

第十章 公共事业分类管理

一、单项选择题

1、()是指一些涉及公众整体利益,难以分割的技术研究和运用,如关系到气象服务、灾害研究等方面的技术和研究等。

- A. 公益性研究 B. 应用技术研究 C. 人文社会科学研究 D. 基础科学研究

2、()主要是指涉及到公众利益和社会整体的社会经济发展的技术,如农业方面的种子改良技术等,这类技术是社会发展的基础性需要。

- A. 公益性研究 B. 应用技术研究 C. 技术推广 D. 基础科学研究

3、科技事业产品属()

- A. 纯公共产品 B. 准公共产品 C. 私人产品 D. 企业产品

4、教育事业产品属于()

- A. 纯公共产品 B. 准公共产品 C. 私人产品 D. 企业产品

5、在以下的教育类型中,其中外部性最强的是()

- A. 初等教育 B. 中等教育 C. 高等教育 D. 职业教育

6、在以下的教育类型中,其中受益面最大、教育成本最低的是()

- A. 初等教育 B. 中等教育 C. 高等教育 D. 职业教育

7、文化事业产品的准公共性体现在()

- A. 一定的非排他性 B. 一定的非竞争性 C. 外部收益性 D. A+B+C

8、()是指防疫站等机构以防治疫病,包括防治流行病的发生为主要业务的活动。

- A. 医疗 B. 卫生 C. 医学研究 D. 突发事故救助

9、从卫生事业活动的表现形式和结果——产品的角度看,卫生事业产品最突出的特点就是()。

- A. 准公共性 B. 公共性 C. 综合性 D. 社会性

10、()是卫生产品生产首先必须解决的关键问题。

- A. 区域卫生规划 B. 医疗产品的生产与提供
C. 适合国情的医疗保障制度 D. 卫生市场的管理

11、职业体育活动的主要承担机构是()。

- A. 健身俱乐部 B. 半职业性体育俱乐部 C. 职业体育俱乐部 D. 球类俱乐部

12、体育事业产品具有一定的()和一定的消费竞争性

- A. 延伸性 B. 无形性 C. 排他性 D. 非排他性

13、体育事业产品的（ ），表现在如上面所说的随着消费者的增加，总成本也必然增加。

- A. 竞争性 B. 排他性 C. 非排他性 D. 稀少性

14、不论是针对社会公共需求的还是针对个人不同体育消费需求的体育活动，都具有（ ），表现为个人体质的提高、体育知识和技能的增强、精神得到享受和放松等，乃至体育企业通过提供体育产品获得利润等。

- A. 外部收益 B. 内部收益 C. 准公共性 D. 竞争性

15、公用事业是现代关系社会公众基本生活质量的行业，其产品总体上更接近于（ ）。

- A. 公共产品 B. 准公共产品 C. 私人产品 D. 消费品

二、名词解释

基础科学研究、人文社会科学研究、应用技术研究、公益性研究、科学技术市场、义务教育、初等教育、中等教育、高等教育、职业教育、民办教育、教育市场、公益性文化事业活动、营利性文化事业活动、文化产品市场

三、问答题

- 1、科技事业活动主要有哪些？各有什么特点？
- 2、科技事业产品的准公共产品特性是如何表现的？
- 3、政府为什么必须介入科技产品的生产和提供？
- 4、科技事业管理的基本内容有哪些？
- 5、教育事业产品的准公共产品特性如何表现？政府为什么需要介入教育产品市场？
- 6、教育事业管理公共政策的基本内容是什么？
- 7、文化事业产品的准公共性是如何表现的？
- 8、政府在文化事业管理中的地位如何？为什么？
- 9、文化事业管理的公共政策的基本内容是什么？
- 10、卫生事业产品的分类和特点是什么？
- 11、为什么政府必须介入卫生事业产品市场？
- 12、医疗产品的生产多元化有什么作用？
- 13、现代体育事业的基本内容有哪些？体育事业产品的准公共性有何表现？
- 14、体育事业产品的生产和提供制度的基本内容是什么？
- 15、现代公用事业的基本内涵是什么，其发展趋势是什么？
- 16、公用事业产品有什么特点？

17、公用事业产品市场管理的主要内容是什么？公用事业产品价格听证会有什么作用？发挥这一作用的关键是什么？

本章参考答案

一、单项选择题

1-5 ACBBA 6-10 ADBAA 11-15 CDABC

二、名词解释

基础科学研究：也就是通常所说的科学研究，其内涵主要是指自然科学中的基本问题和基础理论的研究。基础科学研究要回答的是“是什么”、“为什么”，与具体的技术研究相比较，它提供的是物化的可能，它是科技与经济源泉和后盾，是新发明或技术研究的先导。

人文社会科学研究：这一类研究关注和解决的是人类自身的知识和文化发展，以及整个社会政治、经济和文化的发展问题。这其中，除社会科学研究中的一些可以归为软科学的行为科学研究和微观经济研究成果可以直接为企业等应用外，更主要的是公众整体的和社会存在和发展的研究。这一研究的基本特点是，其研究的结果关系到整个公众的利益和全社会，是人类社会存在和发展必不可少的东西，价值巨大，但是，其价值通常难以量化，且与企业的营利活动没有直接的联系，因而不可能市场化。

