

任波,戴俊.“双循环”新发展格局下中国体育产业高质量发展:逻辑、动力与路径[J].体育学研究,2021,35(2):39-48.

“双循环”新发展格局下中国体育产业高质量发展:逻辑、动力与路径

任波^{1,2},戴俊²

(1.上海体育学院 经济管理学院,上海 200438; 2.盐城师范学院 体育学院,江苏 盐城 224002)

【摘要】:在“双循环”新发展格局下推动中国体育产业高质量发展具有重要理论与现实意义。基于产业经济学基本理论,探究“双循环”新发展格局下中国体育产业高质量发展的逻辑、动力与路径。在“双循环”新发展格局下,构建完整的体育产业内需体系,畅通国内大循环;构建完善的体育产业链、供应链,畅通国内国际双循环,是体育产业高质量发展的内在逻辑。当前,体育产业形成了“政府—政策—产业—市场—企业”五位一体高质量发展的“双循环”支撑动力。鉴于此,通过紧扣更高水平供需平衡,围绕供给侧改革与需求侧改革,抓紧以扩大体育内需、促进城乡区域体育产业协调发展、推进体育产业数字化转型为重点,构建体育产业政策体系、现代体育产业体系、现代体育市场体系、新型体育消费体系,提出“一个”主线、“两个”改革、“三个”重点、“四个”体系的“双循环”新发展格局下中国体育产业高质量发展路径。

【关键词】:“双循环”新发展格局;“十四五”时期;体育产业;高质量发展;体育市场;体育消费

【中图分类号】: G80-05; F124 **【文献标志码】:** A **【文章编号】:** 2096-5656(2021)02-0039-10

DOI: 10.15877/j.cnki.nsic.20210330.004

“双循环”新发展格局是指“以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”,是党中央在统筹国际、国内形势的基础上作出的重大战略决策,是“十四五”时期经济社会发展的指导思想和必须遵循的原则,加快构建“双循环”新发展格局,对“十四五”以及未来更长一段时期我国经济社会发展有着重要且深远的影响^[1]。体育产业不仅是朝阳产业、绿色产业、幸福产业,而且也是现代化产业体系的组成部分。2019年,中国体育产业总规模达到29 483.4亿元、增加值达到11 248.1亿元,同期国内生产总值为990 865.1亿元,体育产业增加值占GDP的比重达到1.14%^[2]。近年来,体育产业的年均增长率和增幅都高于同期GDP增长速度,对国民经济的贡献日益凸显^[3]。在此背景下,探究“双循环”新发展格局下的体育产业高质量发展问题,能够有效适应国内体育消费需求升级、全球体育市场受挫等体育产业发展内外部环境变化,推动“十四五”时期体育产业高质量发展。

迈向“十四五”新发展阶段,“双循环”新发展格局下的体育产业高质量发展逻辑如何形塑,支撑动力是什么,发展路径有哪些等,都是学界亟待厘清的议题。基于上述问题,本研究在“双循环”新发展格局下审视体育产业高质量发展逻辑、动力与路径,以为“十四五”时期体育产业高质量发展提供理论参考。

1 “双循环”新发展格局下中国体育产业高质量发展逻辑

“双循环”新发展格局是推动“十四五”时期体育产业高质量发展的重要引擎,“双循环”新发展格局下中国体育产业高质量发展需要以国内大循环为

收稿日期:2021-02-03

基金项目:国家社科基金青年项目(20CTY007)。

作者简介:任波(1990—),男,安徽滁州人,博士生,讲师,研究方向:体育产业。

通信作者:戴俊(1965—),男,江苏盐城人,硕士,教授,研究方向:体育产业。

主体,从促进体育供需动态平衡、培育区域体育产业增长极、激发体育市场活力、优化体育产业结构、夯实体育产业发展基础等方面,构建完整的体育产业内需体系;通过以国内国际双循环相互促进为两翼,

从完善体育供需链、体育企业链、体育空间链、体育价值链、体育内外部供应链等方面,构建体育产业链供应链,畅通国内国际两个市场,促进体育产业的高质量发展(图1)。

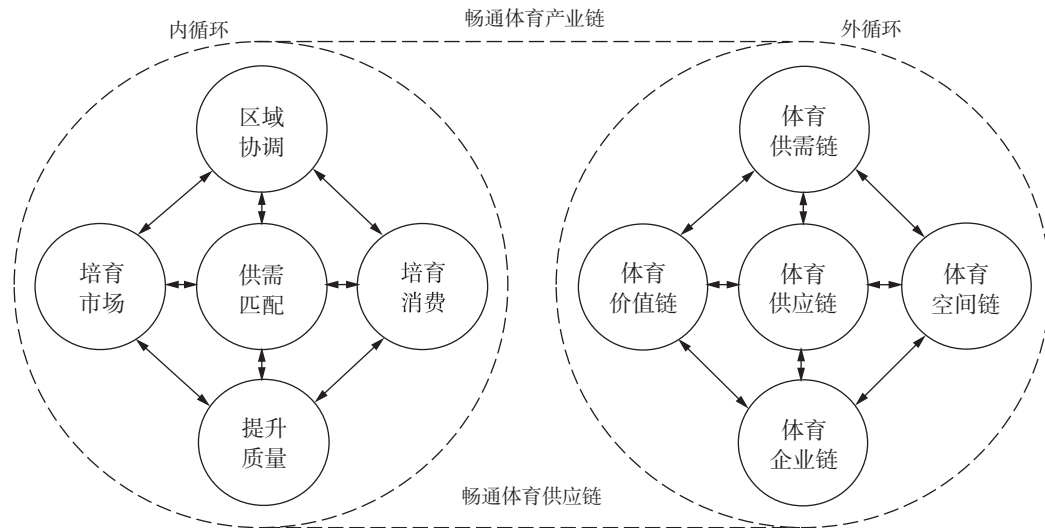


图1 “双循环”新发展格局下中国体育产业高质量发展逻辑

Fig.1 The high-quality development logic of China's sports industry under the new development pattern of dual circulation

