

国外休闲经济主要构成产业的现状分析

吴承忠

(对外经济贸易大学 公共管理学院,北京 100029)

[摘要]文章从休闲装备和产品业、休闲设施服务业、旅游业、娱乐产业、运动与游憩产业、文化产业六大方面分别引用了大量的统计数据和文献资料,并对各产业发展的现状特征进行了评述。研究表明:全球已经形成以旅游业为龙头,以体育休闲产业、娱乐产业、休闲装备和产品业、休闲设施服务业和文化产业为重要组成部分的世界最大产业系统——休闲产业系统。

[关键词]休闲经济;现状;产业;国外

[中图分类号] F590.8 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1673-9477(2009)04-0008-04

休闲经济和休闲产业在国外的发展近年来十分引人瞩目,但是量化基础上的休闲产业研究却不多。这主要是因为目前国际上还没有一种权威的、科学的休闲产业划分和统计标准,导致休闲产业在现实研究和管理中面临尴尬处境。本文以国际著名数据分析机构和有关统计文献为基础,试图揭示全球尤其是国外休闲产业发展的现状和初步特征。由于统计和分类上的原因,以下按照六大类来进行产业现状的分析。当然,这种分类有它本身的不合理性,例如休闲装备和产品业、运动与游憩产业之间存在着一定的统计上的交叉。

一、全球休闲装备和产品业近年发展

Datamonitor 公司是一家在产业分析上占据领导性地位的商业信息公司。该公司通过调查可以提供比一般性统计更详细的 50 个国家的 2500 个行业领域内的 10000 家公司的高端信息。公司每年均进行年度性的全球休闲产业发展状况统计数据发布和专业分析,并以电子版或纸质媒体向全球出版该成果。该公司认为全球休闲装备和产品业由休闲产品业和摄影用产品业组成。摄影用产品业包括摄影用相机、有关的摄影装备和摄影公司。休闲产品业包括玩具、游戏、自行车、健身器材和运动装备。玩具目录包括机动化和非机动化的玩具,如电子玩具和漂亮的小玩具,但不包括视频游戏支架。市场价值以批发销售价格(RSP)估价^[1]。

全球休闲装备和产品业市场由通过休闲产品(包括计算机与视频游戏软件、传统玩具与游戏、自行车和运动装备)和照相类产品的以批发价销售形式产生的总收入组成。依据以上统计数据和另外 7 个统计表格:全球休闲产品业和照相产品业占全球休闲装备和产品业的比重对比、全球休闲产品业中次级类型产品市场细分、2003 年全球休闲产品业中次级类型产品市场细分、2004 年全球休闲产品业中次级类型产品市

场细分、全球休闲产品业中著名公司的市场份额细分、全球休闲产品业市场的地理细分、全球休闲设施次级类型设施所占市场份额细分、全球休闲设施市场的地理份额细分、全球著名休闲设施企业所占的市场份额细分,我们可以发现如下特征:

(一)近年来全球休闲装备和产品业的市场规模在 2000 亿美元左右,年增长幅度在 2% 左右,规模相当可观,发展势头良好。

(二)从休闲装备和产品业的内部组成结构来看,如将其二分为休闲产品业和照相产品业两部分,可以观察到全球休闲产品业市场所占份额近年来一直位居总行业市场总值的 75% - 80% 之间,占主导地位,但近 8 年来比重有所下降,而照相产品业市场份额有所上升,上升幅度在 4% 到 5% 之间。

(三)多年来北美和欧洲在全球休闲装备和产品业的产品价值总额中稳居前两位,而亚洲—太平洋地区次之,而自 2004 年开始,亚洲—太平洋地区的休闲装备和产品业在生产和销售上取得历史性突破,已经超越欧洲,仅次于北美洲。美国依然以世界第一的休闲装备和产品生产大国遥遥领先其他国家,多年来就一直超越其他地区包括欧洲或亚太地区的市场价值总和。

(四)如将休闲装备和产品业由休闲产品业和照相产品业进一步细分为四大部分:运动装备;玩具、游戏和自行车;照相机和照相机附件;照相用胶卷,可以看到,运动装备业、玩具、游戏和自行车业以较大优势领先后面的照相相关两大行业。这也反映了全球市场对休闲运动装备的、玩具、游戏和自行车类产品的巨大需求量和这些行业高的价值含量。

