体 育 科 学
CHINA SPORT SCIENCE
2022年（第42卷）第2期
Vol. 42,No.2,12-20,2022
文章编号:1000-677X(2022)02-0012-09
DOI:10.16469/j.css.202202002

我国竞技体育发展中社会和市场力量的作用及优化策略研究

辜德宏

（湖南师范大学 体育学院，湖南 长沙 410012）

摘　要：为更好地推进我国竞技体育的可持续发展，通过文献资料法和访谈法，对其发展中社会和市场力量的作用、作用存在的不足进行了梳理，在此基础上提出了新时代社会和市场力量参与我国竞技体育发展的优化策略。研究认为，社会和市场力量的作用主要有：培养多层次竞技体育人才、传播竞技体育精神和文化、推进竞技体育的专业化发展、优化竞技体育的产品结构、拓展竞技体育人才培养模式、促进职业体育的生根发芽。作用不足主要表现为：参与的运动项目和发展领域具有明显的局限性、在竞技体育人才培养效果和效力方面相对偏弱、参与竞技体育发展的规范性和专业性有待提高、参与竞技体育发展过于追求利益而淡漠人才培养。研究建议，社会和市场力量主动提升自身治理能力，积极参与竞技体育治理，以转变竞技体育治理格局；扩大体育社会组织规模，优化参与发展的布局，提升参与发展的效力；扶持体育小微企业发展，按基层需求及区域特点，凝练参与发展的优势；健全激励以及约束机制，营造良性有序竞争环境，规范参与发展的行为。

关键词：竞技体育；社会；市场；策略

中图分类号：G80-05　　**文献标识码：**A

在美国、德国、英国等西方发达国家，政府机构或组织之外的家庭、学校、体育俱乐部、职业体育联盟、体育协会等非盈利与盈利性的社会、市场力量是推动竞技体育发展的主导力量。社会主导型发展模式在解决个性化、差异化、多元化竞技体育产品的生产与供给等方面具有独特的优势。我国竞技体育的发展模式是具有中国特色的政府主导型模式，政府发展的重点为奥运项目，主要目标在于培养高水平运动员，实现“为国争光”的核心目标（熊晓正等，2008）。为此，政府从法规制度制定、资金投入、机构设置等方面出发构建了专业化的训练、竞赛、保障体系，并采取高度集中、规模化、封闭式、专业分工合作的方式来实施运转。无疑，政府构建了推进我国竞技体育有序发展的基本框架，打造了发展的竞争优势，形成了与大国地位相符合的发展格局，有利于促进我国的国际交往，扩大国际影响力（辜德宏，2016）。

但政府主导型竞技体育发展模式在助推我国竞技体育取得巨大成就的同时也显现出了一些问题，如竞技体育发展的巨大资源消耗、文化教育弱化导致运动员退役后发展陷入困境、非均衡发展导致项目发展结构及竞技体育功能失衡等。这些一定程度反映了竞技体育的发展目标、发展理念、发展服务对象相对固化，集中于特定群体，进行专业化发展的路径长期被锁定，造成了人们意识上的固化。竞技体育长期被等同为精英竞技，参与群体相对有限，阻碍了竞技体育的大众化发展，弱化了竞技体育的教育功能及经济、文化等功能（辜德宏 等，2018；任海，2011）。

毋庸置疑，我国绝大部分世界冠军来自专业体制，但不容忽视的是，社会和市场力量参与竞技体育发展的目标多元，更有利于发挥竞技体育的综合作用和多元功能。并且他们通过分散式、零散化、开放式、复合型分工合作的方式来运转，使其参与竞技体育发展所覆盖的面更广，涉及的群体更多。虽然社会和市场力量中的各主体都是独立的个体，并未形成纵横交错的组织关系，但他们以地域为单位构成了基层竞技体育发展的微单元，其覆盖区域、业务范围、涉及项目、目标人群等的多样化形成了区域竞技体育发展的供需结构链条。

我国政府也逐渐认识到社会和市场力量参与竞技体育发展的重要性，在实践中致力于推进我国竞技体育发展的社会化和市场化改革。经过多年的发展实践，社会和市场力量以其与行政作用机制不同的动员、资源配置、

收稿日期：2020-04-15；**修订日期：**2022-01-24
基金项目：国家社会科学基金一般项目(16BTY088)。
作者简介：辜德宏(1975-)，男，教授，博士，博士研究生导师，主要研究方向为竞技体育组织与管理，E-mail：408268908@qq.com。

生产供给方式，在我国竞技体育发展中发挥了较为独特的作用。而且，由于其在发展目标、服务对象和内容等方面更贴近民众需求，也更好地生发了我国竞技体育发展的内生动力，同时其发展模式、路径的多样性和可选择性也让竞技体育的发展迸发出更强的发展活力。为此，审视社会和市场力量在参与我国竞技体育发展中发挥的作用与不足，对进一步推进我国竞技体育的社会化和市场化改革具有重要意义。

1 我国竞技体育发展中社会和市场力量的作用

1.1 培养多层次竞技体育人才

1）通过创设零门槛、体验式参与的普及路径，培养更多的竞技参与者，扩大竞技体育人口。改革开放之后，体育领域的社会化和市场化改革加速推进，为社会和市场力量进入体育培训业提供了良好的环境。1979年，中华人民共和国国家体育委员会（现国家体育总局）提出，“要广开财路把培养优秀运动队员的路子搞宽，积极支持和帮助产业系统逐步恢复优秀运动队”（国家体育总局，2008）；1980年起，国家体委开始强调动员社会力量办体育（伍绍祖，1999）。各类体育培训机构依托不同运动项目，针对幼儿、青少年、成人等群体提供项目参与体验或专项发展服务，为扩大我国竞技体育人口作出了贡献。

2）通过灵活多样的组织形式，拓宽青训的培养口径，壮大竞技体育后备人才队伍。依靠社会和市场力量开发的体育培训学校（或体育俱乐部）不仅服务于青少年的竞技参与，还服务于青少年的竞技发展。一个省、市、县可以有多所体育培训学校（或体育俱乐部），而相应的一线、二线、三线队伍却相对有限，尤其一线和二线运动员有严格的编制或数量限制。无疑，社会和市场力量拓展了原有单一的业余体校的人才培养模式，使青少年竞技体育后备人才培养拥有了更多的途径和更大的规模。

3）通过市场机制集聚发展资源，打造更多的成才通道，培养精英竞技人才。首先，国内职业联赛的发展让我国的精英竞技人才有了一个更高的锻炼和成长平台。其次，我国体育市场价值的升值，让诸多国际精英人才瞄准了中国市场，吸引了一些国内外高水平教练员、运动员、科研人员等，为我国精英竞技人才的成才拓展了通道。

