

消费升级视域下推进我国体育服务业发展研究

张瑞林^{1,2},李 凌³,翁 银³

(1.吉林体育学院,吉林 长春 130022;2.国家体育用品工程技术研究中心,山东 乐陵 253600;3.山东大学体育学院,山东 济南 250061)

【摘要】:在消费升级背景下探寻推进我国体育服务业发展的思路,对体育事业持续健康发展具有深刻的现实意义。紧密结合体育服务业供需矛盾的现实困境,围绕“消费升级背景下如何推进体育服务业发展”这一问题,通过对体育消费政策制定与落实、体育消费市场开拓与创新、体育消费需求转变与升级等动力机制进行剖析,在有效梳理体育服务业与相关产业的互动、融合、创新等运行机制的基础上深挖路径机制,在政策引导下整合体育服务业资源、在技术支撑下完善体育服务业体系、在需求刺激下优化体育服务业内容,探究体育服务业发展的行动方案。以期通过关键动力机制有效执行运行机制,并在路径机制下不断形成体育服务业发展的新形态。

【关键词】:消费升级;体育服务业;动力机制;运行机制;路径机制

【中图分类号】:G80-05 **【文献标志码】**:A **【文章编号】**:2096-5656(2020)06-0001-09

DOI:10.15877/j.cnki.nsic.20201229.002

当前,我国体育产业规模不断壮大,体育消费市场活力持续增强,体育服务业发展持续加快。《关于加快发展健身休闲产业的指导意见》提出,大力发展健身休闲产业,挖掘和释放消费潜力,培育新的经济增长点,不断满足大众多元化的健身休闲需求,提升消费者的健康获得感和幸福感^[1]。此外,《关于积极发挥新消费引领作用加快培育形成新供给新动力的指导意见》指出,积极发挥新消费引领作用,加快培育形成新供给、新动力,以更好满足居民消费需求、推动产业转型升级^[2]。在相关政策的引导下,公众的体育消费意识普遍增强,体育消费不断升级,体育消费市场日益活跃,为体育服务业的发展提供了重要动力,体育健身娱乐业、体育场地服务业、体育培训业的发展潜力持续释放^[3]。消费升级是体育产业结构优化和调整的重要动力,为体育服务业的有效发展提供了明确的方向。

体育消费是体育服务业发展的根本动力,也是促进体育产业结构优化升级的重要助推器。学界针对体育消费的研究颇多,但鲜有涉及在消费升级视域下探讨体育服务业发展的动力机制、运行机制、路径机制问题的研究,这与体育消费持续升级、体育服务业

供需矛盾显现的现实背景背道而驰。事实上,体育产业结构不合理、体育服务业发展效益不高等问题已经成为目前亟待解决的问题,有效推进相关研究进展对体育产业发展具有重要的理论意义与现实意义。基于体育服务业供需矛盾困境,本研究紧紧围绕“消费升级背景下,如何推进体育服务业发展”这一问题展开,从内部治理角度出发,探讨体育服务业发展的动力机制、运行机制、路径机制。在明晰动力机制是推进体育服务业发展的源泉因素,运行机制是推进体育服务业发展的流程因素,路径机制是推进体育服务业发展的策略因素的基础上,牢牢把握“动力机制是运行机制的前提,路径机制是运行机制的保障和助推器”这一逻辑关系。围绕消费政策、消费市场、消费需求3个方面挖掘体育服务业发展的动力因素,从体育服务业与相关产业的互动、融合及其创新层面探究体育服务业发展的运行机制,从政策引导、技术支撑、需

