

DOI:10.13718/j.cnki.xsxb.2020.12.019

我国体育产业与旅游业互动关系研究^①

牟柳^{1,2}, 朱子义³, 田广⁴, 洪邦辉⁵

1. 重庆理工大学 体育教学部, 重庆 400054; 2. 西南大学 体育学院, 重庆 400715;
3. 西南大学 研究生院, 重庆 400715; 4. 贵州理工学院 体育学院, 贵阳 550003;
5. 贵州师范大学 体育学院, 贵阳 550001

摘要: 采用文献资料法、计量经济研究法, 以我国 2006—2017 年体育产业与旅游业互动关系为研究对象, 探讨体育产业与旅游业的互动对产业升级的影响。研究发现: ①体育产业与旅游业存在长期协整关系, 短期作用小于长期作用; 短期内体育产业与旅游业相互之间均呈抑制作用, 旅游业对自身具有促进作用。②体育产业与旅游业之间不存在因果关系。③体育产业与旅游业两者之间的脉冲响应均呈短期冲击弱、长期冲击强特征; 体育产业、旅游业对自身的冲击均呈短期冲击强、长期冲击弱的特征。④体育产业对旅游业的贡献率为 27.36%, 旅游业对体育产业的贡献率为 42.03%, 两者对自身贡献均呈短期贡献大、长期贡献小的特征。

关键词: 体育产业; 旅游业; 互动关系

中图分类号: G80-05

文献标志码: A

文章编号: 1000-5471(2020)12-0128-07

美国、日本、韩国等国家没有专门的国家体育行政机关, 这些国家的体育管理权放在教育部门或者文化部门, 实行大部委制^[1]。我国是将体育、旅游分设于独立的管理部门, 2018 年原来的文化部、旅游局合并为文化和旅游部(以下简称“旅游部”), 保留国家体育总局的各项职能。

目前, 国内外学者^[2-7]直接或间接就体育产业、旅游业对经济的贡献率、外部效应、管理体系、融合发展、路径措施等进行了研究, 成果颇丰, 参考价值大, 研究方法多样, 研究视角独特, 但定性研究多, 定量研究少, 运用计量研究方法研究体育产业与旅游业互动关系的寥寥无几。鉴于此, 本研究借助计量研究方法, 分析体育产业与旅游业之间的互动关系以及影响、长短期效应、相互冲击等, 以期为我国体育产业与旅游业互动政策的制定以及机构改革提供科学决策依据。

1 研究方法、变量选取及数据说明

1.1 计量经济研究法

以向量自回归方法 VAR 为脉络, 涉及对数处理、ADF 单位根检验、协整分析、误差修正模型、格兰杰因果关系检验、脉冲响应函数、方差分解等, 全部运算过程在 Eviews 7.0 中进行。

1.2 变量选取及数据说明

选取 2006—2017 年体育产业总规模名义值($TYCY_t$)反映我国体育产业规模, 旅游业总收入($LYZS_t$)反映我国旅游业总规模。本研究的旅游业总收入由国内旅游收入与国际旅游外汇收入合计值组成, 为了单位统一, 国际旅游外汇收入单位为美元, 采用人民币汇率年平均价转换为人民币; 体育产业指标为什么选取总规模指标而不选取增加值指标, 主要原因是 2017 年以前的中国旅游业统计公报中没有涉及增加值指

① 收稿日期: 2019-11-26

基金项目: 中央高校基本科研业务费支持项目(XDJK2019C123); 贵州省体育局-贵州理工学院联合基金项目(GZTY2018307); 贵州省哲学社会科学规划重点课题(19GZZD23)。

