

“十五五”时期我国体育产业发展的形势研判及思路建议

任波

(上海体育大学 经济管理学院, 上海 200438)

摘 要: 探究“十四五”时期体育产业发展的现状, 分析“十五五”时期体育产业发展的形势并提出建议。研究认为“十四五”时期, 我国体育产业的规模不断提升, 但仍不大; 结构不断改善, 但仍不优; 市场主体不断增长, 但仍不多; 消费基础不断夯实, 但仍不牢; 经济贡献不断加大, 但仍不足; 吸纳就业不断扩大, 但仍不强; 体育创新要素愈发凸显, 但体育产业领域新质生产力仍薄弱。“十五五”时期体育产业发展呈现出质量效益将显著提升、有效供给将不断扩大、现代体育产业体系将逐渐形成、科技将成为核心动能、供需将有效匹配、市场主体将不断壮大、数字化转型将不断加快等形势。鉴于此, 提出强化体育产业政策落实、优化体育消费环境、增加各类生产要素供给、促进数字经济与体育产业融合、构建现代体育产业体系、推动体育产业创新发展、培养体育产业领域新质人才等“十五五”时期体育产业发展建议。

关 键 词: 体育产业; 高质量发展; 新质生产力; “十五五”时期

中图分类号: G80-05 **文献标志码:** A **文章编号:** 1006-7116(2025)03-0087-08

Analysis and suggestions on the development of Chinese sports industry during the 15th five year plan period

REN Bo

(School of Economics and Management, Shanghai University of Sport, Shanghai 200438, China)

Abstract: Exploring the current situation of sports industry development during the 14th Five Year Plan period, this paper aims to analyze the situation of sports industry development during the 15th Five Year Plan period and then propose suggestions. Research suggests that during the 14th Five Year Plan period, the scale of China's sports industry continued to increase, but it was still not large; the structure continues to improve, but it is still not optimal; the market entities are constantly growing, but still not many; the consumer base is constantly consolidating, but still not solid; the economic contribution continues to increase, but it is still insufficient; the absorption of employment continues to expand, but it is still not strong; the elements of sports innovation are becoming increasingly prominent, but the new quality productive forces in the sports industry is still weak. During the 15th Five Year Plan period, the development of the sports industry will show significant improvement in quality and efficiency, continuous expansion of effective supply, gradual formation of a modern sports industry system, technology becoming the core driving force, effective matching of supply and demand, continuous growth of market entities, and accelerated digital transformation. In view of this, the following suggestions have been proposed to strengthen the implementation of sports industry policies, optimize the sports consumption environment, increase the supply of various production factors, promote the integration of digital economy and sports industry, build a modern sports industry system, promote innovative development of sports industry, and also cultivate new quality talents in the field of sports industry during the "15th Five Year Plan" period.

Keywords: sports industry; high-quality development; new quality productivity; during the 15th five year plan period

收稿日期: 2024-10-29

基金项目: 教育部哲学社会科学后期资助项目“新时代中国体育产业结构的理论与实证研究”(23JHQ091); 上海市东方英才计划青年项目(QNJY2024092)。

作者简介: 任波(1990-), 男, 副教授, 博士, 研究方向: 体育产业。E-mail: renbo@sus.edu.cn

在 2035 年体育产业将成为国民经济支柱性产业的发展目标引领下,“十五五”时期体育产业将有较为广阔发展空间,同时机遇与挑战并存。其中,体育产业发展的机遇体现在新一轮科技革命和产业变革加速推进,为体育产业发展提供强大科技支撑;体育强国和健康中国等国家战略加速推进,为体育产业发展提供有力政策支持。挑战体现在当今世界正经历百年未有之大变局,全球体育贸易形势存在不确定性,需要以扩大体育内需为战略基点;国内体育产业发展不平衡不充分与高质量发展要求不适应不匹配,需要以推进体育产业创新发展为战略方向。

面对“十五五”时期体育产业发展的机遇与挑战,在理论层面探究体育产业发展相关问题,有利于引导体育产业沿着高质量发展道路不断迈进。因此,本研究从回顾现状、研判发展形势、提出思路建议 3 个层面展开分析,逻辑理路为“十五五”在战略机遇期中开新局,有必要首先回顾“十四五”时期体育产业发展的现状,为准确合理研判“十五五”时期体育产业发展提供现实基础;其次分析“十五五”时期体育产业发展的形势,为突出“十五五”时期体育产业的新变化、新征程,迈向高质量发展提供现实依据;最后分析“十五五”时期体育产业发展的思路建议,落脚到体育产业发展的具体策略。