收稿日期:2020-05-01

基金项目:国家社会科学基金重点项目:消费升级背景下我国冰雪体育产业供给转型研究(17ATY005)。

作者简介:张瑞林(1963—),男,山东莘县人,博士,教授,研究方向:体育管理与体育产业。

求刺激下深挖体育服务业发展的路径机制,为体育服务业创新发展提供重要的思路。

1 消费升级视域下推进我国体育服务业发展的动力机制

新冠肺炎疫情影响之下,人们对体育服务的消费意识显著增强,基于此,明晰推进体育服务业发展的动力机制尤为必要。为促进体育服务业发展,政府出台了一系列相关政策激励产业发展,促进产业供给,以满足人民的消费需求。相关消费政策的制定与落实为体育服务业的有效发展提供了动力,促进了消费市场的开拓,从而激发了消费市场的活力。冰雪度假区、各类休闲体育小镇等新兴体育服务产业不断形成,进一步刺激了消费需求扩张,同时也推动了相关政策的制定和落实。因此,本研究以消费政策、消费市场、消费需求为动力因素,通过构建推进体育服务业发展的闭环动力机制(图1),为进一步探究推进体育服务业发展的有效运行机制提供支撑。

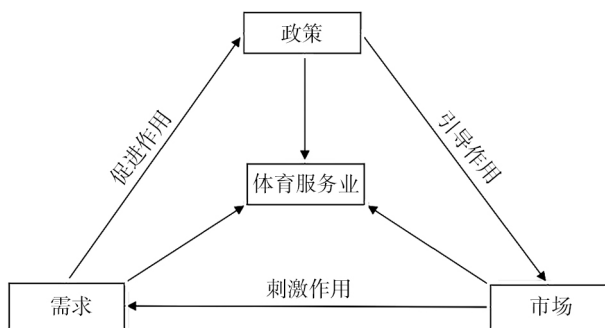


图1 消费升级视域下推进我国体育服务业发展的动力机制图

Fig. 1 The dynamic mechanism of promoting the development of China's sports service industry from the perspective of consumption upgrading

1.1 体育消费政策制定与落实

体育消费政策是政府权威部门制定的旨在促进和提升体育消费而颁布和贯彻落实的一系列政策的总和^[4-5],在引导和促进体育服务业健康发展中起着至关重要的作用。政策的制定与落实是促进体育消费水平快速提升的内在动力,是我国体育服务业高质量、可持续发展的重要保障,对于满足人民群众体育消费需求具有重要的作用。

推进体育服务业发展,离不开体育消费的拉动与体育市场的开发作用。促进体育消费快速提升与体育市场兴旺发展、推进体育服务业转型发展成为有效满足体育消费需求的重要途径,也是重要难题。《国务院关于加快发展休闲体育产业促进体育消费的若干

意见》中提出,优化体育产业结构,促进融合发展,大力培育健身休闲、竞赛表演、场馆服务、中介培训等体育服务业,打造优质、精品的体育俱乐部、场馆和赛事,营造良好的健身氛围^[3]。在这一政策措施的推行下,社会资本进入体育产业领域,根据消费者的健身休闲、竞赛表演、场馆服务、户外运动等需求提供多样化的体育产品和服务。通过建立完善的体育服务业体系,有效满足消费者旺盛的消费需求,从而带动相关产业快速发展。在发展场馆服务业方面,完善体育场馆布局,有效盘活存量资源,在政府与社会力量的支持下建设小型化、多样化的场地设施和场馆。在发展竞赛表演业方面,取消商业性和群众性体育赛事活动审批制度、打造品牌赛事,有助于提高体育赛事服务业开展的便利性,促进竞赛表演业快速发展,进而推动群众体育消费增长。在发展健身休闲业方面,大力开展健身休闲项目、传统体育项目有助于带动赛事消费的增长,促进相关服务业的发展。《进一步促进体育消费的行动计划(2019—2020年)》提出,丰富体育消费业态,拓展体育消费空间,优化体育消费环境,大力发展健身休闲消费、积极引导竞赛观赏消费,以满足人民群众日益增长的美好生活需要。针对大力发展健身休闲消费方面,推动水上运动、山地户外、马拉松、自行车等运动产业发展,将其打造为新的消费热点。就发展竞赛观赏消费而言,鼓励社会力量参与赛事供给,因地制宜发挥地区资源优势,积极打造优质、特色的品牌赛事,以满足群众特色化、丰富化的观赛需求^[6]。