1.1 国内大循环:构建完整的体育产业内需体系

党的十九届五中全会提出:“形成强大国内市场,构建新发展格局。坚持扩大内需这个战略基点,加快培育完整内需体系。”^[4] 2020年,中央经济工作会议指出:“坚持扩大内需这个战略基点。形成强大国内市场是构建新发展格局的重要支撑。”^[5] “双循环”新发展格局下体育产业高质量发展需要以构建完整的体育产业内需体系为战略目标,畅通国内体育市场循环。

1.1.1 供需匹配:促进体育供需动态平衡

体育供给与体育需求的平衡发展是促进体育市场规模扩大化、体育消费需求升级化的现实需要。构建完整的体育产业内需体系需要以体育供给与体育需求匹配为着力点。一方面,体育供给端需要以提供体育产品与服务为导向,满足体育市场需求。通过推进全民健身“三纳入”和群众体育“六边工程”,夯实政策供给,加强政策落实;通过推进健身休闲业和竞赛表演业发展,增强体育核心业态的产品与服务供给,激发体育消费需求;通过推进智能化、高端化、科技化的体育用品制造供给,适应大众对体育用品制造升级换挡需要;通过推进运动项目的产业化、市场化发展,丰富多元化地运动项目产品供给,有效满足大众体育需求。另一方面,体育需求

端需要以多元化体育市场需求为导向,倒逼体育企业提升体育供给质量。体育消费需求的升级体现在观赏型和参与型体育消费需求增多,这就需要体育供给市场精准匹配体育需求,增强体育企业的生产、加工、制造能力,满足体育市场需求;体育消费需求的升级还体现在网络化、细分化、个性化、场景化等消费需求增大,需要体育企业的数字化转型,即通过提供智慧体育场馆、体育线上销售平台、网络化体育培训业务等,满足体育消费升级需要,形成与需求端的有效匹配。

1.1.2 区域协调:培育区域体育产业增长极

培育区域体育产业增长极可以重点打造长三角体育产业一体化发展、粤港澳大湾区体育产业发展、京津冀体育产业协同发展等。^①推进长三角体育产业一体化发展。2018年,长三角地区体育产业总规模达8 620亿元,实现增加值2 948亿元,约占当年全国体育产业增加值比重的30%,长三角体育产业对培育区域经济增长新动能的贡献日渐突出^[6]。按照《长三角地区体育一体化高质量发展的若干意见》要求,以打造体育产业协同发展典范、形成体育赛事协调发展新格局等为主要任务,提升长三角地区体育产业核心竞争力。^②推进粤港澳大湾区体育产业发展。粤港澳大湾区是我国开放程度最高、

经济活力最强的区域之一,积极贯彻落实《粤港澳大湾区发展规划纲要》的政策文件精神,从打造品牌赛事、推进马匹运动及相关产业发展等方面,提升大湾区体育产业发展活力和国际竞争力。③推进京津冀体育产业协同发展。以《京津冀协同发展规划纲要》为引领,以《深入推进京津冀体育协同发展议定书》为基础,推动京津冀三地打造地区品牌赛事活动,构建体育产业资源交易平台、培育体育产业经济带和示范区,建立体育工作联系机制,在场地建设、体育培训、人才培养等方面,加强交流合作与协调联动,培育区域体育产业新的增长极^[7]。

1.1.3 培育市场:激发体育市场活力

《国务院办公厅关于促进全民健身和体育消费推动体育产业高质量发展的意见》(国办发〔2019〕43号)提出“强化体育产业要素保障,激发市场活力和消费热情”的政策建议。体育产业要素包括空间要素和生产要素两个方面^[8]。①推动体育产业空间要素供给,激发市场活力。可通过充分挖掘城市“金边银角”,新建便捷化全民健身体育设施,满足大众日益增长的体育消费需求;通过制定各类体育赛事活动的安保标准和等级评价标准,规范体育场馆公共安全服务供给;通过围绕可利用的自然资源,分类制定允许向体育赛事活动开放的目录,推动公共资源向体育赛事活动开放,提高体育资源的空间利用率;通过多举措挖掘学校体育场馆向社会开放力度,在确保校园安全、学生体育活动充分供给的前提下,探索分时段、分区域向社会开放;通过根据不同地域的资源禀赋和体育文化活动差异,因地制宜建设体育基础设施,满足不同地域群众的体育活动需求,激发市场活力,为体育产业发展提供要素保障。②推动体育产业生产要素供给,激发市场活力。通过普及群众参与度广和关注度高的日常健身休闲活动、发展具有引领性的健身休闲活动、举办民族民间健身休闲活动等,不断完善健身休闲服务体系,推动健身休闲业发展;通过发展职业体育赛事、承办大型体育赛事、扶持以群众性体育活动为主的业余精品赛事等,不断完善体育赛事体系,推动竞赛表演业发展;通过推动体育装备制造升级换挡、提升体育用品生产加工智能化水平、探索体育用品新零售模式等,促进体育用品制造业数字化转型,以适应体育市场需求变化,激发体育市场活力。