作者简介: 牟柳(1986—), 女, 博士研究生, 副教授, 主要从事体育教学以及课程与教学论的研究。

通信作者: 朱子义, 博士。

标, 为了两者数据齐整, 采用总规模和总收入指标反映两者的规模, 更具有可比性. 所以, 选取体育产业总规模和旅游业总收入指标. 考虑到通货膨胀的影响, 以 2006 年为基期, 利用 CPI 指数对 2006—2017 年体育产业名义总规模值、旅游业名义总收入值进行平减; 以体育产业实际总规模值为例, $TYCY_t = (TYCY_t^*/CPI_t) \times 100$, $TYCY_t$ 表示各年扣除通货膨胀后的实际总规模值, $TYCY_t^*$ 表示各年体育产业名义总规模值, CPI_t 表示各年居民消费价格指数, 旅游实际总收入指标处理类似^[8]; 2017 年全国体育产业总规模数据来源国家统计局; 2006—2016 年旅游名义总收入来源国家文化和旅游部《2006—2016 年中国旅游业统计公报》, 2017 年中国旅游总收入来源中国旅游研究院《2017 年中国旅游业统计公报》, 由于 2014 年国际旅游收入的测算方法和统计口径调整, 增加旅游出境花费, 本研究中的旅游总收入只包括国内旅游收入与国际旅游外汇收入, 不包含中国公民出境旅游花费. 一方面, 考虑到变量对数的差分近似等于该变量的变化率, 而经济指标变量的变化率常常是较稳定的序列, 因此适合于包含在回归方程中; 另一方面, 考虑到对数化处理数据有助于消除或减少异方差的影响, 同时不改变原始数据的趋势^[5,9-10], 为了消除异方差, 对 $TYCY$, $LYZS$ 进行自然对数变换, 分别记为 $LNTYCY$, $LNLYZS$.

2 我国体育产业与旅游业现状分析

从体育产业实际总规模值来看, 2006 年为 3 022.14 亿元, 到 2017 年为 16 245.03 亿元, 实际增长了 5.37 倍; 体育产业实际总规模占实际 GDP 比重从 2006 年的 1.38% 提升到 2017 年的 2.68%, 增长了 1.30 个百分点. 从增长率来看, 体育产业实际总规模增长率经历了 3 次波峰 3 次波谷, 年均增长率为 16.66%, 2007 年体育产业增长率为 20.87%, 此后, 到 2010 年均保持在 2 位数速度增长, 2011 年, 增长率只有 7.69%, 2012 后又回升到高点为 24.66%; 2013 年回落到 11.65%, 2014 年国务院出台《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》后, 高速增长 2 年, 增长率都超过 20%, 2016 年政策“红利”消失, 增长率只有 8.95%, 2017 年又回升到 13.84% (图 1). 另外, 从结构来看, 根据黄海燕^[8]的研究成果, 2006 年我国体育服务业、体育制造业、体育建筑业实际增加值占体育产业实际增加值的百分比分别为 24.89%, 71.74%, 3.37%, 到 2017 年三者的结构分别为 56.95%, 41.79%, 1.25%; 12 年中我国体育服务业、体育制造业、体育建筑业实际增加值分别翻了 18.19 倍、4.63 倍、2.95 倍, 体育服务业规模增长最快. 可以看出我国体育产业已从初期的体育制造业“一枝独秀”走向体育制造业与体育服务业“并驾齐驱”的局面, 更可喜的是, 一些发达城市如北京、上海、广州的体育服务业已经接近西方发达国家的水平, 说明我国体育产业与发达国家的差距正在缩小.