1 “十四五”时期体育产业发展的现状

1.1 体育产业规模不断提升,但仍不大

“十四五”时期,我国体育产业呈现出较快速发展态势。而其中一个较显著的表征是体育产业总规模和增加值的不断提升。国家统计局公布数据显示,2021—2022 年我国体育产业总规模由 31 175 亿元,提升至 33 008 亿元,增幅 5.9%;体育产业增加值由 12 245 亿元,提升至 13 092 亿元,增幅 6.9%^[1-2]。究其原因在于,“十四五”时期体育产业的政策环境、消费环境、营商环境等不断向好,体育产业总规模向 2025 年达到 50 000 亿元的发展目标稳步迈进。

而受制于我国体育产业起步较晚、发展基础较薄弱等多重因素影响,“十四五”时期,我国体育产业存在着规模不大的问题^[3]。例如,从体育产业与相关产业比较的视角看,2022 年全国文化及相关产业和全国旅游及相关产业增加值分别为 53 782 亿元和 44 672 亿元^[4-5],体育产业增加值与之相比还有较大差距。体育产业、文化产业和旅游产业同是幸福产业,而文化产业和旅游产业已经是国民经济的支柱性产业,体育产业距离《体育强国建设纲要》所提出的到 2035 年成为国民经

济支柱性产业的发展目标还有较大差距。

1.2 体育产业结构不断改善,但仍不优

某一产业结构合理与否,直接影响着这一产业的发展状况。“十四五”时期,体育产业结构呈现出不断向好态势。国家统计局公布数据显示,2021—2022 年我国体育服务业总规模占体育产业总规模的比重由 53.2%提升至 53.9%,体育服务业增加值占体育产业增加值的比重由 70.0%提升至 70.1%^[1-2]。可见,我国体育服务业总规模和增加值在体育产业总规模和增加值中的比重呈现上升态势,一定程度上反映出我国体育产业结构不断向适应体育市场需求和体育消费升级的方向发展。

当前,我国体育产业结构尚存在着不合理的问题。从体育产业结构与文化产业结构比较的视角看,体育产业结构包括体育服务业、体育制造业、体育场地设施建设业 3 个子业态;文化产业结构包括文化服务业、文化制造业、文化批发和零售业 3 个子业态。通过对体育产业结构与文化产业结构进行比较,能够直观反映两个产业的结构发展状况。2022 年体育制造业增加值占比为 28.2%,文化制造业增加值占比为 24.5%;体育服务业增加值占比为 70.1%,文化服务业增加值占比为 65.4%^[11-5]。《体育产业统计分类(2019)》把具有体育制造业性质的“体育用品及相关产品销售、出租与贸易代理”纳入体育服务业统计口径之中,而 2022 年体育用品及相关产品销售、出租与贸易代理增加值达到了 23.8%。因此,剔除“体育用品及相关产品销售、出租与贸易代理”,体育服务业增加值占比仅为 46.3%,低于文化服务业增加值占比。

1.3 体育市场主体不断增长,但仍不多

培育壮大体育市场主体对体育产业发展具有基础性支撑作用^[6]。“十四五”时期,在良好的体育营商环境下,体育市场主体呈现增长态势。2021 年底,全国体育产业法人单位数达 45.2 万个,体育产业市场主体激发新活力,呈现出较合理的体育市场结构^[7]。体育市场主体数量是反映体育市场活跃程度的重要指标,大型体育企业、中小微体育企业、体育社会组织等不断涌现和快速发展,为体育市场的持续、快速发展提供了良好基础。

“十四五”时期,体育资本市场热度逐渐趋于缓和、平稳,体育投资回归“理性”。加之,受新冠疫情的影响,体育市场主体整体依然薄弱。2021 年底,全国体育产业法人单位占全部第二、三产业法人单位数仅为 1.38%^[7],进一步反映出我国体育市场主体数量不足的问题,一定程度上制约体育产业的高质量发展。

从体育用品企业看,安踏在中国市场已经很成功(安踏集团收益连续12年位列中国体育用品企业首位^[8]),但与耐克和阿迪达斯等全球品牌相比,在品牌知名度、体量以及营收上都还存在着明显差距。例如,2023年,耐克公司收入为512亿美元(约人民币3704亿元),净利润为51亿美元(约人民币369亿元);而安踏公司2023年收入为人民币624亿元,净利润为113亿元^[8-9]。此外,我国体育非营利性组织数量偏少,非营利性组织主体地位相对较弱,体育市场主体活力不足,一定程度上导致体育市场的活跃程度不高。

1.4 体育消费基础不断夯实,但仍不牢

体育消费是体育产业发展的基础和保障。“十四五”时期,随着我国经济社会的飞速发展,大众的健身观念、健康素养和消费需求等逐渐增强,体育消费作为生活性服务业的组成部分,大众参与体育消费的热情不断高涨,体育消费基础不断夯实。

