

改进的集群核心能力评价体系在湖北体育产业集群的应用研究

石晓萍

(黄冈师范学院 体育学院, 湖北 黄冈 438000)

摘要: 根据湖北体育产业战略布局和经济发展实际情况, 利用改进的体育产业集群核心能力评价体系对湖北部分地区体育产业集群的建设水平进行实证分析。结果显示: 以武汉为中心的体育产业集聚明显, 产生一定的集群效应, 优势竞争力开始形成; 以鄂州、咸宁、宜昌为核心的鄂东南、鄂西地区的体育产业集群中心初步建成, 而黄石、天潜仙、襄阳、恩施、黄冈等区域的体育产业还未形成联合体育经济体。为此提出, 应统筹规划, 发挥湖北区域产业集聚的资源优势; 鼓励创新, 实施体育产业集群创新战略。旨在为湖北省体育产业集群发展提供依据。

关键词: 集群核心能力; 评价体系; 湖北体育产业集群; 发展主体; 资源; 制度

中图分类号: G80-052

文献标志码: A

文章编号: 1008-3596 (2016) 06-0028-12

2006年湖北省政府工作报告首次提出了以武汉城市圈为龙头, 以武汉为主中心, 以襄樊和宜昌为副中心, 以黄石、荆州、十堰等大城市为支撑, 以县域经济为基础的区域发展格局。大力支持城市圈内各市发挥比较优势, 加强资源整合和产业融合。2010年《湖北省经济和社会发展的统计公报》显示, 体育及相关产业是本省发展最快的产业之一, 湖北区域内开始产生一定数量的体育产业集群, 优势竞争力开始形成, 由单一的体育用品企业的聚合向体育健身休闲、体育旅游等多种类型的集群发展, 有效地促进了湖北经济的发展, 成为拉动GDP增长的重要动力。因此, 本文运用改进的体育产业集群核心能力评价指标体系对湖北部分地级市体育产业集群的建设水平进行实证检验, 为湖北体育产业集群发展提供参考依据。

1 文献综述

湖北体育产业集群空间布局的研究成果比较丰富, 主要有刘鸣鸣^[1] (2008) 提出的“一江两山”体育旅游圈, 即以“长江三峡、神农架、武当山”为重点, 包括宜昌市、神农架林区、十堰市以及襄樊市、恩施自治州部分地区的体育旅游经济区 (表1); 高慧妮^[2] (2009)、游战澜^[3] (2010) 等从武汉城市圈视角提出的休闲体育产业发展战略 (图1) 及“一星二翼四区”体育产业集群空间布局 (表1); 2011年, 湖北省政府提出加快构建全省体育产业“一区三带”格局 (表2); 王学时^[4] (2013) 提出构建“三圈三带”武汉城市圈体育产业空间战略布局 (表3); 2015年8月, 湖北省政府《关于加快发展体育产业促进体育消费的实施意见》中提出, 要形成“一核两带”的体育产业发展格局 (表4)。

收稿日期: 2016-08-20

基金项目: 2015年湖北教育厅人文社科项目 (2015006102)

作者简介: 石晓萍 (1977—), 女, 湖北大冶人, 副教授, 硕士, 研究方向为社会体育管理。

表 1 湖北“一星二翼四区”与“一江两山”体育产业集群布局表^[1,3]

体育产业集群区域	中心城市	特色资源	重点开发产品
武汉体育产业集群区	武汉	金银湖高尔夫运动、东方马城速度赛马、长江横渡赛、环东湖自行车赛、武汉体育中心、武汉中体倍力健身俱乐部、木兰山拓展运动	体育研发类产品 体育竞赛类产品 休闲体育类产品 体育健身类产品
黄石体育产业集群区	黄石	中国乒乓球队训练基地、黄石乒乓运动产业	体育竞赛类产品 休闲体育类产品
咸宁体育产业集群区	咸宁	咸宁温泉，九宫山滑雪、登山	体育保健类产品 体育旅游类产品
随州体育产业集群区	随州	中长跑、赛艇、乒乓球、健身操	竞技体育类产品 群众体育类产品
黄冈体育产业集群区	黄冈	户外用品产业基地	体育用品制造业 (户外运动产品)
天潜仙体育产业集群区	天门、潜江、仙桃	举重、划船、仙桃体操、天门村落体育	竞技体育类产品 村落体育类产品
鄂州体育产业集群区	鄂州	红莲湖国际水上竞赛基地、湖北省国际水上训练中心、红莲湖高尔夫乡村俱乐部、梁子岛高尔夫俱乐部	休闲体育类产品
“一江两山” 体育产业集群区	宜昌、 神农架、 武当山	神农架森林徒步探险、高山滑雪，武当山武术文化，三峡户外运动	原始森林探险类产品 户外拓展类产品 体育旅游类产品 民族传统体育类产品

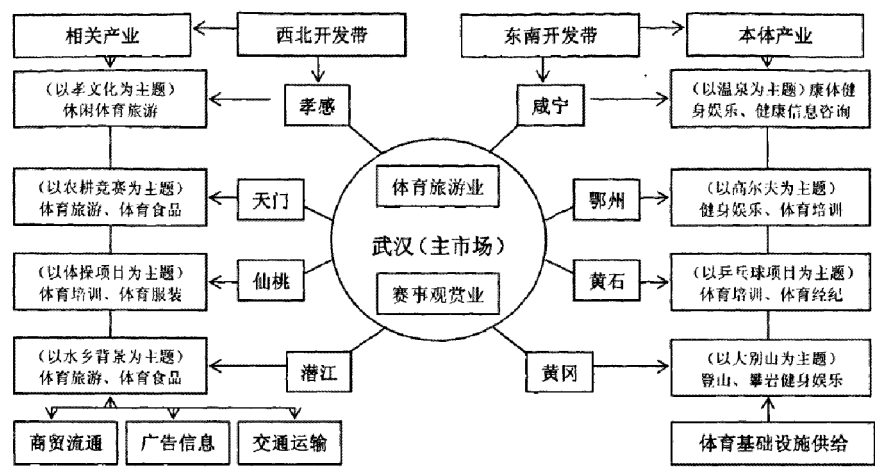


图 1 武汉城市圈休闲体育产业发展战略^[2]