在体育消费政策的落实方面,就发展场馆服务业而言,借助2022年北京冬奥会发展契机,实施“冰雪运动南展西扩东进”战略,大力推进冰雪场馆建设,以实现冰雪体育消费提升。就发展竞赛表演业而言,中国篮协推出《小篮球规则》、开展“篮协杯”小篮球联赛,新浪体育打造的3×3黄金联赛,多城市举办国际马拉松赛事等,满足了消费者观赛体验和参与体验双重需求。就发展健身休闲业而言,为不断丰富消费者的业余生活,各类体育小镇、休闲度假区相继建成,使消费者的度假、旅游、康养等多元需求得到了满足。为鼓励和刺激群众参与体育消费,拓宽资金来源渠道,鼓励社会力量捐资设立基金会,制定相关优惠政策等,为体育服务业的发展提供经济上的支持^[7]。此外,发挥政府资金支持作用,建设体育服务业发展平台,通过采取优惠措施和保障政策为体育服务业发展提供

支持^[8]。在消费政策的制定与落实下,健身休闲、竞赛表演、场馆服务等体育服务业迎来了良好的发展机遇。

通过对上述政策进行解读,发现政策的有效制定和落实不仅能促进体育消费的增长,更能为体育服务业的可持续发展提供动力和保障。笔者认为相关体育消费政策的制定和落实正在推动我国体育消费和体育服务业进入高速发展阶段,但由于对体育消费认知不足、相关政策的推行和落实不均衡、体育服务业发展的长效激励机制缺乏等问题,使得相关政策的落实存在困难和挑战。因此,应从国家战略地位上进行调整,加强体育消费政策的顶层设计,提升政策实施的可行性,建立促进体育服务业发展的长效激励机制,提高体育服务业的供给质量。

1.2 体育消费市场开拓与创新

体育消费市场是体育产业发展的基础,也是体育服务业发展的重要动力。体育产业的发展离不开消费市场的不断开拓与创新,推动体育产业的快速发展需要进一步激发体育消费市场的活力。近年来,我国体育市场业态不断更新丰富,居民参与体育消费的形式也不再单一,倾向于服务型消费和体验型消费,拓展了体育消费市场的发展空间^[9]。除此之外,体育消费人群逐渐增长,体育消费市场的规模逐渐扩大,刺激了消费者需求的增长,进一步激发了体育消费市场发展的活力^[10]。

在政府各项政策的引导下,健身休闲、竞赛表演、场馆服务等体育服务业快速发展,体育消费持续升级,体育消费市场日益呈现出规范有序的状态。在健身休闲产业方面,健身休闲市场蓬勃发展,体育小镇、城市马拉松、健身跑、极限运动等群众喜闻乐见的项目呈现出井喷发展之势,拓宽了健身休闲消费市场。此外,健身休闲产业依托自然、人文资源优势,大力发展武术、舞龙舞狮等传统体育项目,开发特色的体育项目,扶持少数民族地区传统体育项目,推进了体育消费市场创新。在场馆服务业方面,积极鼓励社会资本参与体育场馆建设,根据消费者实际需求,供给优质的体育服务和产品。在场馆设施利用率方面,通过对公共体育场馆、学校体育场馆实施免费或低收费开放,大大提高了健身设施的使用率。在竞赛表演业方面,大力发展多元化的体育赛事,积极打造有影响力、高质量的品牌职业赛事,同时,鼓励举办高质量

的业余体育赛事,支持社会力量参与举办群众性体育赛事。此外,提升赛事的传播力度,通过运用新媒体技术推进赛事传播,以增强群众的观赛体验效果。体育消费市场的开拓与创新,为体育服务业的发展提供了强劲动力,在健身休闲、场馆服务、竞赛表演等各个领域均取得了显著成果。不过,相较于西方发达国家,我国体育服务业存在消费动力不足、产业结构不平衡问题^[11],因此,我国体育服务业应在市场动力的助推下,不断寻求新的转型发展思路。