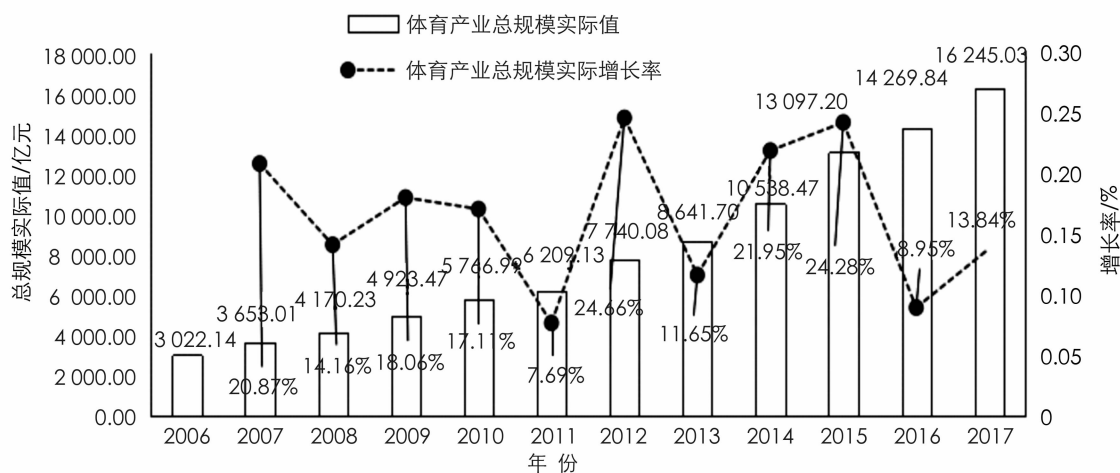


图 1 2006—2017 年我国体育产业总规模实际值与增长率趋势图

从旅游业实际总收入来看, 2006 年我国旅游实际总收入为 8 935.00 亿元, 到 2017 年为 39 918.27 亿元, 实际增长了 4.46 倍; 旅游实际总收入占实际 GDP 比重, 从 2006 年的 4.07% 提升到 2017 年的 6.58%, 增长了 2.51 个百分点. 从增长率来看, 旅游实际总收入增长率经历了 3 次波峰 2 次波谷, 年均增长率为 14.87%, 2007 年增长率为 17.00%, 到 2008 年时不增反降, 负向增长 -0.16%, 主要遭受 2008 年

金融危机、汇率波动等外部不利因素的冲击,经受了前所未有的考验,进入寒冬,入境旅游 2008 年、2009 年连续两年呈负增长;此后,高歌猛进,到 2011 年增长率达到峰值为 35.77%,2012 年以后开始急剧下滑,到 2014 年前保持在 11.00%左右,2014 年又上升到 22.31%,此后,2015 年到 2017 年增长率在 10.00%至 13.00%之间(图 2).从结构来看,2006 年我国实现国际旅游外汇收入、国内旅游收入占旅游业总收入的比例是 30.28%,69.72%,到 2017 年两者的比例为 15.42%,84.58%,国际旅游外汇收入减少 14.86 个百分点,国内旅游收入增加 14.86 个百分点.从国际旅游贸易来看,据国家旅游局统计,2017 年我国出境游人数超过 1.31 亿人次,连续 4 年全球第一,成为许多国家入境旅游人口第一大客源国.2014 年我国实现国际旅游外汇收入 6 470.33 亿元人民币,出境旅游花费 5 503.89 亿元人民币,国际旅游外汇收入/中国公民出境旅游花费比率是 1.18,2017 年降至 1.14,表明我国旅游市场对国际游客的吸引在萎缩,而出境游呈“井喷”态势,长此以往,不利于我国旅游业发展.

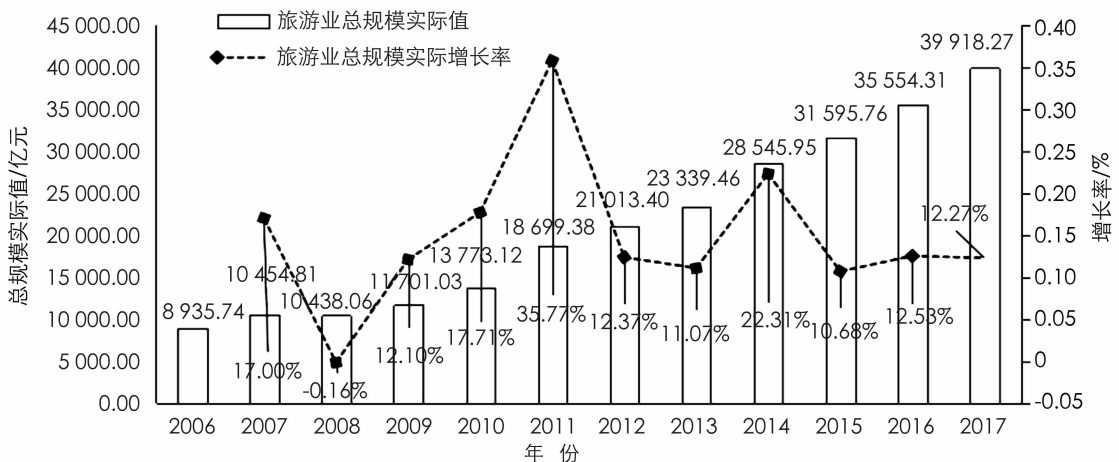


图 2 2006—2017 年我国旅游业总收入实际值与增长率趋势图

3 我国体育产业与旅游业的实证分析

3.1 单位根检验

本研究采用 ADF 单位根检验方法对 $LNTYCY$, $LNLYZS$ 进行平稳性检验,由表 1 可知,所有原始序列是非平稳的,经一阶差分后,在 10% 的显著性水平下序列平稳,所有序列属于一阶单整.