表2 湖北省体育产业“一区三带”格局表

体育产业集群区(带)	重点开发行业	重点开发产品
武汉“核心发展区”	高级别品牌赛事和本土性精品赛事、高端健身休闲业、体育用品制造业及销售业、电子竞技业	体育研发类产品 体育竞赛类产品 休闲体育类产品 体育健身类产品
东部体育产业带	体育健身休闲业、文化旅游业	体育健身类产品 体育旅游类产品
中部体育产业带	体育服装鞋帽生产和航空、赛车运动装备制造业	体育用品制造业
西部体育产业带	休闲旅游业和户外运动产业	户外拓展类产品 体育旅游类产品

表3 “三圈三带”武汉城市圈体育产业空间

体育产业集聚圈/集聚带	区域范围/交通路线	中心城市
体育赛事休闲产业集聚圈	鄂中地区	武汉—孝感—鄂州
体育用品制造产业集聚圈	鄂南地区	天门—潜江—仙桃
体育拓展旅游产业集聚圈	鄂东地区	咸宁—黄石—黄冈
体育用品物流带	沪成铁路	武汉—天门
体育旅游观光带	京广铁路	武汉—咸宁
体育赛事休闲带	武汉城际铁路	孝感—武汉—鄂州—黄石

表4 “一核两带”的体育产业发展格局

体育产业集群区域	中心城市	主导体育行业
武汉体育产业发展核心区	武汉	体育赛事中心、科教服务中心、赛马产业中心和中部地区体育商贸中心、产权交易中心、汽车运动产业中心
西部产业带	宜昌、襄阳、荆州、十堰、荆门、随州、恩施、神农架	体育休闲旅游业、户外运动产业、航空运动产业
东部产业带	黄石、孝感、鄂州、黄冈、咸宁、仙桃、潜江、天门	水上运动、体育健身、养生康复

除了产业布局外,湖北体育产业集群的发展思路也体现出了明显的与时俱进的特征:陈林祥^{[5](2007)}指出体育服务业依托中心城市进行布局,以中心城市带动周边地区体育服务业的发展;刘勇^{[6](2010)}指出以产业集群的发展模式为载体,创造多种类型的产业集群模式;方春妮^{[7](2012)}提出政府主导型区域体育产业集群的发展思路和途径。湖北体育产业集群发展方向的研究主要有:田成勇^{[8](2010)}、徐焦诗云^{[9](2011)}、喻坚^{[10](2012)}、赵静道^{[11](2009)}等分别从武汉、咸宁、襄阳、长江三峡等区域出发,分析构建休闲体育产业的优势与机遇;雷选沛^{[12](2005)}、

程从喜^{[13](2008)}、邓辉^[14]等人,立足长江三峡、武当山、神农架、恩施自治州、两荆一襄、黄冈大别山等区域提出体育旅游产业开发的方向;刘瑾^{[15](2012)}提出湖北构建体育用品制造产业集群的思路。

综合来看,目前的研究成果大部分是对湖北体育产业集群发展的定性研究,很少利用指标体系或数据分析等定量方法进行实证研究。因此,为实现湖北“一核两带”的体育产业集群发展格局,笔者将改进的集群核心能力评价体系用于分析湖北各区域体育产业发展状况,旨在为湖北体育产业集群发展提供依据。

2 湖北经济及体育产业发展情况

武汉、黄石、咸宁、襄阳、鄂州、黄冈、仙桃、恩施、宜昌等9个城市经济发展以及第三产业发展情况如表5、表6所示。

2.1 部分城市经济发展情况比较分析

表5 湖北部分城市经济发展情况对比表

亿元

城市	2010		2011		2012		2013		2014	
	GDP	增速	GDP	增速	GDP	增速	GDP	增速	GDP	增速
武汉	5 565.93	14.7%	6 762.20	12.5%	8 003.82	11.4%	9 051.27	10.0%	10 069.48	9.7%
黄石	690.12	15.7%	925.96	15.8%	1 040.95	12.0%	1 144.00	10.5%	1 207.00	8.7%
咸宁	520.33	15.9%	652.10	15.8%	760.99	12.2%	872.20	10.6%	964.25	9.6%
襄阳	1 538.27	16.2%	2 132.22	16.0%	2 501.96	12.5%	2 814.00	11.4%	3 129.30	9.8%
鄂州	395.30	15.3%	490.89	16.0%	560.39	12.1%	630.50	10.5%	686.64	9.7%
黄冈	862.30	14.1%	1 045.11	14.0%	1 192.88	10.6%	1 332.55	10.5%	1 477.15	9.7%
仙桃	290.97	15.9%	378.42	15.2%	444.20	12.8%	504.28	11.3%	552.30	9.7%
恩施州	351.13	13.8%	418.19	13.4%	482.19	11.9%	552.48	9.9%	612.00	9.5%
宜昌	1 547.32	15.8%	2 140.69	16.1%	2 508.89	12.6%	2 818.07	11.5%	3 132.21	9.8%