1.2 传播竞技体育精神和文化

1）通过创设更多传播运动项目文化和精神的载体，产生更大的传播效应。社会和市场力量办训是以运动项目为基本单元来进行具体操作的，他们教授专项化的运动技能、组织专项化的训练与竞赛，参与群体所体验的主要是以不同项目为基础的体育文化和精神。实际上，大众对于体育的兴趣爱好始于对不同运动项目的感受，对于体育的需求具有鲜明的个性化特征，体育精神和文化的传播以不同运动项目为载体来进行，有利于满足不同群体的参与需求及增强体验感。同时，不同的社会和市场力量可以形成更多的传播通道和途径，让更多的人接触和感受项目精神和文化，进而更好地体会竞技体育精神和文化的魅力。

2）通过建构贴近大众生活的传播途径和渠道，有效提升传播效力。社会和市场力量办训是一种扎根基层，活跃在大众身边的文化传播形式，它以参与者和体育培训学校（或体育俱乐部）为中心向周边区域、人群辐射，让广大人民群众零距离地感受项目所承载的竞技体育精神和文化，使竞技体育精神和文化的传播具有一种日常化、常规化的发展路径。而原有的专业队培养体制主要通过大型体育赛事来传播竞技体育精神和文化，其传播效应从产生时段和传播方式上来看存在一定的局限性。

3）通过建构潜在影响大众体育观的文化场域，持续影响大众的思想观念。社会和市场力量办训以市场化的竞技体育产品或服务为最终输出形式，其产品或服务的生产与供给行为本身就具有较高的市场价值，其培养出的精英运动员更能收获较高的社会地位，良好的经济与社会效应让大众在不知不觉中慢慢改变自身的体育观，对从事竞技体育产生更高的认同感。与此同时，参与竞技体育还能够让人的身体和精神接受磨炼，形成与竞技项目精神和文化相吻合的精神气质。而社会和市场力量办训可以让更多的群体以专业化的方式获得这一精神文化收益。

1.3 推进竞技体育的专业化发展

1）通过把握大众在竞技体育发展中的供需关系，建构、调整与优化民间的专业资源，拓展我国竞技体育发展的专业资源总量。市场经济条件下，资本的力量不仅能够为竞技体育的发展提供更多的专业化场地、器材、设施等硬件资源，还能有效集聚不同层次和水平的教练员、运动员、科研人员等软件资源。改革开放以来，越来越多的社会和市场力量参与办训、办赛，通过修建运动场馆（地）、增设运动器材和设备、引进和培养高水平运动员及教练员更好地满足大众的竞技体育需求。随着国际体育交往的深化发展参与青训、职业体育、高水平商业赛事的民间资本规模越来越大，国际高水平赛事不断涌入，精英运动员国际间流动与合作培养增强，为促进各个项目普及和提高提供了有利条件，对提升我国竞技体育发展的整体专业化水平起到了积极推动作用。

2）通过提升自身的组织与管理能力，更好地适应现代化社会对竞技体育发展的复杂要求，提升我国竞技体育组织与管理的整体专业化水平。社会和市场力量办训必须不断细化自身的组织与管理能力，才能更好地适应市场的竞争。为此，一些社会和市场力量逐渐形成了自己的营销团队、选材团队、训练团队、科技攻关团队、竞赛管理团队、宣传团队等，在不断摸索中逐步提高自身组织

与管理的专业化水平。当然，同专业队体制相比，社会和市场力量办训的专业化管理水平、资金投入规模还具有较大差距，但现代竞技体育发展的国际化趋势越来越明显，竞争所涉及的领域越来越广，国家财政投入的方式很难惠及所有项目、所有层次、所有问题，而社会和市场力量可以按照自身需求和运作方式去寻求优质专业资源，打造具有自身特色和优势的复合型组织与管理团队。社会和市场力量办训有利于将我国竞技体育的发展化整为零，依托遍布全国的不同类型、规模、层次的专业化组织，提升我国竞技体育发展专业化程度的整体水平，从而更容易成为一种普惠型的常态化发展机制。

3）通过建构不断自我革新的、专业化发展的动力机制，不断优化自身参与竞技体育发展的竞争力，并对体制内力量形成一种“倒逼”效应，共同提升我国竞技体育专业化发展的质量和效益。在优胜劣汰的市场竞争环境中，项目发展的专业化水平是大众衡量社会和市场力量办训质量的关键，因此，要在社会主义市场经济条件下获得更好的生存与发展空间，社会和市场力量办训必须不断提升自身产品生产与服务供给的专业化发展水平。而这也将对体制内专业体育的训练与管理产生冲击，迫使其进一步提升发展质量和效益。竞争机制、利益机制和志愿机制是促进社会和市场力量不断进行自我改革与创新的动力机制。其一，从竞争机制来看，优胜劣汰的作用机制是社会和市场力量竞争各自生存与发展空间的核心，这就驱使他们不断审视自身发展不足，通过改革与创新来提升自身的专业化发展水平，从而获得更大的生存与发展空间。其二，从利益机制来看，市场经济条件下，发展竞技体育需要一定的资金、场地、器材、设施，教练员和其他工作人员需要一定的经济收入来维持生活，因此，利益的互惠和交换将成为不同主体参与竞技体育发展的主要生存逻辑，利益的考量、博弈与均衡也将成为他们提升自身专业化发展水平的内在机理。其三，从志愿机制来看，参与者自主参与、自愿付出和奉献的精神与行为具有主动性和义务性等特点，能够对利益机制形成一种有益的补充。志愿机制是弥补政府和市场作用不足的有效机制（丁元竹 等，2020），在广州亚运会、北京奥运会等重大体育赛事中，志愿者的社会责任感、公益心、奉献精神和行为等是提升赛事活动专业化服务水平的重要保障。

1.4 优化竞技体育的产品结构

1）通过分层、分类生产与供给多元化的竞技体育产品或服务，丰富竞技体育发展的产品结构。社会和市场力量主要围绕办训和办赛这两大内容来组织竞技体育产品生产与服务供给活动。从办训的角度来看，社会和市场力量不仅针对高水平精英运动员，而且面向普通民众，如体育培训或赛事服务机构的服务群体涵盖了幼儿、青少年、成人，其享受竞技体育服务的目的除了为国争光之外，还有竞技参与、自我发展、自我表现及自我价值实现等，服务的内容除了提供竞技参与类和为国争光类产品或服务外，还提供竞技表演类产品。而且，社会和市场力量能更好地区分目标群体的需求，根据个体特征、条件等进行更具针对性地培养或产品供给。从办赛的角度来看，社会和市场力量提供了多层次、多样化的竞技表演类产品或服务。他们能根据目标群体的多元化需求，设计不同参赛目的、参赛规模、参赛群体、参赛方式的办赛模式，更好地满足大众对竞技体育赛事的观赏、参与、体验等多元需求。