表 1 ADF 单位根检验一览表

变量序列	检验类型 (C, T, K)	ADF 统计量	临界值 (1%)	临界值 (5%)	临界值 (10%)	结论
$LNTYCY$	(C, 0, 1)	-0.532 3	-4.400 6	-3.175 3	-2.728 9	不平稳
$LNLYZS$	(C, 0, 1)	-0.109 1	-4.200 0	-3.175 3	-2.728 9	不平稳
$LNTYCY$	(C, 0, 1)	-4.670 6	-4.297 0	-3.212 6	-2.747 6	平稳
$LNLYZS$	(C, 0, 1)	-2.922 2	-4.297 0	-3.212 6	-2.747 6	平稳

注: C 表示常数项; T 表示趋势项; K 表示滞后阶数.

3.2 我国体育产业与旅游业的协整分析

对于单整的时间序列进行协整分析时,主要采用 1987 年恩格尔(Engle)和格兰杰(Granger)提出的 E-G 2 步检验法,即 $LNTYCY$ 与 $LNLYZS$ 建立长期均衡方程.步骤如下:

第 1 步:模型设定.

$$LNTYCY = C + \beta \times LNLYZS + \epsilon \quad (1)$$

式(1)中: C, β 表示常数项与弹性系数; ϵ 表示残差序列.得如下方程:

$$LNTYCY = -1.415 0 + 1.045 8 \times LNLYZS \quad (2)$$

$$T \text{ 值} \quad (-2.946 0 \quad 21.446 6)$$

$$p \text{ 值} \quad (0.014 6 \quad 0.000 0)$$

$$LNLYZS = 1.5335 + 0.9358 \times LNTYCY \tag{3}$$

$$T \text{ 值} \quad (3.9538 \quad 21.4466)$$

$$p \text{ 值} \quad (0.0027 \quad 0.0000)$$

式(2)、(3)回归方程的判定系数 R^2 、调整后的判定系数 $Adjusted-R^2$ 均大于 0.97, 两者方程各项系数在显著性 $Sig. 0.05$ 水平下, 有统计学意义; 2 组方程的 F -统计值, p 值均小于 < 0.01 , 方程(2)、(3)通过检验。

第二步, 残差平稳性检验. 由表 2 可知, $LNTYCY$ 与 $LNLYZS$ 在 5% 的显著性水平下残差通过检验, 存在长期协整关系. 即旅游业每增加 1 个单位, 将带体育产业增加 1.0458 单位, 产生了外溢效应; 体育产业每增加 1 个单位, 带动旅游业只增加 0.9358 个. 从长期来看, 旅游业对体育产业的拉动要大于体育产业对旅游业的推力, 实现“以旅助体”“以体兴旅”有助于两者共同发展, 特别是有利于体育产业。

表 2 残差平稳性检验

变量序列	检验类型 (C, T, K)	ADF 统计量	临界值 (1%)	临界值 (5%)	临界值 (10%)	结论
ϵ_1	(0, 0, 0)	-2.6590	-2.7922	-1.9777	-1.6020	平稳
ϵ_2	(0, 0, 0)	-2.5621	-2.7921	-1.9777	-1.6020	平稳

注: C 表示常数项; T 表示趋势项; K 表示滞后阶数。

4 我国体育产业与旅游业的短期动态研究

4.1 我国体育产业与旅游业的 VAR 模型

经检验, 建立滞后期为 1 的向量自回归 VAR 模型时, 各项指标达到最优值(表 3). 故 $LNTYCY$ 与 $LNLYZS$ 的 VAR(1)回归方程, 如下所示:

$$LNTYCY = -0.2573 \times LNTYCY(-1) + 0.6299 \times LNLYZS(-1) + 0.3752 \tag{4}$$

$$LNLYZS = 0.7071 \times LNTYCY(-1) + 0.3927 \times LNLYZS(-1) + 0.5878 \tag{5}$$