1.1.4 提升质量:优化体育产业结构

伴随着我国经济步入高质量发展阶段,体育产业发展质量有了大幅度提升,主要表现在体育产业结构不断优化。2015—2019年中国体育服务业总产出占体育产业总产出的比重由33.4%提升至50.6%;体育服务业增加值占体育产业增加值的比重由49.2%提升至67.7%^[2,9]。促进体育产业结构优化升级可从确立体育主导产业和体育重点发展产业两个方面着手。①确立体育主导产业的引领作用。通过确立健身休闲业和竞赛表演业为体育主导产业,辐射带动体育用品制造、体育媒体转播、体育广告赞助等发展,进而起到优化体育产业结构、提升体育产业发展质量的作用。②确立体育重点产业的带动作用。优化体育产业结构不仅要推动体育服务业发展,而且要协调推进体育用品制造业发展^[10]。我国是制造业大国,体育制造业同样是我国的一个比较优势。通过以《中国制造2025》为行动纲领,确立体育用品制造业为体育重点发展产业,推动体育用品、体育装备制造、体育销售、体育贸易等创新性发展,推进体育用品制造业与体育服务业协调发展,促进体育产业迈向高级化,提升体育产业整体发展质量。

1.1.5 培育消费:夯实体育产业发展基础

体育消费是推动体育产业高质量发展的基本保障,是构建体育产业内需体系的重要一环。培育体育消费可从优化消费环境、出台鼓励消费政策、开展促进消费试点、加大体育场地设施供给等方面着手。①优化体育消费环境。体育市场是体育消费的载体,通过建立和完善体育市场准入机制,加强体育市场主体和从业人员的信用记录,提供体育赛事的安保服务、加强体育网购平台的监管等,促进体育市场健康发展,营造良好的体育消费环境。②出台鼓励消费政策。通过政府购买服务的方式,鼓励体育场馆免费或低收费向社会开放;通过加强水电、财税等惠企纾困政策落实,帮助企业平稳渡过疫情难关;通过发放体育健身消费券,激发大众消费热情;通过加强与金融机构合作,搭建银企对接平台,创新体育消费支付方式。③开展促进体育消费试点。2020年,国家体育总局公布了首批40个国家体育消费试点城市。通过确定一批体育消费试点城市,推动体育消费机制创新、政策创新、模式创新等,形成

可复制的典型经验,发挥体育消费试点城市的示范引领作用,提升体育消费在促进经济增长、满足体育需求等方面的积极作用。④加大体育场地设施供给。全民健身场地设施供给是促进体育消费的基础保障。贯彻落实《关于加强全民健身场地设施建设发展群众体育的意见》(国办发〔2020〕36号),通过盘活城市空闲土地、支持以租赁方式供地等挖掘存量建设用地潜力,落实社区配套要求、推广委托运营等提升建设运营水平,推动居家健身、推进“互联网+健身”等群众体育提升行动,加大全民健身场地设施供给,有效夯实体育产业发展的消费基础。

1.2 国内国际双循环:构建完善的体育产业链供应链

党的十九届五中全会指出,“要提升产业链供应链现代化水平,发展战略性新兴产业”。此外,2020年中共中央政治局会议和中央经济工作会议相继提出“坚持扩大内需战略,强化科技战略支撑,扩大高水平对外开放”“产业链供应链安全稳定是构建新发展格局的基础”等战略部署。体育产业不仅是健康产业、绿色产业、幸福产业,而且也是现代化经济体系的组成部分。“双循环”新发展格局下,体育产业高质量发展需要以扩大内需为内循环主引擎,扩大高水平对外开放为外循环主方向,推进“十四五”时期体育产业高质量发展。而构建完善的体育产业链供应链有利于畅通体育内需市场、实现更高水平对外开放,促进国内国际体育双循环。

1.2.1 构建完善的体育产业链

产业链是产业经济学中的一个重要概念,是指在一定的技术经济联系下的相关产业部门之间所客观形成的链条,包括供需链、企业链、空间链、价值链4个维度^[11-12]。①完善体育供需链。供需链是产业链研究的基础,包括需求链、技术链等^[11]。完善体育产业供需链需要从生产者 and 消费者两个维度,夯实体育产业需求链;需要从体育产品技术链、体育服务技术链两个维度,夯实体育产业技术链。②完善体育企业链。企业链是产业链的载体和具体体现形式,其关注的焦点是产业链上的“点和线”链接。完善体育企业链需要在体育企业之间、体育企业与体育消费者之间、体育企业与主管部门之间搭建畅通的“点和线”链接,推动体育市场主体的高效联动发展。③完善体育空间链。空间链是同一产

业链条在不同区域间的分布,其关注的焦点是产业链上的“线和线”链接。完善体育空间链需要兼顾全局与局部、国外市场与国内市场,布局全球体育产业链、国家整体体育产业链、区域体育产业链等,畅通国内国际两个市场,形成地理学意义上的产业链集聚效应。④完善体育价值链。价值链是引领产业链形成和发展的关系链,其关注的焦点是产业链上的“链和链”链接^[11]。价值链包括基本活动(如生产、销售、运输与服务等)和支持性活动(包括原材料供应、技术、人力资源等)^[13]。完善体育价值链需要抓好“微笑曲线”两端的研发设计和品牌营销,促进体育产业迈向价值链中高端。

1.2.2 构建完善的体育产业供应链

供应链是一种业务流程模型,是指企业从原材料和零部件采购、运输、加工制造、分销直至最终送到顾客手中这一过程组成的链条,包括原材料和零部件的供应商、产品与服务的制造商、分销商、零售商以及最终的客户终端^[14-15]。供应链是从扩大生产活动衍生而来,将生产活动前向延伸,即对生产活动进行控制和协调;将生产活动后向延伸,即对生产活动产生的产品进行销售和服务^[14]。就组织内部而言,供应链包括采购、制造、分销等,称之为内部供应链;就组织外部而言,供应链包括供应商、制造商、销售商、客户等,称之为外部供应链^[15]。在新冠肺炎疫情影响下,国内和国外两个市场的内外部供应链受到短期或长期的断裂风险,大型体育赛事、体育用品等需要构建完善的体育产业供应链,应对市场的不确定性。①完善内部供应链。如体育用品业在采购、制造、分销等方面,可通过转变传统的供应链模式,积极探索数字化转型,以需求端为导向,精确化采购、定制化生产制造、创新化分销等,畅通体育企业内部供应链。②完善外部供应链。如体育用品业在销售和服务等方面,可通过互联网、数字化等新型方式,探索O2O(即online To offline,将线下的商务机会与互联网结合的模式)、C2B(即customer to business,借助互联网平台以消费者需求为导向的企业生产与服务模式)、B2C(即business to customer,直接面向消费者销售产品与服务的网络零售模式)等电子商务模式,畅通体育企业外部供应链。在国内国际新冠肺炎疫情依然严峻的形势下,需要构建完善的体育产业链供应链,统筹国内国际两个市场,促