1.3 体育消费需求转变与升级

体育消费需求是人们参与体育消费行为的动因,体育消费升级是体育产业发展的重要表现^[12-14]。在新冠肺炎疫情的影响下,人们的体育消费从注重量的满足转变为追求质的提高,逐渐倾向于个性化与多样化的服务型消费^[15]。体育消费需求对体育产业尤其是体育服务业的发展具有导向性作用,在消费升级背景下,以健身、娱乐和观赏为主的体育服务消费成为新的消费热点,逐渐呈现规模化发展趋势。消费升级多元化发展,将引领健身休闲、竞赛表演、场馆服务、中介培训等相关体育服务业迅速增长,并呈现出产业融合发展的趋势。在消费升级的背景下,我国消费者的体育消费意识和消费需求不断升级,逐渐由“实物型”消费为主向“体验型”消费为主转变^[16]。

在健身休闲业方面,随着健身休闲产业的推广,人们对于健身休闲消费的观念由单一的体育消费模式逐渐转变为“体育+旅游”的消费模式,并且逐渐由参与健身跑、自行车等休闲性运动向极限运动、水上运动等娱乐性、体验性强的运动项目转变。对于部分消费者而言,在体育消费的过程中,区域自然、人文等资源因素对体育服务消费需求具有重要的影响,尤其是少数民族地区的消费者,会倾向于武术、龙舟、舞龙舞狮等传统体育项目。在竞赛表演业方面,随着赛事供给持续加快,丰富多样的体育赛事逐渐兴起,人们对于体育赛事的消费模式逐渐由“观看体验”模式向“参与体验”模式转变。随着人们对于体验消费需求的升级,也逐渐倾向于NBA、世界杯等品牌体育赛事的消费。在场馆服务业方面,随着人们对于美好生活向往的需求增强,将更多的闲暇时间积极投身于体育锻炼。在体育参与的过程中,人们对于场馆服务的内容、质量等方面的需求持续升级^[15],如随着人们对于体育的认知逐渐提高,开始由健身路径模式向健身房模式转变,并且由

自我参与向寻求私人教练指导转变。由此,说明消费需求升级是场馆服务业发展的重要动力。

2 消费升级视域下推进我国体育服务业发展的运行机制

《关于加快发展体育产业的指导意见》《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》《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》3个重要文件均明确指出,“协调推进体育产业与文化、旅游、电子信息、养老、文化、教育培训、医疗等相关产业互动、融合、创新发展,大力吸引社会投资,完善健身消费、税费价格政策。”^[3,7-8]综合而言,体育服务业与相关产业的互动、融合与创新发展是顺应时代潮流、建设体育强国的必由之路,同时也是加快产业融合进程以促进产业结构转型升级的重要途径。因此,本研究在动力机制的推动下,以产业互动、产业融合、产业创新为运行要素,通过构建推进体育服务业发展的闭环运行机制(图2),发现了有效推进体育服务业运行发展的理论框架,为进一步探究推进体育服务业发展的路径机制提供重要支撑。

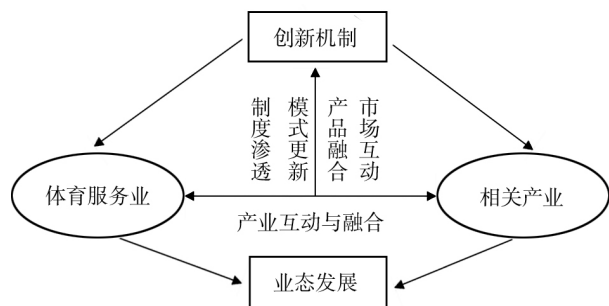


图2 消费升级视域下推进我国体育服务业发展的运行机制图

Fig. 2 Operational mechanism of promoting the development of China's sports service industry from the perspective of consumption upgrading

2.1 体育服务业与相关产业的互动

虽然目前体育服务业消费持续增长,但是体育服务业与其他相关行业高度依存、相互渗透,逐渐形成了内生性分工、互动的机制过程,从而导致业态发展不充分、不均衡问题的出现,在一定程度上阻碍了体育服务业的持续健康发展^[17-18]。因此,建立体育服务业与相关产业的互动发展机制,对于促进产业结构调整 and 拉动区域经济增长具有至关重要的作用。在消费升级影响下推进我国体育服务业与相关产业互动运行,应以产业合作为基础,通过联结相关产业消费内容,以促进产业有效发展。实质上,体育服务业与