表 3 VAR 模型滞后期一览表

变量组	Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
$LNTYCY$ 与	0	5.5065	NA	0.0018	-0.6375	-0.5652	-0.6832
$LNLYZS$	1	34.9162	42.7777*	1.84e-05*	-5.2574*	-5.0404*	-5.3943*

注: * 表示显著性水平 5%; $LogL, LR, FPE, AIC, SC, HQ$ 均是选取最优滞后阶数的指标, 各项指标参数显著数量越多, 选取的滞后阶数就越优。

4.2 我国体育产业与旅游业的误差修正模型估计

体育产业与旅游业之间短期关系如何, 需要进一步采用误差修正模型进行分析, 结果如下:

$$D(LNTYCY) = -0.3525 \times ECM(-1) - 0.3479 \times D(LNTYCY(-1)) - 0.0414 \times D(LNLYZS(-1)) + 0.2089 \tag{6}$$

$$D(LNLYZS) = 0.8253 \times ECM(-1) - 0.4384 \times D(LNTYCY(-1)) + 0.4427 \times D(LNLYZS(-1)) + 0.1408 \tag{7}$$

式(6)、(7)拟合效果均在 10% 显著性水平上通过检验, 体育产业与旅游业呈反向修正机制, 旅游业与体育产业呈正向修正机制. 考虑到方程中同一变量的滞后项产生的多重共线性时, 部分 t 统计量不显著, 当式(6)、(7)均衡偏离 1 个单位时, 下一期会以 -0.3525、0.8253 的比率对体育产业、旅游业进行反向或正向修正. 短期来看, 上一期体育产业对下一期体育产业和旅游业都有抑制作用; 同时, 上一期旅游业对下一期体育产业也具有抑制作用, 而上期旅游业对下一期旅游业有促进作用. 可以看出, 一方面体育产业与旅游业两者的相互影响均是长期效应大于短期效应; 另一方面, 短期内, 旅游业对体育产业的贡献要比体育产业对旅游业的贡献多 0.397, 即同样增加一个单位时, 旅游业就要比体育产业多产出 39.70%。

4.3 我国体育产业与旅游业的格兰杰因果关系检验

那么, 体育产业与旅游业之间谁是因谁是果, 需要采用 Granger 因果关系进行验证. 选取 1~3 的滞后

期数, 结果见表 4.

表 4 Granger 因果关系检验结果一览表

原假设	滞后期	F-统计量	相伴概率 P	检验结论
体育产业(LNTYCY)增长不是旅游业(LN-LYZS)增长的格兰杰原因	1	1.615 7	0.244 3	接受
旅游业(LNLYZS)增长不是体育产业(LN-TYCY)增长的格兰杰原因	1	4.735 5	0.066 0	接受
体育产业(LNTYCY)增长不是旅游业(LN-LYZS)增长的格兰杰原因	2	3.495 5	0.132 4	接受
旅游业(LNLYZS)增长不是体育产业(LN-TYCY)增长的格兰杰原因	2	1.000 8	0.444 2	接受
体育产业(LNTYCY)增长不是旅游业(LN-LYZS)增长的格兰杰原因	3	0.271 9	0.849 0	接受
旅游业(LNLYZS)增长不是体育产业(LN-TYCY)增长的格兰杰原因	3	3.887 3	0.353 0	接受

