

自2012年以来，市政府连续出台政策促进和加快体育产业发展，但社会资本进入体育行业仍困难重重

社会资本进入体育产业，难在哪里？

本报记者 林海

近几年，随着国家加快促进体育产业发展的一系列政策出台，体育产业逐渐成为社会资本关注的一个热点。特别是产业界“BIG5”（万达体育、阿里体育、腾讯体育、乐视体育、华人文化）纷纷在体育产业进行战略布局，更是引起了广泛关注。

紧跟国家政策的步伐，我市近几年相继出台促进体育产业发展的系列政策。2014年5月30日，市政府召开第45次常务会议，审议通过《关于鼓励和引导民间资本投资社会事业的意见（试行）》。《意见》认为，推动民间资本投资社会事业，是宁波一项重点改革任务。意见确定了民资投资的重点领域，包括医疗卫生事业、教育事业、社会福利事业和文化体育事业。民间资本投资体育事业，是其中不可缺少的一个重要方面。

几年来，体育部门多管齐下，积极鼓励和引导我市社会资本投资体育事业。早在2013年10月，市体育局和市财政局就联合制定下发了《宁波市体育产业发展引导资金使用管理暂行办法》，成为浙江省第一个设立体育产业引导资金的地级市。

2016年1月，市政府正式颁布《宁波市关于加快发展体育产业促进体育消费的实施意见》，其中着重提到，“加大财政金融扶持力度，支持社会资本进入体育产业领域。”“鼓励和引导各级政府、金融机构、社会资本等多方面资金支持体育产业发展。”“放宽准入条件，鼓励非公有资本以独资、合资、合作、联营、参股、特许经营等方式投资体育产业。”市政府一号文件出台促进体育产业发展，这在历史上还是第一次。

去年以来，有关方面以多种形式开展调研，了解宁波社会资本进入体育产业的基本情况和存在问题。

政府和民间齐头并进

社会资本“试水”体育产业

一般来说，体育产业分为体育用品制造、体育竞赛表演、体育健身服务和体育彩票销售四大类。但随着经济社会发展的加速转型，特别是近几年互联网经济的迅猛发展，体育产业出现各种新业态：体育+旅游、体育+文化、体育+教育、体育+医疗、体育+教育……

据了解，宁波的社会资本进入体育产业主要有职业体育、健身俱乐部、户外行业、民营球馆等渠道和途径，项目主要涉及篮球、排球、足球、乒乓球、羽毛球、网球、武术搏击、越野跑、户外运动、自行车、轮滑、器械健身、体育舞蹈、钓鱼、围棋等。

在职业体育领域，CBA、WCBA、乒超联赛等国内比较知名的职业联赛，均有宁波民营企业的身影。富邦集团与八一队于2006年12月签署了为期10年的合作协议，共同组建八一富邦男子篮球俱乐部，征战CBA联赛。广博集团与八一女篮连续4次签署合作协议，八一女篮以八一广博文具女篮的名义参加WCBA联赛。另一家民营企业海天集团2002年组建了宁波海天队参加国内乒乓球领域最高等级的乒超联赛，多次荣获联赛总冠军的最高荣誉。

在综合搏击运动领域，2015年9月，真武魂文化传媒有限公司在上海股权交易中心成功上市，成为宁波首家体育产业上市公司（Q板），同年12月“真武魂”顺利获得了稳国资本5000万元的天使投资。

民营球馆是近几年社会资本关注的一个热点。2012年，八一富邦男篮俱乐部利用富邦集团在汪弄社区的闲置厂房建起了“八一富邦篮球公园”。宁波人魏侃走得更远：从2012年开始，他在高新区聚贤路租借一处闲置厂房开了“英联球馆”，面积2500平方米，一年赢利50万元左右。如今，他已将利用闲置厂房办球馆的模式“复制”到了慈溪以及上海、武汉、济南、潍坊等地。

