



新发展阶段体育产业现代化的学理审视与实践图景

李帅帅, 杨尚剑*

(山东大学 体育学院, 山东 济南 250061)

摘要:体育产业现代化是新发展阶段加快建成体育强国战略目标的重要方面。采用文献资料调研、逻辑分析等方法,在对我国体育产业现代化发展进行“历史-理论-现实”逻辑检视的基础上,依据新发展阶段中国式现代化的核心要义,结合体育产业的学理维度和实践经验,系统梳理了新发展阶段体育产业现代化的内涵特征、目标任务、实践遵循与推进路径。研究认为,新发展阶段体育产业现代化具有四个目标任务、七项实践遵循与四条推进路径:1)目标任务为产业基础现代化(实现体育产业基础高级化)、产业规模现代化(成为国民经济的支柱性产业)、产业结构现代化(实现体育产业结构高度化与合理化)、产业体系现代化(形成现代化体育产业体系);2)实践遵循为以守正创新与系统观念为价值引领、以深化高质量发展为首要任务、以加快体育消费生活化为核心工作、以深度推进产业融合为重要方向,以技术与数据要素驱动为工具支撑、以适配性政策法规为运行保障、以绝对与相对度量权衡标尺;3)推进路径有以运动项目产业现代化内驱的内容型路径、以体育产业链现代化支撑的链条式路径、以区域体育产业一体化聚力的整合型路径和以城乡体育产业融合发展统筹的均衡型路径。

关键词:新发展阶段;体育产业现代化;内涵特征;目标任务;实践遵循;推进路径

中图分类号:G80-05

文献标识码:A

习近平总书记在党的二十大报告中全面深刻地阐释了中国式现代化,使得新时代新发展阶段中国式现代化推进进入新高度。体育强国建设是中国式现代化的重要组成部分,对推进中国式现代化具有重要作用。党的十九届五中全会和党的二十大报告均指出要在2035年建成体育强国,《“十四五”体育发展规划》按照党的十九届五中全会部署以及《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》提出“到2035年,建成社会主义现代化体育强国”,这使得体育在迈向全面建成社会主义现代化国家新征程中地位更加凸显、挑战更加艰巨。新发展阶段体育产业作为加快建设体育强国的重要力量,推进体育产业现代化是体育强国建设的重要方面。

有关体育产业现代化,学者们从体育强国、新发展格局、新发展阶段、技术赋能视角对体育产业链现代化、现代体育产业体系构建、体育市场监管体系现代化进行了分析(蔡朋龙等,2023;邵桂华等,2022a;鲜一等,2020;许坚等,2022),基于中国式现代化新道路,有学者对中国式现代化进程中体育产业的发展趋势与变革路径(黄海燕,2022a)、冰雪产业高质量发展(孙辉等,2023)、体育产业高质量发展(戴红磊,2023)、数字经济助推体育产业高

质量发展的实施路径(王璇等,2023)进行了创新性概括。这为理解中国式现代化进程中体育产业现代化产生一定启迪,但从长远看,新发展阶段体育产业现代化仍缺乏较为细致明确的内涵特征解析与实践指引探索。为此,研究对中国体育产业现代化发展的“历史-理论-现实”逻辑进行检视,以中国式现代化的内涵特征、本质要求与原则遵循等为依据,厘清了新发展阶段体育产业现代化的内涵特征、目标任务、实践遵循,并基于国内外体育产业已有实践,提出推进路径,旨在更好地指引中国式现代化进程中体育产业现代化布局,助推体育强国建设。

1 中国体育产业现代化的逻辑检视

1.1 历史逻辑:中国体育产业发展定位已由朝阳产业逐步过渡到支柱性产业

我国体育产业发展始于改革开放以后,依托于社会主

收稿日期:2023-09-20; 修订日期:2023-11-25

基金项目:国家社会科学基金青年项目(23CTY001)。

第一作者简介:李帅帅(1996-),男,在读博士研究生,主要研究方向为体育管理科学,E-mail:1309657154@qq.com。

*通信作者简介:杨尚剑(1981-),男,教授,博士,博士研究生导师,主要研究方向为体育管理科学、体育教育训练学,E-mail:yang-shangjian@163.com。

义市场经济在体育领域的不断拓展深化,发展定位主要经历了朝阳产业—新的经济增长点—重要力量—支柱性

产业的转变(图1)。

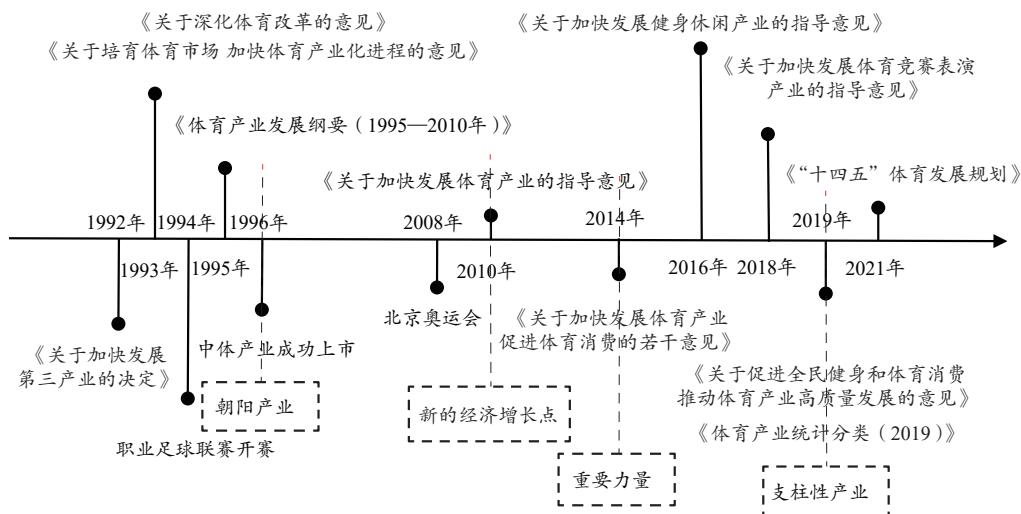


图1 中国体育产业现代化发展定位的演进历程

Figure 1. Evolving Roles during the Development of Chinese Sports Industry Modernization

随着计划经济向市场经济的转型,体育部门在“以体为主、多种经营”的方针指引下,开始涉及体育广告、体育旅游、体育场馆租赁、体育健身娱乐、体育技术咨询服务及培训等内容的体育经营活动。党的十四大以后,“体育产业”一词开始明确地出现在体育部门的工作报告中(易剑东,2019)。如1992年,《关于加快发展第三产业的决定》明确要求包括体育产业在内的第三产业加快发展;1993年,《关于培育体育市场 加快体育产业化进程的意见》和《关于深化体育改革的意见》分别确定了体育“面向市场、走向市场、以产业化为方向”和“将体育产业发展纳入国民经济发展总体规划”的发展思路。随后,1994年的职业足球联赛开赛和1996年的中体产业成功上市,标志着我国体育产业开始通向了市场化改革之路,1995年《体育产业发展纲要(1995—2010年)》首次确立了我国体育产业发展的雏形体系,包括体育主体产业、体育相关产业和体办产业三大类。而2008年北京奥运会的成功举办也将中国体育产业的发展推向了世界舞台,我国体育市场逐步涌现出了包括体育用品市场、体育培训市场、体育中介市场、竞赛表演市场、健身娱乐市场、体育彩票市场和体育旅游市场等业态(傅钢强等,2021)。在全球化背景下,国家为加快发展体育产业,促进我国由体育大国向体育强国的转变,相继出台了《关于加快发展体育产业的指导意见》和《关于加快发展体育产业 促进体育消费的若干意见》,至此体育产业经历了成为国民经济的朝阳产业到新的经济增长点再到重要力量的目标定位变迁(董红刚等,2021)。针对体育产业发展总体规模依然不大、活力不强等问题,国务院办公厅从细分业态角度出台了《关于加快发展健身休闲产业的指导意见》和《关于加快发展体

育竞赛表演产业的指导意见》,为我国体育产业发展的动能开发提供了方向与指南。进入新时代,国家做出了由经济高速发展向经济高质量发展的重大历史决断,国务院办公厅就体育产业发展专门出台了《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》;国家统计局为科学界定体育产业的统计范围,建立体育产业统计调查制度,就2015年《国家体育产业统计分类》优化出台了《体育产业统计分类(2019)》;《“十四五”体育发展规划》更是明确了我国体育产业发展的阶段性目标,由此,我国体育产业发展迈入了由国民经济的重要力量向支柱性产业转变的关键阶段,而这与国际上发达国家的现代化追求目标实现接轨,标志着中国体育产业真正踏上了现代化发展道路。

1.2 理论逻辑:新结构经济学成为中国体育产业现代化发展的重要指导理论

我国体育产业发展根植于中国经济的发展,参考借鉴于西方现代经济学理论,当前通过理论对体育产业发展现象与规律加以分析与指导的工作仍处于探索阶段。

体育产业属于中观概念,其发展受到宏观、中观与微观经济学的深刻影响。虽然西方现代经济学理论对于我国经济发展起到一定的指导意义,但由于国情不同,使得其对中国体育产业发展的指引也不能完全参考借鉴。结构主义作为第一波发展经济学思潮,强调通过政府干预来克服市场失灵,突出“有限政府”的作用。新自由主义作为第二代发展经济学,强调以市场为导向,反对政府的干预或调控,提倡自由化、私有化、市场化和全球化。实践证明,结构主义和新自由主义对于理解发展中国家为什么落后,虽逻辑清晰,也很有说服力,但据此理论制定