由表 4 可知, 在 Sig. 0.05 水平下, 1~3 的滞后期数时, 体育产业(LNTYCY)增长不是旅游业(LN-LYZS)增长的格兰杰原因、旅游业(LNLYZS)增长不是体育产业(LNTYCY)增长的格兰杰原因均被接受, 由此可知, 体育产业与旅游业之间不存在因果关系, 说明体育产业与旅游业的互动不足. 导致这种现象的原因是多方面的: 首先, 从管理的角度看, 各部门各自为政, 缺乏互动. 体育和旅游部门管理无论是工作规则、职能配置的划分, 还是工作领导小组的成立, 都应迈出了积极的一步, 但客观地讲, 要么是“以小管大”, 要么就是“以大管小”, 要么是“三不管”(体育部门不管、旅游部门不管、地方政府不管). 其次, 从政策的角度看, “重旅游, 轻体育”. 一直以来, 各级政府都将各种政策投向旅游业. 相较于旅游业, 体育产业的配套政策“数量少、范围窄、力度弱、起点晚、门槛高”. 我国的体育产业, 不同于发达国家成熟的体育产业, 更是落后国内旅游业, 需要大量的金融、土地、人才、资金、贷款、利息、补助、标准、税收、服务等要素政策体系支持, 脱离了这些政策体系, 体育产业很难实现跨越式发展, 更难实现高质量发展. 最后, 从消费者的角度, 一方面, “少动、好玩、好花”消费观念盛行. 2014 年, 国家体育总局发布的《2014 年全民健身活动状况调查公报》显示, 全国共有 4.1 亿 20 岁及以上城乡居民参加过体育锻炼, 20 岁及以上人群中全年人均消费水平达到 926 元; 成年人和老年人的超重率分别为 32.7% 和 41.6%^[11]. 旅游人数、旅游消费远远大于体育消费. 另一方面, “重外在品牌, 轻内在品质”的消费行为急需扭转. 日本学者三浦展研究发现^[12], 日本已从追求“大而美”“重量不重质”的第三消费时代追求大房子、大电视机、奢侈品以及重质量和舒适度过渡到回归内心的满足感、平和的心态、地方的传统特色、人与人之间的纽带的第四消费时代, 即“共享”的社会. 总体来说, 影响两者互动的因素除内部微观因素外, 还有经济、社会、城镇化、文化历史、经济发展阶段等宏观要素.

4.4 我国体育产业与旅游业的脉冲响应函数分析

当体育产业给自身一个正向冲击时, 在第 1 期立刻产生反应且脉冲冲击的效应最强为 0.047%, 第 2 期时直线下坠到谷底为 0.013%, 第 3 期后回升到 0.025%, 此后, 一直平稳保持在 0.025% 左右, 到第 10 期时仍然在 0.025%. 当体育产业给旅游业一个冲击时, 在第 1 期旅游业没有反应, 第 2 期快速提升到 0.022%, 第 3 期达到最大值为 0.022%, 此后, 迅速下滑到第 5 期时为 0.013%, 第 6 期后基本平稳, 到第 10 期时稳定在 0.016% (图 3(a)).

当旅游业对自身一个正向冲击时, 第 1 期立刻产生正向效应, 脉冲响应系数为 0.069%, 第 2 期后直线下滑, 第 4 期降到谷底为 0.001%, 第 5 期逐渐回升, 第 6 期到达顶点, 第 7 期后略有下滑, 并基本平稳, 到第 10 期时为 0.016%. 当旅游业给体育产业一个正向冲击时, 第 1 期呈负效应为 -0.002%, 第 2 期后一路上升到第 3 期时达到最高峰值, 为 0.036%, 第 4 期后开始下滑, 第 6 期后基本平稳在 0.025% 上下, 到第 10 期时为 0.024% (图 3(b)).