进体育产业平稳发展。

2 “双循环”新发展格局下中国体育产业高质量发展动力

2.1 双循环政府支撑动力:体育“放管服”改革不断推进

继《国务院关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》(国发〔2014〕46号)提出“取消商业性和群众性体育赛事活动审批”后,政府层面又相继出台了多项体育产业政策文件涉及“放管服”改革内容,对激发体育市场活力起到了积极作用。①体育赛事活动监督管理有效推进。近年来,国家体育总局相继实施了《关于进一步规范体育赛场行为的若干意见》《体育市场黑名单管理办法》以及《境外非政府组织在境内开展体育活动管理办法》等政策,对深化体育领域“放管服”改革,加强对体育赛事活动的监督管理起到了重要作用。②体育行业协会与行政机关加快脱钩。《关于全面推开行业协会商会与行政机关脱钩改革的实施意见》(发改体改〔2019〕1063号)指出,体育总局主管的89家体育协会中21家体育协会已脱钩,中国篮协等68家体育协会处于拟脱钩状态。按照去行政化原则和坚持“应脱尽脱”原则,体育行业协会与行政机关在机构分离、职能分离、资产财务分离等方面需加快脱钩。

整体而言,近年来国家层面既有取消赛事审批活动等简政放权的“减法”举措,又有加强体育监管的“加法”举措,初步形成了一套体育领域“放管服”改革的组合拳,为“双循环”新发展格局下中国体育产业高质量发展提供了政府支撑动力。

2.2 双循环政策支撑动力:体育产业政策不断向好

完善的体育产业政策是推进体育产业高质量发展的有力保证。近年来,体育产业取得快速发展,多个体育产业利好政策文件相继出台,为“双循环”新发展格局下的体育产业高质量发展奠定了坚实基础。①国家层面制定的以“体育产业”命名的文件。“十三五”时期,国家层面相继出台了《体育产业发展“十三五”规划》《国务院办公厅关于促进全民健身和体育消费推动体育产业高质量发展的意见》等政策,为推动体育产业高质量发展提供了保障。②国家层面制定的以“体育主导产业”命名的文件。依据主导产业选择理论,体育主导产业是健身休闲

业和竞赛表演业^[16]。2016年和2018年国务院办公厅相继出台《关于加快发展健身休闲产业的指导意见》《关于加快发展体育竞赛表演产业的指导意见》,为健身休闲业和竞赛表演业发展提供了政策保障,也为辐射带动体育相关产业发展提供了契机。③国家层面制定的以“运动项目产业”命名的文件。运动项目产业是体育产业的核心^[17],近年来国家层面相继出台了多个运动项目产业发展规划,为扩大体育内需市场奠定了基础,也为“双循环”新发展格局下的体育产业高质量发展提供了保障。

2.3 双循环产业支撑动力:体育产业规模不断提升

近年来,体育产业取得了较快速发展态势,为国内体育大循环发展提供了支撑动力。①就体育产业总规模而言。2014—2019年中国体育产业总规模已由13 574.71亿元,增长至29 483.4亿元,年均增长率达到16.8%,增幅达117.19%;中国体育产业增加值已由4 040.98亿元,增长至11 248.1亿元,年均增长率达到22.7%,增幅达178.35%^[2,18]。②就体育产业核心业态发展而言。2015—2019年中国体育竞赛表演业总规模已由149.5亿元增长至308.5亿元,年均增长率19.9%,增幅达106.35%;中国体育竞赛表演业增加值已由52.6亿元增长至122.3亿元,年均增长率23.5%,增幅达132.51%。2015—2019年中国体育健身休闲业总规模已由276.9亿元增长至1 796.6亿元,年均增长率59.6%,增幅达548.83%;中国体育健身休闲业增加值已由129.4亿元增长至831.9亿元,年均增长率达到59.2%,增幅达到542.89%。可见,竞赛表演业和健身休闲业总规模和增加值呈现两位数增长,发展势头强劲。

整体而言,近年来体育产业规模不断提升,为“双循环”新发展格局下的体育产业高质量发展提供产业支撑动力。

2.4 双循环市场支撑动力:体育市场不断扩大

体育市场是人们进行体育商品和体育劳务交易的场所及其形成的有机联系^[19]。一般认为,体育市场的构成要素由体育市场主体、体育市场客体、体育市场媒体、体育市场价格4部分组成。①就体育市场主体而言。体育市场主体是体育商品和体育劳务交易的双方,即体育市场的供给者和需求者^[19]。2018年,体育产业法人单位23.8万个,从业人员443.9万人^[20],呈现增长趋势。②就体育市场客体

而言。体育市场客体是体育市场主体交易的对象,包括体育产品与服务。近年来,伴随着消费结构升级,大众对体育产品与服务有从单一化、低层次向着多样化、多层次转化,体育消费有从实物型向着观赏型、参与型转化,体育市场客体呈现多样化态势。^③就体育市场媒体而言。体育市场媒体包括体育市场经纪人、体育市场中介机构等。在现代体育市场交易中,市场媒体的作用愈发重要,其有利于连接体育市场供给方与需求方,发挥体育市场作用的最大化。^④就体育市场价格因素而言。随着社会主义市场经济体制的不断完善,价格机制、供求机制、竞争机制相互作用,推动体育市场的快速发展。