从产业分布情况看，社会资本进入体育产业呈现出一定的地域性和行业性。比如，宁海县深潭镇的



由海归青年创立的“摸球联盟”举行篮球对抗赛。

（资料图片 李岩宏 摄）

运动杖生产企业年产值一度占全国的70%以上，成为国内知名的“运动杖之乡”。近几年，民营球馆的兴起在宁波市逐渐成为一种趋势，经营模式的输出成为宁波民营球馆行业的新现象。

随着马拉松运动的热度提升，民间跑团的兴起为越野跑赛事的商业化运作提供了良好的群众基础，宁波一些越野跑爱好者开始尝试赛事的商业化运作，九龙湖越野赛、江南100越野赛、深山地马拉松等赛事在各区县（市）遍地开花。

从品牌知名度来看，以八一男篮、八一女篮、海天乒超为代表的宁波职业球队在国内占据了一定地位，为宁波城市知名度的提升起到了一定作用。在户外用品行业，牧高笛、雪狼、爱路客等一批国内知名品牌已经在宁波兴起。其中，牧高笛在同行业稳居前三，并正在积极筹划上市事宜。以经营户外运动赛事为特色的酷赛体育已获得2000万元的风险投资。

总的看来，宁波的体育产业发展呈现出政府和民间齐头并进的状态，社会资本进入体育产业已初具规模。在个别细分行业，宁波的民营企业已处于国内领先的位置。

创业初期困难重重 体育企业难以做大做强

从整个体育产业的发展情况来看，宁波的体育产业仍然处于初级阶段，社会资本进入体育行业尚存在着不少问题。具体表现为以下八个方面：

盈利比较困难。受制于国内体育产业的大环境，宁波的体育竞赛表演业仍处于微利的水平，部分赛事的主办者甚至处于“亏本办比赛”的境地。

以职业联赛为例，包括八一男篮在内的众多职业篮球俱乐部均处于亏损状态，尽管每个赛季常规赛的场次增加到38场，国外流行的赛事转播权在国内仍然无人问津，八一男篮4500个座位的体育馆上座率一般不超过8成，联赛外围的衍生产品仍处于待开发的状态。八一女篮的情况也比较类似，女篮比赛的上座率相对于男篮职业联赛来说更加偏少，媒体关注度更低，市场化开发仍处于初级阶段，俱乐部实现盈利的难度很大。

曾在国内外多次获得乒超联赛总冠军的宁波海天已在2016年上半年联赛结束后退出了乒超。

市场开发难度大。就体育健身服务业来说，由于租金、水电费、人员成本高企，加上经营模式单一，宁波的健身房行业普遍面临经营困难的窘境，甚至经常曝出“门店倒闭，老板跑路”的负面新闻。对多数健身房行业的经营者来说，存在着无行业标准、经营不规范、财务不规范的问题，大多是微利状态。除了发售预付式会员卡、收取

私教费之外，健身房找不到其他的盈利模式，导致会员不满意、教练不满意，老板也不赚钱。

互联网冲击大。体育产业仍是传统行业，在互联网大潮冲击下，可谓是危机重重。户外用品制造业受到互联网冲击的情况更为明显。近十年来，虽然周末去休闲登山的人数在不断增加，但户外装备的利润空间却越来越小，原因在于，淘宝网等电商平台的快速普及极大地压缩了户外用品业的利润。加上同行的竞争压力加大，产品被仿制的速度不断加快，产权保护的大环境不利，导致行业创新的难度越来越大。

扶持政策难落地。自2012年至2016年，市政府连续出台政策促进和加快体育产业发展。但从经营者反馈的情况看，在不同行业、不同层面均存在扶持政策落地困难的问题。有的经营者反映，国家层面对体育产业的发展很支持，但地方层面对中小体育企业的引导和支持则相对欠缺，政策指定的方向跟本地市民需求脱节。