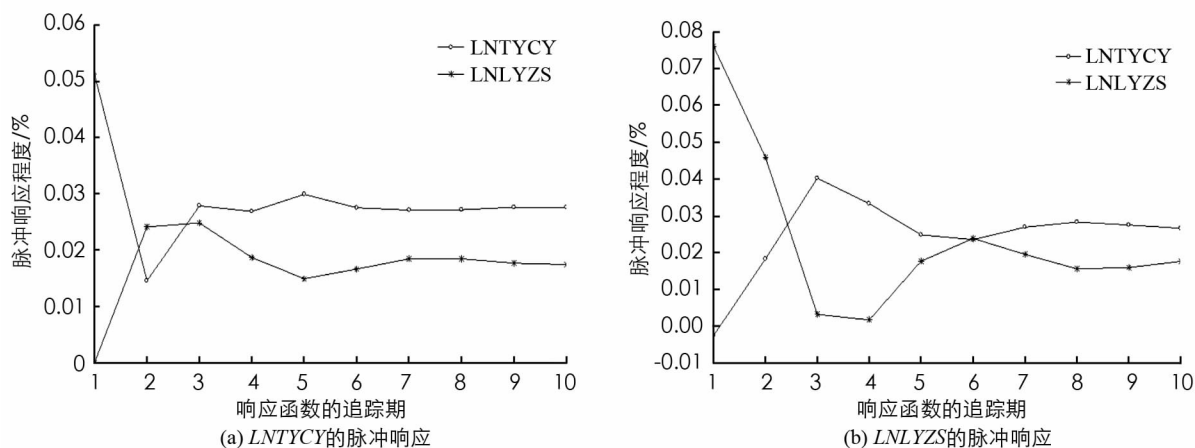


图 3 LNTYCY, LNLYZS 各自一个标准差的脉冲响应图

4.5 我国体育产业与旅游业的方差分解

当体育产业对自身一个正向冲击时, 第 1 期的贡献率为 100.00%, 第 2 期后贡献率下滑到 82.93%, 第 3 期后基本平稳在 74% 左右, 第 10 期时贡献率为 72.63%。当体育产业对旅游业一个正向冲击时, 第 1 期的贡献率为 0.00%, 第 2 期时达到 17.06%, 此后基本稳定在 26% 左右, 到第 10 期时贡献率为 27.36% (图 4(a))。当旅游业对自身一个正向冲击时, 第 1 期的贡献率为 99.88%, 第 2 期后降到 90% 以下, 第 3 期时为 80.19%, 第 4 期后跌至 70% 以下, 到第 10 期时为 57.96%。当旅游业对体育产业一个正向冲击时, 第 1 期的贡献率为 0.11%, 第 2 期上升到 4.12%, 第 3 期跃升到 19.81%, 此后, 匀速上升, 第 10 期时达到 42.04% (图 4(b))。

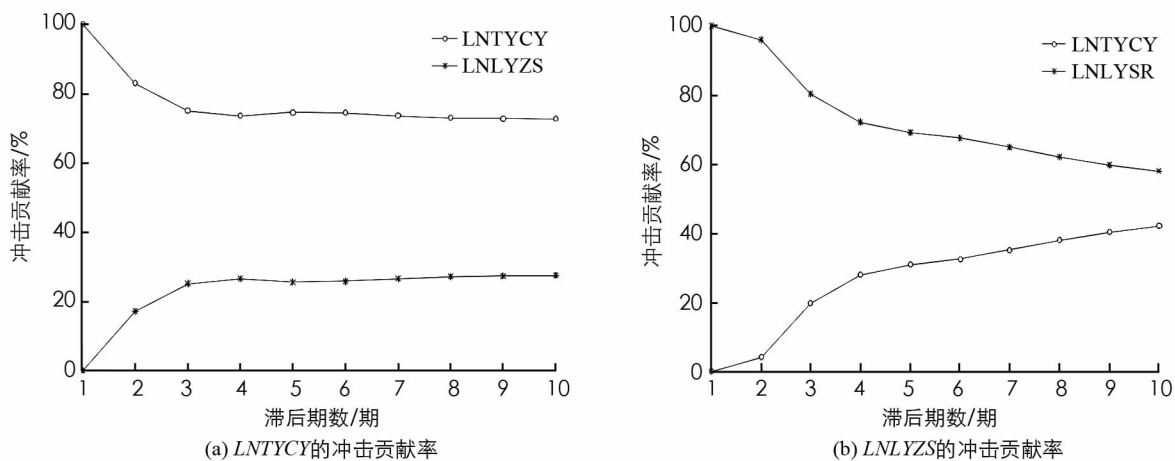


图 4 LNTYCY, LNLYZS 的冲击贡献率图

5 结论与建议

5.1 结 论

- 1) 体育产业与旅游业存在长期协作关系, 短期作用小于长期作用; 短期内, 体育产业与旅游业相互之间均呈抑制作用, 旅游业对自身具有促进作用。
- 2) 体育产业与旅游业之间不存在因果关系。
- 3) 体育产业与旅游业两者之间的脉冲响应均呈短期冲击弱、长期冲击强特征; 体育产业、旅游业对自身的冲击均呈短期冲击强、长期冲击弱特征。
- 4) 体育产业对旅游业的贡献率为 27.36%, 旅游业对体育产业的贡献率为 42.03%, 两者对自身贡献均呈短期贡献大、长期贡献小特征。