相关产业的互动是将共性的产业集合起来的过程,形成彼此共有的紧密互动关系,这对于适应消费升级具有重要意义,同时,有助于完善体育服务业产业链,发挥体育服务业的辐射力。具体而言,产业间内部结构上的功能互动、分工,加快了产业结构的优化调整,并促进了经济增长方式的转变,在消费升级动力下提高了产业的供给质量。目前,体育服务业逐渐与旅游、文化等产业形成了紧密的互动关系,为产业的融合发展提供了重要动力。

在休闲健身产业方面,冰雪体育产业通过在借鉴旅游产业运营模式的基础上,积极打造集休闲、度假、健身为一体的冰雪体育小镇,形成了产业间的共建、共生、共享的发展模式,推进了产业的快速发展。在场馆服务业方面,通过建设综合性的大型体育场馆,并赋予场馆相应的文化内涵,充分发挥场馆服务、旅游、观光、休闲、文化教化等多样化功能。因此,场馆服务与文化产业的互动是推进产业融合的重要体现,有助于促进相关产业的发展。在竞赛表演业方面,通过打造高端的品牌赛事,如CBA、城市马拉松等赛事的举办,带动城市旅游业的发展。增强竞赛表演业与城市旅游业的互动性,促进产业的共同发展,在资源要素流动和市场驱动下实现产业优化发展。

2.2 体育服务业与相关产业的融合

基于体育产业与相关产业互动趋于明显,提出产业融合发展的运行模式,为体育服务业创新发展提供支持。产业融合是产业领域价值增长和经济增长的主要动力,不仅能推动产业结构转型、催生新型产业业态,还能提升技术创新和体制创新效能、促进社会经济发展^[19-20]。产业融合主要是指不同产业或同一产业内部不同行业之间由于相互融合、相互交叉、相互渗透而产生的产业边界模糊化的经济现象^[21-22]。

对国内外体育产业与相关产业融合的研究进行梳理,发现相关研究主要从体育产业与相关产业的融合发展机制、融合发展模式以及融合发展路径等方面展开探讨。如在产业融合发展机制方面,有研究指出,产业间高度关联是产业融合发展的基础条件,技术创新与消费需求提高是产业融合发展的初始驱动力,政策的变化是产业融合发展的外部推力^[20,22-23];在产业融合发展模式方面,有研究指出,体育产业与相关产业的融合发展模式主要有渗透型融合、重组型融合、延伸型融合、交叉型融合以及综合型融合

等^[19-20,24];在产业融合发展路径方面,有研究指出,体育产业与相关产业的融合发展路径主要有技术融合路径、业务融合路径、市场融合路径、产品融合路径以及生产融合路径等^[23,25]。体育服务业具有高渗透性、交叉性、延伸性等特质,其与相关产业的融合机制主要是指相关产业的各类服务要素与体育资源或体育服务要素在开放的产业系统内通过非线性的网络互动关系,打破原有单一系统的线性平衡,利用制度、管理、技术等层面的创新手段,从而实现技术、产品、服务以及市场等要素的融合发展^[22]。因此,要想实现体育服务业与相关产业的融合发展,其首要任务应厘清产业互动、产业融合与产业创新之间的关系,准确把握三者之间的逻辑脉络与演进规律。在消费不断升级的背景下,体育服务业与相关产业的互动是产业融合的前提条件,产业融合是产业互动的结果,产业融合为产业创新发展提供了内在动力。

产业的高度关联与互动是体育服务业与相关产业融合发展的前提条件。体育服务业与相关产业之间由于高度的渗透性和关联性,推动了体育服务业与相关产业在产品、服务、业务以及市场等不断进行互动,导致体育服务业与相关产业之间的边界模糊化,从而实现了产业的融合发展并催生出各种新型产业业态^[20,22]。如随着消费的不断升级,人们在休闲娱乐、社会交往等方面的需求日益高涨,催生了体育旅游业的发展壮大;随着国内老龄人口数量的逐渐增加,部分老年人在强身健体、修身养性等方面的需求日益高涨,催生了体育康养业的发展壮大。此外,体育服务业与高新技术、教育培训、文化、安保服务等产业的融合趋势逐渐加快,由于以上产业均与体育服务业具有高度的关联性,使其与体育服务业在平台、市场与载体等方面不断实现资源的互动和共享,从而提升了资源的相互利用效率^[20,22]。相关产业为体育服务业提供了较好的平台和载体,体育服务业为相关产业提供了更广的需求和利润空间,从而形成了体育服务业与相关产业相互交叉、相互渗透的融合发展局面^[22]。