应用技术研究：这一类科技活动主要是应用技术研究，就其特性而言，即通常所说的技术发明活动，它回答的是“做什么”、“怎么做”的问题。它是在一定的基础科学研究的基础上，根据现实的需要综合利用知识，将科学研究提供的物化可能变为现实。这一类研究活动的特点是直接针对现实的尤其是企业的需要，产品比较容易商业化，并通过市场方式提供。

公益性研究：公益性研究主要是指一些涉及公众整体利益，难以分割的技术研究和运用，如关系到气象服务、灾害研究等方面的技术和研究等

科学技术市场科学技术市场的管理的主体是政府机构，另外，一些非政府组织也承担一定的管理任务。技术市场管理的内容包括对技术商品的管理、对技术市场参与者的管理和技术市场的其他管理。技术市场管理是一种专业性较强的管理，特别其中的技术商品本身的管理，专业性极强，需要由技术市场的专业管理机构，如政府的科学技术委员会、专利局等承担主要任务，另外的市场管理机构如工商行政管理、税务、物价等则需要配合和协助这一工作。

义务教育：根据社会和经济发展的需要，以及公共财政所能提供的支持，国家通常规定公民有义务接受一定程度的教育，即义务教育。义务教育阶段的教育经费主要由公共财政负担。义务教育主要是普通教育，其内涵包括作为特定社会的公民必须具有的道德所必须开展的道

德教育、所必须具有的知识和能力而开展的智育、以及保证受教育者体质发展而开展的体育，以及相应的法制教育、国防教育等等

初等教育： 在我国的教育体系中处于一种最基本的也是最低级别的教育种类，主要是指学前教育 and 小学教育。初等教育的外部性是最高的，也是受益面最大而教育成本最低的教育类别。

中等教育： 中等教育在我国的教育体系中主要包括中级师范学校、初、高级中学以及职业技术学校专业学校等。中等教育的外部性仅次于初等教育。

高等教育： 高等教育在整个国民教育体系处于最高层次的教育类别，主要包括各种大学，学院，高级专科学校等，还包括我国的研究生教育。

职业教育： 职业教育通常关系到个人职业技术和技能或全面素质的获得或继续提高的教育，就其外部性而言，也是所有教育类别外部性最小的一类教育。

民办教育： 通常是指由民间资本介入教育领域，由民间或社会力量来集资办学的一种教育方式，是一种非公共生产即主要是由非公共财政支出来承担教育经费的教育模式。

教育市场： 教育产品市场是在伴随着私制的出现而出现的，是随着社会的发展逐步由私人产品市场而转化为特定的公共产品市场的。

公益性文化事业活动： 现代社会的公益性文化事业活动，主要有以下基本内容或活动形式：一是公共图书馆，即面向社会，向公众提供图书资料服务的图书馆。这是公众获取知识和信息，接受教育的一个重要渠道，也是一个国家或地区社会经济文化发展水平的重要标志。二是文物、博物馆和纪念馆。三是公众文化事业，通常由群众性的文化事业机构及其活动组成，如我国的群众艺术馆、文化站及其开展的活动等。

营利性文化事业活动： 这类以满足个人文化需求为主要目标的或具有营利性质的文化事业活动，主要有这样一些基本内容或活动方式：一是新闻、出版和广播电视事业；二是影视音像业；三是演出业；四是娱乐业。这其中要说明的是，新闻、广播电视事业作为现代传媒，虽然相互间有各自不同的服务对象定位，在同一行业中的不同的主体也有自己的服务对象定位，但在相当程度上还是大众传媒，即面向社会公众，以满足社会共同需要为目标的，然而，也正由于这广泛的社会需求，因而其自身具有较强的发展能力，可以进行企业化经营。

文化产品市场： 由于文化事业产品属于准公共产品的基本特点，也由于文化属于上层建筑领域，文化事业产品既是一种物质产品，也是精神产品，具有商品性、社会性和思想性合一的特点，在社会的发展中具有重要的作用，是全体公民公共利益的体现，

三、问答题

1、现代科技事业活动的基本内容，从研究本身的性质来看，可分为以下四类：

第一、基础科学研究。主要指自然科学中的基本问题和基础理论的研究。

第二、人文社会科学研究。关注和解决的是人类自身的知识和文化发展，以及整个社会政治、经济和文化的发展问题。

第三、应用技术研究。在一定的科学研究的基础上，根据现实的需要综合利用知识，将科学研究提供的物化可能变为现实。

第四、公益性研究和技术推广。主要指涉及公共利益，难分割的技术研究、运用和推广。

2、(1) 一些科技事业产品具有较突出的非排他性和非竞争性，另一些科技事业产品则具有一定的非排他性且有一定的消费竞争性。

非排他性和非竞争性是一般公共产品，即比较纯的公共产品所具有的特点，相当部分的科技事业产品就具有这种特性。应用性技术研究产品则具有一定的非排他性，有一定的消费竞争性。

(2) 科技事业产品具有突出的外部收益

一般来说，基础性研究、人文社会科学研究、公益性研究和技术推广的外部性高于应用技术研究的外部性。

3、(1) 只有政府才能保证科学研究尤其是基础性科学研究的顺利进行

第一、首先是科研外部性的需求。

第二、是在一定程度上减小科研具有的较高市场风险的需求。

(2) 只有政府才能保障科学技术成果的生产和提供的顺利进行

第一、对生产的保障体现在政府对科研人员的劳动作出公正评价，并予以必要的支持。

第二、对提供的保障表现在对提供方式的确定和技术市场基本规范的建立与维护上。

4、(1) 建立适合科学技术产品特点的生产和提供的制度

A、科学技术产品的生产政策。在现代社会中，由谁来承担这些基础性研究或这些科技产品生产上，机构的性质是必须考虑的，但是，更重要的是建立一个公平竞争的机制，提高公共财政支出的资金价值，促进整个科学技术事业的发展。