比如，在宁波乃至浙江，政府购买服务至少在健身房行业还没有实现。但在山东一些城市，经营一家4000—5000平方米的健身场馆，可以从政府部门拿到100多万元的补贴。另外，市体育产业引导资金规定的补助对象是企业，体育类民办非企业单位反而无法享受，导致大多数体育俱乐部被拒之门外。还有一些处于初创时期的企业经营者反映，从银行等传统金融机构得到贷款比较困难，新的融资平台尚未建立，没有资金作为依托，很难做大做强。

税费负担较重。一家体育类民办非企业的负责人称，现在他们享受的税收政策是普通增值税，“跟街头杂货店一样，3万元以下免税，没有什么优惠”。反倒是开体育用品店，可以享受到文化体育类3%的税收标准。至于体育场馆的水电费优惠标准，很多经营者表示“享受不到”，因为场馆的所有权并非经营者所有。

有关部门办事流程复杂。一位经营者在慈溪开办游泳馆、健身房，发现最头痛的问题是项目报批报建的流程不清晰，令他感到无所适从。还有一家宁波本地的互联网电商企业，专注于“跑步”这一大众运动项目，微博粉丝+微信用户超过300万人，在国内健身类自媒体中排名前二，跑步类自媒体中排名第一，但企业负责人却不愿意申请政府资金的支持与补助，主要原因就是“手续繁琐”。

行业协会作用有限。宁波目前有市级体育协会39个，体育俱乐部等民办非企业单位55个，其中创建省级先进体育社团25个，3A级以上体育社团21个。这些体育社团在发展全民健身和群众体育方

面起着不可替代的作用。然而，由于面临人员年龄老化、经费短缺等多重困难，除了极个别的协会之外，大多数体育社团处于勉强维持的运行状态。

人员素质参差不齐。有经营者反映，2002年开健身会所时，健身教练非体育学院的毕业生不招，现在由于健身房发展太快，人才供应严重不足，即使是高中生经过短期培训，也可以直接成为健身教练。没有专业教练的素质却想拿和专业教练同样的薪水，给这个新兴行业的发展带来困扰。体育产业的从业者无论知识结构、年龄层次还是创新意识，都存在着与市场经济的要求脱节的情况，比如近几年新出现的“众筹模式”就是互联网金融带来的全新融资渠道，但迄今为止宁波体育行业鲜有体育众筹的成功案例，更谈不上股权众筹等高端融资渠道。

了解行业发展特点痛点 让各种优惠措施真正落地

根据体育BANK发布的《中国国际体育投融资报告（2017）》，在2016年获得融资的国内企业集中在场馆服务、赛事运营、“互联网+”、体育传媒、体育装备等领域，与用户的距离更近。如健身领域的青鸟体育，培训领域的宏远时代，“互联网+”领域的悦跑圈等，均是直接面对用户的服务型公司。首都体育学院校长钟秉枢表示，2015年大量社会资本进入体育产业，但大多倾向于体育赛事和体育俱乐部。这个趋势到2016年开始下滑，投资人更加理性，开始思考能不能通过赛事来挣钱。除了竞赛表演业外，健身休闲业的市场还远没有饱和。

在宁波，社会资本进入体育产业已初具规模，发展势头良好，同时也面临不少问题和困难。笔者建议：

加强政策调研，促使各种优惠措施真正落地。政府主管部门在出台政策之前，应先进行深入调研，倾听基层和一线的呼声，了解行业发展的特点和痛点。只有在深入调研的基础上出台的政策，才会有针对性的可操作性。

充分发挥行业协会的作用，加强与中小企业的联系。宁波市体育产业联合会已在2013年7月成立，建议加强行业协会的功能和工作力度，以多种形式、多渠道建立与中小企业、广大创业者的联系。