的政策和实施结果普遍失败,呈现出“淮南为橘,淮北为枳”的问题(林毅夫,2020)。为此,产生了第三代发展经济学理论——新结构经济学,不同于前两代发展经济学,其是在总结发展中国家的经验中得出的理论创新,本质上来源于中国的实践经验、马克思历史唯物主义的基本原理和现代经济学的研究范式,是在了解现代经济增长本质的基础上,采用现代经济学方法来研究现代经济增长的决定因素,即结构不断变迁的决定因素是什么?背后的推动机理是什么?新结构经济学已成为指导中国及广大发展中国家经济发展的主流理论,也是中国体育产业现代化发展的重要指导理论。新结构经济学认为,不同发展阶段经济体的产业、技术、市场规模、基础设施、风险特性等都不一样,发展中国家和发达国家的差异不只是量的差异,还有很多质的差异,因此适用于发达国家的理论在发展中国家可能并不适用,具体体现在最优金融结构、人力资本投资、刘易斯拐点和人口红利、经济开放等方面。对于发展中国家而言,新结构经济学是把要素禀赋及其结构作为切入点,以企业的自生能力为微观基础,遵循比较优势是快速发展的处方,在产业升级和经济发展过程中,要以发展的眼光看问题,既要有“有效的市场”,也要有“有为的政府”,两者协同配合,共同发挥作用。其中,要素禀赋及其结构的内生决定性主要表现在2个方面:1)具有比较优势的产业、技术和企业自生能力;2)最优产业结构的动态变化(林毅夫,2017)。这具体到国家、区域与省市的体育产业现代化发展上,同样需要注重要素资源禀赋、比较优势、企业自生能力及发挥有为政府和有效市场的作用,在推进中需遵循马克思主义的唯物辩证思想,以新结构经济学为理论指导,有选择性地参考现代经济学理论和观点,以更好理解与把握中国体育产业现代化的具体实践。例如,有学者基于“配第-克拉克定律和包默尔病理说”,通过分析发达国家与中国体育产业结构变迁数据,透析出体育用品制造业产值比重下降是创新的结果,中国体育产业发展不可片面追求体育服务业比重上升,而应遵循比较优势原则,积极利用好产业技术革命新契机(蔡朋龙等,2022)。

1.3 现实逻辑:做大做强产业实力是中国体育产业现代化发展的根本使命

在明晰历史与理论逻辑的基础上,把握研究对象发展的现实境况,是更好推进其持续健康发展的出发点与落脚点。我国体育产业发展内生于国家对体育事业的相关战略要求,发展体育产业的最终目的是更好促进体育事业的繁荣,而发展体育产业势必离不开体育消费,体育消费取决于广大国民的体育需求释放,体育需求的开发利用实际上是通过产业规模、产业结构、产业动力、产业资源、产业效益等得以显现与发展。

从整体角度看,2021年末,中国体育产业总规模与增

加额分别为3.12万亿元和1.22万亿元,体育服务业增加值占体育产业增加值的比重达到70%,与上年相比,体育竞赛表演活动增加值增长26.1%,体育健身休闲活动增加值增长21.1%,体育教育与培训增加值增长11.4%,整体发展呈向好趋势,业态仍在高速增长阶段(国家统计局,2022)。从内部角度看,2021年末,我国体育服务业总产值占体育产业总产值的比重约为53.3%(包含体育用品及相关产品销售、出租与贸易代理总产值),但作为体育本体产业的体育竞赛表演活动和体育健身休闲活动的总产值与增加值占体育产业的总产值与增加值的比重分别为1.1%与1.1%和6.0%与7.3%,整体产值偏低,产业服务化指数仍较低,支柱性产业链辐射效应仍不足;体育用品制造业总产值与体育服务业总产值的比重约为1:1.14,整体占比向好(国家统计局,2022)。体育用品制造业总产值与体育服务业总产值的比重约为1:1.16,整体占比向好。但据统计,2022年安踏、李宁、361度、特步等体育用品企业研发支出占其各自营收比重的平均值仅为2.7%(新华网,2022),与耐克、阿迪达斯等发达国家体育用品企业研发支出占比10%的差距还较大。说明了我国体育用品制造业的“软化”发展还不够,从本质上解释了我国家体育用品制造业仍属于全球“U”型价值链的中间,即低端环节、品牌效应较低、附加值不高的深层原因。基于此,效益转化方面,2022年末,体育产业发展对我国国内生产总值的贡献率仅为1.08%、对劳动者就业的贡献率还不足1%(黄海燕,2022b),结合国外发达国家的经验与文化旅游支柱性产业的数据参考,可发现我国体育产业发展的经济效益仍较低。截至2020年底,我国经常参加体育锻炼人数比例为37.2%,人均体育场地面积为2.20 m²(国家体育总局,2021);人均体育消费金额1330.4元,占同期居民人均可支配收入的比重达4.1%(国家体育总局,2023),虽有较大提升,但对比国外发达国家以及《体育强国建设纲要》的战略要求,可发现其发展的社会效益还远远不够。而结构规模的转化效益不足,也严重阻滞了体育产业整体质量的提升。此外,从双循环的供需适配视角看,当体育企业或市场的定位群体形成对某一产品服务的一种或多种需求时,对应的体育企业或市场则能够提供相应的产品服务或足够的资源要素来对需求进行精准化匹配(何继新等,2015)。而体育产业供给主体通常受到经营成本、运营理念、市场定位与信息不对称等因素的影响,在实际供给中常常出现总供给量小于总需求量、供给结构滞后于居民消费结构升级和供给质量与居民消费期望不匹配等供给对需求的低效满足(马德浩,2021),甚至出现同质竞争加剧与高端供给不足并存、低端供给过剩与高端消费外流并存的现实困境(王雪莉等,2020),使得群众对体育产品服务难以形成持续的高满足,如体育场地设施的低效供给造成资源浪费、体育人才的低效服务阻断持续

性参与需求等,这均使得体育产业的可持续性投资、消费、空间利用等内循环动力不足,出口的外循环力不高,难以形成供需两端的合力作用,致使了体育产业发展的效能不足。综合考量,我国体育产业发展呈“有业态、无体系”“有链条、不畅通”“有要素、不协同”等形态,今后应遵循产业发展规律和顺应社会主要矛盾转变,有效释放国民日益增长的多元化体育需求,培育国民体育消费习惯,将做大做强产业实力作为中国体育产业现代化发展的根本使命。

综上,从历史演进看,中国体育产业发展定位已步入与世界接轨的现代化发展道路,但从理论与现实逻辑看,中国体育产业现代化发展的宏观、中观与微观理论还停留于对西方现代经济学理论的浅显引入指导阶段,针对体育产业特有的现代化指导理论体系还存在缺失;中国体育产业现代化在产业基础、产业规模、产业结构、产业体系等方面的现实基础与国家经济现代化要求、中国人民日益增长的现代化体育需求还存在适配不足问题。党的二十大报告指出,以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴,《“十四五”体育发展规划》指出,到2035年,体育成为中华民族伟大复兴的标志性事业,而在中国式现代化进程中如何理解、把握、推进体育产业现代化也成为中国式体育现代化发展的重要内容和应有之义,亟待进行科学的学理审视与实践探索。

2 新发展阶段体育产业现代化的内涵特征

2.1 新发展阶段体育产业现代化的内涵厘清

厘清新发展阶段体育产业现代化的基本内涵,需要明晰中国式现代化、体育现代化、体育产业现代化的内涵及其逻辑关联。首先,中国式现代化是基于新发展阶段这一论域,即全面建成小康社会,实现第一个百年奋斗目标之后,我们要乘势而上开启全面建设社会主义现代化国家新征程、向第二个百年奋斗目标进军,标志着我国进入

了一个新发展阶段(新华社,2021)。这与我国全面建设社会主义现代化国家要求的“两步走”战略目标相对应,说明了当前所倡导的中国式现代化道路即新发展阶段的中国现代化发展之路,而这其中也必然包括体育产业等的现代化发展(图2)。其次,中国式现代化是中国共产党领导的社会主义现代化,既有各国现代化的共同特征,更有基于自己国情的中国特色(习近平,2022)。体育现代化主要指用现代化的科技和方法促进体育领域中学校体育、竞技体育和群众体育全面发展(熊斗寅,1980)。在此认识下,有学者指出中国式现代化进程中的体育现代化是在中国共产党领导下带有中国特色的体育现代化,是我国体育事业发展在一个特定时期和特定阶段达到某一高度的发展水平和状态(王家宏等,2022a,2022b)。这具体到新发展阶段即指在一定经济基础与美好生活的现代化进程中,利用现代化的科技和方法,自觉理性地不断推进体育强国建设战略目标且具有阶段性推进的水平状态与动态过程。最后,中国式现代化进程中体育产业现代化是中国式现代化在体育领域的重要场景内容,由中国式现代化要求和体育产业现代化目标共同促成,其必然存在继承、借鉴与创新的中国式现代化特征,既具有产业现代化是产业劳动资料、产业结构、产业管理、产业劳动力、技术经济指标等达到世界先进水平过程的一般特性,又具有体育产业现代化是反映体育产业在国民经济中发挥出不可或缺的地位、自身结构合理化、资源配置优化与国际化程度高的特殊性。结合中国式现代化进程中体育现代化的内涵,本研究将新发展阶段体育产业现代化定义为:在一定经济基础与美好生活的现代化进程中,为使体育产业各业态均达到世界先进水平,中国共产党领导下的政府、市场与社会等多元主体,利用技术与数据等创新要素,不断推进体育产业特定战略目标阶段性实现的水平状态与动态过程。

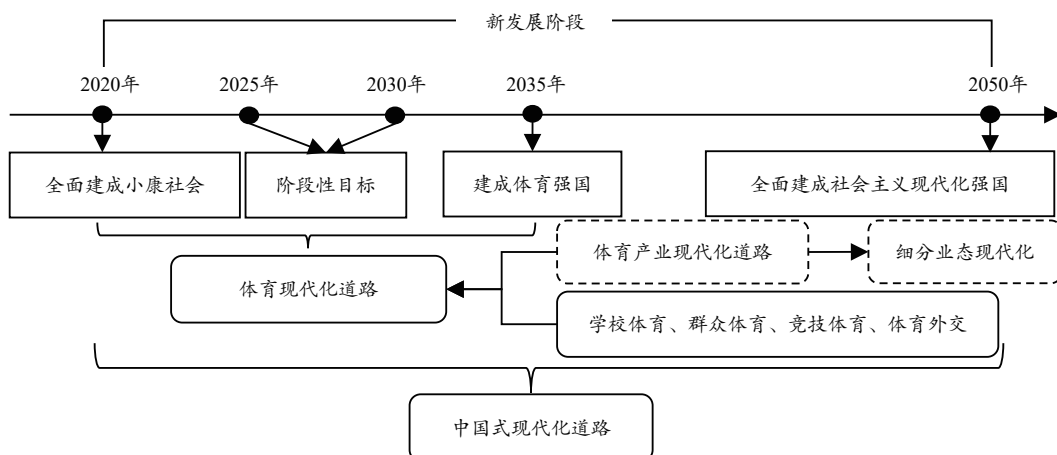


图2 新发展阶段体育产业现代化道路的逻辑站位

Figure 2. The Logical Position of Sports Industry Modernization Path in the New Development Stage