整体而言,在利好政策推动下,体育市场不断壮大,为“双循环”新发展格局下的体育产业高质量发展提供市场支撑动力。

2.5 双循环企业支撑动力:体育企业不断壮大

体育企业是体育产业的微观主体,近年来体育骨干企业、体育中小微企业、体育社会组织等呈现蓬勃发展态势。^①就体育骨干企业而言。新华体育发布的2019年《体育上市公司发展力排行榜》显示,作为体育产业翘楚的中国体育上市公司,32家体育上市公司共实现营业收入1765.75亿元,同比增长12.71%。就体量而言,安踏体育、滔博、申洲国际、李宁、波司登等5家公司进入“百亿俱乐部”,共计营收1163.43亿元,营收占比为65.89%,实现净利润154.44亿元,净利润占比为112.44%,明显呈现“强者恒强”的马太效应^[21]。^②就体育中小微企业而言。体育中小微企业是活跃体育市场的重要力量。近年来,在多重利好政策推动下体育市场主体呈现增强态势。以南京市体育类企业为例,南京市标准化研究院公布数据显示,截至2019年9月底,南京市一年新增体育类企业4660家,总数已达233322家,占全市企业存量比重高达33.6%,体育类企业占全市企业的比重超过1/3,折射出体育中小企业的快速增长。^③就体育社会组织发展而言。《2017年社会服务发展统计公报》显示,2012—2017年体育社会组织由2.3万个增长至4.8万个^[22],年均增长率达到15.9%,涨幅达到108.7%。可以看出,近年来体育企业蓬勃发展并不断壮大,为“双循环”新发展格局下的体育产业高质量发展提供了企业支撑动力。

3 “双循环”新发展格局下中国体育产业高质量发展路径

3.1 紧扣“一个”主线:更高水平供需平衡

党的十九届五中全会指出,要畅通国内大循环,完善扩大内需的政策支撑体系,形成需求牵引供给、供给创造需求的更高水平动态平衡。形成更高水平的供需动态平衡,做强国内“主战场”,是构建“双循环”新发展格局的关键^[23]。“双循环”新发展格局下的中国体育产业高质量发展,需要以推进更高水平的体育供需平衡为主线。在市场经济体制下,供给与需求的关系是一种最基本的关系,体现在供给要以需求为发展导向,需求要以供给为发展前提^[24]。更高水平的体育供需平衡是随着体育供给质量与供给效率的提升,能够有效满足体育市场需求变化;随着体育需求不断升级,能够倒逼体育供给升级,进而形成新供给引领新需求,新需求创造新供给的更高水平供需平衡。^①在体育供给端,冰雪、山地户外运动等各类运动项目产业蓬勃发展,体育产业内部各业态快速发展,体育康养、体育文旅等新业态不断涌现,直播健身、线上购物等新模式不断兴起,为扩大体育内需市场奠定了基础;^②在体育需求端,随着大众消费结构升级,体育的个性化、定制化、多样化需求增多,《全民健身计划(2016—2020年)》显示,2020年我国体育消费总规模已经达到1.5万亿元,为扩大体育内需市场奠定了消费基础。构建完整的体育内需体系,统筹兼顾体育供给与体育需求,促进体育供给与体育需求之间的更高水平动态平衡,形成体育供给与体育需求之间的良性互动发展格局。

3.2 围绕“两个”改革:供给侧改革与需求侧改革

中共中央政治局召开会议分析研究2021年经济工作提出,要扭住供给侧结构性改革,同时注重需求侧改革,提升国民经济体系整体效能。构建“双循环”新发展格局是一个系统工程,既涉及国内也涉及国际,既包括供给侧也包括需求侧,需要系统谋划和统筹推进^[25]。推进体育产业供给侧改革体现在优化供给结构、提升供给质量等方面,推进体育产业需求侧改革体现在扩大内需、促进消费等方面。围绕体育产业供给侧改革与体育产业需求侧改革,有利于从供需两端构建新发展格局。^①推进体育产业供给侧改革。早在2016年的《体育产业发展“十三五”规划》就已经提出,“以体育产业供给侧

结构性改革为主线”的指导思想。推进体育产业供给侧改革可从“政府—市场—产业—社会”4个层面展开,即政府层面以破解体育产业发展不平衡不充分为重点、市场层面以提供体育有效供给为重点、产业层面以发挥体育产业经济效益和社会效益为重点、社会层面以满足大众体育需求为重点,进而形成与体育产业需求侧改革相匹配的新发展格局。②推进体育产业需求侧改革。体育产业需求侧改革是以扩大体育内需为战略基点。在推进体育产业供给侧改革取得一定成效后,体育有效需求能否跟上,就需要系统分析大众有没有“购买能力”或者有没有“购买意愿”。依据凯恩斯的边际消费倾向递减规律,推进体育产业需求侧改革是主要解决体育有效需求不足的问题,以促进体育产业需求侧改革与体育产业供给侧改革的有效对接。

3.3 抓住“三个”重点

3.3.1 以扩大体育内需为重点

微观经济学视角下,扩大体育内需主要体现在以体育市场需求为导向,多措并举提供体育产品与服务供给;宏观经济学视角下,扩大体育内需主要体现在以体育产业的总需求为导向,多措并举增强体育产业总供给量。①就微观视角而言。《体育产业发展“十三五”规划》指出,“十三五”时期我国体育产业发展面临着产品有效供给不足、体育需求向多层次多元化扩展的形势,一定程度上不利于扩大体育内需市场。而通过增强微观市场活力、培育多样化体育市场主体、提供体育产品与服务供给,有利于扩大体育内需市场,满足大众体育消费需求。②就宏观视角而言。宏观经济层面的总供给能够衡量所有市场上所有企业生产的物品与服务的总量,总需求能够衡量所有市场上的所有消费的物品与服务的总量,能够解释物品与服务总需求量和物品与服务总供给量的变化关系^[26]。以《全民健身计划(2016—2020年)》《体育产业发展“十三五”规划》提出的2020年体育消费总规模1.5万亿元(体现在总需求端)、体育产业总规模3万亿元(体现在总供给端)为发展导向,2025年体育产业总规模达到5万亿元,将催生出2.5万亿元的体育消费总规模。扩大体育内需可以在微观层面以体育市场需求为导向、在宏观层面以体育消费总需求为导向,推动体育供需两端的平衡发展。