B、科学技术产品的提供政策。科学技术产品的提供是指政府以何种方式将科学技术产品提供给应用者。

(2) 科学技术市场的管理

第一、技术商品的管理。技术商品管理的任务是确定技术商品的身份，即对是否是技术进行鉴定，并按国家的有关规定可否进入市场交易。

第二、技术市场参与者的管理。即对技术商品的出让者、受让者和技术商品经营机构（技术交易中介组织）的交易行为进行协调和依法监督，以及调解行为为的各种经济纠纷，依法惩处各种不法行为，维护技术市场的正常秩序。

5、教育事业产品的准公共性主要表现在以下方面

(1) 教育事业产品具有一定的非排他性和一定的消费竞争性。教育事业产品的非排他性主要表现在在一定的范围内，一个人消费教育产品，并不排斥其他人同时消费。一定的消费竞争性：随着消费者的增加，产生了教育的总成本与投入，质量的矛盾。

(2) 教育事业产品具有外部收益性，教育是一种具有内部收益和外部收益的过程和活动，内部收益：受教育者增加了知识、掌握了技术，提高了适应社会、获取工作和较高报酬的能力。外部收益：通过培养受教育者，解决了社会发展的需求。

6、从公共政策的角度看，教育事业管理的基本内涵，主要分为教育事业产品的生产和提供两个方面：

(1) 教育事业产品的生产制度。第一、确立教育发展规划。第二、教育产品生产过程的管理。第三、教育市场管理。第四、建立教育产品生产的合理模式。

(2) 教育事业产品的提供制度。第一、公立教育产品提供方式。第二、成人教育与职业教育产品提供方式。第三、民办教育产品提供方式。A、私人生产，市场提供。B、私人生产、混合提供。

7、虽然文化事业按其活动的目的和功能，其产品可以分为公益性文化事业产品和营利性文化事业产品，但由于文化事业活动的特点，使其产品具有公共事业产品的基本特点——准公共性。

(1) 文化事业产品具有一定的非排他性和一定的消费竞争性。

(2) 文化事业产品具有外部收益性。第一、社会的优秀文化遗产将通过文化活动尤其是有引导的文化活动得到继承和发展；同时，文化事业产品的生产和提供的过程也是一个实践过程，正是在这一过程中，符合时代发展的又有自己民族特色的当代文化得以形成。第二、与民族的、现代的、大众的、健康的文化的形成和发展相伴随，公众在消费文化事业产品，满足自己精神文化需求的同时，也陶冶了情操、提高了文化修养，进而构成一个良好的社会文化氛围。这不仅促进了情商的提高，有助于公众自身创造力和工作积极性激发，也有助于道德素养的提高，进而有利于社会的安定。第三、正因为现代市场经济条件下，文化事业活动与经济有更紧密的联系，因而是社会经济发展的一个增长点。总之，在现代社会中，作为上层建筑的文化事业对社会经济发展起着十分重要的推动作用，成为了社会进步和经济发

展中的重要力量，正因为如此，现代社会中一个国家或地区的文化事业的发展水平成为了该国社会经济发展水平的重要标志，体现着该国或地区的文明程度。

8、政府必须介入文化事业产品市场。这一必要性具体表现在以下方面：

(1) 文化事业产品的外部性决定了政府必须介入文化事业产品市场。仅靠市场是无法保证公众基本的文化需求满足的，因而必须由政府介入，通过一定的方式加强社会基础文化设施建设，保证公众基本文化需求的满足。同时，这也是政府代表社会对外部收益支付费用。由于其外部性十分突出，政府作社会其外部收益的第三方，应该代表社会对收益支付必须的费用。

(2) 文化事业产品的特殊性决定了政府必须介入文化事业产品市场。第一、文化是一种精神产品，属于上层建筑，文化事业活动中贯穿着特定的意识形态和思想价值取向。第二、文化事业产品具有双重属性和价值，即既有一般商品的属性，又有特殊精神产品的属性，既有经济效益，又有社会效益。第三、文化事业产品作为一种精神产品，不仅在其作为一个民族和国家的灵魂和价值取向方面需要积极的引导和支撑，而且在微观的文化市场领域也需要政府的规范和管理。

9、现代社会文化事业管理应具有以下的基本框架和内涵。

(1) 文化事业产品生产的制度。第一、确立文化事业发展规划。第二、建立合理的文化产品的生产模式。第三、文化事业产品生产过程的管理。

(2) 文化事业产品的提供制度。第一、公共提供。第二、非公共生产、混合提供。第三、非公共生产、市场提供。

(3) 文化产品市场管理。文化产品市场管理的基本内容包括以下几个方面：第一、文化市场管理规范。第二、文化市场经营者的管理。第二、文化市场经营者的管理。第四、文化产品价格管理。第五、社会捐助资金管理。