2.2 新发展阶段体育产业现代化的特征要义

党的二十大报告明确揭示了中国式现代化的五大特征,具体包含人口规模巨大的现代化、全体人民共同富裕的现代化、物质文明和精神文明相协调的现代化、人与自然和谐共生的现代化、走和平发展道路的现代化。基于此,有学者纵观世界体育强国的发展道路,将中国式现代化体育的特征概括为规模化、普惠性、全面性、可持续性与包容性(邵桂华等,2022b),具体可理解为体育人口规模巨大的现代化、体育均衡发展的现代化、体育健康水平的现代化、体育绿色发展的现代化和体育命运共同体的现代化。而这具体到体育产业领域,则可以理解为体育消费人口规模巨大的现代化、体育产业区域及城乡均衡发展的现代化、体育产业促进人全面发展的现代化、体育产业绿色发展的现代化与体育产业命运共同体的现代化,较好涵盖了中国体育产业发展的内在规律与特征(刘青,2022),其中,1)体育消费人口规模巨大的现代化是基于我国14亿人口、4亿中等收入群体和4亿经常参加体育锻炼的人群,指出了我国体育产业发展的基本国情,揭示了较大人口规模消费现代化是体育产业发展的特有优势与艰巨任务;2)体育产业区域及城乡均衡发展的现代化是基于我国经济发展的异质性规律和社会主义的公平性要求,指明了我国体育产业发展的基本目标,明确了体育产业在激发区域经济发展活力与促进城乡充分且协调发展,助推乡村振兴与共同富裕的积极作用;3)体育产业促进人全面发展的现代化是基于人民对体育美好生活需要的自我实现追求,凸显了我国体育产业发展的功能价值,展现了体育实物型、观赏型、参与型消费对促成人在物质与精神方面全面发展的独特功效;4)体育产业绿色发展的现代化是基于资源节约、环境友好、绿色低碳的生态文明观,重申了我国体育产业发展的可持续理念,通过发展户外运动与体育旅游等,顺应了体育产业集约型发展的要求及对“碳中和”“碳达峰”的世界性倡导;5)体育产业命运共同体的现代化是基于全球治理中构建人类命运共同体的现实诉求,确定了体育产业发展的国际趋向,厘清了“两个大局”下体育产业融入以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进新发展格局的基本依规。

3 新发展阶段体育产业现代化的目标任务

中国式现代化是一种规划治理,是一个把中长期发展规划和远景目标结合起来的有步骤的谋划过程(黄新华等,2022)。为此,在深刻理解体育产业现代化内涵特征的基础上,梳理当前有关体育产业的学理分析维度(表1),参照域外现代化经验,整合与透析国家有关政策文件中对体育产业的指引精神与定性+定量战略目标,发现新发展阶段体育产业现代化的目标任务包括实现体育产业基础高级化、成为国民经济的支柱性产业、实现体育产业结构

高度化与合理化、形成现代化体育产业体系。

表1 有关体育产业的学理分析维度与归纳分类
Table 1 Theoretical Analysis Dimension and Inductive Classification Related to Sports Industry

现有学理分析维度	归纳分类
产业基础、产业动力	产业基础
产业规模	产业规模
产业结构、产业布局	产业结构
产业管理、产业组织、产业主体、产业运行、产业划分	产业体系

3.1 产业基础现代化: 实现体育产业基础高级化

产业基础能力是支撑和促进产业持续发展的各种因素及环境条件的总和,包括政策环境、科技人才、市场环境、基础设施等(魏婕等,2021)。延伸到体育产业基础现代化可理解为体育产业基础的高级化升级,具体指构筑稳固而强大的体育实体企业实力,即不断优化体育市场中人力、资本、土地、制度、技术与数据要素的基础服务能力,逐步实现自主可控、安全高效,降低对国外体育产业链供给体系的依赖,为体育产业向中高端迈进提供动态适配的全方位支撑条件,形成具有更强创新力、更高附加值、更安全可靠体育产业链供应链。这是中国式现代化进程中体育产业现代化的重要前提,要求我国体育产业不断壮大市场主体规模与增强生产要素实力。其一,壮大市场主体规模的目标任务包括:1)引导国有体育企业利用资产重组、股权投资等方式做大做强;2)培育不少于100家营收超百亿、品牌知名度高、国际竞争力强、行业带动性大的体育龙头企业;3)培育体育细分领域的中小微“专精特新”企业、“瞪羚”企业与单项冠军企业,并做优做强;4)巩固扩充国家体育产业基地,强化示范、辐射与带动作用。其二,增强生产要素实力的目标任务包括:1)体育产业高质量从业人员数量约占总就业人数的3%,达到人均体育服务人员分配合理化;2)建设更多规范性体育场地设施,满足大众体育参与消费需求;3)坚持社会主义基本经济制度,通过产融结合的多模块组合等(许嘉禾,2020),创新国内外融资渠道,增强体育企业或集团投融资效率;4)形成针对体育培训与赛事资本化运作等恶性竞争的规制条例,如出台细分领域的更详实“黑白名单”制度,构建优质体育市场营商环境;5)发挥技术与数据的重要驱动力,形成体育产业资源交易平台,通过多业态、多内容与多形式布局,提升体育产业链供应链应对外部挑战与机遇的韧性。

3.2 产业规模现代化: 成为国民经济的支柱性产业

产业规模现代化可简单指某一产业规模及效益达到国民经济支柱性产业的标准。支柱性产业指在一定时期内,一国或某一区域,在国民经济中占据较大份额,起着支撑性作用,并具有发展规模大、市场扩张能力强、产业

关联度强、技术密度高、经济效益好等特征的产业或产业集群(马晓燕,2005)。具体到体育产业规模现代化即体育产业成为国民经济的支柱性产业,这是中国式现代化进程中体育产业现代化的显著表征。其目标任务为:1)到2035年,我国体育产业增加值将超过8万亿元,体育产业增加值占GDP的比重将超过4%,成为国民经济的支柱性产业(黄海燕,2020);2)到2035年,我国经常参加体育锻炼的人数比例将达到45%,体育人口数约超6.3亿,使得较大人口基数下体育消费的强大动力得以充分释放,体育市场规模不断扩大;3)实现体育领域与医疗、卫生、旅游、餐饮、康养、国际交流等领域的横纵向深度融合发展,形成以体育为主导的国内外有效互动的关联效应;4)加快高科技赋能体育竞赛表演样板成果向体育健身休闲领域的普及性转化效率,实现体育企业商业模式与产品服务供给的数字化转型,体育数字经济形成一定规模;5)我国传统体育企业实现创新发展,供需链与价值链实现区域内、跨区域、跨国界等的充分拓展,营业收入与从业人员工资更加稳定,并形成规模效益。

3.3 产业结构现代化:实现体育产业结构高度化与合理化

未来体育产业结构改变要靠体育服务业加快发展,而不是降低制造业产出规模,体育产业结构调整与优化需要体育服务业与体育制造业共同发力(江小涓,2018)。体育产业结构现代化作为中国式现代化进程中体育产业现代化的内生要求,其目标任务应是实现体育产业结构的高度化与合理化,即在现有资源条件和技术水平的约束下,调整与现有经济发展水平不相适应的产业结构,根据现有需求结构和技术水平等条件科学配置生产要素,使产业结构从低级状态向高级状态转变,产业间与产业内的要素布局趋于协调且高关联的动态调整过程。这一目标任务具体体现在由仅追求体育服务业占比高转向对体育用品制造业的服务化转型与体育服务业的生活化转型两个方面。其一,参考制造业服务化转型的定义(杨蕙馨等,2020),体育用品制造业服务化转型指在现代信息技术支撑下,体育制造企业对接生产性服务活动,推动制造模式由单纯的生产性制造向服务型制造演变的过程。通过优化体育企业软硬要素投入产出比例,旨在形成如体育中介咨询、体育产品研发设计等的生产性服务业态,形成如体育产品服务的智能化、平台化与定制化等服务型制造业态,实现体育用品全产业链价值升级。其二,体育服务业生活化转型又称生活性体育服务业,依据《生活性服务业统计分类(2019)》,体育服务业生活化可理解为实现满足居民最终消费需求的体育服务活动,具体包括体育竞赛表演活动、电子竞技体育活动、体育健身休闲服务、体育教育与培训、体育出版物出版等覆盖全生命周期的高品质和多样化生活性体育服务,通过内生型发展形成长尾、规模效应等,真正发挥对体育产业的支撑作用。

3.4 产业体系现代化:形成现代化体育产业体系

产业体系包括现行与现代产业体系,现代产业体系是指代表生产、流通、组织与技术等未来发展方向的有国际竞争力的新型产业体系(芮明杰,2018)。基于此,现代体育产业体系指面向技术、需求的未来发展趋势,以创新为增长动力,聚集高端要素,从而更具高附加值、更可持续发展、更具国际竞争力的开放动态的新型体育产业体系(黄海燕等,2022a)。参考现代化产业体系的基本内容(杜传忠,2022),体育产业体系现代化作为中国式现代化进程中体育产业现代化的指导架构与框架内容,其目标任务应是多元治理主体在不断创新与优化现行体育产业构成要素及其结构的过程中,使体育产业在以实体经济为基本着力点的基础上,通过新质生产力,形成生产要素协同作用、充分利用新一轮科技革命与产业变革成果、产业深度融合、绿色低碳转型、开放、共享的产业体系,发挥现代化治理效能。1)产业发展实现协同化,即体育产业发展中科技创新与人力资源协同,金融与科技创新协同,共同建设现代化体育产业体系,支撑体育实体经济发展。2)产业发展实现数智化,即体育产业发展能够充分利用第四次工业革命的新生产要素、新技术创新成果,发挥数据要素的驱动力,实现数字经济对体育产业发展的全过程赋能。3)产业发展实现融合化,即通过体育用品制造业与体育服务业融合、体育产业与新一代信息技术产业融合、其他新业态与传统体育产业融合,形成数字体育产业化与体育产业数字化等融合发展模式。4)产业发展实现低碳化,即体育企业实现绿色经营,体育产业各细分业态实现低碳发展。5)产业发展实现开放化与共享化,即体育产业在政策、统计、标准、绩效与监管等方面的综合能力能够及时高效顺应体育市场发展的多元化需求。