制度渗透、模式更新、产品融合、市场互动是体育服务业与相关产业融合的内在动力。如在制度渗透方面,为了充分发挥体育服务业在经济社会中的带动作用 and 溢出效用,我国采取了一系列制度措施来推动体育服务业与相关产业的融合发展,并取得了诸多建设性成果,但仍存在部分制度遗留问题^[26]。我国体育服务业发

展方式所面临的根本性制度约束是政府职能越位,同时政绩考核本位、市场监管缺位以及支撑措施失位等制度约束也严重阻碍了我国体育服务业的发展^[26]。为破解现有体育服务业发展方式所面临的制度约束,政府将推进“放管服”改革作为未来我国体育管理改革的根本方向,通过全面梳理体育行政主管部门关于体育服务业的管理权限,从合作治理的角度分析哪些权利“适合放”“放给谁”“如何放”等问题;通过完善相关法律体系和行政处罚体系,切实管好体育社会组织、规范体育服务业市场、监督被放权机关;通过制定体育行政“优化服务”战略,也切实服务好体育社会组织、体育服务业市场以及被放权机关。在产品融合方面,随着科学技术的进步促使体育服务业与相关产业的融合进程不断加快,体育服务业的各类资源与其他相关产业资源在产品、服务、技术、市场等方面相互渗透交叉,融合催生部分新型产业业态,加速了体育服务业的技术创新周期。同时,随着高新技术在体育服务业中的不断应用,促使高新技术在体育服务业中的应用范围不断拓宽,更好地满足了不同消费者的多种需求,实现了开拓新市场、获得更大利润空间的目的,直接或间接带动了体育服务业与相关产业的共同发展。在模式更新方面,随着我国体育服务业的快速发展,体育服务业在国民经济体系中的地位逐渐提升,人们对体育服务的认识发生了质的飞跃,开始愿意花费时间、金钱、精力参与体育消费或体育运动,这从思想认识上转变了以往人们对“体育就是竞技体育”的刻板印象,也从模式更新方面直接推动了体育服务业与相关产业的快速融合。在市场互动方面,随着人们对身体健康、社会交往、休闲娱乐等需求的不断提升,传统的“三从一大的竞技体育训练方式”或“因健康问题被动参与体育锻炼的形式”已不再适应当下人们参与体育消费或运动的需求,人们参与体育消费或运动的目的逐渐转向以体验、学习、度假等需求为主,而体育服务的参与性、刺激性、冒险性等特点恰好迎合了该群体的潜在需求,加上相关产业的教育性、观赏性、趣味性等特点,催生了体育旅游业、体育康养业、体育教育培训业等相关新型产业业态,满足了不同消费者的多种需求,加快了体育服务业与相关产业的融合速度与进程。