(五)少数几个大的跨国企业集团占据了全球休闲装备和产品的生产与销售市场的领导性地位。这些公司主要包括柯达公司、富士照相胶卷公司、佳能公司、马特尔公司、哈斯伯尔公司,还包括柯尼卡公司、索尼公

[收稿日期] 2009-10-20

[基金项目] 对外经济贸易大学“211”工程三期重点学科建设项目(40);中国共青团中央课题(编号:2008GH025);北京市哲学社会科学“十一五”规划基金项目(编号:09BeJG274)阶段成果

[作者简介] 吴承忠(1971-),男,湖北武汉人,硕士生导师,北京大学理学博士,清华大学管理学出站博士后,研究方向:国际文化与休闲经济管理、公共政策。

司。从公司类型来看,虽然这些大公司中照相产品类企业和休闲装备类企业兼有,但照相产品类企业在规模和全球市场占有率方面要高于后者如东方人柯达公司、富士照相胶卷公司。玩具类企业马特尔公司和哈斯伯尔公司有较大的发展空间,而计算机产品和电子产品、照相机产品兼有的佳能和索尼公司则应该在专业领域力求有更好的表现。虽然,前述运动装备、玩具、游戏、计算机等为主体的休闲产品业虽然在总行业中占比很大,但单个公司的情况反映出运动装备、玩具、游戏、计算机等为主体的休闲产品业生产企业在公司的规模和市场占有率上明显弱于照相产品业企业,因此休闲产品业生产企业不能光靠大量的小规模企业参与全球化市场竞争,而应该扩大企业的生产规模和销售网络,向大型跨国企业集团方向发展。

(六)根据 Datamonitor 公司所做的研究和预测^[2],亚太地区休闲装备和产品的市场正在迅速扩大,到2009年底将成为最重要的市场。

Datamonitor 公司对全球休闲产品业的分析^[3]强调了几个主要观点:运动产品销售近年来有缓慢下降;产业内部产品类型细分程度重;整个产业高度分散;亚洲太平洋地区将成为最赚钱的市场;预测休闲产品业仍将增长,这与革新的推动和世界发展中国家尤其是中国的经济影响有关;在产品线上的革新已经成为了近年影响市场表现的关键性因素。

二、Datamonitor 公司对全球休闲设施业的分析^[3]

休闲设施由高尔夫球场、体育馆、健身俱乐部、主题公园的所有者和运营者构成。产业价值由健身中心、高尔夫球场和主题公园服务产生。收入由入会费和实地消费构成。全球休闲设施业有几个主要特征:近年产业增长主要推动力是私人健身中心的扩张;美国是该产业中最重要的地理单元;健身产业在欧洲和亚太地区的快速扩张;网络、电子游戏和娱乐的不断增长的流行性,已经成为健身参与人数下降的最可能原因;休闲设施需要更加关注如何吸引老年顾客以推动产业的长期增长;全球最大休闲设施需求市场在美国;居领导地位的几个大公司都忽视了欠发达地区对休闲设施的需求,但都同时从主题公园中获得了大部分收入。

总体而言,全球休闲设施业还将持续增长。原因在于:高水平的可支配收入;不断增长的健康意识;增加的闲暇时间;带薪休假;更高效的交通;更广泛的活动选择等因素综合作用,增加了需求,刺激了产业增长。

三、全球旅游业近年的发展

旅游业是西方发达国家十分重要的产业,目前美国、加拿大、西班牙、英国、希腊、德国、意大利、法国等国在全球旅游业中占有重要地位。本部分以这几个国家为例,对西方旅游业的发展现状做一个概要分析。

(一)美国、西班牙、法国、德国、意大利、英国、希腊、加拿大等少数西方发达国家已经成为全球重要的旅游目的地,既接待了最大数量的国际游客,又获得了最多的国际旅游外汇收入。旅游业为这些国家创造了巨大财富,在国民经济中的地位也越来越重要。如“在美国,旅游业是第三大零售服务业,仅次于汽车销售和食品销售。旅游业在一些州里是最大雇主,包括阿拉斯加州、亚利桑那州、科罗拉多州、佛罗里达州、夏威夷州、爱达荷州、缅因州、内华达州、新罕布什尔州、新墨西哥州、犹他州、佛蒙特州和怀俄明州。^[4](P158)]”