从表5可以初步看出,2010—2013年9市经济平均增速在10%以上,2014年在新常态下经济增速虽然放缓,多数经济增长率保持在

9.6%左右,但经济结构优化升级,部分城市的服务业增加值占比超过第二产业,这为湖北区域体育产业快速发展提供了难得的机会。

表6 湖北部分城市第三产业经济发展对比表

亿元

城市	2010		2011		2012		2013		2014	
	第三产业	占比 GDP	第三产业	占比 GDP	第三产业	占比 GDP	第三产业	占比 GDP	第三产业	占比 GDP
武汉	2 813.00	50.5%	3 303.48	48.8%	3 833.05	47.9%	4 319.70	47.7%	4 933.76	49.0%
黄石	241.58	34.9%	279.59	30.2%	310.05	29.8%	347.00	30.3%	390.08	32.3%
咸宁	177.39	34.0%	224.05	34.4%	255.96	33.5%	286.12	32.8%	315.63	32.8%
襄阳	505.40	32.8%	623.57	29.3%	716.70	28.7%	816.10	29.0%	923.00	29.5%
鄂州	112.49	28.4%	140.07	29.1%	154.73	27.7%	177.35	28.1%	198.30	28.8%
黄冈	287.18	33.3%	348.25	33.3%	395.23	33.1%	454.48	34.1%	515.93	34.9%
仙桃	98.93	33.7%	119.79	31.7%	137.53	30.9%	156.23	31.0%	172.32	31.2%
恩施州	142.56	40.5%	166.77	40.0%	192.86	39.8%	221.45	40.0%	251.34	41.0%
宜昌	480.70	31.0%	604.64	28.2%	690.61	27.5%	788.35	28.0%	923.09	29.5%

资料来源:湖北各城市国民经济和社会发展统计公报(2010—2014)。

从表6可出,2010—2014年湖北第三产业增加值逐年递增,但是占GDP的百分比除武汉、恩施州、黄冈外,其他城市均在30%左右,普遍不高,说明第三产业在湖北大部分地区还未占主导地位,产业结构还是以工业或农业为主导,这势必造成湖北区域体育产业集群发展的不平衡。

2.2 湖北省体育产业发展情况

表7 2010—2012年湖北省体育产业相关数据表

指标	2010	2011	2012
总产出/亿元	195.88	257.4	334.6
增加值/亿元	95.57	138.0	179.0
占比 GDP/%	0.60	0.65	0.67
从业人员/万人	16.8	19.6	25.5

资料来源:湖北省经济和社会统计公报(2010—2012)。

从表7可见,湖北省近年来体育及相关产业增速较快,是湖北省发展速度最快的产业之一。相关数据显示,体育及相关产业从2007至2010年的总产出年均增长率为32.2%,创造的增加值年均增长率为44.4%,远超全省GDP年均13.8%的增长速度,也远超第三产业年均11.6%的增长速度。2010年度,全省体育及相关产业吸纳的就业人数达到16.85万人,占全省就业总人数的0.46%。2011年全省体育产业总产出、增加值、从业人员分别达257.4亿元、138亿元、19.6万人,同比增幅均超30%,体育产业增加值占全省GDP比重达0.65%,2012年全省体育产业总产出、增加值、从业人员分别达334.6亿元、179亿元、25.48万人,同比增幅均达30%以上,体育产业增加值占全省GDP达0.67%,成为全省第三产业中增速最快的产

业之一,排全国第6位、中部省份第一位,表明湖北省体育产业发展迅猛,具备集群实力与条件。

3 改进的体育产业集群核心能力评价体系

郑美艳^[16](2014)在参考并改进钻石模型与GEM模型的基础上,结合国际体育产业集群项目典范案例而构建了适用于体育产业集群核心能力评价的崭新体系。笔者将该评价体系中的主体因素、环境因素、资源因素、制度要素、市场绩效要素,细分13个方案及33项具体指标,并计算指标权重(表8),以此为工具,对武汉、黄石、咸宁、襄阳、黄冈、天潜仙、恩施、宜昌等9个区域的体育产业集群进行定量研究。

表8 衡量湖北体育服务产业集群区域建设水平的指标权重体系

准则层	方案层	指标层
主体因素层 A ₁ 0.206	政府引导能力 B ₁₁ 0.092	政府提供的投资优势和发展条件 C ₁₁₁ 0.033
		政府部门的宣传力度和管理水平 C ₁₁₂ 0.039
		政府整体规划 C ₁₁₃ 0.020
	体育企业竞争能力 B ₁₂ 0.112	企业能力(竞争、创新)C ₁₂₁ 0.028
		企业数量及密度 C ₁₂₂ 0.035
		企业间合作 C ₁₂₃ 0.030
		企业市场营销推广 C ₁₂₄ 0.019
	学术机构参与能力 B ₁₃ 0.002	学术、科研支持系统的智囊效应 C ₁₃₁ 0.002
		自然资源 C ₂₁₁ 0.033
		物资资源规模 C ₂₁₂ 0.020
环境因素层 A ₂ 0.169	物质自然环境 B ₂₁ 0.098	地理位置 C ₂₁₃ 0.019
		基础设施(体育场馆、交通网络)C ₂₁₄ 0.026
		历史文化传统 C ₂₂₁ 0.028
	社会环境 B ₂₂ 0.071	社会网络关系 C ₂₂₂ 0.022
		社团及协会等民间组织 C ₂₂₃ 0.021
		商业传统 C ₃₁₁ 0.026
		商誉资产 C ₃₁₂ 0.021
	信息资源 B ₃₂ 0.058	品牌资产 C ₃₁₃ 0.031
		信息共享与合作 C ₃₂₁ 0.058
		员工知识水平 C ₃₃₁ 0.037
资源因素层 A ₃ 0.208	商业资源 B ₃₁ 0.078	员工组织学习能力 C ₃₃₂ 0.035
	信息资源 B ₃₂ 0.058	
	人力资源 B ₃₃ 0.072	