4 新发展阶段体育产业现代化的实践遵循

通过深刻理解党的二十大报告总结凝练的习近平新时代中国特色社会主义思想的“六个必须坚持”,中国式现代化前进道路上的“五个重大原则”和“九个本质要求”,将三者要义嵌入中国式现代化经济建设视域中,审视新发展阶段体育产业现代化的内涵特征,结合其目标任务的艰巨性、动态性等,研究提出了新发展阶段体育产业现代化的七项实践遵循(图3)。

4.1 以守正创新与系统观念为体育产业现代化的价值引领

守正创新作为科学态度,是不断推进马克思主义中国化时代化的“金钥匙”,系统观念作为马克思主义哲学的基本观点,是社会主义分析问题、解决问题的唯物辩证法(韩庆祥等,2022)。习近平总书记多次强调,惟改革者进,惟创新者强,惟改革创新者胜。党的十九届五中全会提出,坚持系统观念是我国经济社会发展的重要原则,加快发展现代产业体系必然要遵循系统的理论和方法。党

的二十大报告将坚持守正创新、坚持系统观念作为社会主义各领域建设的重要方法论。这说明在全面建设社会主义现代化国家新征程中提升守正创新与系统观念的能力尤为重要,使得坚持守正创新与系统观念成为中国式现代化进程中体育产业现代化的价值引领。基于体育产业发展的特有指导理论体系缺失与“双循环新发展格局”和国内统一大市场的现实要求,新发展阶段体育产业现代化应在现有推进基础上体现“变”与“不变”、继承与发展、原则性与创新性的辩证统一过程,需将前瞻性思考、全局性

谋划与整体性推进作为体育产业各领域、各阶段、各区域、各业态、各要素面临高质量发展要求又进行现代化布局的现代性思想方法,如基于新结构经济学理论建构体育产业发展的特有理论体系、从多适配性解释角度增强体育产业领域的理论预设(刘亮等,2022)、系统论下体育产业高质量发展的“三维六类”支撑体系建设(王珺等,2023)、基于马克思主义经济发展思想分析数字经济时代中国体育产业与体育消费互动的内在机制(任波,2022)等,旨在为中国体育产业现代化提供系统性科学指引。

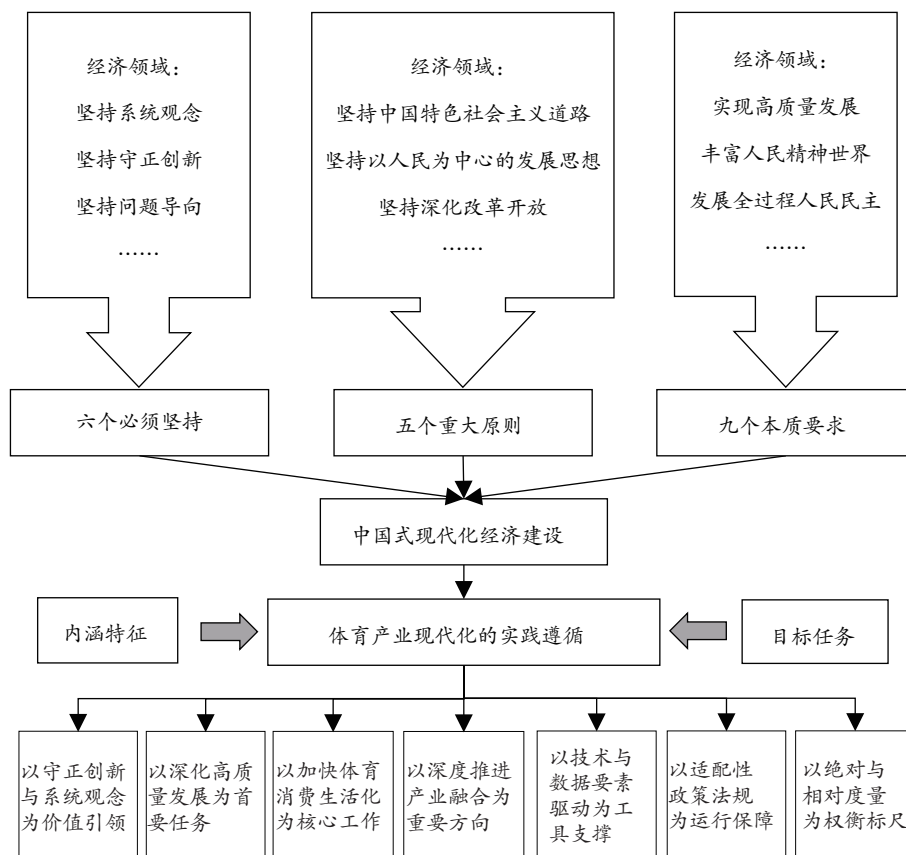


图3 新发展阶段体育产业现代化的实践遵循框架

Figure 3. The Practical Framework of Sports Industry Modernization in the New Development Stage

4.2 以深化高质量发展为体育产业现代化的首要任务

以现代经济增长理论与马克思主义经济发展理论为指导,高质量发展是我国顺应域外经济持续增长、经济增长质量与国内追求经济更高水平发展的双重交互需要。习近平总书记在关于《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》的说明中将“以推动高质量发展为主题”作为重点问题,要求新时代新阶段的发展必须是以质量与效益优先的高质量发展。党的二十大报告明确将高质量发展作为全面建设社会主义现代化国家的首要任务。这均包含了新发展阶段、新发展理念、新发展格局的内涵要义,高质量发展作为3个“新”内在关联的逻辑主线(刘志彪,2021),是一种与现实确定性存在距离或矛盾的动态未知

状态,而经济现代化作为追求经济高质量发展的长久目标(唐亚林,2022),使得新发展阶段体育产业现代化必须以全面贯彻新发展理念,以动力变革、效率变革与质量变革持续深化高质量发展,构建体育产业国内国际双循环新格局为首要任务。基于既要在高质量发展上取得显著性进展,又要加快进行体育现代化建设的双重使命,新发展阶段体育产业需在保持原有高质量发展一般性要义的基础上,准确把握体育产业高质量发展的特殊性规律,突出“量质”协同规定性(钟倪等,2023),并将其置于中国式现代化进程中,在中国式现代化体育新坐标下对体育产业的产业基础、产业规模、产业结构与产业体系等进行更具广度、深度与力度的高质量建设,旨在为中国体育产业现代化的长远布局提供坚实基础。

4.3 以加快体育消费生活化为体育产业现代化的核心工作

从发达国家的体育实践经验看,体育生活化是一种现代健康生活观念,其要求体育活动渗透到人们日常生活之中,与人们生活紧密结合,成为与日常生活中衣、食、住、行四大要素同样重要的第五大生活基本要素(黄美蓉等,2014)。《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》中要求,激发市场活力和消费热情,推动体育产业成为国民经济支柱性产业。党的二十大报告明确了增强消费对经济发展的基础性作用。《扩大内需战略规划纲要(2022—2035年)》更是突出全面促进消费,加快消费提质升级,并就促进群众体育消费做出具体要求。这说明了扩大体育消费对体育产业发展具有促进、推动与拉动等基础作用,使得加快体育消费生活化成为中国式现代化进程中体育产业现代化的核心工作。基于我国体育消费的需求引领性差,及其在人群、城乡与区域等的异质性特征,新发展阶段体育产业应以人的全面发展即实现人的现代化为出发点与落脚点,突出更全面、更普惠、更细化的理念来满足人民对体育美好生活的需要,通过将健康、智能、体验与时尚观念嵌入体育旅游、职业赛事、全民健身活动等,激发体育消费潜力(赵胜国等,2023),结合资源优势灵活拓宽以运动项目为中心的消费空间,催生覆盖全生命周期与全人群的体育消费“惯性模式”,加快经常参加体育锻炼人数向体育消费人口的规模性转化,形成中国特色体育消费的生活方式,旨在为中国体育产业现代化提供强大动力。

4.4 以深度推进产业融合为体育产业现代化的重要方向

产业融合是指不同产业或同一产业不同行业,通过资源、市场和技术等的相互渗透、交叉与重组,最终融合为一体,逐步形成新产业的动态发展过程,包括知识、技术、业务、产品及市场等融合方式(郭俊华等,2023)。因具有明显的乘数效应、倍增效应与扩散效应,已成为经济现代化发展的必然趋势与现实选择。《体育强国建设纲要》指出,加快推动互联网、大数据、人工智能与体育实体经济深度融合。《进一步促进体育消费的行动计划(2019—2020年)》提出,要积极实施“体育+”工程,推进体育与文化、旅游、养老、健康、教育、互联网、金融等产业融合发展,打造体育消费新业态。《“十四五”体育发展规划》强调,加快形成以健身休闲业、竞赛表演业等为龙头、高端制造业与现代服务业融合发展的体育产业体系。党的二十大报告更是强调,构建优质高效的服务业新体系,推动现代服务业同先进制造业、现代农业深度融合。可见产业融合是促进传统体育产业转型升级和全产业链高级化的应然举措,使得深度推进产业融合成为中国式现代化进程中体育产业现代化的重要方向。基于我国体育竞赛表演产业与体育健身休闲产业的产值不高、服务化指数偏低、支柱性辐射效应不足等问题,新发展阶段体育产业

应在积极响应乡村振兴、数字经济与提升产业链供应链韧性等的战略要求下,围绕“体育+”“+体育”从三方面进行融合突破。1)产业渗透即高新技术的渗透融合,要求加快高新技术及其相关产业对体育产业的渗透、融合,以形成体育产业的新业态、新模式。2)产业交叉即产业间的延伸融合,要求体育产业加强与文化、旅游等其他产业间的互补和延伸,以实现产业间的集群式融合发展。3)产业重组即产业内部的重组融合,要求体育产业对其产业链的上、中、下游企业进行重组融合,以催生更具附加值的新型体育产品或服务。