10、从卫生事业活动的表现形式和结果——产品的角度看，卫生事业产品最突出的特点就是准公共性。卫生事业产品的准公共性，主要表现在以下方面：

(1) 卫生事业产品具有较强的外部收益

卫生事业产品既有内部性，但外部性则更为突出。所谓内部性，是指医疗卫生机构的服务，解除了病人的身体疾患、延长了生命，提高了个人生活质量，同时，也收取了与其成本相适应的费用。所谓外部性，是指医疗卫生机构通过对病人的诊治、对疾病的预防、对卫生环境条件的改善等，通过使病人个体免除和避免了病痛、挽救了其生命，使生活环境卫生安全，提高了人们健康知识，从而提高了劳动力素质，有益于社会生产的发展和社会的安定

和进步。这是一个社会存在和发展的基本的也是共同的需要，也是维护公共利益的必需。尤其要注意的是，卫生防疫机构进行的对诸多恶性流行性疾病的大面积的防治，如对小儿麻痹、白喉、肺结核、天花等的防治，虽然花费的成本很小，却可以大大减少人口的死亡率和社会的治疗费用，而且，一些疾病具有传染性，如不及时治疗，不仅会危及人被感染者的生命，即负的内部效应，而且还会传染他人并进而形成该病的蔓延，产生可怕的负外部效应。因此，卫生事业产品具有突出的外部收益。

(2) 卫生事业产品具有一定的非排他性或一定的消费竞争性

就上述的现代卫生事业的基本构成来看，不同行业的卫生事业产品之间在排他性和竞争性上的表现差异是比较大的。一般来说，突发事件救护基本上是纯公共产品，具有非排他性和非竞争性，卫生防疫和医学研究中的基础医学研究如病理研究等，也基本上是具有非排他性和非竞争性，属于接近纯公共产品的准公共产品。但是，在现代社会中，随着公众卫生消费需求的提高和个性化、层次性的出现，因而在卫生防疫中某些超过社会一般需求的项目是首先满足个人及家庭需要的，因而存在消费竞争性。医学研究中的临床医疗技术研究，一方面是一种应用性研究，另一方面又涉及到社会的共同需求，因而具有一定的非排他性但也有一定的消费竞争性。

医疗产品总体上具有一定的非排他性和一定的消费竞争性。因为，在现代社会中，从社会共同需求出发，公民享有基本的医疗服务，体现为一定的医疗保障制度，因而具有一定的非排他性。但是，由于一定社会中的医疗能力是有限的尤其是高水平的医疗机构是有限的，且公众个人的医疗消费需求是多样的和有层次性的，因而医疗产品存在着消费竞争。总体上，医疗事业产品是接近于私人产品的准公共产品。

11、 医疗卫生产品市场是指由供给方（医疗卫生的提供者）与需求方（医疗卫生的消费者）购成的价格与市场的关系。虽然自现代卫生事业产生后，一些国家如中国及西方的某些高福利国家，曾出现过将整个卫生事业作为公益事业和福利事业，不承认医疗卫生产品市场的存在或客观上没有医疗卫生产品市场，但如上所述，在现代社会中医疗行业等的商品性是比较明显的。实际上，当代世界范围内，医疗卫生服务市场化是一个普遍的趋势，医疗卫生产品市场是客观的需求，也是客观的存在。

但医疗卫生产市场又是一个较一般商品市场特殊的市场，政府必须介入，其主要原因在于：

(1) 卫生事业产品的外部性决定了政府必须介入

现代卫生事业中有些产品的性质已经接近于纯公共产品，有的则是准公共产品，而不

论哪一类卫生事业产品都具有突出的外部收益。具有外部收益的产品如果完全按照市场规则来配置资源，必然会出现市场失灵。具有纯公共性的卫生产品不宜采用市场提供方式，而卫生产品的外部收益又决定不能完全依赖市场机制，因而，政府必须对卫生事业产品市场进行必要的干预。

(2) 卫生产品信息的不对称性决定了政府必须介入

这里所说的卫生产品信息不对称，主要表现在医疗行业中，具体是医生提供医疗服务时，与病人之间的信息不对称。这一不对称是：正常情况下，医生在医疗专业知识方面比病人多得多，而且，医生既掌握着病人的病情信息，又负责病人的治疗方案，病人在治疗上相当程度上依赖医生，这就形成了医生与病人之间的信息不对称，或医疗服务供需中的地位不均等。信息不对称是一种垄断形式，它会导致市场失灵。这种医疗中的市场失灵主要表现为存在医生谋取“垄断利润”的可能，即如果掌握病人信息的医生完全从经济利益出发（在完全的市场经济条件下，在基本的也是正常的社会道德水准下，只存在医生从经济利益考虑问题的可能，不存在医生不从经济利益考虑问题的可能），就会把花钱多、盈利高的医疗方案介绍给患者，而信息的不对称使患者通常从医院的信誉、医生的信誉等出发去选择相应的医院和医生的，这就使医生的治疗方案往往得以实行，从而形成垄断利润。因此，为维护医疗市场的公平，保障患者的利益，政府必须介入医疗产品市场。

(3) 公众对卫生产品需求的不确定性决定了政府必须介入

在现实生活中，疾病的发生具有不确定性，即人们无法知道自己会不会得病，也无法事先预料自己会得什么病，加之医疗信息的不对称性，人们同样无法知道如果自己得病，应当花多少钱进行治疗。这样，人们对医疗卫生产品的需求与一般商品需求有极大的不同，具有不确定性。特别是，由于人们往往对自己的健康预期采取乐观的态度，因而在个人消费资金的准备中，医疗卫生消费资金也往往被安排在最后，缺乏用于治疗可能发性疾病的足够的费用。这样，一旦发生疾病，就可能出现支付能力不足。如果没有相应的保障机制，必然会导致病情未及时控制而恶化甚至危及生命，相伴随的，是一些家庭也会因此陷入“因病致贫”。就此而论，医疗产品是一种优值品，即相对于可能因病而发生的种种不良的或严重的后果，医疗卫生投资的收益是巨大的。但经济学研究表明，在完全依靠市场机制的情况下，优值品通常存在着需求不足。因此，政府必须介入医疗卫生市场进入相应的干预。