对体育企业负责人开展政策培训。帮助他们了解体育行业的政策特点，协助他们与各个政府部门进行沟通协调，支持新兴体育项目在宁波的顺利落地执行。

每年定期举办体育产业项目推介会，为中小企业提供交流展示的平台。

编辑点评

体育产业，5万亿的诱惑

2014年10月，国务院印发了《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》，提出到2025年基本建立布局合理、功能完善、门类齐全的体育产业体系，体育产业总规模超过5万亿元，成为推动经济社会持续发展的重要力量。

《意见》同时提出，要大力吸引社会投资，鼓励社会资本进入体育产业领域，建设体育设施，开发体育产品，提供体育服务。

当前，中国经济社会发展环境面临新形势和新挑战，扩大内需、促进消费已成为推动经济增长的主要着力点，这就要求体育产业在稳增长、促改革、调结构、惠民生方面发挥更大作用。

紧跟国家政策的步伐，我市近几年相继出台促进体育产业发展的系列政策。通过几年的发展，我市的体育产业发展呈现出政府和民间齐头并进的状态，社会资本进入体育产业已初具规模。以八一男篮为代表的宁波职业球队在国内占据了一定地位，为宁波城市知名度的提升起到了一定作用。

同时我们也看到，宁波的体育产业仍然处于初级阶段，社会资本进入体育行业尚存在着不少问题。在全民健身已上升为国家战略的今天，我们应该努力营造重视体育、支持体育、参与体育的社会氛围，把体育产业作为绿色产业、朝阳产业培育扶持，提升体育产业对社会资本的吸引力，实现体育产业与经济社会的协调发展。（王芳）

相关链接

发达的美国体育产业

作为世界第一大经济体的美国，其体育产业的市场化运作、加强财税和金融支持等发展经验值得借鉴。据统计，2010年美国体育产业总产值4410亿美元，接近GDP的3%，是汽车产业的2倍，影视产业的7倍。包括NBA在内的美国四大职业体育联盟，通过电视转播、门票、“场租”（包厢、货摊租金、停车等）及特许纪念品、赞助销售等创造利润。位居四大职业联盟首位的NFL（美式橄榄球大联盟）年收入约90亿美元，国人熟悉的NBA只位列第三，年收入约40亿美元。

在体育商业化初期，美国通过职业体育联盟反垄断豁免，给予其独占市场和独立制定规则的权利，以及所得税和资产增值税减免；后来逐步取消了税收优惠，转而加强职业联赛的转会制、选秀制度、工资托管制及奢侈税制度等制度建设。其次，对公益性体育活动和相关社团实行税收优惠，通过法案明确规定了对参与志愿服务和捐助的人员、企业的返税额度，捐助范围涵盖社区体育、青少年体育等。

资本市场深度介入。美国有十余部与体育产业相关的保险法规，建立了覆盖竞技体育、群众体育和学校体育的立体化保险网络体系，并运用多种金融创新产品加强体育场馆建设。

重视体育中介组织发展。美国等发达国家已形成完善的体育经纪人管理制度，保护职业运动员的利益不受损害。

（林海 整理）

我市社会资本进入体育产业初具规模

宁波的社会资本进入体育产业，项目主要涉及篮球、足球、乒乓球、羽毛球、网球、武术搏击、越野跑、户外运动、自行车、轮滑、器械健身、体育舞蹈、钓鱼、围棋等。

八一富邦男子篮球俱乐部征战CBA联赛

八一女篮以八一广博文具女篮的名义参加WCBA联赛

宁波海天队多次荣获乒超联赛总冠军

民营球馆方兴未艾

宁波人魏侃将利用闲置厂房办球馆的模式“复制”到了上海、武汉、济南、潍坊等地。

一些越野跑爱好者开始尝试赛事的商业化运作

九龙湖越野赛、江南100越野赛、深圳山地马拉松等赛事在各区域（市）遍地开花。

在户外用品行业，牧高笛、雪狼、爱路客等一批国内知名品牌已经在宁波兴起

制图 韩立萍