4.5 以技术与数据要素驱动为体育产业现代化的工具支撑

生产要素是随着生产力的发展而不断扩充的,当经济增长速度快于已知生产要素投入增长速度时,就预示着可能有新的生产要素产生,并形成原生产要素所不能解释的剩余产出(中国信通院,2023)。《关于构建更加完善的要素市场化配置体制机制的意见》将“数据”要素纳入我国市场配置中的新型生产要素。《中共中央国务院关于加快建设全国统一大市场的意见》提出,加快培育统一的技术和数据市场。党的二十大报告指出,科技是全面建设社会主义现代化国家的基础性、战略性支撑。这将技术与数据列为助力我国经济现代化发展的重要驱动资源,使得以技术与数据要素驱动成为中国式现代化进程中体育产业现代化的工具支撑。基于我国体育产业的研发设计投入低、智能化产品服务供给不力与价值链低端锁定等问题,新发展阶段应加大体育企业在决策管理、业务经营、流通与服务销售等全方位的“上云用数赋智”,利用平台、信息引流等方式实现体育产业的数字化、网络化、智能化转型。同时,充分利用技术与数据要素的非稀缺性、非均质性和非排他性,发挥其对人力、资本、土地等传统要素资源的整合联动,借助数字经济赋能的高效逻辑与规模效应,形成数字经济与体育产业深度融合的内外动力机制(沈克印等,2023),激发体育企业创新发展的活力,促进体育产业内生业态的衍生拓展及体育产业与其他产业的深度融合与关联,提升体育产业多元主体的协同、敏捷治理效能,旨在为中国体育产业现代化提供驱动引擎。

4.6 以适配性政策法规为体育产业现代化的运行保障

社会主义市场经济需要政策法规提供指导、监管和约束等保障。《国务院关于加强和规范事中事后监管的指导意见》提出分级分类、科学高效的监管原则,旨在加快打造我国市场化法治化国际化营商环境,凸显了国家以全过程监管的方式对已出台系列政策进行适配性优化的先进理念。党的二十大报告要求,必须更好发挥法治固根本、稳预期、利长远的保障作用,在法治轨道上全面建设社会主义现代化国家。这使得形成更加适配性政策法规成为中国式现代化进程中体育产业现代化的运行保障。

体育政策法规的适配性是从“有没有”到“好不好”的转变,其所侧重的是具有更有力维护人民权益、更及时顺应市场发展需要、更高效规制市场恶习的高配套性政策法规。《中华人民共和国体育法(2022年修订版)》增加了体育产业章节,提出了体育产业在发展定位和思路、内容和体系、创新要素培育、职业体育改革方向和区域协调发展方面的规定(黄海燕等,2022b),实现了体育产业立法从无到有的重大突破,为中国式现代化进程中体育产业现代化提供了重要依据。但其具体的适用性还需进一步验证,今后仍需坚持问题导向,剖析体育产业长期存在的深层次问题,聚焦未来实践可能遇到的新问题,并着重对体育产业在行业标准体系、竞争与价格机制失范等痛点问题上进行补足优化,旨在为中国体育产业现代化提供健康发展的市场环境。

4.7 以绝对与相对度量作为体育产业现代化的权衡标尺

绝对论认为“世界一切一切都是相对的,绝对没有绝对”,相对论认为“有绝对才会有相对,有相对才可能有绝对”。习近平总书记强调,现代化道路并没有固定模式,适合自己的才是最好的,不能削足适履。这充分说明了现代化与高质量发展、可持续发展等类似,是一种渐进的、动态质变的国际与国内、整体与局部的相对过程,很难形成完全绝对统一的标准或模式。而在这一过程追求中要想取得实质性进展,不可仅停留于理论探讨,应具备一定的绩效评估(李帅帅等,2022),使得以绝对与相对度量成为中国式现代化进程中体育产业现代化的权衡标尺。基于我国体育产业统计类别有待进一步精确细化、大部分地区体育产业统计数据发布不力等,新发展阶段中国体育产业的绝对与相对度量需紧抓中国国情与区域实际,以人民群众体育消费的满意度为中心、以体育产业发展带来的综合效益为追求,在遵循吸收借鉴、可量化皆量化、目标有效指引至上等原则的基础上,准确把握现代化普遍性和特殊性的辩证关系,从整体与局部明确中国式现代化进程中体育产业宏观、中观、微观推进的预测性、规划性及阶段性规律,客观设定和灵活调整定性与定量战略目标,实际发展中参考高质量发展、可持续发展的绝对与相对实践探索和评价经验,从产业基础、产业规模、产业结构与产业体系等维度设计科学合理且较为统一的体育产业现代化评价指标体系,旨在为中国体育产业现代化提供更强操作性的参考依据。

5 新发展阶段体育产业现代化的推进路径

中国式现代化道路是立足实际、面向世界、突出中国特色的现代化建设(赵冰梅等,2023),其核心要义为“赶上、超越与引领”世界的现代化。参考新时代我国体育产业高质量发展在运动项目、区域及城乡、新空间载体、细分产业、产业链、供需侧、内容与运营等方面的理论与实

践经验(邓梦楠等,2023;李帅帅等,2022;徐开娟等,2019;杨向军等,2022),新发展阶段体育产业现代化应紧抓七项实践遵循要求,以人的现代化为中心,通过多元主体的协同力量,利用技术与数据等现代化要素,依据体育产业现有基础、规模、结构与体系状况,重点从运动项目产业现代化、体育产业链现代化、区域体育产业一体化与城乡体育产业融合发展四方面进行深化推进。这四条路径的实现通路均由主体层、资源层、模式层、机理层和目标层构成。其中,主体层指体育产业发展的有为政府——体育行政、财税、监管等部门,有效市场——体育企业自生能力,有机社会——研学机构、体育社会组织与消费者等参与力量(朱菊芳等,2023);资源层包含体育产业的多元化美好体育需求与多类型体育资源要素供给及其有效适配;模式层即体育产业实际推进的选择类型;机理层则是不同模式所对应的运行方式;目标层为主体层、资源层、模式层和机理层相互作用后的最终目的或结果,旨在从产业基础、产业规模、产业结构与产业体系等方面实现中国体育产业现代化,且始终与国际体育产业先进水平进行动态比照。追本溯源,新发展阶段体育产业现代化是体育及其相关生产活动与服务的现代化过程,其本源仍是以“人的现代化+工具现代化”为根本,通过体育消费的持久动力、创新驱动的先进方式来推动实现的(图4)。

5.1 内容型路径:以运动项目产业现代化内驱体育产业现代化

从运动项目的历史、文化、经济发展规律看,运动项目是体育产业的“元”逻辑(李荣日等,2017)。国际经验表明,运动项目作为体育的表现形式,是体育的具体内容,几乎所有体育产业发达的国家和地区都有其特色的运动项目产业(国家体育总局,2017)。这说明新发展阶段体育产业现代化最根本、最基础和最关键的就是实现运动项目产业的现代化。由于运动项目种类的多样性及其推广扩散的水平不同,大众往往会选择性地参与某些运动项目,长此以往便构成了热门、传统与新兴运动项目类别,对应的也就产生了热门、传统与新兴运动项目产业,而这就造成了不同运动项目的市场份额占比不同,从而形成运动项目产业的规模效应与长尾效应。基于此,运动项目产业现代化应着重发挥热门运动项目的主导作用和传统、新兴运动项目的汇聚与扩充作用,以“滚雪球”式推动新发展阶段体育产业的内容型现代化(图5)。

5.1.1 发挥热门运动项目的主导作用

应以竞技体育与职业体育的主流运动项目为核心,发挥全国单项体育协会的主体作用,借助“协院共建运动项目学院”(陶明明等,2022)等平台,研制中国特色运动项目技能等级标准与专业化智库。通过现代化转播技术与宣传手段,推广“村BA”“村超”等中国体育运动新模式,促进城乡大众对篮球、足球、乒乓球、游泳与跑步等喜闻

乐见运动项目在科学参与、技能掌握与赛事文化打造等方面需求的高水平升级,逐步养成大众对热门运动项目在智能装备、技能培训、竞赛表演等的“实物型—观赏型—

参与型”链式消费习惯,以体育消费生活化促成中国主流运动项目的消费文化,并着重提升不同群体的体育参与型消费比重,不断推进中国体育产业的现代化规模效应。

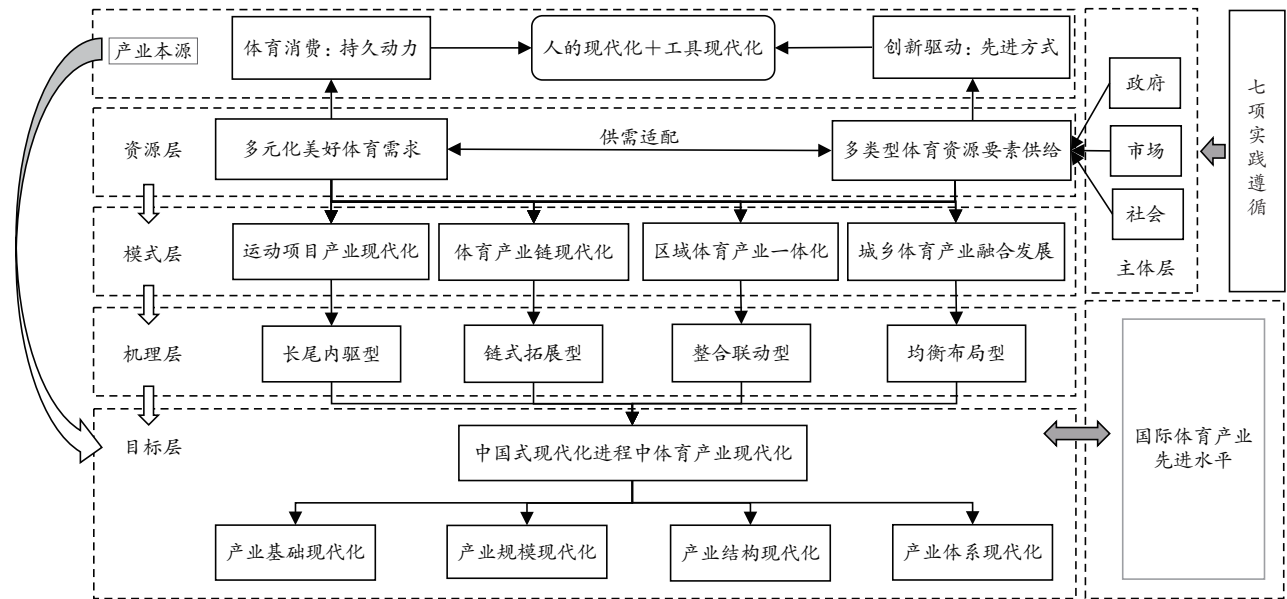


图4 新发展阶段体育产业现代化的本源及推进路径模型

Figure 4. The Origin and Advancement Path Model of Sports Industry Modernization in the New Development Stage