12、由于医疗是接近于私人产品的准公共产品，既有满足公众基本医疗消费的一面，又有满足个性化医疗消费的一面，因而在建立起一定的医疗保障制度的前提下，应该构成医疗服务市场主体的多元化。即在医疗保障制度存在的情况下，医疗产品即可公共生产、也可

非公共生产。而提供方式则基本上以混合提供为主（即医疗保障资金的注入），市场提供为辅。

具体言之，公共生产和混合提供的基本内容是：公共生产的承担者是公立医疗机构，公立医疗机构一般应由公共财政投资建设，医疗设备、设施等建设也由财政政府补贴完成。公立医疗机构实行按成本收费、经常性收支自给的收费政策。这里的经常性收支包括医疗机构的人员工资、房屋和医疗设备的维护、更新在内的全部费用。

非公共生产即由私立医疗机构承担医疗服务。非公共生产、混合提供的基本内容是：一些达到一定规模、具有必须医疗水平的私立医疗机构，可以承担属于基本医疗消费的服务，相应的，其收费标准也就必须与公立医疗机构相类似，政府则予以必要的财政补贴，并进行相应的管理。

此外，在公立医疗机构中，一些超出社会所规定的基本医疗消费的项目，即通常所说的自费项目，以及大多数私立医疗机构所提供的医疗服务，都应该采用市场提供的方式。

总之，医疗产品生产中的多元主体的存在，对向公众提供更好的医疗产品上有重要的促进作用。因为，一方面，私立医疗机构的建立及运行不需要政府投资，而且布点分散，便于向公众就医，另一方面，只要规范管理得好，市场条件下的私立医疗机构要存在和发展，也必须靠提供合理的优良的服务，这就与公立医疗机构形成竞争，从而通过这种竞争使病人享受到更好的医疗服务。

13、现代体育事业有自己的特定内涵。这一内涵是随着现代社会和经济的发展而产生的，也随着社会和经济的发展而发展，而日益丰富多样。这些样态繁多的体育活动，与文化活动与诸多的交融。总体特征上，现代体育活动也呈现出与现代文化事业活动诸多的相似之处，并可以按其活动的直接目标和功能，大致分为公益性或营利性体育活动两大类。

人类通过一定的活动健身强体有悠久的历史，早在古希腊就有专门对身体的训练，我国春秋时代的六艺中的“射”、“御”也包含对身体的锻炼。但是，对人的身体进行有目的的系统的锻炼，并纳入学校的教学计划用专门的课程来完成，则是随着工业革命开始后所产生的现代教育的一个重要组成部分出现的，最早对之进行完整而系统论述的是英国哲学家和教育家斯宾塞。因而，现代体育首先是学校一项有目的的教育活动，其英文即 physical education。

但是，随着社会的发展，一方面，是工作和生活的高节奏，既需要强健的身体，也需要通过一定的身体的活动对身体和精神予以放松，同时，在和平的环境下，公众还需要通过对竞技运动的欣赏（一种特定的参与），来使自己的感性和激情获得释放，来享受一种与

艺术表演不同的更为真实的身体艺术活动。另一方面，现代社会的进步和经济的发展，物质的日益丰富和休闲时间的增多，也为公众进行自身的身体锻炼和竞技活动的参与提供了必不可少的条件。因此，体育的含义较之作为学校的一项活动有了极大的扩张，增加了公众强身健体、满足自身娱乐和精神需求的内涵，同时，由于体育设施和体育运动中科技含量的增加，体育活动的水平也成为一个国家或民族科学技术水平和国民体质的水平的标志。

目前，我国学术界认为体育这一概念可以分为广义与狭义两种。广义的体育与“体育运动”概念基本相同，主要包括身体教育、竞技运动和身体锻炼三个方面。其中的“身体教育”即狭义的体育概念，即指有目的、有组织、有计划地促进身体全面发展、增强体质、传授锻炼身体知识与技能、培养高尚品质和意志等的教育过程，与德育、智育一起构成整个教育。一般来说，在现代社会中，大众的健身活动较之以往已更为有目的和系统，但较之学校体育来说，这一更多属于成人的校外的身体教育在目的性和系统性上还是不足的，不能进入教育而属于身体锻炼的范畴。由于学校的体育活动作为教育的一个重要组成部分已纳入现代教育事业，因此，从整个现代公共事业的分类来看，进入体育事业范围的，应该主要是竞技运动和大众的身体锻炼活动。

体育事业产品总体上是具有准公共性的产品，其准公共性与教育和文化事业产品的准公共性有相似之处，表现在下述两个方面：

(1) 体育事业产品具有一定的非排他性和一定的消费竞争性

体育事业产品的消费大多具有无形性、延伸性的特点，在一定范围内，如一个人进行健身活动、跑步、进行球类活动、游泳、观看体育比赛等，并不影响其他人进行健身活动、跑步、进行球类活动、游泳、观看体育比赛等。也就是说，在一定范围内，一个人消费体育产品时，并不排斥其他人同时消费，体育产品具有非排他性。但是，这一非排他性是有限度的。因为，体育活动大多数需要一定的场地和设施的，虽然有的活动对场地和设施的要求不高，但毕竟有要求，同时随着社会的进步、体育消费需求个性化的出现和体育需求层次的提高，对活动场地和设施的要求也越来越高，而且，对竞技体育的欣赏来说，更是有场地条件限制的。因此，当消费者人数增加到一定数量时，必然需要增加场地设施即增加成本，或者必须限制参与人数。