2）通过对竞技体育综合作用与功能的开发，形成更为完整的竞技体育产品结构类型。改革开放前，我国竞技体育长期被视为为国争光的体育事业，竞技体育产品或服务的生产与供给也基本围绕“为国争光”展开。可以说，当时我国竞技体育产品或服务的结构与世界主流相比是不完整的，直到1994年我国足球职业联赛正式展开，这一局面才开始发生改变。竞技体育的经济功能逐步受到重视，职业化赛事的规模和质量稳步提高。以足球项目为例，目前中国足球协会超级联赛（以下简称“中超”）有16支球队，中国足球协会女子足球超级联赛有8支球队，2018年中超联赛收入达15.9亿元，2018年中超联赛版权售出10年110亿元（体育大生意，2019），2016年乐视体育斥资27亿元获得了2年中超联赛的独家新媒体转播权（央广网，2016）。国际高水平职业赛事、商业性赛事不断引进，竞技表演类产品得以蓬勃发展，并与竞技参与类、为国争光类产品一起构成了我国竞技体育更为完整的产品结构，使产品结构从二元结构发展为三元结构，产品属性从公益性与准公益性发展为公益性、准公益性、私益性三位一体。

3）通过把握市场需求的变化特点、趋势，动态调整竞技体育产品供给结构。市场力量参与竞技体育发展需要遵循优胜劣汰的竞争机制，必须敏锐地捕捉市场需求特征和变化趋势，将根据市场需求特点和变化来调适自己的产品生产与供给结构作为生存之本。社会力量参与竞技体育发展的行为决策虽然不是由市场竞争机制决定的，但同样需要根据市场需求特点和变化趋势来调整自身的服务方向、内容、重点，以更好地提升体育资源利用效率，在产品和服务种类、质量等方面切实满足大众的体育需求。因此，作为扎根于人民群众身边的体育组织，社会和市场力量只有不断根据人民群众的需求特点和变化趋势来对竞技体育产品的生产和供给进行动态调整，才能具有更好的生命力和竞争力。

1.5 拓展竞技体育人才培养模式

1）通过促进多元主体参与竞技体育发展，为拓展竞技体育人才培养模式释放活力。改革开放之前，我国主要依托国家队-省市体工队-业余体校三级训练体制培养

运动员。1980年起，我国开始积极拓宽优秀运动员的培养途径，集体项目向城市厂矿企业和高校过渡，逐步发展社会办队（伍绍祖，1999）。诸多厂矿企业响应号召兴办高水平运动队，如广东中山温泉高尔夫球队、台山电热器具厂排球队、大连造船厂足球队等（林宜善 等，1986）。1987年，中华人民共和国国家教育委员会（现教育部）和国家体委联合试办高校高水平运动队（国家体育总局，2008），教育系统开始出现多支高水平运动队。1994年全国足球甲级联赛揭幕，我国竞技体育的发展开始着力于培育市场发展主体（熊晓正 等，2008）。高水平竞技人才由体育系统垄断培养的格局有所改变，竞技体育的发展主体逐渐多元化。改革开放以来，我国出现了高水平运动员培养的“清华模式”“南体模式”等，学校、家庭、体育俱乐部等社会、市场主体已然成为我国竞技体育的重要发展组成部分。

2）通过市场化和社会化作用机制，不断激发体制外力量的主观能动性，积极探索不同项目的多元化人才培养模式。其一，逐步形成体教融合的学校人才培养模式。1987—1994年共有59所高校拥有高校高水平运动队试办资格，1995年增加了53所高校，至2017年达到275所（赵建峰 等，2018），2020年达到283所（教育部，2020）。体教融合的人才培养模式形成了一定的发展规模和布局，培养出了胡凯、张培萌、韩德君、贾明儒、张春军等优秀运动员。其二，出现了一些校企合作的人才培养模式。由于高校在某些体育项目的场地设施、专业师资等方面存在一些瓶颈，他们积极寻求与相关企业的合作来共同培养竞技体育人才。尤其像高尔夫、马术、冰雪项目等，很少有学校拥有相应的专业场地和教练资源，因此一般都是与相关企业合作培养人才。如天津体育学院与天津环亚国际马球会合作培养马术人才，北京商贸学校与莱茵体育文化有限公司、国家游泳中心、国家速滑馆合作培养冰雪项目人才，湖南涉外经济学院的高尔夫校企合作模式已培养了30多位职业球员。其三，形成了市场化、职业化的人才培养模式。1994年起，我国出现了多支职业球队，企业投资办职业俱乐部、商业性赛事的积极性增强。目前已经形成了以中超和中国男子篮球职业联赛（Chinese Basketball Association，CBA）为龙头的职业体育发展模式。篮球、排球、足球、乒乓球、羽毛球、网球等职业联赛的参赛队伍稳定，竞技水平不断提升，优秀运动员时有涌现，国际化程度越来越高，职业体育人才培养的效应逐渐显现。

3）通过探索不同的学训模式，促进竞技体育人才的全面发展，修正专业化人才培养模式的不足。其一，以与普通学生同校、同班学习的方式为运动员们提供了更好的学习环境。普通学校办训和社会体育俱乐部办训大多利用学生的课余时间，这种不脱离教育系统的学习模式为他们营造了一种更为完整的教育环境，更有利于他们的全面成长。其二，非封闭式的学习、训练、生活管理模式给运动员创造了一种更有利的成长环境。与原有专业队的封闭式军事化管理模式相比，无论是体教结合模式、校企合作模式，还是职业队模式，都没有采取完全封闭式的严格管理模式，而是给运动员留出了一定与社会接触的空间，更有利于促进他们的社会化发展。其三，“倒逼”专业队学训模式的改革与创新。社会和市场力量办训、办赛大多在课余时间、节假日时间，运动员接受文化教育有更好的保障，也得到越来越多家长的认同。由此，少体校、体工队也作出了一些调整，如上海市要求参加青少年十项系列赛的运动员文化课成绩必须达到一定的分数，并将原有的三集中模式改为了二集中、一集中模式。此外，运动竞赛的时间也更多地安排在了节假日，以更好地协调学训矛盾（辜德宏 等，2016b）。