3.3.2 以促进城乡区域体育产业协调发展为重点

在社会主要矛盾转化背景下,城乡和区域间的体育产业发展不平衡不充分尤为突出。通过促进城乡区域体育产业协调发展,有利于完善体育产业内需体系。①促进城乡体育产业协调发展。通过统筹推进城乡公共体育服务体系建设,加大对乡村以及贫困偏远地区公共体育设施建设的财政支持力度,新建一批群众喜闻乐见的体育场地设施;通过实施体育扶贫工程,促进体育工作与扶贫工作深度融合,提高乡村体育产业发展水平;通过深入推进城乡体育一体化发展,促进村级体育文化活动现场与城市体育场馆建设同步,探索建设城乡两级的群众性体育赛事体系,消除城乡体育发展边界,推进城乡体育高质量发展。②促进区域体育产业协调发展。通过根据地域资源禀赋,因地制宜推进区域体育产业发展,如对于经济基础较好的东部地区,可以大力引进大型体育赛事,提升城市体育影响力;对于自然资源较优越的西部地区,可以挖掘地域人文景观,促进体旅融合,增强竞争力;对于冰雪资源较丰富的东北地区,可以大力发展冰雪运动,有效落实“冰天雪地也是金山银山”的理念,促进冰雪产业发展;对于群众基础较好的中部地区,可以发展马拉松运动、户外运动、航空运动等健身休闲项目,促进健身休闲产业发展。

3.3.3 以推动体育产业数字化转型为重点

面对百年未有之大变局,数字经济成为刺激经济增长的重要手段、成为进一步畅通双循环的新动能^[23]。随着新技术、新领域不断涌现,云计算、大数据、物联网等新型数字技术加速与体育产业融合,推动体育产业数字化转型,能够有效适应新冠肺炎疫情防控常态化下的大众体育消费结构升级需求。①推动体育制造业数字化转型。通过科技赋能体育制造业的生产、加工、运输等全产业链,减少体育生产与加工成本、提高商品周转率,实现体育制造业的数字化转型。②推动体育用品业数字化转型。通过借助互联网平台,打造体育垂直电商平台,将用户流量从线下转为线上,打通线上与线下资源互通渠道,以精准提供用户多元化体育产品与服务,实现线上与线下互通互联的全新体育购物体验。③推动体育场馆服务业数字化转型。通过数字技术赋能场馆服务业,在信息化(如发送大众全民健身的实时数

据、发送体育赛事的音频以及视频信息等)、智能化(如实现场馆导航指引、周边酒店以及停车服务等)、数据化(如实现场馆限流、人脸识别、用户健康指导等)方面催生出智慧体育场馆新模式,在多媒体高清直播系统、人脸识别系统、智能信息发布系统等方面,提高体育场馆的综合服务功能和利用率。总体而言,通过促进数字经济与体育产业深度融合,大力推动体育产业数字化转型,催生体育新经济、体育新业态、体育新模式,能够有效适应以体育内需为战略基点的“双循环”新发展格局要求。

3.4 构建“四个”体系

3.4.1 夯实体育产业政策,构建体育产业政策体系

完善的体育产业政策对体育产业健康快速发展具有积极推动作用。依托产业经济学基本分析框架,产业政策包括产业组织政策、产业结构政策、产业布局政策等内容。构建完善的体育产业政策体系,需要夯实体育产业结构、组织、布局等政策。① 夯实体育产业结构政策。完善的体育产业结构政策有利于促进体育产业结构优化升级。通过制定体育主导产业和体育重点发展产业,发挥体育主导产业的引领作用、发挥体育重点发展产业的带动作用,促进体育产业结构的合理化和高级化发展。② 夯实体育产业组织政策。完善的体育产业组织政策有利于促进体育市场规范发展。通过控制市场结构,即对处于垄断地位的大型体育企业,试图降低市场集中度和市场进入壁垒,对处于发展阶段的中小体育企业,试图给予必要的财税政策扶持;通过控制市场行为,即对企业的市场行为实施必要的监督和控制,降低垄断,保障公平竞争;通过在最大化发挥市场机制作用的基础上,对体育市场失灵进行干预,改善不合理的资源配置,提升体育市场运行效率。③ 夯实体育产业布局政策。完善的体育产业布局政策有利于整合体育资源,促进区域体育产业协调高效发展。通过推动长三角、京津冀、粤港澳大湾区等重点区域体育产业发展;通过促进区域体育产业集聚发展,发挥区域体育产业的规模经济效应;通过政策引领,对体育产业重点区域给予财政金融、税费价格、土地政策等支持,优化体育产业空间布局。