相应的，体育事业产品的竞争性，表现在如上面所说的随着消费者的增加，总成本也必然增加，而体育需求的满足是与一定的社会进步相联系的，是以经济的发展为基础的，因而相对于公众不断增长的体育需求，体育事业产品的供给能力是有限的。这样，在体育事业产品供给能力有限的情况下，必然产生需求竞争。这种需求竞争通常产生在普遍受欢迎的高

水平竞技体育产品的提供中，如当今世界上最受欢迎的足球世界杯赛、奥运会的比赛等就存在消费竞争。

这里要指出的是，如上所述，与文化事业产品相类似，体育事业产品还具有层次性、多样性的特点，许多消费项目是在满足公众基本体育消费需求的基础上，针对不同层次和不同样式的文化需求的公众进行生产的，其中最典型的就是一些热门的时尚的公众可以参与的既是竞技体育项目，也可以成为娱乐项目的台球、保龄球等，因而这类体育产品具有更强的排他性和更强的竞争性，实际上就是一种完全的市场中的供求关系和消费竞争。

(2) 体育事业产品具有外部收益性

体育活动的主体是人，而且在市场经济条件下，体育事业产品已成为一种消费，因而不论是针对社会公共需求的还是针对个人不同体育消费需求的体育活动，都具有内部收益，表现为个人体质的提高、体育知识和技能的增强、精神得到享受和放松等，乃至体育企业通过提供体育产品获得利润等。同时，体育活动由于自身的特点，也具有明显的外部性。这一外部性表现在以下方面：

第一、体育活动尤其是公益性体育活动，在满足全体社会成员的体育消费需要的同时，提高了全社会成员的身体素质与健康水平，从而提供了社会生存发展的必不可少的基本条件之一。正因为如此，在相当程度上，一个国家或地区经常参加体育锻炼活动的人数即体育人口，表现着该国家或地区的体育运动普及水平，也表现着该国或地区的公众基本的身体素质与健康水平。第二、不同层次的不同需求的体育活动的开展，也会推动了体育产业与体育市场的发展，从而提高国民经济增长的速度和质量。第三、全面发展不同层次的体育事业，提高了国家或地区的体育运动水平，一方面能给予公众高水平的完全不同于文化艺术享受的另一种感性艺术享受，从而另一个重要的侧面陶冶了公众的情操，另一方面，能振奋民族精神、增强国家与民族的凝聚力，塑造良好的国家形象，提高国家声誉，扩大国际影响。在当今世界，这种现象比比皆是。

当然，不同的体育产品由于其活动的直接目标和社会中的功能的是不同的，相互之间在非排他性和竞争性，以及外部收益上存在着差别

14、(1) 大众体育产品的生产与提供

大众体育消费是满足一个社会公众基本的体育消费需求消费，是社会的共同需要。作为产品，大众体育具有突出的外部收益，是接近于纯公共产品的准公共产品，如果完全交给市场，会出现供给不足。因此，这类体育产品的最合理的生产方式是公共生产，而且是公共

提供。当然，公共提供可以是完全免费，也可以是收取一定费用作为场馆维护和提供服务的成本补充。

在具有有效的宏观管理的条件下，某些大众体育产品也可以采取私人生产，如交由一定的社会体育协会或体育俱乐部负责，政府以公共财政对这些协会或俱乐部进行必要的补贴，即采取私人生产、混合提供的方式。采取这种生产和提供方式的，主要是一些原来是比较个性化的，而随着社会的进步和经济的发展已逐步开始成为一种大众消费的体育产品，通常可以采取这种方式。这种方式的优点是充分吸引了社会资金投入大众体育活动。

(2) 非共同需要的体育产品的生产与提供

这类体育产品主要是以满足公众个性化的、在基本需求满足后体育消费需求，产品表现形式是更个性化的个人体育消费活动和职业体育活动。承担的机构主要是面向大众提供个性化体育消费的俱乐部、职业俱乐部、半职业俱乐部等。换言之，这类体育产品基本上是现代体育产业的产品，因而，最合理的方式是非公共生产，市场提供。即主要交由市场决定，政府只按有关的法律法规对这一体育市场的运行进行外部监督。

由于这类活动中的竞技体育活动在向大众提供高水平的体育享受时，另一个产品是高水平的体育人才养成，而这其中的一些人通常在一定时期内要组成运动队代表国家或地区进行比赛，从而具有了较强的外部收益，因而国家可以根据需要，对一些需要支持的非大众的体育活动给予必要的补贴，同时也进行必要的管理。从而，在一定程度上形成了非公共生产、混合提供。