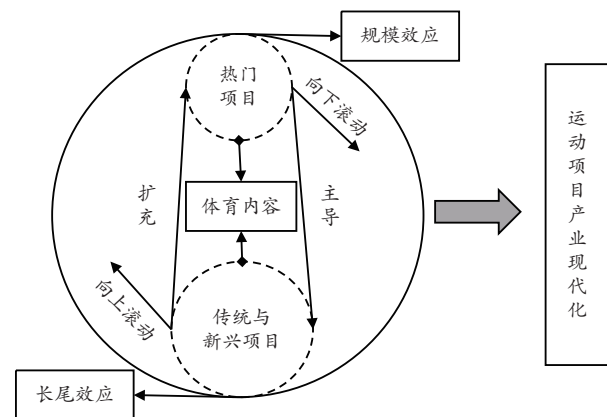


图5 体育产业“滚雪球”式的内容型现代化路径

Figure 5. Content-Driven Modernization Path of the Sports Industry with “Snowball Effect”

5.1.2 发挥传统、新兴运动项目的汇聚与扩充作用

应以民族传统体育与户外休闲体验式运动项目为突破口,充分考量各传统与新兴运动项目在受众群体、参与兴趣、娱乐休闲等方面的需求、吸引力及潜力,利用数字媒介、网络组织、视域融合(黄元聘等,2021)等方式构建专门的运动圈子与实体销售及体验门店,发挥全国各类运动项目小群体实物型消费的汇聚作用,形成中国式传统与新兴运动项目的小众消费理念与模式,推进中国体育产业现代化的长尾效应。同时,应把握奥运会、亚运会、全运会、省运会等赛事对运动项目类别调整的契机,利用全民健身系列赛事活动与业余体育培训课程等,通

过中心化与非中心化的“双轨制”创新扩散系统(孙晋海等,2019),加强相关运动项目在国内社会体育指导员与参与人群等方面的创新扩散,以促进传统与新兴运动项目的市场化与社会化,形成部分传统与新兴运动项目的热门性转化,推动民族传统与新兴运动项目由实物型消费向参与型和观赏型消费转变,以增加中国体育产业的主流运动项目消费基数,进一步扩充体育消费规模。

5.2 链条式路径: 以体育产业链现代化支撑体育产业现代化

从发达国家演进规律与我国体育产业发展的顶层设计看,体育产业已形成了较为可行的“一体两翼”双链思路(图6),即以体育产业为主线,聚焦体育竞赛表演产业与体育健身休闲产业作为本体产业的支撑性,以产业链拓展的形式,将体育用品制造业及其相关产业囊括到体育健身休闲产业链和体育竞赛表演产业链,形成完整的体育产业链,这成为新发展阶段体育产业现代化的链条式推进路径。基于此,依据产业链的内涵及构成,发现体育产业链现代化应具体落脚到供需链、企业链、空间链和价值链的“四链”现代化(马培艳等,2022)(图7)。

5.2.1 推动体育产业供需链现代化

应以市场经济为导向,深化实施扩大内需战略,坚持“双循环”新发展格局下供给创造需求、需求牵引供给的供需双向发力思路,以体育产品服务的生产—采购—销售—消费为主要内容(焦强等,2023),打造大数据信息平台等现代化技术链,瞄准中国超大市场规模,构建能够精准满足大众多样化层次性参与竞赛表演与健身休闲消费

的现代化内需体系、供给体系,并从供需总量——规模经济效应、结构——范围经济效应、质量——质量经济效应、均衡——福利经济效应等维度(柴王军等,2023),形成体育产业现代化的供需动态适配机制。

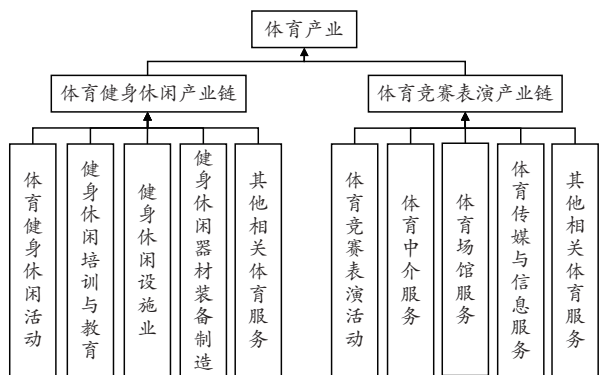


图6 体育产业“一体两翼”双产业链图谱(姜同仁等,2020)

Figure 6. Dual Industrial Chain Diagram of the Sports Industry: Core Industry and Two Wings (Jiang Tongren et al., 2020)

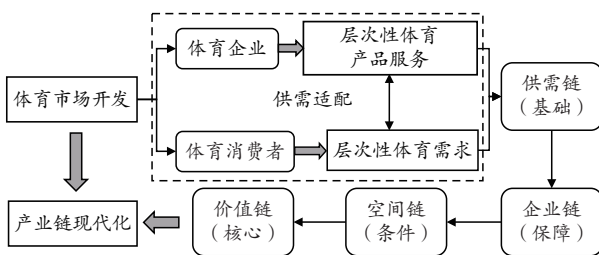


图7 体育产业“四链”的链条式现代化路径

Figure 7. “Four-Chain” Based Modernization Path of the Sports Industry

5.2.2 推动体育产业企业链现代化

应增强先进技术、管理理念等对体育竞赛表演与体育健身休闲企业的全过程赋能,选择性扶持培育并扩充具有较强产业带动与辐射作用的龙头体育企业。基于体育产品服务生产链,形成围绕竞赛表演与健身休闲为主导的中下游体育及其相关企业,健全体育产业的一条龙企业链网,增强我国体育产业链的整体韧性,为价值链拓宽提供原动力,通过体育企业链的集体协作与业务分工互补,发挥以体育服务业为主导的稳定型融合消费优势。

5.2.3 推动体育产业空间链现代化

应以各省(自治区、直辖市)的足球与篮球等职业体育俱乐部为空间链中心,根据体育产业发展的地区差异,突出人口、经济、交通等资源优势,进行体育健身休闲与竞赛表演企业的异质性布局。推广国家体育消费试点城市建设经验,借鉴我国在线上直播、“路人王”挑战赛、便利超市、地摊经济等较为成熟的运营模式,创新中国体育健身休闲与竞赛表演企业在场景体育竞赛、线上体育训

练课程、“便利店式”健身、地摊健身等的消费新模式,并通过连锁性拓展、聚集性整合与竞争性筛选,形成体育产业的现代化空间链。

5.2.4 推动体育产业价值链现代化

应培育体育企业家精神,转型升级体育市场的价值定位。以体育产品服务的研发设计与营销服务为关键抓手,利用体育产业交易平台与体育企业链网等现代化技术手段,吸收国外先进模式,整合透析中国人群特征、身体结构与多样化体育需求,明确各类体育企业发展的市场定位,开发中国体育健身休闲与竞赛表演企业所特有的商业模式、课程内容与竞赛体系等(李湘浓等,2022),并打造根植中国文化的体育企业品牌,激活国内体育大市场,提升国际体育市场话语权与竞争力,实现体育产业的现代化价值创造与增值。

5.3 整合型路径:以区域体育产业一体化聚力体育产业现代化

区域一体化指国家(地区)间或国内省(自治区、直辖市)区域间利用跨国公司或跨域企业、一体化组织、联盟等方式将边界和制度等壁垒弱化或消除,以谋求经济共同发展的一种现代化模式(Tinbergen, 1954),其是全球化的必要过程,凸显了“抱团取暖”的系统联动思想。借鉴发达国家体育都市圈一体化与城市体育服务综合体的现代化经验,我国创新性地形成了具有中国特色的区域体育产业一体化发展模式,这成为新发展阶段体育产业现代化的整合型路径。基于此,参照中国特有区域空间布局及国内大循环需要,中国区域体育产业一体化应从特定地理空间区域、重点区域和整体区域三方面,进行外向延伸、全域扩张的“圆环式”聚力推进(图8)。

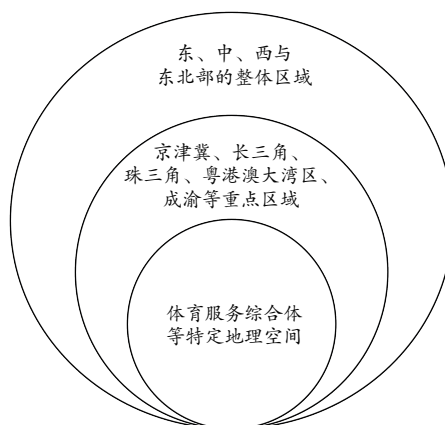


图8 体育产业“圆环式”的区域整合型现代化路径

Figure 8. Regional Integrated Modernization Path of the Sports Industry with “Circular Concerted Efforts”

5.3.1 推进特定地理空间区域体育产业一体化

应突出先进运行模式与理念,依托主体功能区战略,参照美国体育娱乐区在融资、经营管理、功能布局、消费

需求、营商环境等方面的建设经验(陈元欣等,2022),利用闲置工业空间、数智管理信息系统与场景消费理念等,创新我国现有城市体育服务综合体、乡镇体育特色小镇、体育公园、冰雪运动区域、国家体育产业示范基地、国家体育消费试点城市等在竞赛表演、健身休闲与娱乐等的特定空间结构布局,灵活发挥以体育为主导的“1+X”多业态空间集聚与服务互补功能,同时,在现有城市与乡镇服务综合体中植入体育元素,探索体育参与的“X+1”服务业态,形成能够满足一定区域多样化体育消费需求的特定空间一体化现代化服务。