5.2 建 议

- 1) 全面深化管理体制、运行机制改革, 转变传统管理观点, 及时学习先进管理理念, 重视“引进来, 走

出去”, 加快国际交流与合作进程。

- 2) 建立多部门参与的联席会议制度, 坚持“统一指挥、明确职责、分工协作”的指导思想。
- 3) 及时出台体育产业+文化、+旅游、+教育、+创新、+科技、+乡村振兴等多元化的发展扶持政策。
- 4) 改变传统人才培养模式, 大力推行“产、学、研”“校、企、政”多元化的人才培养路径。
- 5) 积极建立体育产业与旅游业互动的国家平台, 重视数据的公布及开发。
- 6) 培育一批国际化、专业化、品牌化、连锁化、综合性的本土企业等措施。

参考文献:

- [1] 付政浩. 日本 2020 年奥运誓超中国 背后三大体育产业做支撑 [DB/OL]. (2017-03-07)[2019-08-20]http://www.sohu.com/a/128167038_138481.
- [2] DÁVID L, LONTAI-SZILÁGYI Z, BAROS Z. The Impact of Tourism and Sports Activities [J]. *Anthropogenic Geomorphology*, 2010, 15: 233-254.
- [3] 黄海燕, 徐琳, 骆雷, 等. 体育赛事与上海旅游业互动发展研究 [J]. *上海体育学院学报*, 2013, 37(5): 37-43.
- [4] 王飞. 冰雪旅游业治理结构与运行机制研究 [J]. *北京体育大学学报*, 2016, 39(10): 46-51.
- [5] 田广, 郭敏. 我国卫生支出结构与体育产业互动关系研究 [J]. *天津体育学院学报*, 2017, 32(5): 411-416.
- [6] 黄玮, 李锋. 我国体育与旅游产业融合发展对策研究 [J]. *经济问题*, 2017(10): 116-121.
- [7] 牟柳, 董小玉, 田广. 体育用地对体育产业发展的影响研究 [J]. *西南大学学报(社会科学版)*, 2019, 45(3): 54-64.
- [8] 黄海燕. 我国体育产业新阶段特征及发展趋势 [J]. *体育学研究*, 2018, 1: 13-21.
- [9] 田广, 郭敏. 我国体育产业与体育用品对外贸易互动关系研究 [J]. *天津体育学院学报*, 2018, 33(5): 399-406.
- [10] 田广, 郭敏. 我国体育用品进口与体育用品出口互动关系研究 [J]. *天津体育学院学报*, 2017, 32(2): 112-116.
- [11] 2014 年全民健身活动状况调查公报 [DB/OL]. http://www.sport.gov.cn/n16/n1077/n1422/7300210.html.
- [12] 三浦展. 第 4 消费时代 [M]. 马奈, 译. 东方出版社, 2014.

Interactive Relationship Between Sports Industry and Tourism in China

MOU Liu^{1,2}, ZHU Zi-yi³, TIAN Guang⁴, HONG Bang-hui⁵

1. Department of sports, chongqing univesity of technology, Chongqing 400054, China;

2. School of Physical Education, Southwest University, Chongqing 400715, china;

3. Graduate school, Southwest University, Chongqing 400715, china;

4. School of Physical Education, Guizhou Institute of Technology, Guiyang 550003, China;

5. School of Physical Education, Guizhou Normal University, Guiyang 550001, China;

Abstract: It is of great practical significance to realize the interaction between sports industry and tourism industry. The interactive relationship between China's sports industry and tourism industry from 2006 to 2017 was studied with the method of literature and econometric research. Conclusion: (1) There is a long-term co-integration relationship between the sports industry and tourism, and the short-term effect is less than the long-term effect; In the short term, the sports industry and tourism have an “restraining effect” on each other, and the tourism industry has an “promoting effect” on itself. (2) There is no causal relationship between the sports industry and tourism industry. (3) The impulse response between the sports industry and tourism industry is “weak in the short term and strong in the long term”; The impact of the sports industry and the tourism industry on themselves is “strong in the short term and weak in the long term” (4) The contribution rate of the sports industry to the tourism industry is 27.36%, and the contribution rate of the tourism industry to the sports industry is 42.03%. Both of them have “large short-term contributions and small long-term contributions” to themselves.

Key words: sports industry; tourism; interactive relationship