续表

准则层	方案层	指标层
制度要素层 A ₄ 0.219	组织惯例 B ₄₁ 0.105	惯例程序 C ₄₁₁ 0.046
		组织习惯 C ₄₁₂ 0.028
		组织智商 C ₄₁₃ 0.031
	整合能力 B ₄₂ 0.114	价值链数量 C ₄₂₁ 0.032
		价值链长度 C ₄₂₂ 0.017
		价值链稳定性 C ₄₂₃ 0.019
		产业关联度 C ₄₂₄ 0.046
市场绩效要素层 A ₅ 0.198	行业利润率 B ₅₁ 0.089	行业利润率 C ₅₁₁ 0.089
	市场竞争力 B ₅₂ 0.062	产品社会认知度 C ₅₂₁ 0.027
		产品的需求程度 C ₅₂₂ 0.035
	创新能力 B ₅₃ 0.047	研发资源获取与利用能力 C ₅₃₁ 0.022
		研发成果市场化能力 C ₅₃₂ 0.025

4 湖北体育产业集群建设水平的实证分析

4.1 样本数据来源与分析方法

表9 问卷发放与回收情况一览表

调查对象	发放数量	回收数量	回收率/%	有效回收	有效回收率/%
政府官员	60	52	86.7	52	100
体育企业人员	300	233	77.6	217	93.1
研究机构人员	60	54	90.0	54	100
体育协会人员	60	52	86.7	49	94.2
体育产业基地市民	300	262	87.3	236	90.1

笔者通过发放问卷,对9个区域的相关人员进行调查,具体包括各地级市政府体育产业管理部门的官员、体育产业集群内企业高管和员工、湖北体育产业集群(基地)的管理人员、高校或研究所研究人员、体育协会人员以及体育产业集群(基地)所在地市民(表9)。利用多元化主体调研结果相互牵制,避免调查结果的责任减小化(或绩效夸大化)倾向。调查问卷的每个题目都是依据体育产业集群核心能力评价的体系指标层设定的,每道题的分值为10分,采用Likert“1—10”10级评分法,A系数为0.78—0.95,重测系数为0.76—0.88,运用SPSS 17.0对调查数据进行一般性的统计运算。同时,就湖北区

域体育产业集群发展困境、中部经济发展与体育产业内外产值影响等一系列问题,走访了部分政府官员、体育协会管理人员,以及湖北体育产业基地、体育高新技术及休闲产业园、旅游度假区的管理人员,听取了他们的认识和见解。

4.2 湖北体育产业集群建设水平具体指标得分情况

9个区域体育产业集群的指标数据(表10)表明:企业市场营销推广、地理位置、历史文化传统、社会网络关系、社团及协会等民间组织、员工组织学习能力、价值链稳定性、产品社会认知度、产品的需求程度等指标得分较稳定,其区域间差异较小,大部分占比例80%以上,特别产品社会认知度、产品的需求程度可达90%以上。这反映了湖北体育产业集群优势所在;另外,政府提供的投资优势和发展条件、政府整体规划、企业能力、企业数量及密度、自然资源、基础设施、行业利润率等指标得分差距明显,其占比在40%—90%之间浮动,说明湖北区域体育产业集群建设在这些方面存在较明显的不平衡;再次,从企业间合作、商业传统、商誉资产、品牌资产、惯例程序、组织智商、产业关联度、研发资源获取与利用能力、研发成果市场化能力等指标得分相对较低,表明这是湖北区域体育产业集群发展的“瓶颈”与“短板”。