2.3 体育服务业发展创新

社会发展需要创新,供需矛盾的解决需要创新。体育服务业开放创新是发展的关键,主要通过创新供给内容和供给方式实现。

推进体育服务业发展创新在供给内容层面,应以消费者需求为导向,为消费者提供优质的体育服务。具体而言,在休闲健身业方面,积极打造体育特色小镇、体育综合体等产业载体,优化体育服务质量;在竞赛表演业方面,积极引入社会资本打造高端精品赛事,提供高质量的服务内容;在场馆服务业方面,积极建设功能性强的公共体育场馆,提供多样化的服务内容,以满足消费者多元化的体育消费需求。在供给方式层面,消费者对于体育服务业消费的认识逐渐增强,思想观念逐渐由将体育作为非必需品向必需品跨越,开始投身于健身舞蹈、健身操、瑜伽等运动中,对体育消费的投入也在逐渐提升。然而,新冠肺炎疫情使线下体育消费模式的发展受阻,迫使体育服务业不断在供给方式上创新,构建线上与线下相结合的体育消费模式,满足体育消费人群的消费需求。尤其是在休闲健身产业领域,线上与线下结合的消费模式表现较为突出,主要通过线上体育培训、直播健身等方式开展智能体育。针对学生人群,借助互联网、直播、视频等线上与线下互动教学方式开展体育教学,不仅丰富了教学内容,还提高了教学过程的趣味性;针对体育运动爱好者,通过利用Keep等运动APP为消费者构建参与互动的空间,满足消费者在家锻炼的需求,通过推进体育传媒、电子竞技等数字化体育产品服务内容创新,开拓广阔的消费市场。因此,推进体育服务业发展创新应以科技为支撑,在供给内容和供给方式上实现创新,以市场需求为主导,借助科技力量,完善体育服务业的供给体系。营造良好的体育服务业创新环境,提高市场竞争力,促进产业转型升级。

3 消费升级视域下推进我国体育服务业发展的路径机制

消费政策的有效实施,可以通过净化市场消费环境和稳固消费秩序来实现,既促进体育服务消费提升^[27],又利于体育各产业之间的互动。体育服务业作为融合性最高的产业门类,具有丰富的资源优势,在技术支撑下,其内部资源不断整合,不仅可以促进内部结构优化发展,还能促进体育产业稳步发展。在需求升级下,体育服务业出现了很多拉动力较强的消费增长点,为体育产业的发展注入了源源不断的动力,为消费市场增加了活力。因此,在政策引导、技术支撑、需求刺激的共同作用下,构建推进体育服务业发

展的闭环路径机制,为体育服务业的运行机制提供保障,以整合体育服务业资源,完善体育服务业体系,优化体育服务业内容。

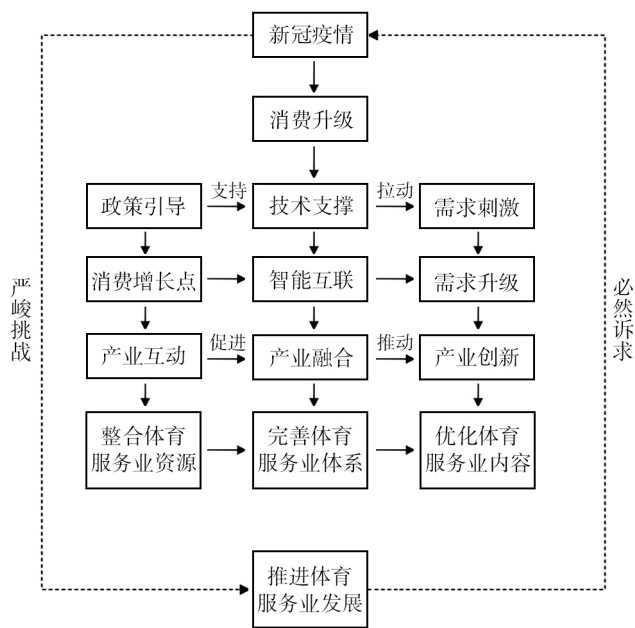


图3 消费升级视域下推进体育服务业发展的路径机制图

Fig. 3 The path mechanism of promoting the development of sports service industry from the perspective of consumption upgrading

3.1 政策引导下整合体育服务业资源

在消费政策的引导下,体育服务业资源实现外部整合。体育服务业发挥融合性强的特点,在发挥市场资源配置的作用下,与其他产业不断形成关联,通过整合各方资源促进内部增长,进而不断推动相关产业的发展。在体育服务业中,休闲健身、竞赛表演、场馆服务等消费热点的出现可以聚合更多的资源,通过有效将体育服务业资源进行外部整合,形成“政府+市场+消费者”多元参与的供给局面,不断增强体育服务业的消费活力。因而在政策的引导下整合体育服务业资源,既有利于提高体育服务业资源的利用效率^[28],又有利于提升产业的竞争力,通过产业间资源的深度利用可以促进产业链的完善、商业模式更新,最终实现产业利益最大化。在“体育+”工程的实施下,推进休闲健身、竞赛表演、场馆服务与文化、旅游、康养、互联网、金融等产业融合发展,打造新型的体育服务消费业态,拓展体育消费空间。事实上,体育小镇、冰雪旅游、城市马拉松运动就是休闲健身业+旅游业融合发展的体现,足球、篮球等职业赛事的举办则是竞赛表演业与文化产业融合的体现,而公共体育场馆、冰雪场馆建设是场馆服务业+旅游业融合发展的体现。为有效实现体育服务业外部资源整