(二)在这些主要国际旅游目的地国家中,它们的国际游客市场来源又十分相似。主要集中在:法国、英国、德国、荷兰、意大利、西班牙、美国、葡萄牙、希腊、比利时和卢森堡公国、澳大利亚、斯堪的纳维亚半岛各国(包括芬兰、瑞典、丹麦、挪威、冰岛)、加拿大,这些多为欧洲或北美的传统发达资本主义国家。略有不同的是,法国的主要国际客源国还包括日本,加拿大的主要客源国还包括中国香港地区。

(三)美国、西班牙、法国、德国、意大利、英国、加拿大等国在保持自己世界旅游目的地的同时,也是重要的出境旅游客源国,其消费能力和出游人次位居全球前列。

(四)从纯粹以休闲为目的的旅游者的停留天数来看:2004年,法国几乎一半的国际游客停留天数在3天以内。而美国海外游客中平均停留时间在15天以内。西班牙则平均在11天内。希腊的旅游者则在11-15天内。意大利的外国来访者一般在4天以内。加拿大的海外旅游者停留时间为15天以内。德国在2天左右。各国之间实际上有较大差别。这可能与被访问国的旅游资源的吸引力有关。

(五)从游览动机来看:德国的欧洲游客动机依次为:短期度假、长期度假和访问朋友和亲戚。对于其他地区的游客而言,游览动机则依次为:观光、吃饭与饮酒、购物、氛围、博物馆、展览和夜生活。而加拿大的海外游客来访问动机更多是因为迷人的风景资源。意大利的海外游客的动机则依次为历史和艺术城市、海滩度假地、山脉度假地、湖泊度假地、温泉度假地、省会城市。西班牙则依次为乡村和海滩、参与性强的文化和体育运动。美国则依次为:休闲和游憩假日、访问朋友和亲戚、商业和公务旅行、学习或研究,其中商务旅游占23%。法国的国外旅游者的动机依次为城市、海边、乡村和山地。这些差异反映了各国在旅游资源赋存和旅游产品开发方面的特色和吸引力差异。

(六)从就业人数看:法国2003年达到15391000人,2004年12月整个旅游业就业人数达到15408000人。西班牙2004年则有3888908人从事旅游业工作。美国休闲科学研究院的科兰代尔就曾宣称:美国的旅行和旅游业雇佣的职员有900万^[4](P251)]。

(七)部分发展中国家作为出境旅游国的市场地

位正在增强。尤其是当部分西方国家已经被双方官方政府以谈判方式确认为旅游目的地之后,这种形势将有更快发展。如英国到2005年已经成为中国出境旅游目的地之一,第一批旅游团80人已经到访。估计中国到2010年将有20万游客去英国,将贡献2亿英镑给英国。中国在2005年已经成为意大利在亚洲客源国的第二位,到访人数720000人^{[5](P17)}。再如美国的亚洲客源市场中,主要客源国和地区依次为:日本、南韩、中国台湾、印度、中国、菲律宾、中国香港、新加坡、泰国、印度尼西亚、巴基斯坦、马来西亚、越南和孟加拉国。(具体情况见下表。)加拿大的亚洲客源国市场中,日本人数最多,达250000人,其次为中国香港,第三是中国,2003年达76800人。2003年,2020万人出国旅游,这在十年前是不可想象的。而且随着中国经济的高速增长,“预计目前城市的中产阶级将由2005年的2000万人急剧增长到2010年的4000万人^{[5](P18)}”,这些人口是潜在的海外游客。

(八)全球旅游业已经发展成为世界第一大产业。1992年,全球国内和国际旅游业创汇达到3.5万亿美元。预计到2010年,美洲地区(北美、中美和南美洲)将接纳国际游客2.07亿美元,比1993年将增长一倍。在美国,1993年为国内外游客提供的全部旅游服务创汇达到4160亿美元,并创造了620万份工作机会^{[4](P128)}。

四、国外娱乐产业发展

美国人在电影、家庭电视、音乐录制等国内市场的开支于1997年达到350亿美元,2000年约为410亿美元,2004年在500亿美元左右。二十世纪90年代初,美国消费者在娱乐性商品和服务上的消费额达到2800亿美元,占到了居民总消费支出的7%。1998年到2000年美国娱乐业的年增长率为8.2%,2000年到2004年的年增长率则是4.6%,反映出娱乐业较旺盛的增长势头。从二十世纪80年代末期到90年代初期,美国地方政府在娱乐和公园设施上增加了大量的开支,从1964-1965年的年均19.76亿美元,到1990-1991年的年均32.72美元^[7]。