5.3.2 推进重点区域体育产业一体化

应突出示范窗口打造,依托区域重大战略,从国内外先进案例中,试验性拓展与优化京津冀、长三角、珠三角、粤港澳大湾区、成渝等重点区域体育产业一体化发展模式。借助联席会议、跨区域协调领导小组、孵化平台、政产学研用协同创新中心等在规划设计、区域资源协同联动、政策制定与案例解读方面的优势力量,实践中探索既符合各区域发展特色,又顺应重点区域一体化发展要求的新样板,并形成具体落实的推广机制或协议方案,以促进广大地区更好实施体育产业一体化现代化。

5.3.3 推进东、中、西与东北部体育产业一体化

应突出整体协同布局,依托区域协调发展战略,把握东部加快推进现代化、中部崛起新局面、西部大开发形成新格局、东北全面振兴取得新突破在体育产业领域的具

体延伸。借助各地域在经济、创新、文化、生态旅游、品牌赛事或赛事遗产等方面的资源禀赋,通过科技赋能、建立区域合作共同体等方式,对东、中、西与东北部进行优势资源整合、关键要素集聚与重点方面突破,形成区域体育产业一体化的差异化布局 and 专业化发展模式,在利益互换、优势互补中激活体育产业的整体消费需求活力。

5.4 均衡型路径:以城乡体育产业融合发展统筹体育产业现代化

中国城乡关系经历了从城乡二元体制建立与巩固、城乡统筹发展、城乡一体化到城乡融合发展的多重转变。城乡融合发展是统筹推进新型城镇化和乡村振兴两大国家战略的重要途径,其关键在产业。基于城乡产业一体化,城乡体育产业融合发展指在生产高度发达条件下,城乡完全融合,互为资源、互为市场、互为空间,互相服务,达到城乡体育产业在产业内与产业间协调发展的过程,是城乡现代化发展的表现形态。一直以来,基于区域经济的异质性影响,我国城乡体育产业发展存在着严重的失衡现象,体育产业最艰巨最繁重的任务仍然在乡村,这使得如何统筹城乡体育产业融合发展成为新发展阶段体育产业现代化的均衡型路径。基于此,遵循共同富裕的使命要义,中国城乡体育产业融合发展应以“城市与乡村两手都要抓、两手都要硬”为遵旨,在发展城市体育产业的同时,着重从城乡体育资源交互与体育资源嵌入乡村经济两方面进行统筹推进(图9)。

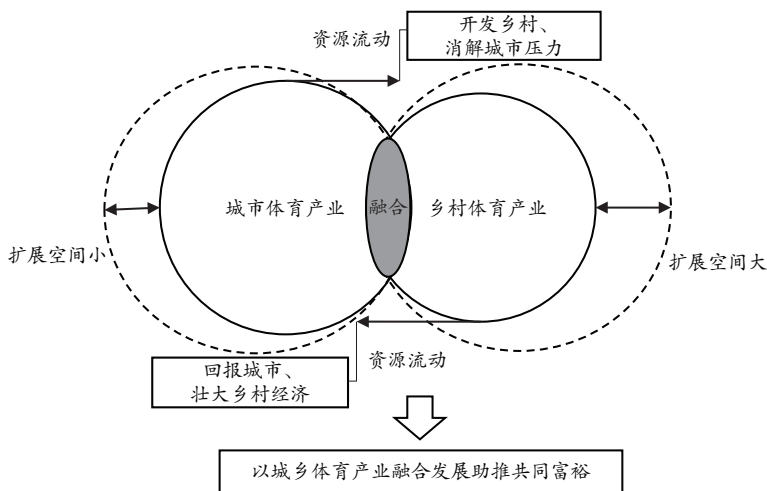


图9 体育产业“融合交互”的城乡均衡型现代化路径

Figure 9. Urban-Rural Balanced Modernization Path of the Sports Industry with “Integration and Interaction”

5.4.1 畅通城乡体育资源的交互通路

应以“资源识别—资源导入—资源统筹”为城乡体育产业融合发展的交互通路(王函明等,2023)。1)应明确城乡体育发展的优势与劣势,形成二者交互的优势资源库,如乡村在城乡体育资源交流中具有运动项目、体育旅游、体育文化和乡村土地等资源优势,城市则具有人才、

资金以及与体育直接相关的赛事资源优势。2)应根据城乡发展的体育需求,将城市中具有比较优势的资源注入乡村,以开发乡村体育产业,弥补城市发展的资源压力,而乡村在承接城市体育资源后,可催生乡村特色体育业态,并逐渐形成一定规模,产生乡村体育消费的扩散效应,以各种渠道回报城市体育产业发展。3)城乡在进行

体育资源交互的过程中,能够促使城乡体育资源的交叉融合与配置优化,实现城乡体育产业间的跨域分工与合作,有利于达到城乡体育产业的利益最大化,形成城市与乡村体育产业融合发展新格局。

5.4.2 强化体育资源对乡村经济嵌入

应在把握土地、融资与利益分配等核心要素的基础上,利用村民自主与政府服务型主导的方式(朱罗敬等,2023),结合《户外运动产业发展规划(2022—2025年)》等要求,从产业融合、体育消费场景营造、体育赛事活动供给等方面大力开发乡村体育经济,以提高乡村居民人均可支配收入,壮大乡村体育产业综合实力。1)应开发乡村特色自然资源,深化“体旅农商”融合发展,如支持乡村集体企业利用当地资源,向体育用品企业供应原材料;支持乡村开通体育短视频账号、体育旅游小程序等平台,推出一批乡村体育旅游精品线路和网红打卡地等,多渠道带动村民就业创收,为乡村经济赋能。2)应在推进农村土地产权转让改革中,统筹规划建设健身休闲绿道、山地户外营地、研学旅行基地、体育培训基地等,打造具有田园风光、乡土风情的体育特色村庄和配套户外运动设施,创设满足全家庭成员、全年龄段、多层次、多样化户外休闲需求的消费场景。3)应依据地方民俗、节日、集市活动等特色,支持有条件的乡村因地制宜举办群众喜闻乐见、丰富多彩的体育赛事活动,特别是适合全家庭参与的乡村体育主题赛事,以挖掘赛事价值链,打造乡村区域体育赛事品牌影响力,通过赛事的开展与举办吸引更多社会资本入驻,为乡村基础设施建设提供可持续性资金,进而实现以体育提高乡村现代化生活水平的远景目标。

6 结束语

中国式现代化是涉及政治、经济、文化、社会与生态“五位一体”的现代化,是一种动态的、多元的系统性推进过程。以新发展阶段体育与经济建设为论域,体育产业现代化作为中国式现代化体育的重要内容,也是中国式现代化经济建设的重要力量。鉴于中国式现代化的新内涵、新特征、新要求,研究对中国体育产业现代化发展的“历史-理论-现实”三重逻辑进行了检视,厘清了新发展阶段体育产业现代化的内涵特征,从产业基础、产业规模、产业结构与产业体系四方面整合梳理了新发展阶段体育产业现代化应达到的目标任务。着眼国内外现实状况与未来趋向,中国体育产业现代化还任重道远,需坚持以守正创新与系统观念为价值引领、以深化高质量发展为首要任务、以加快体育消费生活化为核心工作、以深度推进产业融合为重要方向、以技术与数据要素驱动为工具支撑、以适配性政策法规为运行保障、以绝对与相对度量权衡标尺的实践遵循,重点从运动项目产业现代化、体育产业链现代化、区域体育产业一体化与城乡体育产

业融合发展四方面进行现代化实践探索,以助推加快体育强国建设战略目标的现代化号角。

参考文献:

- 柴王军,姚浩江,师浩轩,等,2023.“双循环”新发展格局下体育产业供需适配的演变历程、作用机理与治理路径[J].沈阳体育学院学报,42(3):16-23.
- 陈元欣,时宵,陈磊,等,2022.美国体育娱乐区建设经验及其启示[J].首都体育学院学报,34(1):109-116.
- 蔡朋龙,李树旺,2022.体育产业结构优化中体育服务业占比研究[J].体育学刊,29(1):53-60.
- 蔡朋龙,汪毅,2023.新发展阶段中国现代体育产业体系构建研究[J].天津体育学院学报,38(4):412-419.
- 戴红磊,2023.中国式现代化进程中体育产业高质量发展的现实挑战、原则遵循与实现路径[J].天津体育学院学报,38(4):399-404.
- 邓梦楠,李书娟,2023.乡村体育产业高质量发展赋能乡村振兴思考[J].体育文化导刊(10):27-34.
- 董红刚,孙晋海,2021.体育产业:以关键词为视角的学术观念史叙事[J].体育与科学,42(5):37-45.
- 杜传忠,2022.我国现代化产业体系的特征及建设路径[J].人民论坛(24):22-25.
- 傅钢强,刘东锋,2021.新中国成立以来党领导我国体育产业发展的历史逻辑与经验启示[J].沈阳体育学院学报,40(2):118-123.
- 国家体育总局,2017.深入改革发展运动项目产业发展方兴未艾[EB/OL].(2017-12-11)[2023-08-28].<https://www.sport.gov.cn/n20001280/n20745751/n20767297/c21171586/content.html>.
- 国家体育总局,2021.体育总局关于印发《“十四五”体育发展规划》的通知[EB/OL].(2021-10-25)[2023-08-28].<https://www.sport.gov.cn/n315/n330/c23655706/content.html>.
- 国家体育总局,2023.总结成绩把握形势:努力推动体育产业高质量发展[EB/OL].(2023-05-26)[2023-08-28].<https://www.sport.gov.cn/n20001280/n20067608/n20067635/c25636157/content.html>.
- 国家统计局,2022.2021年全国体育产业总规模与增加值数据公告[EB/OL].(2022-12-30)[2023-08-28].https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202302/t20230203_1901698.html.
- 郭俊华,冯雪,2023.体育产业融合发展赋能乡村振兴:逻辑理路与推进路径[J].西安体育学院学报,40(2):178-187.
- 韩庆祥,王海滨,2022.全面深入把握习近平新时代中国特色社会主义思想的世界观和方法论[J].中国党政干部论坛,408(11):24-30.
- 何继新,罗永泰,2015.城市社区公共物品供需双边匹配决策模型[J].财经科学(8):79-90.
- 黄海燕,2020.推动体育产业成为国民经济支柱性产业的战略思考[J].体育科学,40(12):3-16.
- 黄海燕,2022a.中国式现代化进程中的体育产业:发展趋势与变革路径[J].西安体育学院学报,39(6):526-536.
- 黄海燕,2022b.新阶段、新形势:我国体育产业发展战略前瞻[J].上海体育学院学报,46(1):20-31.
- 黄海燕,康露,2022a.新时代体育产业高质量发展的理论逻辑与实施路径[J].体育科学,42(1):15-34.
- 黄海燕,康露,刘蔚宇,等,2022b.体育产业高质量发展的法治保障研究:基于《中华人民共和国体育法》修订的思考[J].体育学研究,36(4):1-11.
- 黄美蓉,翟一飞,2014.体育生活化概念研究困境与思考[J].沈阳体育学院学报,33(1):24-27.