同时也要看到,虽然我国体育消费规模较大(2020年体育消费总规模达到18000亿元^[10]),但相对于我国较大的人口基数,人均体育消费不高(2020年人均体育消费1330.4元^[10]),消费基础不牢。一是从人均体育消费水平看,《2020年全民健身活动状况调查公报》显示,2020年成年人与老年人人均体育消费为1758.2元,与发达国家人均体育消费相比还有一定差距。二是从体育消费结构看,2020年成年人实物型消费、参与型消费和观赏型消费占比分别为53.7%、20.6%和7.7%。三是从城乡、区域体育消费发展看,受到我国城乡二元结构的长期存在的影响,城乡间体育消费存在着较大差距;受到我国区域经济社会发展的不平衡和资源禀赋的差异性影响,区域间呈现出“东强西弱,南强北弱”的格局^[11]。四是从体育消费场景打造和业态融合看,当前我国具有创新性、典型性和示范性的体育消费场景不足,围绕健身休闲和竞赛表演等体育主导产业的消费场景培育不足,数字技术尚未有效融入体育消费场景的改造升级之中;实物型、观赏型、参与型体育消费与文旅消费、数字消费等融合不够,体育文旅消费、数字体育消费、平台体育消费等发展不足。

1.5 体育经济贡献不断加大,但仍不足

体育经济贡献主要反映在体育产业对经济增长的拉动作用。国家统计局公布数据显示,2021—2022年我国体育产业增加值占GDP的比重由1.07%提升至1.09%^[7,12]。《体育强国建设纲要》提出,2035年体育产业成为国民经济支柱性产业,届时体育产业增加值占国民经济比重在4%。以此为标准,我国体育产业增加值占GDP比重还不高,有近3%的增长空间,侧面反映出发展潜力巨大。

“十四五”时期,我国体育产业的经济贡献不足,一定程度上制约体育产业经济效益的有效发挥。从体育产业与文化、旅游等相关产业比较的视角看,2022年文化及相关产业增加值、旅游及相关产业的增加值占GDP比重分别为4.46%、3.71%^[4-5]。体育产业的经济贡献率远远低于文化产业和旅游产业的经济贡献率。可见,我国体育产业存在着经济贡献不大的问题,制约体育产业成为国民经济的支柱性产业。

1.6 体育吸纳就业不断扩大,但仍不强

一般而言,体育产业从业人数可反映出体育产业吸纳就业状况。官方数据显示,截至2021年底,全国体育产业从业人员718.6万人,占全部第二、三产业就业人员总数的0.96%,为促进就业作出了积极贡献^[7]。可见,“十四五”时期我国体育产业从业人数处于增长态势,但整体增长相对缓慢。

当前我国体育产业吸纳就业能力不强,不利于体育产业更好发挥经济社会效益。美国是世界体育产业发展最好的国家,早在2014年体育产业就业人数占全国劳动力就业比重就已达到2.13%;英国是世界最早进行体育商业化和市场化的国家,早在2011年体育产业就业人数占全国劳动力就业比重就已达到2.16%;欧盟是世界职业体育发展较好的组织团体,早在2011年体育产业就业人数占总劳动力就业比重就已达到2.12%^[13],而我国体育产业就业人数占全国总就业人数比重距离1%还有较大差距。可见,与发达国家相比,我国体育产业就业人数占全国总就业人数的比重相对偏低,体育产业吸纳就业能力不强。此外,我国体育产业各业态吸纳就业存在着结构性矛盾,体现在:一方面,体育制造业作为具有比较优势的技术密集型产业,市场进入壁垒相对较高,从业人员素质水平相对较高;体育服务业是相对劳动密集型产业,市场进入壁垒相对偏低,从业人员的素质水平不高。另一方面,体育产业作为新兴产业,吸纳就业主要集中在中青年群体,吸纳就业人群结构偏年轻化,存在着体育产业的就业结构与人才供给的供需矛盾问题。

1.7 体育创新要素愈发凸显,但体育产业领域新质生产力仍薄弱

伴随着数字经济的快速发展并不断向实体经济渗透,体育产业作为实体经济的重要组成部分,迎来了数字化转型发展的契机。数字经济时代,土地、劳动力等传统要素已经不是推动体育产业高质量发展的重要因素,而数字技术和数据要素已经成为推动体育产业高质量发展的重要因素。“十四五”时期,体育产业加速数字化转型发展,创新要素赋能扮演着重要的推动作用,这里的创新要素主要是数字技术和数据要素。

