。

随着国人收入、生活水平的提高，人们从欣赏以及参与两个角度，对于体育行业的供给提出了新的要求，而体育行业的供给端，在其11大分类中，唯有体育用品这一细分领域形成了自己的产业链，其它类别下的体育细

分领域，其产业化的程度因种种原因，未形成自身产业链，并未能对当前体育行业的热烈需求产生及时回应，有业内人士将此评为“有心无力”。所以体育行业的供给侧改革有其时代的迫切性以及必要性在其中。

除此之外，体育行业的供给侧改革也有其可行性在里面。业内人士认为体育行业的改革空间巨大，是改革开放30年并未涉足的4大领域之一，因此其在改革过程中，并不会遭受较大的既得利益者阻挠，面临的改革阻力较小，易于做增量改革或逐渐褪去政府在行业中的角色，转而发挥市场在其中的主导作用。

互联网之于体育行业，犹如耕犁之于农

业。对于体育行业而言，互联网是其转型的一个不可缺少的工具，可助力提高其产业的数字化、信息化的程度，可助力其供应体育产品的效率与需求的针对性。体育行业或与传统行业一起，通过对互联网等新兴技术的应用，提高供给端的生产能力来促进经济增长、提高现有行业的创业创新能力。

“互联网+体育”创业，正是在微观层面上，对“供给侧改革”的回应。在互联网思维日益成为庙堂内外共识的今天，如何借助互联网这一工具，将人们的需求与生产厂商的柔性生产能力一一对应起来，或成为“供给侧改革”成败的关键。

供给侧改革下体育市场的“供给不足”

□周 菲(《中国体育报》记者)

2015年改革内涵的最大变化，是加上了“供给侧”的前置定语，显然这意味着未来改革重点要放在供给端上。体育市场有没有“有效供给不足”的问题？当然有了，而且相当普遍。

比如，老百姓对健身场地的需求。根据《第六次全国体育场地普查数据公报》提供的信息显示，截止到2013年底，我国现有体育场地169.46万个，人均体育场地面积1.46平方米。不及美国同时期相应数字的十分之一。一方面是场地的匮乏，另一方面又存在大量已建场馆、场地的闲置。且不说利用率相对较差的综合性大型场馆，学校场馆的使用上也存在同样的问题。

第六次全国体育场地普查结果显示，教育系统所管理的体育场馆达到66.05万个，面积占全国体育场馆总面积的53.01%。与地理位

置较为偏僻的综合性大型场馆不同，学校场馆就在老百姓身边，“看得见就是用不了”。学校有学校的难处，但真得就解决不了？解决不了这一“瓶颈”，产品与需求这“最后一公里”就没法实现对接。

再有提供的产品结构、服务对象也还存在很多偏差。比如场地这一块，由中国体育彩票为主体建设起来的全民健身路径已在中国遍地开花，但它更多应对的是退休老年群体。而以上班族、中青年人群为主体的社区体育中心仍是场地供应的一块短板。在体育产业发达的欧美，比如法国这样的体育设施，场馆超过了32万个，德国也超过了23万个。英国体育理事会更是早在上世纪80年代中期制定了一个标准，要求每2.5万人的社区就需要建设一个社区体育中心。而中国现在还在为小区体

育设施被占用做无奈的抗争。

最后就是产品品质与服务问题，买的健身卡消费没多久，场馆就人去楼空。即便提供了服务，健身后想进更衣室、洗浴间还无处下脚，游泳池里的水时不时被卫生防疫部门检测不合格……这样的环境、这样服务能让健身者乐意消费吗？

现在国内民众腰包里有钱了，到海外抢购，甚至买断货现象时常见诸报端。那是我们国内需求不能被国内供给满足的表现，是总供给过剩下对新需求的有效供给不足。我们的场馆、竞赛、体育用品企业提供的产品难道不是这样？加大产品投入是需要的，尤其是仍在萌芽状况的体育消费需求，但更关键的还是如何确保“有效供给”，否则，生产方提供的再多它仍然是个“闲置产品”。

七嘴
八舌

②马继龙(体育产业专家):供给侧改革与发展体育产业、促进体育消费是一个问题的两个方面。体育服务业目前在体育产业总体占比不到30%，落后于各行业整体水平。问题就是目前以高水平赛事为代表的体育文化产品有效供给不足。高水平赛事能够带动附加产业，形成完整产业链，给体育消费者更多样的产品和服务供给，不光是体育用品的消费。这才是体育产业能够达到2025年5万亿元目标的发展方向，也就是体

育产业在‘供给侧’应该进行的改革。

②钟秉枢(首都体育学院校长):现在的中国面临着国民体质健康下降的危机、学生素质教育缺失的危险和社会割裂出现的躁动，与此同时，休闲时代也来临了，这是体育产业发展的契机，全民健身已经上升为国家战略。体育是我们每一个人去追求、去获得健康的生活方式，那么参加什么活动？到哪去参加？谁来提供？谁来设计指导？答案就是体育产业，就是运营和构建活跃健康生

活方式的生产经营活动，所以要达到体育的目的需要靠体育产业来支撑。

②公治民(专家学者):加快发展体育产业，从市场供求关系上看，主要应该加快供应侧的改革。长期以来，我国体育供应侧是体育政府部门和公益性组织。体育政府部门的制度设计和体制创新要加快，简政放权，成为加快产业发展的关键。哪些事务由政府管，哪些事务放权给产业，成为加快发展体育产业的首要问题。