1.6 促进职业体育的生根发芽

1）通过利益调节机制，为职业体育的发展培育各类社会资本，不断完善支撑职业体育发展的产业链条。西方职业体育发展的背后有一个良性运行的产业链在支撑，如职业联赛、青训、运动医疗与康复保健、体育经纪、赛事转播等。市场经济条件下，通过利益机制能更有效地吸引社会资本参与办训、办赛、高端体育设备制造、体育专项服务、赛事智能转播等。实际上，2014年以来关注我国竞技体育发展的社会资本不断增多，投资力度和强度不断升级，逐渐放开的社会化和市场化发展空间，吸引了越来越多的社会资本参与竞技体育发展的不同领域，打造了支撑职业体育发展的产业链。如，中国万达集团并购了瑞士盈方体育、美国世界铁人公司、法国拉加代尔公司运动部门，乐视体育拥有英超、中超等17类运动项目的赛事版权，切尔西足校首期投入5亿元，恒大足校办校投资超26亿元。

2）通过培养更多的竞技体育爱好者，为职业体育的发展更新消费群体和消费观念。职业体育的发展需要有庞大的消费群体和消费意愿来支撑，而对职业体育或高水平竞技体育缺乏体验的群体，自然就会缺少消费动力，因而增加大众的竞技体育体验、扩大高体验群体的规模至关重要。越来越多的体育培训机构可以让更多的青少年群体更便利地参与竞技体育，长时间的训练和消费习惯可以提高其对竞技体育的热情，进而在其成年后成为职业体育发展的稳定消费群体。另外，参与竞技体育可以有效磨砺青少年的身心，培养兴趣爱好甚至一技之长，促进青少年的全面发展。这有利于整个社会加深对竞技体育育人功能的认识，提高家长在儿童运动参与方面的时间、资金投入意愿与投入水平，并在这一过程中更新家庭的体育消费观，成长为支持职业体育发展的潜在或直接消费群体。

3）通过打造职业体育赛事和品牌，提高职业体育作为一种职业预期与职业规划对有运动天赋的学生及其家庭的吸引力。通俗地讲，职业体育就是将从事某一运动项目的训练和竞赛作为自身的职业。从西方发达国家职业体育的发展来看，职业体育是竞技体育发展中的顶层发展形态，其发展的专业化和精细化程度高，也就是说职业体育除了需要个体具有较好的运动天赋外，还需要经过长时间的专业化训练，以及精细化的职业发展规划、设计和准备。因此，高度发达的职业体育需要大众对其有清楚的认识和考量，有较为成熟的职业规划意识，本着自主参与、自愿投资、自担风险的理念，做好进入职业化发展的规划和相关准备。实践中，一些足球、篮球、网球、乒乓球项目培训学校发挥了为职业体育培养后备人才的作用，如富力切尔西足球学校、恒大皇马足球学校、山东鲁能泰山足球学校都将自身挖掘的精英球员作为重点培养对象，以不同的方式为其进入各级职业足球俱乐部做准备。同样，这些专项培训学校在招生过程中也将此作为其招生的重点宣传内容之一，为家长和学生充分考量投资的风险、必要性、可行性提供信息，进而为运动员的职业发展准备与规划打下基础。

2 我国竞技体育发展中社会、市场力量作用的不足

2.1 参与的运动项目和发展领域具有明显的局限性

从运动项目来看，社会和市场力量主要作用于非奥运项目、奥运非重点项目，以及社会化和市场化程度高的项目。从发展领域来看，主要集中在办训和办赛这两大部分，前者主要集中于青训领域，后者主要是商业性或职业性体育赛事的组织与运营，而在运动员信息或竞赛情报收集、分析、运动康复与保健、运动科技服务或攻关等方面则较少涉及。究其原因，一是因为奥运重点项目的发展有国家经济、制度、人力等多重保障，社会和市场力量在场地设施、教练员、组织与管理等方面的专业性与之存在差距，所以需要采取错位生存与发展的策略。二是因为项目的社会和经济效益直接影响社会和市场力量的参与意愿、程度，社会化程度、市场价值高的项目的受众群体更为广泛，盈利更现实，也就更易获得社会和市场力量的青睐。

2.2 在竞技体育人才培养效果和效力方面相对偏弱

1）目前，社会和市场力量办训主要集中在业余训练层面，以及对青少年儿童的运动兴趣开发和培养层面，即大体集中在竞技体育人才培养的基础或初级阶段，参与高端竞技体育人才培养相对较少。而且从竞技体育精英人才的培养效果来看，社会和市场力量还很难与专业体制的作用相抗衡，目前主要发挥补充作用。虽然近些年来，我国社会和市场力量培育出了丁俊晖、胡凯、许昕等精英竞技人才，但绝大部分世界冠军仍然来自专业体制。竞技体育举国体制经过多年的发展与完善，其三级训练体制在选材育才、训练与竞赛的组织和管理等方面形成了较为成熟的发展经验和模式，这也使得其在精英竞技人才的培育方面具有得天独厚的优势。

2）从当前我国体育社会组织发展的规模和影响力来看，发展数量相对偏少，发展的覆盖面和推广效果有待提高。截至2018年底，全国共有体育类社会团体33 722个，体育基金会42个，体育民办非企业单位19 986个（民政部，2019）。这与德国每890人拥有1个非营利体育组织，每10万人拥有112个非营利体育组织相比差距明显（刘国永 等，2016）[49]。在影响力方面，美国19 500所高中1 200万名中学生参与美国州立高中全国联合会的校际竞技运动（NFHS，2022）；德国足球协会拥有24 481个俱乐部、145 084支球队，会员有1 400多万之众（DFB，2020）。日本青少年体育俱乐部协会拥有31 863个青少年体育俱乐部，864 303名会员、教练和其他人（JSPO，2018）。我国体育社会组织在发展规模、影响力、作用发挥等方面仍与西方发达国家存在差距。

2.3 参与竞技体育发展的规范性和专业性有待提高

1）体育行业规范和自治能力尚待提高。目前，我国体育行业标准缺乏，根据工标网检索结果，现行有效的体育标准有203条，其中国家层面的有83条，主要围绕体育场馆工程建造、检验、照明、器械要求、开放条件与技术要求等方面。再结合国家体育总局（2006）公布的“体育行业标准项目计划”来看，标准制定集中在场地、器材、照明、技术使用等方面，而关于体育培训、赛事策划、组织与管理、体育用品制造、体育经纪等未能找到相关标准，这一定程度上反映了行业发展还没有进入科学化、规范化发展的轨道。当然，2022年1月，国家体育总局发布了《体育总局办公厅关于征求〈青少年体育俱乐部基本要求〉行业标准（征求意见稿）意见的通知》，表明国家开始着力解决这一问题。同时，除职业俱乐部形成了职业联盟外，其他社会和市场力量大多“各自为政”。目前多数体育社会组织未建立规范的内部运行机制和法人内部治理制度，存在民主自治缺失的问题，会员大会或会员代表大会形同虚设，法人治理体系不健全，治理规则不完善，治理机构不完整（刘国永 等，2016）[53-54]。