例如,以人工智能、区块链等为代表的数字技术能够变革体育产业组织形式、促进体育产业结构向合理化和高级化发展、优化体育产业布局,数据要素能够有效协同其他生产要素,突破传统资源要素约束,打通体育供需两端,通过催生体育新产品、新模式、新消费,培育体育产业发展新动能,为体育产业高质量发展注入强有力的要素支持。“十四五”时期,新质生产力已成为推动经济社会发展的新动力,成为实现产业转型升级和高质量发展的关键。体育产业高质量发展同样需要新质生产力的赋能^[4]。然而,体育产业领域的新质劳动者欠缺(主要反映在体育产业复合型人才培养渠道不畅)、新质劳动资料匮乏(主要反映在数字化、智能化、绿色化、高端化的体育生产设备和生产空间不足)、新质劳动对象薄弱(主要反映在信息、数据、知识等非物质形态对象的掌握和应用不足),制约体育产业领域新质生产力的培育与发展。

2 “十五五”时期体育产业发展的形势研判

2.1 体育产业的质量效益将显著提升

“十五五”时期是我国全面建成小康社会后的第二个五年,也是我国迈向 2035 年基本实现现代化的关键时期。体育产业在国家经济社会发展中的地位和作用将不断凸显,质量和效益将呈现显著提升。一方面,体育产业的发展质量提升主要体现在体育产业结构不断优化和体育产业转型升级步伐加快等两个方面^[6]。

“十五五”时期,体育产业结构不断优化体现在体育产业内部各业态比例结构向适应市场需求变化转变、体育主导产业发挥更大作用等方面;体育产业转型升级步伐加快体现在“体育+”与“+体育”深入推进,体育制造业服务化转型、体育服务业科技化转型等方面。另一方面,体育产业的发展效益提升主要体现在体育产业的经济效益、社会效益以及生态效益的提升等方面,呈现出体育产业对拉动经济增长、满足大众体育消费需求、适应绿色低碳发展、推动生态文明建设等方面的积极影响。

2.2 体育产业的有效供给将不断扩大

从体育市场发展视角,体育产业有效供给主要是指能够满足体育市场变化的供给。“十五五”时期,以《“健康中国 2030”规划纲要》等为代表的多重利好政策稳步推进,人民群众的健康意识不断提升,体育活动已成为大部分人群必不可少的生活方式。体育消费需求的旺盛需要在体育供给端提供有效供给。

随着体育发展内外环境的不断向好,体育有效供给将呈现增强态势,具体体现在:一是运动项目产业化发展,将为提供体育市场有效供给助力。运动项目

产业作为体育产业的核心,“十五五”时期以冰雪、水上、航空、山地户外等为重点的运动项目产业化、市场化发展稳步推进,可为体育市场提供适应中高端需求的有效供给。二是体育产业数字化转型加快,将为提供体育市场有效供给助力。“十五五”时期,大众的消费方式、消费习惯、消费结构将发生根本变化。加之,国家大力推进数字经济与实体经济深度融合,体育产业作为实体经济的有机组成部分,催生出体育智能制造、数字体育赛事等新模式,能够精准对接体育消费的线上化、定制化、便捷化发展趋势。三是体育主导产业快速发展,将为提供体育市场有效供给助力。体育主导产业是体育产业的组成部分,其快速发展对体育产业发展具有显著推动作用。一般意义上,体育活动是包括以健身休闲和竞赛表演为核心的产业活动,围绕健身休闲产业链和竞赛表演产业链扩大产品与服务供给,可适应体育市场需求变化。

2.3 现代体育产业体系将逐渐形成

国民经济产业体系是一个动态的过程,与经济社会发展变化相适应。现代体育产业体系是以适应体育市场供需变化而形成的,以健身休闲业和竞赛表演业为龙头、以高端制造业与现代服务业融合发展的产业体系。一方面,逐渐形成以健身休闲业和竞赛表演业为龙头的体育产业体系。基于主导产业选择理论,健身休闲业和竞赛表演业是体育主导产业,是体育产业内部最具活力的两个产业形态。伴随着政策利好的推动,能够加快形成以健身休闲、竞赛表演为主的产业体系,辐射带动体育用品销售、体育教培等行业的协同发展。另一方面,逐渐形成以高端制造业与现代服务业融合发展的体育产业体系。体育制造业与体育服务业融合,改变了传统体育制造业的单一化功能,向全流程、定制化生产制造转化;改变了传统体育服务业的单一化功能,向多元化、个性化服务转化,不断推动体育服务业数字化转型、体育制造业服务化发展。

2.4 科技将成为体育产业的核心动能

生产要素包括自然资源、人力资源、基础设施、知识资源、资本资源等。随着我国基本要素资源市场需求形势变化,原有依靠生产要素大规模投入的“要素驱动”发展模式已不能适应新发展阶段驱动产业发展的要求。