目前全球100大音像电影企业集团中85%分布在发达国家,美国最多,全球该行业营业总额达到1100亿美元。1998年美国的第一大出口行业是影视和音像出版业,出口收入达到600亿美元。美国视听产业(影视和音像)在国民经济中的地位由1985年的第11位上升到第6位;在录像市场上,美国1997年录像租赁收入达96亿美元。《财富杂志》排出的全球最大500家企业中,美国娱乐业巨头占有多位。美国电影每年在国内的票房收入达75亿美元,在海外电影市场获得60多亿美元,成为美国经济的重要组成部分^[8]。以电影业为龙头的美国娱乐业中,最大行业是数字娱乐业。美国网民中3/4看过网络娱乐,市场规模从1999年的11亿美元增长到2000年年底的18亿美元,增幅为64%。

1999年,美国游戏产业超过电影和录音带生产,成为第一大娱乐产品。包括电子游戏和电脑游戏的美国游戏产业在1999年的销售额达到74亿美元,比1998年增长了20.7%。在组成游戏产业的三个二级产业中,电子游戏软件的销售额达37.5亿美元,占整个产业收入的50.5%,电子游戏硬件和电脑游戏软件的销售收入分别占30.9%和18.6%^{[7](P105)}。2000年全球数字娱乐产业已经超过了电影产业。日本经济的五分之一由数字娱乐业产生,韩国的数字娱乐业增长更是高达40%,2000年韩国网络游戏市场总体规模达到1100亿韩元。韩国的网络游戏也大量进入欧洲和美洲、台湾和中国大陆市场。网络游戏产业已经成为韩国支柱产业。再以澳门博彩业为例。澳门娱乐公司2000年向特区政府上缴博彩税51.6亿澳门币,比1999年增长了20.6%。公司2000年全年博彩收入达158亿港元,比1999年增加了21.5%^{[8](P29-30)}。

五、国外运动与游憩产业发展

目前全球体育产业的总产值在4500亿美元以上,年增长率达20%。美国是全球体育产业最发达的国家之一。根据1996年美国体育用品制造商协会的统计,全国每年女性在体育运动服装和相关产品上的消费是298亿美元,男性则达到665亿美元。美国已经从1988年的631亿美元,产值占国民生产总值的1%,占第22位,迅速上升到1999年的2125亿美元,占国民生产总值的2.4%,支柱产业第六位^[9]。美国著名经济学家埃尔菲·米克曾计算出:1995年美国体育市场总额已经达到1448.48亿美元。由两部分组成,用于参加闲暇体育活动以及观看体育比赛等的开支441.73亿美元,购买体育用品与服务的开支931.53美元。其中美国有33%的家庭购买了健身器材。美国的体育产业被分为19个大类,其中属于体育健身、休闲、娱乐和培训等服务性体育产业的产值占总产值的46%^{[7](P104-105)}。

日本总务厅1993年调查结果显示:全年平均每个家庭用于购买体育用品的开支为19319日元,占家庭总支出的25.5%,租用体育设施的开支为12570日元,占家庭总支出的16.6%,参加体育培训班的学费开支为11202日元,占总开支的14.8%。根据《日本休闲白皮书》,日本体育产业年产值达到了528亿美元,超过了能源、交通产业,成为国民经济体系中位居第六位的支柱产业^[10]。

六、国外文化产业发展

本研究所指的文化产业不是泛意义上的文化产业,主要包括文学、艺术、新闻、出版、表演业、博物馆等。英国2003年文化产业成为国民经济中仅次于金融业的产业,占到国民生产总值的8%以上,解决了200万人的就业问题,占就业人口的10%以上,带来了800亿英镑的收入。美国的文化产业(这里可能包括了旅游产业)到1996年则已经是最大的产业,也是

美国最大宗的出口行业。年产值达 6000 亿美元的书、影视、音乐及其他著作权产品,是美国第一大出口项目,超过了飞机、汽车、计算机、化学制品等传统出口产品。2000 年,美国占有全球文化市场的 46%。韩国 2002 年文化产业规模达到 157 亿美元,海外出口 5 亿美元,占世界市场份额的 1.5%^[11]。2003 年,韩国文化产业总产值已经占到 GDP 的 5%。2004 年韩国文化产品已占据全球市场 3.5% 的份额,提前实现进入世界文化产业 5 强之列的目标。2000 年欧洲目前占有全球文化市场的 29%,亚洲则占到了近 25%。苑洁认为:总体来看,目前美国仍然是世界第一位文化产业大国,欧洲“利用其发达国家的经济优势紧随其后,以发展中国家为主体的亚洲正在通过调整文化产业政策努力赶超。”^[12]当然,应该注意到苑洁所列举的有关各国文化产业的数据是基于一个比本文研究定义更广的文化产业范围而言的,里面实际上还包括了电影、电视、体育产业这些前面提到的产业领域,在统计上有一定的重迭性。