表 10 湖北部分体育产业集群指标数据统计表

指标		武汉	黄石	咸宁	襄阳	黄冈	鄂州	天门、潜江、仙桃	恩施	宜昌
政府提供的投资优势和	分值	0.026	0.018	0.020	0.017	0.015	0.021	0.019	0.020	0.023
发展条件 C ₁₁₁ 0.033	%	75.8	54.5	60.6	51.5	45.5	63.6	57.6	60.6	69.7
政府部门的宣传力度和	分值	0.029	0.015	0.020	0.020	0.014	0.024	0.017	0.016	0.028
管理水平 C ₁₁₂ 0.039	%	74.4	38.5	51.3	51.3	35.9	61.5	43.5	41.0	71.8
政府整体规划 C ₁₁₃ 0.020	分值	0.017	0.011	0.012	0.013	0.010	0.014	0.015	0.012	0.015
	%	85.0	55.0	60.0	65.0	50.0	70.0	75.0	60.0	75.0
企业能力(竞争、创新)	分值	0.021	0.018	0.019	0.018	0.014	0.017	0.018	0.015	0.017
C ₁₂₁ 0.028	%	75.0	64.3	67.9	64.3	50.0	60.7	64.3	53.6	60.7
企业数量及密度	分值	0.028	0.019	0.024	0.017	0.018	0.017	0.017	0.017	0.018
C ₁₂₂ 0.035	%	80.0	54.3	68.6	48.6	51.4	48.6	48.6	48.6	51.4
企业间合作 C ₁₂₃ 0.030	分值	0.016	0.013	0.014	0.014	0.012	0.015	0.014	0.015	0.016
	%	50.0	43.3	46.7	46.7	40.0	50.0	46.7	50.0	50.0
企业市场营销推广	分值	0.016	0.015	0.016	0.015	0.014	0.016	0.014	0.015	0.016
C ₁₂₄ 0.019	%	84.2	78.9	84.2	78.9	73.7	84.2	73.7	78.9	84.2
学术、科研支持系统的	分值	0.0016	0.0015	0.0015	0.0013	0.0013	0.0013	0.0013	0.0013	0.0014
智囊效应 C ₁₃₁ 0.002	%	80.0	75.0	75.0	65.0	65.0	65.0	65.0	65.0	70.0
自然资源 C ₂₁₁ 0.033	分值	0.022	0.022	0.028	0.024	0.028	0.028	0.024	0.028	0.029
	%	66.7	66.7	84.8	72.7	84.8	84.8	72.7	84.8	87.9
物资资源规模 C ₂₁₂ 0.020	分值	0.017	0.014	0.015	0.015	0.013	0.016	0.016	0.014	0.016
	%	85.0	70.0	75.0	75.0	65.0	80.0	80.0	70.0	80.0
地理位置 C ₂₁₃ 0.019	分值	0.017	0.016	0.016	0.015	0.016	0.016	0.015	0.015	0.015
	%	89.5	84.2	84.2	83.4	84.2	84.2	83.4	83.4	83.4
基础设施(体育场馆、	分值	0.023	0.020	0.021	0.019	0.018	0.020	0.019	0.017	0.018
交通网络)C ₂₁₄ 0.026	%	88.5	76.9	80.8	73.8	69.2	76.9	73.8	65.4	73.8
历史文化传统 C ₂₂₁ 0.028	分值	0.025	0.025	0.025	0.024	0.025	0.023	0.025	0.024	0.023
	%	89.3	89.3	89.3	85.7	89.3	82.1	89.3	85.7	82.1
社会网络关系 C ₂₂₂ 0.022	分值	0.020	0.020	0.019	0.019	0.020	0.020	0.021	0.019	0.021
	%	90.9	90.9	90.4	90.4	90.9	90.9	95.5	90.4	95.5
社团及协会等民间组织	分值	0.018	0.018	0.018	0.018	0.018	0.018	0.018	0.018	0.018
C ₂₂₃ 0.021	%	86.7	86.7	86.7	86.7	86.7	86.7	86.7	86.7	86.7
商业传统 C ₃₁₁ 0.026	分值	0.016	0.013	0.014	0.012	0.013	0.014	0.014	0.013	0.014
	%	61.5	50.0	53.8	46.2	50.0	53.8	53.8	50.0	53.8
商誉资产 C ₃₁₂ 0.021	分值	0.014	0.011	0.012	0.011	0.012	0.013	0.014	0.012	0.014
	%	66.7	52.4	57.1	52.4	57.1	61.9	66.7	57.1	66.7
品牌资产 C ₃₁₃ 0.031	分值	0.018	0.016	0.017	0.016	0.015	0.017	0.016	0.015	0.017
	%	58.1	51.6	54.8	51.6	48.4	54.8	51.6	48.4	54.8
信息共享与合作	分值	0.044	0.038	0.037	0.036	0.034	0.037	0.033	0.034	0.034
C ₃₂₁ 0.058	%	75.9	65.5	63.8	62.1	58.6	63.8	56.9	58.6	58.6

续表

指标		武汉	黄石	咸宁	襄阳	黄冈	鄂州	天门、潜江、仙桃	恩施	宜昌
员工知识水平 C ₃₃₁ 0.037	分值	0.024	0.024	0.023	0.022	0.024	0.024	0.023	0.023	0.024
	%	64.9	64.9	62.2	59.5	64.9	64.9	62.2	62.2	64.9
员工组织学习能力 C ₃₃₂ 0.035	分值	0.032	0.031	0.030	0.029	0.030	0.029	0.029	0.029	0.030
	%	91.4	88.6	85.7	82.9	85.7	82.9	82.9	82.9	85.7
惯例程序 C ₄₁₁ 0.046	分值	0.022	0.019	0.020	0.019	0.020	0.020	0.019	0.019	0.020
	%	47.8	41.3	43.5	41.3	43.5	43.5	41.3	41.3	43.5
组织习惯 C ₄₁₂ 0.028	分值	0.016	0.014	0.014	0.014	0.014	0.015	0.012	0.014	0.014
	%	57.1	50.0	50.0	50.0	50.0	55.4	42.9	50.0	50.0
组织智商 C ₄₁₃ 0.031	分值	0.017	0.014	0.016	0.014	0.015	0.016	0.016	0.015	0.015
	%	54.8	45.7	51.6	45.7	48.4	51.6	51.6	48.4	48.4
价值链数量 C ₄₂₁ 0.032	分值	0.022	0.020	0.020	0.020	0.019	0.020	0.019	0.019	0.019
	%	68.8	62.5	62.5	62.5	59.4	62.5	59.4	59.4	59.4
价值链长度 C ₄₂₂ 0.017	分值	0.011	0.009	0.010	0.010	0.009	0.010	0.012	0.010	0.010
	%	64.7	52.9	58.8	58.8	52.9	58.8	70.6	58.8	58.8
价值链稳定性 C ₄₂₃ 0.019	分值	0.018	0.016	0.016	0.016	0.016	0.017	0.016	0.016	0.017
	%	94.7	84.2	84.2	84.2	84.2	89.5	84.2	84.2	89.5
产业关联度 C ₄₂₄ 0.046	分值	0.023	0.019	0.019	0.020	0.024	0.022	0.022	0.023	0.024
	%	50.0	41.3	41.3	43.6	52.2	47.8	47.8	50.0	52.1
行业利润率 C ₅₁₁ 0.089	分值	0.075	0.068	0.072	0.064	0.059	0.070	0.060	0.066	0.073
	%	84.2	76.4	80.9	71.9	66.3	78.7	67.4	74.2	82.0
产品社会认知度 C ₅₂₁ 0.027	分值	0.024	0.023	0.022	0.021	0.022	0.024	0.021	0.021	0.023
	%	88.9	85.2	81.5	77.8	81.5	88.9	77.8	77.8	85.2
产品的需求程度 C ₅₂₂ 0.035	分值	0.032	0.030	0.029	0.029	0.030	0.031	0.030	0.029	0.030
	%	91.4	85.7	82.9	82.9	85.7	88.6	85.7	82.9	85.7
研发资源获取与利用能力 C ₅₃₁ 0.022	分值	0.012	0.010	0.011	0.010	0.009	0.010	0.009	0.009	0.011
	%	54.5	45.5	50.0	45.5	40.9	45.5	40.9	40.9	50.0
研发成果市场化能力 C ₅₃₂ 0.025	分值	0.011	0.010	0.011	0.010	0.008	0.010	0.009	0.009	0.009
	%	44.0	40.0	44.0	40.0	32.0	40.0	36.0	36.0	36.0