“十五五”时期,科技赋能体育产业发展,是体育产业创新驱动的关键。在国家大力推动数字经济高质量发展进程中,数据已成为核心生产要素,大数据、人工智能、5G 等新技术加速向体育产业领域渗透,为推动体育产业的质量变革、效率变革、动力变革提供源源动力。如大数据赋能体育产业发展,可借助大数

据在搜集、存储、处理、整理和分析体育市场状况、体育消费偏好等方面的优势,为厂商精准研判体育市场需求变化,增加体育有效供给提供有益参考;为厂商全流程、精细化生产制造体育产品提供技术支持;为消费者便捷化预订体育场馆,开展全民健身活动提供支撑;为消费者定制体育装备器材提供有效服务。人工智能赋能体育产业发展,可借助人工智能在感知外界环境变化、促进人与机器间产生交互等方面优势,通过对体育场馆领域的智慧化升级改造,给观赏者带来沉浸化、全景式体验;通过对体育培训领域的数字化升级改造,给参与者带来场景化、交互式体验。5G赋能体育产业发展,可借助5G的低时延、大带宽、广覆盖等特征,通过在5G智慧场馆运营、5G全覆盖下开展全智能无人体育卖场、5G+8K直播、5G更新智能穿戴等方面的应用,促进体育生产方式与消费方式变革。

2.5 体育产业的供需将有效匹配发展

“十五五”时期,体育产业的供需将有效匹配,具体体现在体育产业在供给端能够以提供体育有效供给为导向、在需求端能够以满足大众体育消费需求为导向。一方面,随着多个运动项目产业发展利好政策相继释放,运动项目的营商环境不断向好、消费群体不断扩大、市场主体不断夯实等,为供给端推动体育产业发展奠定基础;随着体育产业统计体系的不断完善,将形成体育产业多业态竞相发展的良好态势,为供给端推动体育产业发展提供动力。另一方面,随着多重利好政策大力推进,大众对体育消费的需求从单一化、低层次向多样化、高层次转化,加快培育体育消费市场、健全体育消费支持政策等,能够为需求端推动体育产业发展提供消费基础和支撑^[15]。随着“十五五”时期体育产业供给侧结构性改革的深入推进,体育供给端与体育需求端的合理高效匹配发展、协同发力,将成为体育产业高质量发展的新的阶段性特征。

2.6 体育产业的市场主体将不断壮大

体育市场主体是体育产业发展的微观主体,体育市场主体的数量与质量反映体育产业发展的活跃程度,影响体育产业发展的整体水平。随着“十五五”时期体育营商环境的不断向好,可有效夯实体育产业高质量发展的市场基础。

“十五五”时期体育产业高质量发展呈现出市场主体不断壮大的阶段性特征,具体呈现出国体企业不断做大做强,“专精特新”中小企业不断壮大等。例如,伴随着资本市场的快速发展,在资本注入、资产重组下国有体育企业不断做大做强,能够创造经济、社会和生态的综合价值,促进可持续发展,更好履行

和承担社会责任;以安踏、李宁、中体产业、滔搏等为龙头的体育上市公司,通过不断提高体育用品的市场占有率、增强国内体育品牌的国际知名度,助力体育内循环,能够有效发挥体育骨干企业带动和引领体育市场良性发展的积极作用;主营业务突出、成长性高、专注于细分市场的,具备专业化、精细化、特色化、新颖化为特征的中小体育企业快速发展,能够增强体育市场活力。“十五五”时期,大型体育企业(如国有体育企业)、骨干体育企业(如体育高端装备制造企业)、中小体育企业(如体育培训企业、体育零售企业)等协调发展的良好市场格局逐渐形成,能够适应体育市场主体不断壮大的阶段特征变化。

2.7 体育产业数字化转型将不断加快

在新科技革命和产业变革背景下,大数据、云计算、物联网等新一代信息技术快速发展,并不断向实体经济渗透。通过数字经济赋能体育产业发展,改变了传统的单一化、线下化体育发展模式,促进体育产业数字化转型。

“十五五”时期,体育产业数字化转型发展具体呈现出体育产业内部各业态的数字化转型发展。一是从健身休闲业数字化转型的新特征看,通过借助数字技术赋能健身休闲业,提升大众在运动场馆预订、科学健身指导等方面的全新体验;研制可穿戴运动设备、虚拟现实运动装备等可满足大众个性化、多样化需要的健身休闲产品。二是从体育教育与培训业数字化转型的新特征看,体育培训企业通过打造线上化、智能化体育培训新场景,为学员在赛前赛中赛后的体能监测、运动数据分析与反馈等方面提供便利,提升体育培训的精细化服务能力。三是从体育用品销售业数字化转型的新特征看,通过探索C2B(customer to business,即消费者到企业)新的商业模式,以新型数字技术为支撑,打造以需求倒逼供给的定制化销售方式,促进体育销售模式转型。四是从体育用品制造业数字化转型的新特征看,通过改变传统线下的流程化生产制造方式,以数字技术为引擎,探索体育智能制造新模式,为全流程生产提供技术支持。五是从体育场地设施建设业数字化转型的新特征看,通过借助5G、人工智能、VR、AR等新型数字技术优势,赋能传统体育场地设施,使其升级为智慧体育场馆,为大众观看体育赛事提供沉浸式体验,为大众参与体育活动提供便捷化服务等。

