

## 促进体育消费扩大内需的时代要求与现实思考

消费是畅通国内大循环的重要引擎,全面促进消费是扩大内需战略的关键落脚点。体育消费作为典型的新型消费、健康消费和幸福消费,是消费领域不可或缺的重要组成部分。从《扩大内需战略规划纲要(2022—2035年)》提出将促进群众体育消费作为积极发展服务消费的核心任务之一,到2023年7月国家体育总局印发《关于恢复和扩大体育消费的工作方案》提出的16条举措,再到国家发展改革委等五部门联合印发《促进户外运动设施建设与服务提升行动方案(2023—2025年)》等多项政策密集出台,为扩大体育领域内需、丰富体育消费场景、夯实体育消费基础等提供了全方位支持。为进一步着力扩大国内需求,2024年3月28日,国家体育总局办公厅、商务部办公厅、文化和旅游部办公厅发布《关于开展“体育赛事进景区、进街区、进商圈”活动的通知》提出要培育壮大新型消费,积极培育文娱旅游、体育赛事、国货“潮品”等新的消费增长点。国家利好政策频出,体育消费蓬勃发展的增长同时,也会面临关键堵点和发展掣肘,需要基于扩大内需国家战略背景下,思考如何激发体育消费潜能,促进体育需求有效转化。上海体育大学黄海燕教授团队从三方面指出体育消费成为强化消费基础性作用、实施扩大内需战略重要内容的必然性:一是,新时代我国社会主要矛盾的重大转变决定了体育消费需求处于增长爆发期。二是,体育产业的抗周期性决定了体育消费的可持续性。三是,体育消费的本质特征决定了其在扩大内需中具备独特优势(详见《体育学研究》2023年第37卷第6期刊发的《扩大内需战略下促进体育消费的关键问题与政策建议》一文)。另外,作者基于宏观外部环境影响与自身内部制约因素等角度系统剖析了当前我国体育消费面临的重要问题,并从发挥体育赛事的重要引领作用、释放体育公共支出对于体育消费的协同效应、持续推动体育消费创新发展、激活重点人群的消费潜力与完善体育消费政策体系等方面分析关键堵点,为破除我国体育消费核心掣肘、释放体育消费潜力提供了纾解方略。

随着人们生活水平的不断提高,对于健康和娱乐需求的日益增长,体育消费成为人民美好生活的重要体现,也是促进消费升级的重要领域,在稳定经济增长、实施扩大内需战略、助力构建新发展格局、提高人们的生活质量等方面发挥着重要作用。随着数字技术的飞速发展,体育消费市场呈现出巨大的增长潜力和强劲的发展势头,催生了多样化的新型体育消费模式,培育出更多体育消费新热点,为经济增长开辟了新的路径和空间。在此背景下,促进体育消费还需要高度重视市场与政府、消费供给与消费需求、消费结构与消费规模的关系。

第一,促进体育消费需要将建设有效市场和有为政府相结合。一方面,坚持改革创新,加快政府职能转变,更好发挥政府作用,以制定专门的体育消费促进法规、体育产业发展基金等方式放宽政策限制、增加鼓励与补助性政策。积极创建“政府指导+市场运营”的良性工作机制,加强政府、市场参与者和社会各界的协调合作,以确保体育消费政策的有效性和可持续性。创新服务方式,强化体育市场监管,优化体育市场营销环境,营造体育消费扩容升级的良好生态。另一方面,在发挥政府作用的同时,推进体育消费还需要有效的市场机制来确保资源的最优配置。以促进体育消费来扩大内需,要充分发挥市场在体育资源配置中的决定性作用,顺应体育消费趋势和体育市场规律,提升体育服务质量,激发体育市场活力。

第二,促进体育消费需要将优化体育供给和刺激体育消费需求相结合。实施扩大内需战略,扩大体育消费,也要进一步深化体育产业供给侧结构性改革,吸引社会资本参与。以高质量体育供给引领和创造体育消费新需求,增加体育产业结构对体育消费需求变化的适应性。针对体育供给中全民健身产品服务的供给模式、体育公共支出的消费负效应等问题,需要以加强体育公共支出与体育消费市场的连接、保证体育公共支出的基本保障属性、继续开展场地设施补短板工程作为着力点。特别是发挥体育赛事的引领作用,释放体育消费新动能,不断拓展体育消费新空间,打造体育消费新场景。同时,推动完善全方位、多层次的体育消费政策体系顶层设计框架,为更好促进体育消费提供政策保障与支持。加深对不同体育消费人群的需求分析,以青少年、女性、老年人等重点人群为切入点激发体育消费潜力,推动各类体育消费人群产生更强的消费黏性,形成体育消费的良性循环。

第三,促进体育消费需要将升级消费结构与扩大消费规模相结合。居民体育消费行为不再仅仅局限于购买体育用品,还有更高的体育服务消费需求,这需要因地制宜促进体育消费结构升级,依托互联网、人工智能、区块链等数字技术,以科技创新来拓展体育消费新场景,增强体育消费者的参与感和体验感。需要鼓励体育企业合理利用数字化手段与途径,搭建线上线下产品与服务的互通机制,以消费者需求迭代为导向,注重线上线下互动的同步性和连续性,避免因体验断层导致体育消费用户流失,进而实现体育消费新业态的深度融合。同时,打造精品体育赛事,通过大力发展户外运动、深入推进冰雪运动“南展西扩东进”战略等方式,促进体育消费多业态融合发展。

步入新时代,持续提高体育消费水平,是满足人民群众对美好生活需要的必然选择。诚如作者所言,促进体育消费不仅是推动体育产业高质量发展的关键支撑,更是全过程践行人民至上价值取向、加快扩大内需、促进经济循环的重要引擎。从更深层面看,激发体育消费潜能,需要加快形成需求牵引供给、供给创造需求的更高水平动态平衡。未来,促进体育消费需要将建设有效市场和有为政府相结合,将优化体育供给和刺激体育消费需求相结合,将升级消费结构与扩大消费规模相结合,提振体育消费信心、改善体育消费条件、创新体育消费场景,更好发挥体育消费在扩大内需、拉动经济内循环中的重要作用。

扫描二维码阅读原文



黄海燕,邵绘锦,曾鑫峰,等:  
《扩大内需战略下促进体育消费  
的关键问题与政策建议》