4.3 湖北体育产业集群建设水平的方案情况

9 区域方案层各项得分情况（表 11）显示，政府引导能力、体育企业竞争能力区域间差异较大，变动幅度在 42.3%—78.3%，其中武汉、宜昌体育产业集群的政府引导能力较强，但黄石、黄冈等城市的政府引导能力较弱，体育企业竞争能力除武汉相对较好外，其他各区域均较薄弱。这一结果由区域经济、环境、产业结构等所致，使得体育产业集群发展极其不平衡，且相当缓慢。其次，商业资源与信息资源所占比例大部分处于 50%—65%之间，表明各区域资源开发与利用的深度与广度十分有

限。再次，组织惯例、整合能力、创新能力的分值相当低，特别是创新能力指标普遍在 50%以下，说明体育产业集群在湖北各地区还处于“摸着石头过河”的阶段，集群特色不突出，体育产业创新能力不足。此外，学术机构参与能力分值所占比例在 65%—80%之间，表明湖北体育产业集群具备一定的研发条件，如体育服务业的校企合作、产学研一体化等研究等，为体育产业研发提供了有力保障。行业利润率、市场竞争力所占比例最高达 90.3%，表明体育产业集群在湖北具有一定的经济规模，体育市场初步形成，有迅速发展的空间。最后，

物质自然环境、社会环境、人力资源的得分比例处于 73.5%—90.1% 的区间,说明湖北省具备良好的体育产业资源。

表 11 湖北部分体育产业集群方案层数据统计表

评价指标		武汉	黄石	咸宁	襄阳	黄冈	鄂州	天门、潜江、仙桃	恩施	宜昌
政府引导能力	分值	0.072	0.044	0.052	0.05	0.039	0.059	0.051	0.048	0.066
B ₁₁ 0.092	%	78.3	47.8	56.5	54.3	42.3	64.1	55.4	52.2	71.7
体育企业竞争	分值	0.081	0.065	0.073	0.064	0.058	0.065	0.063	0.062	0.067
能力 B ₁₂ 0.112	%	72.3	58.0	65.2	57.1	51.8	58.0	56.2	55.3	59.8
学术机构参与	分值	0.001 6	0.001 5	0.001 5	0.001 3	0.001 3	0.001 3	0.001 3	0.001 3	0.001 4
能力 B ₁₃ 0.002	%	80.0	75.0	75.0	65.0	65.0	65.0	65.0	65.0	70.0
物质自然环境	分值	0.079	0.072	0.08	0.073	0.075	0.08	0.074	0.074	0.078
B ₂₁ 0.098	%	80.6	73.5	81.6	74.5	76.5	81.6	75.5	75.5	79.6
社会环境	分值	0.063	0.063	0.062	0.061	0.063	0.061	0.064	0.061	0.062
B ₂₂ 0.071	%	88.7	88.7	87.3	85.9	88.7	85.9	90.1	85.9	87.3
商业资源	分值	0.048	0.04	0.043	0.039	0.04	0.044	0.044	0.04	0.045
B ₃₁ 0.078	%	61.5	51.2	55.1	50.0	51.2	56.4	56.4	51.2	57.7
信息资源	分值	0.044	0.038	0.037	0.036	0.034	0.037	0.033	0.034	0.034
B ₃₂ 0.058	%	75.9	65.5	63.8	62.1	58.6	63.8	56.9	58.6	58.6
人力资源	分值	0.056	0.055	0.053	0.051	0.054	0.053	0.052	0.052	0.054
B ₃₃ 0.072	%	77.8	76.4	73.6	70.8	75.0	73.6	72.2	72.2	75.0
组织惯例	分值	0.055	0.047	0.05	0.047	0.049	0.051	0.047	0.048	0.049
B ₄₁ 0.105	%	52.3	44.8	47.2	44.8	46.7	48.6	44.8	45.7	46.7
整合能力	分值	0.074	0.064	0.065	0.066	0.068	0.069	0.069	0.068	0.07
B ₄₂ 0.114	%	64.9	56.1	57.0	57.9	59.6	60.5	60.5	59.6	61.4
行业利润率	分值	0.075	0.068	0.072	0.064	0.059	0.070	0.060	0.066	0.073
B ₅₁ 0.089	%	84.3	76.4	80.9	71.9	66.3	78.7	67.4	74.2	82.0
市场竞争力	分值	0.056	0.053	0.051	0.05	0.052	0.055	0.051	0.05	0.053
B ₅₂ 0.062	%	90.3	85.5	82.3	80.6	83.9	88.7	82.3	80.6	85.5
创新能力	分值	0.023	0.02	0.022	0.02	0.017	0.02	0.018	0.018	0.02
B ₅₃ 0.047	%	48.9	42.5	46.8	42.5	36.2	42.5	38.3	38.3	42.5

4.4 湖北体育产业集群建设水平的总体情况

由表 12 可见,环境因素层、资源因素层、市场绩效要素层在 9 区域中得分百分率幅度分别为 79.3%—84%、60.6%—71.2%、64.6%—77.8%,各区域的指标得分变化相对稳定;而主体因素层变动幅度较大,在 47.6%—74.8% 之间,说明主体因素区域间差异显著;制度要素层的百分率偏低,变动区域为 50.7%—58.9%。从整体排名情况分析,武汉最高,宜昌、鄂州、