3 “十五五”时期体育产业发展的思路建议

围绕“十四五”时期体育产业发展的现状,尝试提出强化体育产业政策落实,以强化政策支撑引领作

用;优化体育消费环境,以解决体育消费基础不牢的问题;增加各类生产要素供给、促进数字经济与体育产业融合,以解决体育产业规模不大、体育市场主体不多、体育经济贡献不足等问题;构建现代体育产业体系,以解决体育产业结构不优的问题;推动体育产业创新发展、培养体育产业领域新质人才,以解决体育产业吸纳就业不强、体育产业领域新质生产力薄弱的问题,从而有效应对“十五五”时期体育产业发展的形势。

3.1 强化体育产业政策落实

一方面,强化产业层面的政策落实。从产业政策理论视角看,强化体育产业政策落实具体应落脚到体育产业的结构、组织以及布局等政策落实。一是强化体育产业结构政策落实。“十五五”时期,体育产业的快速发展需要与之相匹配的体育产业结构,需要进一步明确体育产业发展过程中的主导产业以及重点发展产业,加快培育体育主导产业,发挥体育主导产业的辐射带动作用;加快发展体育重点产业,发挥体育重点产业的引领带动作用,进而促进体育内部各业态协调快速发展。二是强化体育产业组织政策落实。通过对体育市场结构进行优化,形成大中小体育企业竞相发展的良好态势;对体育市场组织进行规范,形成强有力的体育监管机制;对体育市场绩效进行评判,形成良好的市场竞争氛围。三是强化体育产业布局政策落实。通过根据区域资源禀赋以及地域经济社会发展差异,发展不同的运动项目产业,形成区域优势互补、协调推进的良好体育产业发展格局。另一方面,强化市场层面的财税政策落实。政府强有力的财税政策支持是保障“十五五”时期体育产业高质量发展的重要举措。推进“十五五”时期体育产业高质量发展需要进一步优化体育营商环境、加大财税政策支持。自国发〔2014〕46号文件出台以来,体育企业的财税优惠政策相继实施,亟需加强落实。如在关于国发〔2014〕46号文出台的相关政策方面,需要落实“新建居住区和社区要按相关标准规范配套群众健身相关设施,并与住宅区主体工程同步设计、同步施工、同步投入使用”“落实企业从事文化体育业按3%的税率计征营业税”等政策,为“十五五”时期体育产业高质量发展提供财税政策支持。

3.2 优化体育消费环境

优化体育消费环境是培育、引导、激发大众参与体育消费的有力保障。一是通过深化体育领域“放管服”改革,加大向社会开放体育资源力度,优化体育市场营销环境,鼓励和吸引更多社会资本进入体育领域参与开发体育市场,为优化体育消费环境提供制度

保障。二是通过合理研判、充分开发城市“金角银边”,盘活存量资源;通过完善新建居住区和社区的规划布局,扩大增量资源,拓展体育消费空间,为优化体育消费环境提供资源保障。三是通过应用新型数字技术赋能,创新体育消费支付方式,打造体育消费场景,创新体育消费模式,促进体育消费线上化、智慧化、数字化发展,为优化体育消费环境提供模式创新。四是通过在创新财税政策支持、完善消费优惠政策等方面,为优化体育消费环境提供支持。五是通过加强体育文化消费宣传,培育关注度高、影响力大的群众性和商业性体育品牌赛事,建立健全职工文体活动长效机制、推动实行工间操制度,加强体育用品博览会、体育文化博览会、体育旅游博览会对消费品牌的推介作用,为优化体育消费环境提供宣传推广平台。