3.4.2 优化体育产业“结构—组织—布局”,构建现代体育产业体系

现代体育产业体系并非是一种脱离原有产业形

态的新型产业体系,而是融合了现代化相关内容,使产业体系具有新的表现形式和运转模式^[27]。目前学界关于现代产业体系的阐释尚没有明确的界定。就产业经济学视角而言,依据产业经济学基本分析框架,构建现代体育产业体系可从优化体育产业“结构—组织—布局”3个层面展开。① 优化体育产业结构。通过加快发展健身休闲、竞赛表演、智慧体育场馆、互联网+体育健身服务等现代体育服务业,加快发展体育装备制造、用品研发等体育制造业,促进体育服务业与体育制造业协调发展、体育产业内部各业态均衡发展,推动体育产业结构的合理化和高级化发展。② 优化体育产业组织。依据哈佛学派的SCP分析范式,产业组织由市场结构、市场行为和市场绩效3部分组成。完善体育产业组织体系需要从产品差别化程度、市场集中程度等方面优化体育市场结构,从企业确定价格策略、产品与广告策略等方面规范体育市场行为,从资源配置效率和利润率水平等方面提升体育市场绩效。③ 优化体育产业布局。产业布局是各产业在地域上的动态组合分布,不同的产业布局呈现出不同的产业结构状况。优化体育产业布局,需要在充分认识地域经济社会发展差异的基础上,科学合理的发展不同体育产业分业态;需要根据地域资源禀赋,发展区域特色体育产业;需要整合区域优质资源,统筹推进区域体育产业协同发展,优化体育产业地域空间布局,促进体育产业高质量发展。

3.4.3 推进体育要素市场化改革,构建现代体育市场体系

《中共中央 国务院关于构建更加完善的要素市场化配置体制机制的意见》提出从土地、劳动力、资本、技术和数据等5大要素推进市场化改革。推进体育要素市场化改革可以从深化体育产业用地市场化配置、引导体育产业劳动力要素合理流动、推进体育资本要素市场化配置、促进运动项目产业化改革等方面,培育壮大体育市场规模,形成相对完备的体育市场体系。① 深化体育产业用地市场化配置。通过探索以租赁方式向社会力量提供用于全民健身的建设用地、鼓励开发城市“金边银角”建设健身设施、落实“体育场馆自用的房产和土地,可享受有关房产税和城镇土地使用税优惠”政策、因地制宜建设适宜于人民群众需要和经济发展需要的体

育设施,提高体育产业用地利用率。②引导体育产业劳动力要素合理流动。2018年,我国体育产业从业人员已经达到443.9万人^[20]。通过以体育市场需求为导向,培养与市场精准对接的各类体育产业人才;通过对退役运动员再就业培训,鼓励从事体育经营管理工作;通过制定对体育产业高端人才、创新创业人才的就业扶持政策,形成适应市场需求的合理化人才流动。③推进体育资本要素市场化配置。通过放宽体育金融服务业市场准入,增加体育小微企业和体育民营企业的金融服务供给;通过丰富体育相关债券市场品种,加快发展体育债券市场;通过加大金融扶持,支持符合条件的体育企业发行专项债券。④促进运动项目产业化改革。运动项目产业是体育产业的核心,通过加快推进足球、篮球等传统运动项目,马拉松、冰雪、水上等户外运动项目,武术、龙舟等民族民间传统运动项目,极限运动、电子竞技等时尚运动项目的市场化改革,促进体育市场规模化发展。

3.4.4 完善促进体育消费体制机制,构建新型体育消费体系

体育消费是体育产业发展的前提和基础。“加快发展体育产业促进体育消费”已经成为体育产业发展的内在逻辑。通过完善促进体育消费的体制机制,有利于构建新型体育消费体系,促进体育产业高质量发展。①加强体育消费宣传推介。通过加强对促进体育消费工作的舆论宣传,鼓励各级各类媒体开辟专题专栏,培育大众健康理性的体育消费观念,养成体育消费习惯;支持体育题材文艺创作,宣传推广体育文化;借助数字技术与体育产业融合,构筑新型体育消费宣传推介机制,拓展体育新业态新模式新消费,促进体育供需有效对接;通过举办有影响力的体育用品博览会、体育文化博览会、体育旅游博览会等活动,打造具有鲜明特色的体育消费品牌,培育壮大体育消费市场。②完善体育消费政策。通过制定体育消费统计分类,完善体育消费统计监测,探索制定全面、客观、科学的体育消费统计指标体系;通过加大对体育消费试点城市的政策倾斜,推出可复制的体育消费典型案例,探索促进体育消费的有益经验;通过将全民健身经费纳入政府财政预算,支持全民健身消费;通过政府购买服务的方式,推进公共体育设施免费或低收费开放;通过

健全消费政策评估机制,开展体育消费政策评估,加强体育消费政策落实。③放宽体育消费市场准入。通过探索制定群众性和商业性体育赛事审批权取消后的服务管理办法,建立多部门联合服务机制;通过推进体育赛事制播分离,促进体育赛事市场化运营;通过建立体育赛事转播竞争机制,推动体育电视转播市场化运作;通过支持金融机构创新体育消费支付产品,推动体育消费数字化;通过推进公共体育场馆“两改”工程,盘活体育场馆资源;通过支持社会力量举办各类体育赛事,打造地域特色的自主品牌赛事,盘活体育竞赛表演市场。

4 结语

当今世界正处于百年未有之大变局,一方面,新一轮科技革命和产业变革加速推进;另一方面,新冠肺炎疫情全球大流行重塑全球分工格局。中国体育产业不仅是新时代“五大幸福产业”的组成部分,而且也是经济社会发展的重要组成部分。“构建新发展格局,以推动高质量发展为主题”,是“十四五”时期经济高质量发展的指导思想,也是体育产业高质量发展需要遵循的底层逻辑。本研究基于“双循环”新发展格局审视体育产业高质量发展的逻辑、动力与路径等基本理论问题,提出紧扣“一个”主线、围绕“两个”改革、抓住“三个”重点、构建“四个”体系的体育产业高质量发展理路,为“十四五”时期体育产业高质量发展提供理论参考。

参考文献:

- [1] 王昌林.新发展格局:国内大循环为主体 国内国际双循环相互促进[M].北京:中信出版社,2021.
- [2] 国家统计局,国家体育总局.2019年全国体育产业总规模与增加值数据公告[EB/OL].(2020-12-31)[2020-12-31].http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/202012/t20201231_1811943.html.
- [3] 国家体育总局体育经济司.新中国体育产业工作发展研究[J].体育文化导刊,2019(10):8-18.
- [4] 新华社.中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议[EB/OL].(2020-11-03)[2021-01-23].http://www.gov.cn/zhengce/2020-11/03/content_5556991.htm.
- [5] 央视网.2020年中央经济工作会议[EB/OL].(2020-12-18)[2021-01-23].<https://news.cctv.com/special/zyjjg-zhy2020/index.shtml? ssss>.
- [6] 人民网-上海频道.推进体育一体化 2018年长三角体育产

- 业规模约占全国三成[EB/OL].(2020-01-03)[2020-11-04].
<http://sh.people.com.cn/n2/2020/0103/c134768-33688015.html>.
- [7] 季芳. 京津冀签署议定书 推进体育协同发展[N]. 人民日报, 2016-12-18(8).
- [8] 刘扶民. 贯彻落实《国务院办公厅关于促进全民健身和体育消费 推动体育产业高质量发展的意见》推动体育产业成为国民经济支柱性产业[J]. 体育科学, 2019, 39(10): 3-10.
- [9] 国家统计局, 国家体育总局. 2015年国家体育产业规模及增加值数据的公告[EB/OL]. (2016-12-27)[2020-11-21]. http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201612/t20161227_1446406.html.
- [10] 任波, 黄海燕. 我国体育产业结构性失衡与供给侧破解路径[J]. 体育学研究, 2020, 34(1): 49-58.
- [11] 吴金明, 邵昶. 产业链形成机制研究——“4+4+4”模型[J]. 中国工业经济, 2006(4): 36-43.
- [12] 盛朝迅. 推进我国产业链现代化的思路与方略[J]. 改革, 2019(10): 45-56.
- [13] 刘志彪. 产业经济学[M]. 北京: 机械工业出版社, 2018.
- [14] 陈国权. 供应链管理[J]. 中国软科学, 1999(10): 101-104.
- [15] 沈厚才, 陶青, 陈煜波. 供应链管理理论与方法[J]. 中国管理科学, 2000(1): 1-9.
- [16] 任波, 戴俊, 黄海燕. 中国体育产业结构的形塑逻辑与供给侧改革路径[J]. 天津体育学院学报, 2019(1): 52-59.
- [17] 赵勇. 新时代中国体育产业发展战略路径和对策措施研究[J]. 体育文化导刊, 2018(3): 1-7.
- [18] 新华网. 2014年全国体育及相关产业总规模达13574.71亿元[EB/OL]. (2015-12-28)[2018-12-20]. http://www.gov.cn/xinwen/2015-12/28/content_5028511.htm.
- [19] 卢嘉鑫, 张社平. 体育产业发展——理论与政策[M]. 北京: 北京大学出版社, 2011.
- [20] 国家统计局. 我国体育产业蓬勃发展前景广阔——第四次全国经济普查系列报告之十五[EB/OL]. (2020-01-20)[2020-03-30]. http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/202001/t20200120_1724133.html.
- [21] 新华网体育. 体育上市公司2019年报观察[EB/OL]. (2020-06-30)[2021-01-15]. http://www.xinhuanet.com/sports/2020-06/30/c_1126178539.htm.
- [22] 裴立新. 新时代中国体育社会组织发展研究[J]. 体育文化导刊, 2019(3): 17-22.
- [23] 樊纲, 郑宇劼, 曹钟雄, 等. 双循环: 构建“十四五”新发展格局[M]. 北京: 中信出版集团, 2021.
- [24] 袁国宝. 双循环: 构建以国内大循环为主体 国内国际双循环相互促进的新发展格局[M]. 北京: 中国经济出版社, 2021.
- [25] 蒲清平, 杨聪林. 构建“双循环”新发展格局的现实逻辑、实施路径与时代价值[J]. 重庆大学学报(社会科学版), 2020, 26(6): 24-34.
- [26] 曼昆. 经济学原理——宏观经济学分册(第7版)[M]. 北京: 北京大学出版社, 2019.
- [27] 于立宏, 孔令丞. 产业经济学[M]. 北京: 北京大学出版社, 2017.

The Logic, Motivation and Path of High-Quality Development of China's Sports Industry under the New Development Pattern of Dual Circulation

REN Bo^{1,2}, DAI Jun¹

(1. School of Economics and Management, Shanghai University of Sport, Shanghai 200438, China; 2. Physical Education College, Yancheng Teachers University, Yancheng 224002, China)

Abstract: It is of great theoretical and practical significance to promote the high-quality development of sports industry under the new development pattern of dual circulation. Based on the basic theory of industrial economics, this paper explores the logic, motivation and path of high-quality development of China's sports industry under the new development pattern of dual circulation. Under the pattern, it is the internal logic of high-quality development of sports industry to build a complete sports industry domestic demand system to smooth domestic circulation, and to build a perfect sports industry chain, as well as supply chain to smooth both domestic and international dual circulation. At present, forming government-policy-industry-market-enterprise five in one supporting power for the high-quality development of sports industry in dual circulation. In view of this, by closely following a higher level of supply and demand balance, by surrounding the supply-side reform and demand-side reforms, by focusing on expanding domestic sports demand, promoting the coordinated development of urban and rural regional sports industry, and promoting the digital transformation of sports industry, by constructing the sports industry policy system, modern sports industry system, modern sports market system and new sports consumption system, this paper puts forward the high-quality development path of China's sports industry under the new development pattern of dual circulation in ways of one main line, two reform, three key points and four systems as stated above.

Key words: new development pattern of dual circulation; the 14th Five-Year Plan period; sports industry; high quality development; sport market; sport consumption