咸宁得分比较接近,紧随其后,随后依次为黄石、天潜仙、襄阳、恩施、黄冈。可以看出,湖北省以武汉为核心层的体育产业集群已基本确立,以鄂州、咸宁、宜昌为核心的鄂东南、鄂西腹地层的体育产业集群中心初步建成,作为湖北体育产业集的“两翼”,以黄石、天潜仙、襄阳、恩施、黄冈等区域为辐射层的体育产业集群尚未成形,需要进一步完善与投入。

表 12 湖北部分体育产业集群准则层数据统计表

评价指标		武汉	黄石	咸宁	襄阳	黄冈	鄂州	天门、潜江、仙桃	恩施	宜昌
主体因素层	分值	0.154	0.110	0.126	0.115	0.098	0.125	0.115	0.111	0.134
A ₁ 0.206	%	74.8	53.4	61.2	55.8	47.6	60.7	55.8	53.9	65.0
环境因素层	分值	0.142	0.135	0.142	0.134	0.138	0.141	0.138	0.135	0.14
A ₂ 0.169	%	84.0	79.9	84.0	79.3	81.7	83.4	81.7	79.9	82.8
资源因素层	分值	0.148	0.133	0.133	0.126	0.128	0.134	0.129	0.126	0.133
A ₃ 0.208	%	71.2	63.9	63.9	60.6	61.5	64.4	62.0	60.6	63.9
制度要素层	分值	0.129	0.111	0.115	0.113	0.117	0.120	0.116	0.116	0.119
A ₄ 0.219	%	58.9	50.7	52.5	51.6	53.4	54.8	53.0	53.0	54.3
市场绩效要素层	分值	0.154	0.141	0.145	0.134	0.128	0.145	0.129	0.134	0.146
A ₅ 0.198	%	77.8	71.2	73.2	67.7	64.6	73.2	65.2	67.7	73.7
总计		0.727	0.630	0.661	0.622	0.609	0.665	0.627	0.622	0.672
排名		1	5	4	7	8	3	6	7	2

4.5 湖北体育服务产业的发展深度和集聚程度

通过与刘勇（2010）的体育产业集群演化阶段特征表对照发现，湖北体育产业集群正处于初步形成阶段（表 13）。这一局面主要受湖北实施“中部崛起战略”、建设“两型社会”试点区、地理交通优势、廉价劳动力优势和第三产业结构优化等的带动，使得体育企业在政策引导下开始快速发展，随着体育产业间关联性的加强，上、中、下游相关配套企业以及相关中介组织开始集聚，逐步形成湖北体育产业集群的雏形，而武

汉、宜昌地区体育产业集群经过初步发展以后，进入到体育产业集群成长阶段。在这一阶段，不断有新企业包括各项体育赛事组织、培训机构、健身俱乐部、休闲户外运动组织、服务业组织等进入集群，企业形成高速增长的经济规模，远远超过形成阶段。大量新企业的加入，会加快信息传播和技术更新，但竞争性较强、空间上接近的同类企业的加入，也会出现彼此模仿和同构化的企业经营活动。

表 13 湖北部分城市体育产业集群特征表

评价指标	武汉	黄石	咸宁	襄阳	黄冈	鄂州	天门、潜江、仙桃	恩施	宜昌
产业集群规模	中	小	小	小	小	小	小	小	中
集群规模变动	高速增大	逐渐增大	逐渐增大	逐渐增大	逐渐增大	逐渐增大	逐渐增大	逐渐增大	高速增大
集群治理度	中	低	低	低	低	中	低	低	中
专业化分工程度	低	低	低	低	低	低	低	低	低
企业网络联合度	较强	弱小	弱小	弱小	弱小	较弱	弱小	弱小	较弱
集群效应	开始发挥	未形成	开始发挥	未形成	未形成	开始发挥	开始发挥	未形成	开始发挥
集群竞争力	较强	弱	弱	弱	弱	弱	弱	弱	较强

5 湖北体育产业集群建设中的问题分析

5.1 区域发展不平衡

以武汉为中心的体育产业集聚明显，产生了一定的集群效应，优势竞争力开始形成；而黄石、天潜仙、襄阳、恩施、黄冈的体育产业集群还未形成区域的联合体育经济体。究其原因，在

于湖北体育产业资源投入的不平衡，政府必须托中心城市进行体育产业集群布局，大量的体育企业也将资本投向武汉这一中心城市。这些企业除了有一定规模的体育实业外，还有各种配套服务企业，主体产业与配套产业不断交流、融合、发展，体育产业链进一步拓展，武汉的体育产业逐步形成集群。而黄石、天潜仙、襄阳、恩施、黄

冈等地区体育产业集群的构建还远未进入政府的谋划之中。政府的作用在体育产业集群的形成中起着强劲动力,如果政府的作用缺失,体育产业集群难以形成。

5.2 发展主体缺位

在调查中发现,湖北从事体育经营的企业虽涉及面较广,但整体数量不多、实力不强、密度不高,企业间缺乏合作。地方政府并没有对体育市场进行政策引导或调控,而是掌控着大量的优质赛事资源,体育的市场化发展被大大限制。另外,各类学术机构也并未形成体育产业产品研发的智囊团队,虽然湖北科资云集,如科研院所位居全国第二,院士、国家级重点实验室、企业技术研究中心、生产力研究中心等数量和科研综合实力位居全国第三,但是对于体育市场、体育产业的政策决策、产品研发等的研究还停留在象征性的描述上,导致湖北体育产业创新能力薄弱,资源获取与利用能力低、研发成果市场化缓慢,造成湖北体育市场绩效低。