七、总结

从前面的分析来看,休闲经济的发展即将步入它的黄金时代,人类即将进入到“休闲经济时代”。西方几个主要发达国家尤其在休闲经济的发展方面走在全球前面,引领着休闲和休闲产业发展的潮流。“休闲产业是工业化社会高度发达的产物,它发端于欧美,19 世纪中叶初露端倪,20 世纪 80 年代进入快速发展的时期”^[13]。再经过最近二十多年的飞速发展,全球已经形成以“世界上最大的混合工业——旅游业为龙头”^{[4](P128)},以体育休闲产业、娱乐产业、休闲装备和产品业、休闲设施服务业和文化产业为重要组成部分的世界最大产业系统——休闲产业系统。部分发达国家的休闲经济对国家的贡献十分重要。我们从英国平均家庭开支 2000 - 2001 年的资料可以看出,

英国家庭开支的 18.2% 被用在了休闲方面^{[14](P252)}。国家统计局将纯粹的休闲开支分为了休闲商品和休闲服务开支两个类别。但是,应该看到,“食品”、“酒精”、“摩托车”、“衣服和鞋类”等其他类别中也应该包含了部分休闲开支。可以看到,休闲和旅游业对英国国家经济的贡献巨大。

[参考文献]

- [1] www. datamonitor. com, [ol] June 2003.
- [2] 全球休闲装备和产品业文件(英文版)[Z]. 2005.
- [3] 全球休闲装备和产品业文件(英文版)2003, 2004, 2005; 全球休闲产品产业文件(英文版)2003, 2004, 2005; 全球休闲设施产业文件(英文版)2003, 2004, 2005 [Z].
- [4] [美]杰弗瑞·戈比著,康箐译,田松校译. 你生命中的休闲 [M]. 昆明: 云南人民出版社, 2000.
- [5] www. mintel. com, 2005, Tavel & Tourism Intelligence, [J/OL] November 2005, February, November; 17, 18.
- [6] www. mintel. com, 2005, Tavel & Tourism Intelligence, [J/OL] November 2005, February, November; 12.
- [7] 刘锋. 中国休闲经济发展与政策研究. 清华大学博士后出站报告[R]. 2002.
- [8] 尹鸿. 好莱坞的全球化: 中国电影的发展[J]. 电影评价, 2002, 2: (15).
- [9] 赵腊平. 体育产业有望成为中国新的经济增长点[N]. 中国包装报, 2001. 10. 24.
- [10] 杜利军, 白玲, 郑斌, 等. 国外体育产业发展状况的研究——西方发达国家体育产业结构特征及其未来发展趋势的研究[R]. 国家体育总局体育信息研究所, 1999.
- [11] 沈山. 文化产业的内涵及其政策发展趋势[J]. 社会科学家, 2005, (3): 167.
- [12] 苑洁. 全球文化产业发展的最新趋势及政策分析[J]. 国外社会科学, 2006, (1): 48.
- [13] 马惠娣. 21 世纪与休闲经济、休闲产业与休闲文化[J]. 自然辩证法研究, 2001, 17(1): 49.
- [14] John Tribe. The economics of recreation, leisure and tourism [M]. Oxford: Elsevier, 1995.

[责任编辑: 王云江]

The analysis on the state of main component industries of the abroad leisure economy

WU Cheng - zhong

(School of Public Administration of University of International Business and Economics, Beijing 100029, China)

Abstract: This paper mainly reviewed the developing state and the character of the five industrials with several data and literatures of the leisure facilities industrial The tourism industrial, the entertainment industrial, the sports and recreation industrial, the culture industrial. The research showed that the largest industrial system all of the world, the leisure industrial was formed by the tourism industry as the head one and the other component parts such as the sports and recreation industrial, the entertainment industrial, the leisure equipments and Product industrial, the leisure facilities service industrial, the culture industrial.

Key words: leisure economy; state; industry; abroad