2）社会和市场力量参与竞技体育发展的专业化程度参差不齐，整体专业化水平尚待提高。现代竞技体育已经发展成为高专业化程度的高竞争行业，投入大、涉及面广、竞争激烈、管理复杂、保障条件高等是其典型特点（辜德宏 等，2016a）。这种变化造成的直接结果是，要保证训练和竞赛的高质量就需要有足够的资本和动员能力，以配备高水平教练、先进的训练场地设施、完备的训练恢复条件、强大的信息收集与技术分析团队等。尤其是高度职业化的运动项目，在选材、训练、竞赛等环节均呈现高

度精细化，在信息采集、数据分析、模拟训练、临场指挥等方面大多采用复合型团队进行细致的分工与合作。而不同的社会和市场力量具有不同的发展资源、能力，导致专业化水平参差不齐，总体呈现越是基层、经济欠发达地区，专业化程度和水平越弱的趋势。

2.4 过于追求利而益淡漠人才培养

1）竞技体育人才培养方面的责任感有待加强。一些社会和市场力量参与青训、职业体育等并不是出于对竞技体育发展的热爱和社会效益，而是意欲通过人才交易，获取房地产或其他政策优惠、社会声誉等潜在利益。在这样的盈利模式下，社会和市场力量缺乏发展竞技体育的主人翁意识，时刻以经济利益来权衡行为决策，不仅存在推进竞技体育发展的责任感淡薄现象，还会破坏、扭曲竞技体育发展中的一些运行机制，例如在运动员的输送中，以其出价高低而不是运动员水平高低为衡量标准。缺乏责任感和主人翁意识不利于维系社会和市场力量参与竞技体育发展的稳定和可持续性，未来需要正视这一问题。

2）参与竞技体育发展的功利化目的亟须削弱。盈利是企业的根本目的，然而，一旦急功近利，只注重短期利益，不注重打好基础，会导致发展的无序或低水平。从美国、德国、英国等国家职业篮球、足球等项目的发展来看，循序渐进的发展设计、科学严谨的训练、严格的教练员考核机制等有利于保障运动员在职业发展中甚至退役后有更为扎实的基础和更为广阔的发展空间。目前，我国社会和市场力量在参与青训和职业体育发展中还存在揠苗助长、不注重梯队建设、过于注重通过引援来提高竞赛成绩等问题。

3 新时代社会和市场力量参与竞技体育发展的优化策略

3.1 主动提升自身治理能力，积极参与竞技体育治理，转变竞技体育治理格局

1）积极参与竞技体育发展的各项治理，增强体育社会组织的自治和共治意识、能力。近年来国家出台了一系列政策法规与改革举措，如《深化“证照分离”改革工作实施方案》《体育总局公安部关于加强体育赛场行为规范管理的若干意见》等，引导社会和市场力量参与办训、办赛以及加强行业自治。体育主管部门出台政策文本或改革方案、措施时会进行咨询和公示，有些重大改革问题还会通过举行听证会征询意见，这些举措虽然在一定程度上保障了信息的公开、透明及社会关注度、参与度，但通过访谈发现，实践中仍有不少体育企业、俱乐部、社会组织对此漠不关心或认为自身的意见表达不会对政策的最终形成产生影响。从世界发达国家的发展经验来看，各类社会和市场力量具有较好的自治意识和能力，有利于其更好地募集资本，更加有效地参与和促进竞技体育发展。因此，我国社会和市场力量应积极主动地关注竞技体育改革与发展的相关信息，积极建言献策以促进体育主管部门更好地了解社会和市场的需求及发展困境，进而形成更有效的改革设计。同时，不断发展自身的参政、议政能力，提升自身的组织与管理能力，为参与共治和实施自治打下基础（傅振磊，2020）。

2）大力发展行业协会，增强社会和市场力量在项目协会改革中的话语权，加强其引领体育行业发展的能力。纵观西方发达国家竞技体育的发展历史，项目的发展首先是项目本身被大众广泛接受，然后再形成项目协会和行业组织，由它们推动项目的进一步普及、发展及形成相应的产业链。也就是说，项目协会、行业组织引领着竞技体育的自组织发展，并最终建构了竞技体育发展中社会、市场、政府间的多元主体发展格局。因此，我国项目协会的改革，除了需要政府主管部门简政放权，还需要发展体育行业组织或联盟，让不同项目、不同行业有可以承担相关组织管理工作的体育社会组织或机构。目前，中国足球协会（以下简称“足协”）和中国篮球协会改革搁浅，在改革陷入僵局的时期，由各体育俱乐部、体育企业、项目协会建构职业联盟，未尝不是一种突破的选择。一方面，这有利于形成一种自下而上的改革形势，通过自身能力的提升向高层和管理机构施加影响；另一方面，这有利于提前发展自身的承接能力，为日后推进落实项目协会实体化后的承接工作打下基础。由此，可以借鉴美国、德国、英国等国竞技体育发展的经验，建构引领项目和行业发展的体育社会组织或机构。

3）体育主管机构进一步简政放权，深化推进竞技体育领域的“放、管、服”改革，逐步拓宽社会和市场力量参与竞技体育发展的领域。从我国竞技体育发展的历史来看，我国一直实行的是渐进式改革，即逐次释放管理权限、转变管理职能、下放管理领域。这既是我国国情和管理体制使然，又是出于保证改革平稳过渡和竞技体育稳定发展的考量。未来，待青训有了较好的发展规模和成效后，可以逐步将更多的项目过渡给社会和市场力量来承担，竞技参与、竞技表演等领域则可以大胆地放权给社会和市场力量。同时，可以将运动训练和竞赛中的一些服务环节开放给社会和市场。例如运动员、教练员、裁判员等专业人员的信息采集、大数据库建立，运动员及对手的竞赛表现、数据分析，运动训练后的保健、运动损伤后的康复，训练的技战术跟踪、生物力学分析等。对于其中涉及的一些保密问题，可以通过法律条款和合同来约束、规范行为。职业体育改革主要在于建构我国职业联赛组织管理结构，这需要将政府与俱乐部“领导者-跟随者”的非合作博弈关系，转变为力量相对均衡的合作博弈关系，政府主要通过政策制定和法规监管对职业联赛进行宏观的依法管理。此外，政府还需为大型体育场馆的建设、俱