5.3 资源开发与挖掘不够

湖北各地自然资源和人文资源丰富,既有中华民族源远流长的长江文明,又有博大精深极具地域特色的楚文化。自然环境以平原为主,兼有低山、丘陵以及岗地,其境内湖泊众多,东南部山高谷深,石灰岩广泛分布,有峡谷、溶洞及丰富的地下水资源。同时其地理区位优势,具有独特的综合区位优势,是我国承东启西、连南接北的纽带和桥梁,是长江流域经济带和京广铁路经济带的交汇中心。但是从目前开发的休闲体育产品来看,独具湖北特色的休闲体育产品不多、开发力度不够,至今没有形成区域性的主打品牌与形象,使得资源优势还没有很好地转化为产品优势和经济优势。缺乏特色和持久的吸引力,普及程度不高,缺乏文化资源与体育项目相结合的有效形式。提供的体育服务产品存在结构单一、缺乏系统运作和整体品牌打造,未能形成具有轰动效应且主题鲜明的大型休闲体育项目和强劲的休闲娱乐项目群或产业集群。

5.4 发展制度不完善

目前,湖北尚未出台体育产业集群发展的法规政策,导致政策的制定无法满足当地体育产业发展的需要,更无法适应全国体育市场的激烈竞争。如黄石、黄冈体育健身娱乐业至今还处于一种无序的竞争状态、价格战层出不穷,客户的利

益无法得到有效保证。另外,企业内部制度松散,管理混乱,员工的培训、培养等制度滞后。

6 湖北体育产业集群建设的建议与对策

从前文的描述与分析可见,湖北体育产业仍处于空间上的集聚,但并未形成集群效应。为此,笔者提出两点发展建议:

(1) 统筹规划,发挥区域产业集聚的资源优势。武汉核心区资金、技术优势明显,建议发展创意型体育产业集群;东部地区人力资源密集,但技术落后、资金投入不足,建议发展体育服务产业集群;西部地区自然资源丰富,但是技术、资金匮乏,需要政府扶持培育体育旅游产业,发展政府主导的体育旅游产业集聚。

(2) 鼓励创新,实施体育产业集聚创新战略。从技术溢出外部性来看,湖北各地应加强与学术机构的合作,加大科技创新力度,以产品创新为重点,加强体育产业人才的培养,努力提高体育产业的创新力。从规模经济外部性来看,各地应加强体育产业基地建设,优化体育产业结构,鼓励体育产业创新,实现体育产业集聚的跨越式发展。

参考文献:

- [1] 刘鸣鸣,刘勇,刘名俭,等.“一江两山”体育旅游圈的模型构建和发展对策研究[J].湖北大学学报:自然科学版,2008,30(1):101-105.
- [2] 高慧妮.武汉城市圈休闲体育产业发展战略研究[D].武汉:武汉体育学院,2009.
- [3] 游战澜,雷选沛.武汉城市圈体育产业集群空间布局及其竞争力研究[J].江汉论坛,2010(4):29-32.
- [4] 王学实,王骞.基于GIS的武汉城市圈体育产业空间战略布局[J].武汉体育学院学报,2013,47(10):34-38.
- [5] 陈林祥.我国体育产业布局政策的研究[J].武汉体育学院学报,2006,40(5):25-28.
- [6] 刘勇,刘鸣鸣.我国中部中心城市体育产业集群发展研究[J].体育文化导刊,2010(2):50-52.
- [7] 方春妮,刘勇.区域体育产业集群发展研究[J].体育文化导刊,2012(6):32-34.
- [8] 田成勇.咸宁市体育休闲旅游产业的开发优势与对策研究[J].湖北科技学院学报,2010,30(12):81-84.
- [9] 徐焦诗云,朱大清.襄阳市发展休闲体育产业探析[J].新西部:理论版,2011(24):48-49.
- [10] 喻坚.江三峡区域休闲体育产业发展研究[C]//

- 2012 中国体育产业与体育用品业发展论坛论文集, 2012: 455-460.
- [11] 赵静道, 潘磊. 武汉市休闲体育产业集群形成路径研究[J]. 乐山师范学院学报, 2009(4): 89-92.
- [12] 雷选沛, 刘名俭, 周霄. 三峡地区体育旅游经济圈的构建与发展[J]. 湖北社会科学, 2005(9): 48-50.
- [13] 程从喜, 刘葵红. 湖北体育旅游产业集群的发展现状及对策研究[J]. 特区经济, 2008, 12(10): 140-141.
- [14] 邓辉. 神农架区域的旅游整合发展[J]. 决策与统计, 2004(12): 133-134.
- [15] 刘瑾, 杨明. 湖北构建体育用品制造产业集群研究——基于粤、闽、浙体育用品制造产业集群发展经验的启示[J]. 杭州师范学院学报: 自然科学版, 2012, 11(6): 566-571.
- [16] 郑美艳, 王雪峰. 我国体育产业集群核心能力评价体系研究——基于改进传统模型的视角[J]. 山东体育学院学报, 2014, 30(4): 11-17.

Research on Application of Improved Evaluation System of Cluster Core Competence in Hubei Sports Industrial Cluster

SHI Xiao-ping

(School of Physical Education, Huanggang Normal University, Huanggang 438000, China)

Abstract: According to the strategic layout of Hubei sports industry and the actual situation of economic development, this article makes an empirical analysis on the construction level of sports industry cluster in some areas of Hubei province by using the improved evaluation system of core competence of sports industry cluster. The results indicate that the sports industry clustered by Wuhan has obvious cluster effect, and it starts to obtain competitive advantage. The sports industry cluster in southeastern and western part of Hubei, centered by Ezhou, Xianning and Yichang, is initially built, while sports industry in regions of Huangshi, Tianqianxian, Xiangyang, Enshi, Huanggang has not yet formed a joint sports economy. For this, it is proposed that overall planning shall be made to play the full role of resources advantages of regional industrial cluster in Hubei; innovation shall be encouraged to implement innovation strategy of sports industry cluster. This article serves to provide foundation for the development of Hubei sports industry cluster.

Key words: cluster core competence; evaluation system; Hubei sports industry cluster; development subject; resources; system