- 黄新华,黄英,2022.推进中国式现代化的规划治理:过程、特征与机理[J].厦门大学学报(哲学社会科学版),72(5):30-43.
- 黄元骋,王红震,2021.新时代智能体育与传统体育融合发展研究[J].沈阳体育学院学报,40(5):54-60.
- 姜同仁,张林,王松,等,2020.中国体育产业演进的内在逻辑、政策趋向和高质量发展路径[J].天津体育学院学报,35(6):658-665.
- 江小涓,2018.中国体育产业:发展趋势及支柱地位[J].管理世界,34(5):1-9.
- 焦强,范尧,2023.全产业链视角下我国体育产业供求均衡的问题论域、困境归因与政策保障[J].沈阳体育学院学报,42(1):131-137.
- 李荣日,叶锦,2017.体育产业“元”逻辑:运动项目[J].体育与科学,38(3):94-100.
- 李帅帅,杨尚剑,董芹芹,等,2022.新发展阶段体育产业高质量发展的逻辑遵循与深化路径[J].山东体育学院学报,38(6):31-38.
- 李湘浓,修文丽,2022.“双减”政策下体育培训产业价值链转型升级研究[J].体育学刊,29(6):64-70.
- 林毅夫,2017.新结构经济学的理论基础和发展方向[J].经济评论(3):4-16.
- 林毅夫,2020.如何理解新结构经济学与世界经济发展[EB/OL].(2020-03-20)[2023-08-28].<https://finance.sina.com.cn/world/gj/cj/2020-03-20/doc-iimxyqwa2032659.shtml>.
- 刘亮,吕万刚,赵晓慧,等,2022.我国体育产业高质量发展的内涵辨析、理论预设与政策意蕴[J].武汉体育学院学报,56(6):55-62.
- 刘青,2022.中国式现代化的体育意涵与体育的时代价值彰显论析[J].上海体育学院学报,46(12):1-9.
- 刘志彪,2021.高质量发展是三个“新”内在关联的逻辑主线[J].人民论坛(7):46-49.
- 马德浩,2021.我国体育产业供需矛盾现状及应对策略[J].体育文化导刊(3):67-73.
- 马培艳,张瑞林,陈圆,2022.产业链现代化背景下我国体育产业链治理的理论要素、实践困境与优化路径[J].上海体育学院学报,46(3):95-104.
- 马晓燕,骆玲,2005.基于支柱产业理论体系构建的研究[J].财经科学(5):134-140.
- 任波,2022.数字经济时代中国体育产业与体育消费互动的内在机制与升级策略[J].山东体育学院学报,38(3):25-34.
- 芮明杰,2018.构建现代产业体系战略思路、目标与路径[J].中国工业经济(9):24-40.
- 邵桂华,王晨曦,2022a.新发展格局下体育产业链现代化发展:问题论域、动力机制与实践路径[J].沈阳体育学院学报,41(4):111-117.
- 邵桂华,吴小圆,2022b.中国式体育强国:科学内涵、基本特征与实践要求[J].天津体育学院学报,37(6):644-649.
- 沈克印,段嘉琦,牟琳琳,2023.数字经济与体育产业深度融合的动力机制研究[J].体育学研究,37(3):53-64.
- 孙辉,刘冬磊,王子朴,2023.中国式现代化视域下冰雪产业高质量发展:基础、使命与路径[J].沈阳体育学院学报,42(2):9-16.
- 孙晋海,赵雅萍,2019.双轨制扩散系统:全民健身的创新扩散模式研究[J].北京体育大学学报,42(10):10-18.
- 唐亚林,周昊,2022.走自己的路:中国式现代化的理论演进、路径选择与价值追求[J].理论探讨(5):29-38.
- 陶明明,郑家鲲,王学彬,2022.体教融合视角下单项体育协会与体育院校共建运动项目学院的思考[J].天津体育学院学报,37(4):411-417.
- 王函明,徐开娟,2023.体育促进城乡资源双向互动的理论框架与实践思考:基于浙江省金华市“体育+”特色村(居)的案例研究[J].中国体育科技,59(5):93-103.
- 王家宏,董宏,2022a.文化自信视域下中国式体育现代化要素内涵式发展方略研究[J].天津体育学院学报,37(6):626-631.
- 王家宏,郑国荣,2022b.中国式体育现代化与体育强国建设[J].武汉体育学院学报,56(12):10-17.
- 王珺,张文静,沈克印,2023.体育产业高质量发展的支撑体系与策略探讨[J].武汉体育学院学报,57(1):58-64.
- 王璇,沈克印,2023.中国式现代化视域下数字经济助推体育产业高质量发展的实施路径[J].沈阳体育学院学报,42(4):115-121.
- 王雪莉,付群,郑成雯,2020.中国体育产业高质量发展的现实挑战与路径探索[J].北京体育大学学报,43(1):1-15.
- 魏婕,杜欣娱,任保平,2021.中国产业基础能力的时空演变格局:产业现代化视角的产业基础能力评价与分析[J].西部论坛,31(6):49-66.
- 习近平,2022.高举中国特色社会主义伟大旗帜、为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗:在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[M].北京:人民出版社:22-23.
- 鲜一,程林林,2020.体育强国建设背景下体育产业链现代化研究[J].体育文化导刊(3):78-84.
- 新华社,2021.习近平:深入学习坚决贯彻党的十九届五中全会精神确保全面建设社会主义现代化国家开好局[EB/OL].(2021-01-11)[2023-08-28].http://www.gov.cn/xinwen/2021-01/11/content_5578954.htm.
- 新华网,2022.中国体育上市公司即将迎来50家,去年营收突破2581亿元[EB/OL].(2022-12-31)[2023-04-16].http://www.xinhuanet.com/sports/2022-12/31/c_1129247787.htm.
- 熊斗寅,1980.现代体育与体育现代化问题初探[J].北京体育学院学报(1):4-15.
- 许嘉禾,2020.体育产业产融结合:生成逻辑、模式抉择与对策研[J].体育科学,40(1):26-41.
- 许坚,周勇,2022.技术赋能体育市场监管体系现代化:逻辑、困境与纾解[J].沈阳体育学院学报,41(4):125-130.
- 徐开娟,黄海燕,廉涛,等,2019.我国体育产业高质量发展的路径与关键问题[J].上海体育学院学报,43(4):29-37.
- 杨蕙馨,孙孟子,杨振一,2020.中国制造业服务化转型升级路径研究与展望[J].经济与管理评论,36(1):58-68.
- 杨向军,郭修金,2022.城乡体育融合发展的历史契机、内在机理及路径选择[J].体育学研究,36(2):65-74.
- 易剑东,2019.论体育产业的发展逻辑[J].体育学研究,2(4):1-12.
- 赵冰梅,杨志明,2023.中国式现代化道路的概念、演进、特征及经验启示[J].长江师范学院学报,39(2):17-25.
- 赵胜国,王健,2023.新发展阶段激发体育消费潜力的逻辑理路与现实进路:基于供需动态平衡的分析框架[J].体育科学,43(4):49-60.
- 中国信通院,2023.《数据要素白皮书(2022)》[EB/OL].(2023-01-09)[2023-08-28].<http://221.179.172.81/images/20230109/27521673243065730.pdf>.
- 钟倪,任君保,张春燕,等,2023.体育产业高质量发展的“量”与“质”协同问题研究[J].体育学研究,37(3):95-107.
- 朱传耿,郭修金,王凯,等,2023.中国式体育现代化研究[J].体育学研究,37(1):1-14.
- 朱菊芳,胡若晨,郑佳佳,2023.体育市场高质量发展:“有效市场—有为政府—有机社会”协同推进机制与实现路径[J].成都体育学院学报,49(5):62-69.
- 朱罗敬,杨叶凌,李兵,2023.体育产业项目何以能嵌入农村?基于

A Theoretical Examination and Practical Vision of Sports Industry Modernization in the Process of Chinese-Style Modernization

LI Shuaishuai, YANG Shangjian*

College of Physical Education, Shandong University, Jinan 250061, China

Abstract: The modernization of the sports industry is an important aspect of the Chinese-style modernization process and is essential for achieving the strategic goal of building a sports power in the new era. By using the methods of literature research and logical analysis, on the basis of “history-theory-reality” logical review of the modernization development of China’s sports industry, according to the core essence of Chinese modernization in the new development stage, combined with the theoretical dimension and practical experience of sports industry, this paper systematically combs the connotation characteristics, target task, practice follow and advancement path of sports industry modernization in the process of Chinese modernization. According to the research, the modernization of sports industry in the process of Chinese-style modernization has four target tasks, seven practices follows and four advancement paths. 1) The target tasks for the modernization of the sports industry in the process of Chinese-style modernization: modernization of the industry foundation (achieving advanced development of the sports industry foundation), modernization of industry scale (becoming a pillar industry of the national economy), modernization of industry structure (achieving a highly efficient and rational sports industry structure), and modernization of industry system (forming a modern sports industry system). Furthermore, the study identifies seven principles and four pathways for the practice and promotion of the modernization of the sports industry in the process of Chinese-style modernization. 2) The practice follows for the values of upholding tradition, innovation, and a systemic perspective; prioritizing the deepening of high-quality development; making the acceleration of sports consumption and lifestyle a core focus, emphasizing the deep integration of industries; utilizing technology and data as driving tools; ensuring operational security through adaptive policies and regulations; balancing absolute and relative metrics. 3) The advancement paths for content-driven modernization pathway based on the modernization of sports events, chain-based pathway supported by the modernization of the sports industry chain, integrated pathway focusing on regional integration of the sports industry, and balanced pathway coordinating the integration of urban and rural sports industries.

Keywords: Chinese-style modernization; modernization of sports industry; connotation characteristics; target task; practice follow; advancement path