乐部的运营、关键赛事的安保等提供政策、税收优惠。

3.2 扩大体育社会组织规模，拓展其参与的项目和领域，提升其参与发展的效力

1）大力培育青训体育社会组织，不断壮大其发展规模，提高竞技体育覆盖面和影响力，通过培养更多更好的竞技体育人口，为我国竞技体育的发展打下坚实基础。社会主导型发展模式与政府主导型发展模式的明显不同在于前者具有更为广泛的竞技体育人口，后者则相对有限。美国是典型的社会主导型发展模式，其竞技体育的发展建立在广泛的社会参与基础之上，精英竞技与大众竞技之间有较好的架接、融通，宽口径的竞技体育人口和大众群体的参与也是其竞技体育多年来持续发展的关键。一方面，社会主导型发展模式利于改善我国后备人才储备萎缩的问题；另一方面，能够为拉动体育消费、发展体育产业打基础。社会主导型发展模式的竞技体育参与专业性更强，参与者具有相当的专业基础、稳定的运动习惯，他们对运动装备、运动场地、赛事欣赏的要求更高，具有更强烈的体育消费动机和愿望。因此，培育更多的青训体育社会组织，促进大众的竞技体育参与，具有重要的战略意义。

2）进一步推进职业体育改革，建构良性循环发展的市场环境，为我国竞技体育发展打造高水平的锻造平台。从相关研究来看，我国职业体育有序发展的前提条件和基础，主要在于职业体育发展主体的权益保障以及职业体育发展的规范运行（许延威 等，2013）。从实践发展来看，近年来国家进行了相关专项整治，出台了《体育总局公安部关于严肃查处赌博、假球等违规违纪违法行为切实强化行业自律自治的通知》等一系列政策法规，解决了职业体育发展运行中的一些基本规范问题（如赛场腐败、球员流动、球员薪酬等）。而发展主体权益保障的问题，一直是我国职业体育改革的焦点和难点问题。许延威等（2013）指出，清晰的产权是保障我国职业体育发展主体权益的根本，产权制度的设计是明晰产权划分与归属的基础，其中对产权结构的治理与重新规划是突破口。同时，梁伟（2015）认为由于对产权的理解已经由物权关系演变到了行为权利关系，获得资源配置主导权比直接争夺联赛“物”资源的归属更为重要，并据此提出了我国足球职业联赛“政府产权”边界的界定及约束的改革构想。政府需要站在元治理的层面为推进职业体育的市场化发展提供保障和协调。以足球改革为例，政府可以考虑将联赛国有股权由普通股转为优先股，放弃控制权，而获取利润盈余分配和剩余财产分配上的优先权，非国有股东则获取控制权和管理权，职业联赛发展的转播权、商品开发、比赛收益等由俱乐部、联赛理事会自主经营和处置，足协退出联赛日常运营的各项事务，拥有对联赛重大事项监管、审核的一票否决权（梁伟，2013）。

3）高度重视发挥竞技体育的育人功能及社会、文化功能，转变人们对竞技体育的错误认识。其一，更为完整地发挥竞技体育的育人功能。要让竞技体育不仅培养参与者的运动技能和体能，还要在锤炼意志品质、发展社会适应能力等方面发挥独到的作用。这就需要体育培训机构、学校、教师、教练等注意转变和创新教学、训练、竞赛、评价方法，使参与者在竞技运动中由无计划性发展向有计划建构转变。其二，提供更为丰富和多元的运动竞赛产品、服务，让更多的人有更多机会参与不同运动竞赛，通过各类体育社会组织开展不同层次、类别、项目的竞技赛事，充分发挥竞技体育的社会“减压阀”作用。其三，以家庭、社区、单位、城市为载体，组织开展多样的体育活动和赛事，丰富人们的业余文化生活，建构良好生活方式。营造良好的亲子关系受到越来越多家庭的重视，婴幼儿、青少年阶段又是身心健康发展的启蒙阶段，家长陪同孩子参与运动训练和竞赛，既能更好地激发孩子们参与竞技运动的主动性和积极性，又能建构良好的家庭生活方式，从而有利于创设竞技体育发展的日常活动单元。在此基础上，再推动社区、学校、单位、城市等主体提供多元的运动技能培训活动、运动竞赛活动，为人们的竞技参与和发展搭建更多的活动平台。

4）利用“互联网＋体育”方式大力发展体育产业，创造更多的就业机会，充分发挥体育产业的示范作用和带动效应。近些年，我国体育产业的发展体现了科技推动和创新引领的趋势。多款跑步、健身手机软件的出现，让大众的运动参与更为便利，获得专业性运动和健身指导更为便捷。多种高科技融合的智能穿戴产品不断推陈出新，体育场馆、器材、设施等具有更先进更多元的功能，有效带动了体育制造业的转型升级。“互联网＋体育”的创新理念，催生了体育特色小镇、体育旅游、体育健身等产业间的交叉与融合。由此可见，依托新技术有利于实现体育与休闲、保健、医疗、旅游等不同行业资源的跨界融合，带动相关产业联动发展；通过利益机制整合更多民间力量参与体育产品或服务的生产与供给，拓展体育产品和服务种类；满足群众、社会、国家的多元发展需求，提高人们在健身、运动、休闲、训练等方面的体验品质。

3.3 扶持体育小微企业发展，按基层需求及区域特点，凝练其参与发展的优势

1）扎根基层，大力扶持发展体育小微企业，构建我国竞技体育发展的微单元，激发基层竞技体育的发展活力。随着对素质教育的大力宣传，近些年，越来越多的家长开始重视孩子的特长开发与培养。从相关青训机构的经营规模看，主要分为两种类型：一是大型化的培训机构，其具有营业执照，有市场部、教练组、营业部等组织机构和职责分工，有固定的教学场所；二是小型化的培训组织，其中部分组织没有营业执照（如体育教师、体校教练、体

育爱好者组织的针对特定对象的培训班、私教课程等），没有严格意义上的组织架构和管理团队，大多是自己或与合伙人共同负责招生、培训、管理等各项事务，租借运动场地或借用社区、学校运动场地开展体育培训活动。实际上后者就是体育小微企业的组织形式，他们广泛存在于各级各类学校、小区周边，其知名度和招生规模不如前者，但也能吸引不同群体的注意和参与，且由于数量庞多，又散落在不同区域，形成了一种基层民众竞技体育参与的微单元网络。因此，如何鼓励、引导体育教师、体校教练、体育爱好者等从事相关青训工作，需要慎重考虑和适度支持，如为其组织青训提供合法性依据与税收优惠，引导其依法办理营业执照，规范执教行为等。

2）根据区域发展优势和资源特点选择性扶持体育小微企业，打造区域性竞技体育发展的社会品牌。地方政府注重培育不同规模、作用和影响力的体育小微企业，可以根据地域文化、风俗、资源等方面的特点，通过政策和资金扶持予以打造。例如，整合利用区域内各级各类学校的体育资源，并使之与相关体育企业形成强强联合。这需要对不同生产内容的体育企业采取不同的政策或资金扶持策略。例如，针对场馆条件缺乏的企业，在场地建设和租赁方面给予更大的政策支持；针对承担竞技体育人才培养任务的企业，给予更多的技术指导支持和绩效奖励支持等。