(3) 对国家运动队或地区运动队体育产品的生产和提供

由于现代体育竞技活动尤其是国家间和地区间的体育比赛的存在，使得代表国家或地区的运动队的活动即提供的体育产品，成为现代体育事业产品中外部收益比较突出的产品之一。在综合管理模式下，这类体育产品的生产即对运动队的维持，视情况可以采取不同的生产方式。从理论上说，这类外部收益高的产品通常应该由政府进行干预，进行公共生产，但由于现代职业体育的特殊性，使一些体育类别既有较高的外部收益又具有较强自我经营能力，如现代足球运动、一些国家如美国的篮球运动等，因此，在这些运动类别的国家运动队层面上，可以采取由相关体育协会投入一定费用或吸纳一定社会资金的方式进行运作，而其他的则应由公共生产为主，以市场投入为辅。至于提供方式，这类体育活动产品通常主要采用市场提供，有时也可以采取混合提供。

15、随着社会的进步和经济的发展，现代公用事业的基本内容日益丰富。从产品涉及公众基本生活质量来看，现代公用事业主要包括了如下内容：

公共交通。其内涵如上面所述，有传统的城市和城市间的公路客运，也有一定条件下的铁路客运、航空客运和水路客运。

城市供水和排水。电力供应。煤气、天然气等。

邮政、通讯。而且，随着社会经济的发展和科学的进步，以及公众生活水平的普遍提高，移动通讯、网络等也正逐步成为大众的基本需要。

16、现代公用事业产品具有以下特点：

第一、一定社会的公用事业产品从其产品属性来看，具有双重性。即一方面，现代社会尤其是城市所提供的公用事业产品，是在一定社会发展条件下关系到居民日常生活或基本生活质量的产品，反映着社会的共同需要，关系着公共利益的维护和发展，也就是说，具有公共产品的特点；另一方面，现代公用事业产品又是随着社会的进步和经济的发展，公众在保证基本生存条件的基础上，进一步提高基本生活质量的可选的消费，由于现代社会个人经济水平仍然存在差异，也由于这些产品一定程度上可替代品，如只有能保证将饭做熟，不一定非得用煤气，如经济条件不允许或电的价格太高，不用电而用其他能源，虽然效果不完全相同，但基本上也可以照明。因而，消费还是不消费这些产品，消费多少，具有较大的弹性。而且，在现代社会，由于工商企业大都集中在城市或城市周围，因而它们的消费就是一种企业的生产资源，是企业消费。就此而论，公用事业产品又是首先满足个人需要或个性化需要的产品，而且还是企业营利相关的消费品，因而更接近于私人产品。

第二、公用事业产品是一种垄断性突出的产品。构成其垄断性的原因主要有三：

一是相对于不断增长的人口压力来说，生产公用事业产品的资源基本上都具有稀缺性，如用于公共交通修路的土地、水源、产生煤气的煤、天然气、一定范围的电讯频道，等等，而且，其中许多是具有不可再生的资源，尤其是一个城市周围的水源等更是如此。资源的稀缺和为了保护和合理使用资源，往往使获得这一资源的生产者具有唯一性或稀少性，从而产生垄断。

二是随着城市化进程的加快和城市规范的扩大，公用事业产品的生产一般都具有投资大，具有规模才能进行生产和供给的特点，因而一般企业和个人无力投资，从而只有通过公共财政投入或极少数的企业能有必须的经济进行这一类产品的生产。生产者的唯一或稀少且具有左右市场的经济实力，容易产生市场垄断。

三是在现实中，公用事业产品大多具有非固体实物性，既是提供一种产品，又是提供一种服务，公用事业产品通常是生产和服务融为一体，从而使生产和经营具有较强的垄断性。

第三、公用事业产品具有重要的内部收益和具有突出的外部收益，而且，外部收益一

一般都大于所创造的内部收益。其内部收益表现在，公用事业产品既使社会成员的基本生活有所提高，又满足了个人不同的生活质量需求，同时，也给生产者和提供者带来了直接的经济效益。而其外部收益表现在，保证了社会成员作为特定社会或社区成员的基本生活，随着生活质量的提高，其体力和智力的发展获得了更好的条件，劳动力质量得以提高，从而为社会经济的发展提供了条件，同时，公用事业实际上是城市重要的基础设施部门，是城市赖以生存和发展的物质基础，也是社会扩大再生产必不可少的条件，因而，随着公用事业产品的生产和提供，随着公用事业的发展，整个社会的基础设施获得了改善，与人的生活质量的提高相一致，使整个城市或社会协调发展，产生显著的环境效益。这也就是公用事业的社会效益，它一般大于所创造的直接效益即经济效益。

总之，从公用事业的基本特点可以看出，公用事业所具有的涉及公众基本生活质量的一面、其突出的外部收益等，具有公共性，而其同时具有并首先满足公众提高基本生活质量的一面，及其具有的一定条件下的产品可替代性等，具有私人产品的特征，因而总体上看，公用事业产品是一种更接近私人产品的准公共产品。

17、(1)、公用事业产品的生产和提供制度

第一、公用事业产品生产和提供制度的理论设定

我们知道，准公共产品既可以公共生产，也可以非公共生产，而提供则既可以是公共提供、也可以是市场提供或者混合提供。由于公用事业产品所具有的比较突出的垄断性，完全交由市场将造成产品的需求不足，因而必须由政府介入限制其垄断性。这样，现代社会一般不采用市场提供，其生产和提供的基本组合方式是：

公共生产、公共提供。即完全由政府生产，公共提供（不是免费而是低收费）。

公共生产、混合提供。即完全由公共财政支出承担生产费用，但由于需要考虑收回对公用事业的投入尤其是公用事业的本身的发展，因而采取保本微利的原则制定价格，向公众提供公用事业产品。