3.3 增加各类生产要素供给

《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,推动土地、劳动力、资本、技术、数据等要素市场化配置。新时代增加体育要素供给,可从土地、劳动力、资本、技术、数据等要素方面展开。一是增加土地要素供给。通过加强土地规划布局,对新建住宅区、老旧商业设施等合理开发,增加场地设施供给;通过增加体育场地设施对外开放力度,提高体育场地设施利用率。二是增加劳动力要素供给。通过加强体育产业复合型人才培养,探索形成“产、学、研、用”一体化人才培养模式;通过加大对运动员退役再就业保障力度,发挥体育专业人员在体育市场运营与开发中的积极作用。三是增加资本要素供给。通过鼓励探索建立体育产业资源交易平台,降低体育资本要素流通阻力,合理优化体育资本要素配置,提高资源交易效率和效益,稳步推进体育市场化改革进程,释放体育资源活力,实现各方资源价值最大化。四是增加技术要素供给。通过加强技术装备、新材料等新型科技成果应用于体育用品制造领域,促进体育制造向高端化、科技化转化;通过加强低碳环保等新材料应用于体育场地设施建设领域,促进体育场馆建设向智能化转化。五是增加数据要素供给。在数字经济时代,数据成为核心生产要素,通过发挥数据要素的乘数效应,探索建立新型体育市场供需关系,提高体育市场资源配置效率。

3.4 促进数字经济与体育产业融合

体育产业具有融合性较强的属性^[16],而数字经济与体育产业融合是“+体育”的重要方面。一是促进数字经济与场馆服务业融合,可催生出智慧体育场馆新模式,进而在票务接口、观赏与参赛体验、后勤保障、智能服务等方面实现便捷化,提升体育场馆服务

业数字化水平^[17]；二是促进数字经济与体育制造业融合，可催生出体育智能制造新模式，进而在流程化生产、精细化制造与加工等方面实现跃升，提升体育制造业数字化水平；三是促进数字经济与体育用品销售业融合，可催生出“体育新零售模式”，进而对体育产品的生产、流通与销售进行升级改造，实现线上服务与线下体验深度融合的新零售模式；四是促进数字经济与竞赛表演业融合，可催生出新的体育赛事运行模式、新的体育赛事转播方式、新的体育赛事观赏形式，促进竞赛表演业数字化发展；五是促进数字经济与体育健身休闲业融合，可催生出新的健身休闲方式、新的健身娱乐形式、新的健身培训模式等，促进健身休闲业数字化转型发展。

3.5 构建现代体育产业体系

构建现代体育产业体系需要以体育产业内部业态的协调、可持续发展为基本要求，可从推进健身休闲活动和竞赛表演活动为主体，推进体育场地与设施管理、体育教育与培训等相关业态为重点，增强体育装备制造能力等方面着手。一是推进健身休闲活动和竞赛表演活动高质量发展。健身休闲业和竞赛表演业是体育产业的主导产业，国家层面以及省市层面可通过健全健身休闲服务体系、体育赛事体系，以辐射带动体育相关产业发展。二是推进体育场地设施、体育教育与培训等相关业态高质量发展。体育场地设施是提供全民健身、承接体育赛事的重要载体，体育教育培训是适应体育培训市场不断扩大的重要业态，体育传媒信息服务是扩大体育赛事转播影响力、提升体育网络宣传辐射力的重要平台。推进体育场地设施、体育教育培训以及体育传媒信息服务等业态发展，可优化体育业态结构，促进体育服务业发展。三是增强体育装备制造能力。通过打造体育用品制造业集聚区，形成体育制造业研发创新中心；通过加强技术引进与海外并购，提升体育器材装备国际化水平；通过鼓励研发可穿戴运动设备、新型体育装备、虚拟现实运动装备等，提升体育装备制造的应用化水平，推进体育制造业由中低端向高端制造转化、由传统生产模式向智能制造转化，促进体育制造业转型升级。

3.6 推动体育产业创新发展

推动体育产业创新发展是“十五五”时期体育产业高质量发展的主线。从产业经济学理论视角，产业创新是产业结构优化升级的基础路径，也是社会发展的基本动力之一。依据弗里曼的产业创新理论，产业创新包括技术和技能创新、产品创新、流程创新、管理创新和市场创新等方面^[18]。一是推动体育技术创新。在新一轮科技革命和产业变革加速演进背景下，推动

新型数字技术不断与体育产业融合，促进体育器材装备的转型升级、体育智能制造的升级换挡等，以期体育产业领域的技术创新创造良好条件。二是推动体育产品创新。通过推动体育产品向智能化、科技化、个性化方向升级，创新体育产品供给的方式与模式，以期不断扩大体育市场消费规模，盘活体育市场。三是推动体育流程创新。数字经济时代，需要利用数字技术赋能体育企业发展，推动体育企业加快数字化转型，以形成体育需求倒逼体育供给的新模式，不断推动体育智能制造、体育生产加工的流程创新。四是推动体育管理创新。迈向新发展阶段，通过创新体育企业的生产要素配置方式、组织运行模式、经营管理模式等，以期不断提升体育产业的管理创新。五是推动体育市场创新。依据体育产业组织理论，推动体育市场创新需要以规范市场行为、优化市场结构、提升市场绩效为方向，驱动体育产业的高质量发展。