3）体育小微企业建立自身的业务学习、进修、交流制度，积极参与体育主管部门和项目协会组织的相关业务培训，不断提高自身专业知识和素养。随着科技的发展、知识的更新、创新的加速，建构学习型社会成为世界主流趋势。通过持续不断地学习，提高自身专业知识素养和技能水平，也是各类体育社会组织或机构保持发展竞争力的关键。为此，体育小微企业需要建立相关业务考核制度，定期考核其成员在专业技能、素养等方面的知识更新情况，建立相关管理制度对其成员在学习时间、经费等方面予以一定支持。政府可以考虑对发展到一定层级或水平的体育小微企业给予一定的经费或政策支持。例如，为贡献大的体育小微企业分配高级研修班、出国学习的名额，为其人员进修提供一定比例的扶持资金等。与此同时，由于多年来我国专业体育的发展模式积累了丰富的竞技体育发展经验和知识，体育主管部门和项目协会需要更好地发挥其专业性帮扶作用，结合重大、关键、前沿体育理论与实践问题，定期和不定期对体育小微企业进行相关培训。

4）甄别人民群众日益增长的多元竞技体育需求，不断改革创新以提供更优质的竞技体育产品或服务，进而提升体育小微企业发展的生命力和竞争力。其一，提供多类别、多层次的体育活动。大众的体育需求会根据项目、运动水平、性别、年龄等的不同而产生差异，要想有效促进基层群众参与竞技体育，就需要根据多元需求分层分类生产与供给竞技体育产品或服务。因此，体育小微企业需要甄别基层民众体育需求的种类、特点、供给现状等，为定位自身生产与供给的类别、内容、标准、要求等提供依据。其二，创新体育活动内容和形式。当下，大众的体育兴趣更为广泛，新兴体育项目层出不穷，工作人群的活动时间短促且较为不固定，这就要求竞技体育活动内容和形式的生产与供给更富创造性。因此，体育小微企业需要把握世界体育发展潮流，结合基层群众的需求及参与活动时间、方式等方面的特点，设计更具趣味性的竞技体育活动内容与方式，让大众可以选择更多的竞技体育活动内容、形式、单元。

3.4 健全激励以及约束机制，营造良性有序竞争环境，规范社会和市场参与发展的行为

1）进一步加强体育法治建设，制定行业标准，逐步规范行业发展。从西方职业体育和社会俱乐部的发展来看，一系列完善的政策法规规范能够引领社会和市场力量走向自组织发展，如关于教练员资格和等级的考核、再进修制度、球员转会制度、职业球员工会制度、职业运动员薪酬制度等。在落实国家层面和行业协会层面相关政策法规的基础上，加强对教练员从业资格考核、社会力量办赛质量监管、运动员参赛资格争议处理等尚未涉及或缺乏约束效力的重要领域的法律规范。社会和市场力量的成长要走上科学有序发展的轨道，就需要对相关政策法规进行完善，让行业的服务内容、要求、流程等具有一套规范化、制度化的统一标准。

2）尝试和鼓励“一业多会”制，激发行业协会的竞争意识。英格兰学校足球总会下设40个学校足球协会，负责各地校园足球竞赛工作的组织和推广，带动了约18 000所小学常年开展足球比赛（浦义俊 等，2020）。目前，我国广东等地突破了“一业一会”的限制，在“一业多会”的发展和实践中激发了社会力量参与的热情及社会组织的活力（刘国永 等，2016）[52]。可以参考国内外实践经验，在更大范围内推广“一业多会”，首先从基层做起，在市级层面尝试推广，然后再逐步过渡到省级及区域联动层面。

3）建构良好的体育企业或社会组织文化，积淀企业或组织独特的文化内涵与传统，逐步构筑体育企业或体育社会组织的文化品牌。好的企业、组织文化能够激励和指引成员建构更为科学的价值观、人生观，成员再将积极的价值观念带入工作，反哺企业或组织发展。不同规模的体育企业或社会组织，首先要对推进我国体育事业的高质量发展有高度的责任感和使命感，其次要将之作为企业或组织文化的一个有机组成部分，结合自身发展领域和特色建构组织文化，最后要更为深刻地学习、领略竞技体育文化和精神的要义，在发展中更好地弘扬体育精神和中华体育精神。在访谈中，武汉某高校体育学院

院长提道："培育市场要通过文化引导及现代媒体手段，使社会主体理性得到更多提升，以避免发展的功利化和短视。"

4）星级管理、动态评价，以形成体育社会组织成长的良性竞争环境。多年来，促进各类社会组织更好更快地成长是中华人民共和国民政部（以下简称"民政部"）关心的重要问题之一。从民政部官网的报道来看，养老服务、旅游产业、物业服务项目、志愿服务等领域都已开展社会组织的星级评定，通过标准设定和定期考核来引领社会组织规范自身发展，加强内涵建设，提升服务品质。实际上，体育领域也有一些项目、一些城市采取了类似的做法，如健身房的星级评定标准及专业认证机构（中国健身器材网，2017）、上海市青少年体育俱乐部的星级评定（上海市青少年体育，2019）等。可以让更多项目、更多城市的体育社会组织实施星级管理，拟定各星级服务内容、要求、标准、考核办法等，动态评价以督促其规范发展，不断提升自身竞争力。

4 结语

中华人民共和国成立以来，竞技体育发展中的社会和市场力量在多个方面发挥了积极作用。总的来看，社会和市场力量更好地满足了人们对竞技体育的多元需求，更好地发挥了竞技体育的多元功能和作用，更好地提升了竞技体育发展的质量和效益，更好地削减了竞技体育发展的成本和代价，但由于发展环境和条件的制约，也存在一些不足。新时代，在我国社会主要矛盾发生变化的背景下，在进一步加强体育强国建设、推进国家治理体系和治理能力现代化的战略要求下，进一步培育和发挥社会和市场力量的作用是竞技体育面临的新课题。由此，新时代我国竞技体育需要进一步推进社会化、市场化的改革与发展，从参与治理、转变格局、优化布局、提升效力、贴近基层、凝练优势、规范发展等方面，建构相应的优化发展策略，进而更好地培育社会和市场力量，改进其在作用范围、作用效力、发展活力、发展定位等方面的不足。

参考文献：

丁元竹，江汛清，2020.志愿机制形成的社会机理[J].中国志愿服务研究，1(1)：44.

傅振磊，2020.我国体育社会组织发展改革的问题与对策：从自发到自觉[J].体育成人教育学刊，36(1)：18-22.