非公共生产、混合提供。即由私人投资进行公用事业产品的生产，但政府对这一公用事业产品的生产以公共支出予以必要的补贴，同时，对其产品生产的数量调控，对其产品的价格进行限制，以保证公用事业产品对公众的供给，并破除垄断。这一方式对生产企业来说，实际上是定价时按有关政策规定采取了保本微利原则，同时，以政府的补贴进行利润上的弥补，换言之，这也是我们在第一章中曾分析过的生产准公共产品企业的特定的营利。

第二、当代公用事业产品生产和提供的趋势

在当代社会，公用事业产品的生产与提供方式的组合，最主要的存在两种方式，即公

共生产、混合提供，非公共生产、混合提供。前者如欧洲的许多国家，以及大多数发展中国家，而且通常将从事这些公用事业产品生产的企业称为公共企业，作为公共部门的一个重要组成部分。在这种混合提供中，由于收费的不同，实际上有的趋向于公共提供，甚至将公用事业视为福利事业或强调其公益性的一面，如我国改革开放前的公用事业即如此，而有的则趋向于非公共生产的混合提供。后者比较少，最典型的是美国。美国长期以来都是将公用事业产品交由私营部门生产，政府以公共政策进行管理，并以政府工具即公共支出进行补足。

公共生产的优点是便于进行对公用事业产品的生产进行规划和管理，但却使公共财政以相当大的压力，同时，存在政府所有权问题。而且，由于缺乏必要的服务竞争，因而公用事业产品的质量和 service 一直存在问题。因此，自 20 世纪 70 年代末开始的政府管理改革以来，以英国的公共企业民营化改革为起点，不少国家都将公用事业产品的公共生产转为非公共生产，一定程度上提高了产品的质量尤其是服务质量，取得了较好的结果。因此，目前在世界范围内，公用事业公共生产的方式正在减少。当然，各个国家都有自己的社会经济的具体条件和需要，因而关键是要从公用事业的基本特点出发，结合自己的国情和公共管理文化传统，探索最适合自己的公用事业产品的生产和提供方式的组合。

(2)、公用事业产品市场的价格管理

由于现实中的公用事业产品基本上都是采用混合提供方式，因而，虽然公用事业产品的生产也很重要，但为了保证公用事业产品的合理的需求和供给，实际上更为重要的是提供方式。混合提供的意味着政府对公用事业产品生产和提供的管理，而其中最为关键的就是公用事业产品的价格管理。

政府对公用事业产品价格的管理是价格制定问题，如下两个方面必须注意：

第一、制定公用事业产品价格政策的基本价值取向。从公用事业产品价格的形成来看，由于公用事业在经营上有较强的垄断性，同时其在社会生产和生活中占有重要的地位，具有突出的外部收益，因而其价格形成具有政策约束性。同时，公用事业产品又是接近于私人产品的准公共产品，需求面大，投入高，因而必须考虑其价值问题。所以，在制定公用事业产品价格时，既要考虑价值及供求关系，更必须考虑公众基本需求及社会效益，即国家特定政策的要求。一般来说，合理的价值取向应该是价格既体现了经济效益的要求，也表现了社会效益的规定，如果在特定的情况下两者发生矛盾，由于公用事业产品的外部收益大于内部收益，因而就以社会效益为主。

另外，这里还有一个公用事业产品价格的地方性问题。因为公用事业作为一种与公众基本生活质量密切相关的产品，主要是面向某个地区或城市的产品，由于不同的地区在人口

密度、居民结构、购买力、资源分布和气候条件，以及公用事业企业的数量

第二、制定价格过程中的公众了解和制约。公用事业产品一个涉及到公众基本生活质量保证及基本生活质量提高的产品，涉及面广，关系到公众的切身利益。因而在现代民主社会中，对这类产品的价格是如何制定的，是否考虑到了公众的基本利益，公众是享有知情权，也在一定程度上具有制约作用。当然，公众对公用事业企业生产的产品价格的制约，是要依靠相应的政治制度及具体的政府管理制度来确立的。目前，公众对公用事业产品价格制定中的了解和制约的最基本的也是目前正在逐渐普及的，就是价格听证会制度。

所谓价格听证会制度，其基本内涵是针对涉及到公众基本生活和利益的产品，在作出价格决定时，就有关价格决定的相关的事实问题和法律问题，听取利益受到影响方的意见的程序性法律制度。一般公用事业价格听证会由政府主管部门、公用事业产品生产企业 and 相关的消费者代表三方组成，如进行铁路运价的调整而举行价格听证会，参加听证会的就必须有政府相关部门、铁路部门和公众代表。公用事业价格听证会虽然对价格的最终确定没有决定权，但如果作为一种法律规定的专门的公用事业价格制定的管理程序，在民主社会中对价格的最终形成具有相当大的制约作用。

必须引起足够重视的相关问题是，要真正使价格听证会发挥作用而不是走过场，核心是必须进行企业产品成本核算必要内容的公开，因为这是价格进行调整的最主要的决定因素，也是进行价格听证的最重要的事实。一般来说，非公共企业的成本核算是其商业秘密，为了进行竞争，企业有权保密。但公用事业产品本质上是准公共产品，是涉及到公众基本生活和社会公共利益的产品，因而凡是涉足公用事业产品生产的企业，不论是公共的还是非公共的，公开必要的生产耗费，是社会对其的要求，也是必须承担的义务。唯其如此，才能既保证了企业的经济效益，又保证了公众的基本利益。