3.7 培养体育产业领域新质人才

加强体育产业领域新质人才培养，是顺应体育市场需求变化以及体育产业高质量发展的内在要求。培养体育产业新质人才需要依托高等院校和企业的共同作用，以培养体育产业复合型、应用型、创新型人才。在培养体育产业复合型人才方面，可依托体育院校设置体育经营管理、数字体育、体育智能制造等相关专业与课程，培养高层次体育产业复合型人才，为体育产业转型升级提供人才支持；通过引进经济学、管理学、数字科学等学科专业人才参与体育产业学科建设与发展，加强学科交叉融合，激发创新活力，提升体育产业学科竞争力，探索培养满足体育市场需求的复合型高层次创新人才。在培养体育产业应用型人才方面，可依托体育实体企业设置相关实操培训课程，培养体育产业应用型人才，为适应体育企业数字化转型发展提供人才支撑；通过探索建设集“产、学、研、转、创、用”于一体的体育产业学院，整合高等院校、研究机构、知名企业等多方资源，培养体育产业实用型、技能型人才。在培养体育产业创新型人才方面，可通过依托综合类院校相对完整的学科体系，探索搭建本硕博贯通型体育产业创新型人才培养模式，为培养体育交叉学科提供师资力量支持。此外，可通过探索体育产业人才分类标准(如可分为复合型、应用型、创新型等)，明确高校体育产业人才培养职能与定位，不断完善体育产业人才培养体系，夯实体育产业新质人才基础。

参考文献：

[1] 国家体育总局，国家统计局. 2022年全国体育产

- 业总规模与增加值数据公告[EB/OL]. (2023-12-29)[2024-09-25]. <https://www.sport.gov.cn/n315/n20001395/c27260758/content.html>.
- [2] 国家统计局, 国家体育总局. 2021 年全国体育产业总规模与增加值数据公告[EB/OL]. (2022-12-30)[2024-09-25]. http://www.gov.cn/xinwen/2022-12/30/content_5734284.htm.
- [3] 黄海燕. 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, 2022, 39(6): 526-536.
- [4] 国家统计局. 2022 年全国旅游及相关产业增加值占 GDP 比重为 3.71%[EB/OL]. (2023-12-29)[2024-09-25]. https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202312/t20231229_1946064.html
- [5] 国家统计局. 2022 年全国文化及相关产业增加值占 GDP 比重为 4.46%[EB/OL]. (2023-12-29)[2024-09-25]. https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202312/t20231229_1946065.html
- [6] 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.
- [7] 王辉. 总结经验 把握机遇 凝心聚力 开拓创新——在新的起点上奋力推动体育产业高质量发展[N]. 中国体育报, 2023-04-28(01).
- [8] 林凯. 安踏体育用品有限公司发布 2023 年全年业绩公告[EB/OL]. (2024-03-26)[2024-09-25]. <http://www.sc.xinhuanet.com/sports/20240326/930596f95b9345b69ea1bc8dcf83c8db/c.html>
- [9] 王怡菲. 全球营收“宕机”中国市场能否为耐克“力挽狂澜”?[EB/OL]. (2024-07-04)[2024-09-25]. <http://www.xinhuanet.com/fashion/20240704/cfe8a7e75b334e14a604e6384f168cc1/c.html>
- [10] 王辉. 迈上新台阶 实现新跨越——中国体育产业十年取得长足发展[N]. 中国体育报, 2022-05-23(01).
- [11] 黄海燕, 朱启莹. 中国体育消费发展: 现状特征与未来展望[J]. 体育科学, 2019, 39(10): 11-20.
- [12] 林德韧. 复苏蓄力, 期待惊喜——从业者展望 2024 年体育产业[EB/OL]. (2024-01-06)[2024-09-25]. <http://sports.news.cn/20240106/69da3ea3e6534fa29ac794c742d09649/c.html>
- [13] 江小涓. 体育产业的经济学分析: 国际经验及中国案例[M]. 北京: 中信出版社, 2018: 9.
- [14] 杨凤英, 崔晓嵩, 王文龙, 等. 新质生产力驱动体育产业高质量发展的逻辑与路径[J]. 体育学刊, 2024, 31(2): 1-6.
- [15] 潘磊. 基于《实施方案》政策文本的体育消费城市建设研究[J]. 体育学刊, 2024, 31(4): 81-87.
- [16] 冯晓露, 周良君. 粤港澳大湾区体旅文商融合推动体育产业高质量发展研究——基于公共政策与新闻文本数据的量化分析[J]. 体育学刊, 2024, 31(4): 23-31.
- [17] 任波, 黄海燕. 中国数字经济与体育产业融合的动力、机制与模式[J]. 体育学研究, 2020, 34(5): 55-66.
- [18] 刘树林. 产业经济学[M]. 北京: 清华大学出版社, 2012: 248.