辜德宏，2016.我国竞技体育发展中政府职能的历史审视[J].北京体育大学学报，39(3)：1-8.

辜德宏，王家宏，钱琦，2016a.政府对竞技体育发展方式干预的影响因素及重构任务[J].天津体育学院学报，31(2)：106-111.

辜德宏，张宏博，谢晏璞，2018.我国竞技体育发展方向的历史审视[J].体育成人教育学刊，34(2)：14-21.

辜德宏，周战伟，郭蓓，2016b.政府对专业性运动竞赛的改革与创新：基于对上海市青少年10项系列赛的分析[J].首都体育学院学报，28(1)：64-68.

国家体育总局，2006.体育行业标准项目计划[EB/OL].[2022-01-22]. https://www.sport.gov.cn/n322/n384/n430/c247843/content.html.

国家体育总局，2008.改革开放30年的中国体育[M].北京：人民体育出版社：151.

教育部，2020.教育部办公厅关于公布2020年普通高校高水平运动队技术调整结果的通知[EB/OL].[2020-01-14]. http://www.moe.gov.cn/srcsite/A17/moe_938/s3279/202001/t20200122_416289.html.

梁伟，2013.基于资本权力错配与重置的中国足球超级联赛股权管办分离研究[J].体育科学，33(1)：17-22.

梁伟，2015.中国足球职业联赛"政府产权"的界定及其边界约束研究：基于产权由物权关系向行为权利关系演化的理论视角[J].体育科学，35(7)：10-17.

林宜善，卢先吾，林淑英，1986.试论我国企业办运动队的发展道路[J].体育科学，29(1)：1-4.

刘国永，裴立新，2016.中国体育社会组织发展报告(2016)[M].北京：社会科学文献出版社.

民政部，2019.2018年民政事业发展统计公报[EB/OL].[2020-01-15]. http://www.mca.gov.cn/article/sj/tjgb/.

浦义俊，戴福祥，2020.英国校园足球发展特征及启示[J].体育文化导刊，(1)：6-11.

任海，2011."竞技运动"还是"精英运动"?：对我国"竞技运动"概念的质疑[J].南京体育学院学报(社会科学版)，25(6)：1-6.

上海市青少年体育，2019.总局青少司领导赴上海调研青少年体育工作，社会力量要扮演好"生力军"角色[EB/OL].[2020-01-15]. https://univsport.com/index.php?a=news_detail&c=new&d=6747&m=index.

体育大生意，2019.中超2018商业价值白皮书：版权10年110亿元赞助4.65亿元.[2022-01-22]. https://baijiahao.baidu.com/s?id=1628619981128462394&wfr=spider&for=pc.

伍绍祖，1999.中华人民共和国体育史(1949～1998)综合卷[M].北京：中国书籍出版社：272.

熊晓正，夏思永，唐炎，等，2008.我国竞技体育发展模式的研究[M].北京：人民体育出版社：91-95.

许延威，于文谦，2013.我国职业体育的制度结构失序与产权结构治理[J].沈阳体育学院学报，32(3)：12-15.

央广网，2016.乐视27亿买下中超新媒体版权 国内赛事首次进入付费时代[EB/OL].[2020-11-20]. http://www.cnr.cn/list/finance/20160224/t20160224_521460370.shtml.

赵建峰，张殷波，李建英，2018.基于多尺度的我国高校高水平运动队的空间分布和均衡性分析[J].天津体育学院学报，33(3)：191-196.

中国健身器材网，2017.中国体育服务认证健身房星级评定会在京召开[EB/OL].[2020-01-15]. https://www.sohu.com/a/166501057_156811.

DEUTSCHER FUSSBALL-BUND (DFB), 2020. Mitglieder-statistik 2020.[EB/OL].[2022-01-22]. https://www.dfb.de/fileadmin/_dfb-dam/223584-Mitgliederstatistik.pdf.

JAPAN SPORT ASSOCIATION (JSPO), 2018. Junior sports clubs. [2022-01-22].https://www.japan-sports.or.jp/english/tabid649.html.

NATIONAL FEDERATION OF STATE HIGH SCHOOL ASSOCIATIONS (NFHS), 2022. About us[EB/OL].[2022-01-22]. https://www.nfhs.org/who-we-are/aboutus.

（下转第38页）

still in place coupled with lack of overall planning and inspiration. In response to the above issues at the same time according to the fact that blurred boundaries of sport and education when the two emerged, the paper points out that to build an ecosystem of integrated sports and education sectors based on one's self-reliant as the foundation, symbiosis of both as the norm and regeneration as the vision. Following the advanced logic of self-reliant-symbiosis-regeneration, it proposes to construct a shared platform and regeneration system for the Integration of Sports and Education, expanding their development fields, reforming the evaluation system, improving publicity to reverse the inclination to utilitarianism of education, creating a good atmosphere for the Integration of Sports and Education; to eliminate departmental bureaucratic thinking and strengthening the overall planning in order to stimulate the vitality of the two sectors' integration as well as to release their multiplier effect of implementation paths. It also asserts that it is necessary to provide guarantees in the areas of institutional support, resource optimization, policy refinement, common platforms building and human resource.

Keywords: *New Era; Integration of Sports and Education; development momentum; dilemma; path*

（上接第 20 页）

Research on the Function and Optimization Strategy of Social and Market Forces in the Development of Competitive Sports in China

GU Dehong

School of Physical Education, Hunan Normal University, Changsha 410012

Abstract: In order to better promote the sustainable development of China's competitive sports, using methods of literature study and interviews, this paper combs the role and deficiency of social and market forces in the development of competitive sports, and an optimization strategy for social and market forces in the New Era to participate in the development of competitive sports in China is proposed on this basis. The research believes that their main roles are to train multi-level competitive sports talents, spread the spirit and culture of competitive sports, promote the professional development of competitive sports, optimize the product structure of competitive sports, expand the training model of competitive sports talents, and promote the growth of professional sports. The deficiencies are mainly manifested in the obvious limitations of participating sports and development fields, relatively weak in the effect and effectiveness of competitive sports talent training. Participation in the development of competitive sports needs to be more standard and professional. Excessive pursuit of interest in participation in the development of competitive sports and disregarding cultivating the talents. The research suggests that we should optimize the developmental strategy from aspects of actively improving our own governance capabilities and participating in the governance of competitive sports to transform competitive sports governance pattern; expanding the scale of sports social organizations, optimizing the layout of participation in development, and enhancing the effectiveness of participation in development; supporting the development of sports small and micro enterprises, and condensing the advantages of participation in development according to the needs of the grassroots and regional characteristics; improving the incentive and restraint mechanism, creating a healthy and orderly competitive environment, and standardizing the behavior of participating in development.

Keywords: *competitive sports; social; market; strategy*