合,应逐渐将各个业态的资源与相关产业资源进行整合,通过多元业态融合发展,以实现产业结构的优化与升级。

在政策优势作用下,体育服务业作为核心产业,通过充分利用资源的集聚与整合优势作用,与相关产业逐渐实现互动融合发展,以利于产业结构优化,达到促进产业有效发展的根本目的。随着人们消费水平的不断提升,对于休闲健身、竞赛表演、场馆服务等体育服务业的需求逐渐增强,但对于各个要素的消费存在差异,致使体育服务业内部业态呈现非均衡发展趋势,资源分布严重不均衡,且整体供给水平无法满足消费者的需求^[29],因此,促进体育服务业内部资源有效整合迫在眉睫。在政策引导作用下,通过有效发挥市场的资源配置作用,以消费者需求为导向,将体育服务业内部的休闲健身、竞赛表演、场馆服务等资源进行整合,将不合理与发展不充分的资源要素进行优化,同时充分利用优势、特色的资源要素,实现资源利用的最大化。事实上,通过将体育服务业内部业态的资源进行整合,既可以促进产业结构升级,也有利于产业功能最大化的实现。

体育服务业中每个产业都有自己的特点,应在政策的引导下注重不同特点的产业之间的利益融合,加强体育服务业内部消费增长点的带动作用,将不同业态的资源进行整合,通过互动关系实现资源流转,使产业结构趋于完善。如通过将特色化大型体育场馆和高端品牌赛事融合,实现场馆服务业+竞赛表演业融合发展;通过举办城市马拉松赛事,实现休闲健身业+竞赛表演业融合发展。在体育服务业内部资源整合的过程中,发现相关消费政策对体育服务业发展的引导作用不强,而区域经济发展水平不均衡,也限制了体育服务业发展。因此,在政策的引导下,应遵循市场配置最优化原则,将产业内部资源充分整合,以实现体育服务业的经济效益与社会效益最大化发展。因而,未来体育服务业发展模式应以满足消费者需求为目标,促进相关产业资源的优化配置,打造“休闲健身+竞赛表演+场馆服务”多元产业融合的发展局面。

3.2 技术支撑下完善体育服务业体系

随着科学技术的快速发展,技术红利带来的强大驱动力正不断冲击着传统的体育服务产业。“互联网+”被纳入国家顶层设计,上升为国家战略层面的发展主题,利用移动互联网和科学技术推进体育服务产

业的发展已经成为未来发展的趋势。在万物互联时代,“互联网+体育”新业态也改变了现代人的生活习惯、思维方式和对体育的认知等^[30],给体育消费者带来了更多的参与感^[31]。因此,应大力推动“互联网+体育”的创新路径发展机制,积极推进智能互联、大数据等技术在体育服务领域的普遍应用,实现科学技术在体育服务中发挥规模化效益,推动相关产业业态融合发展,实现技术支持下体育服务业更好的运行。完善科技与体育竞赛表演业、健身休闲业、体育培训业、场馆服务业等领域有效联合发展,可以吸引社会资本对体育服务业发展的支持,有效推动体育服务业向市场化、专业化快速发展。在技术支持下,体育服务业供给逐渐转型升级,商业模式和产业业态实现重塑、优化,消费市场良性循环运行。

体育服务业具有巨大的商业价值,应顺应市场的发展需求,强化市场化运作机制,通过多元供给方式,提供丰富化、多样化的体育服务产品和服务^[32]。在互联网、新媒体技术支持下,推进体育服务消费信息化、数字化、网络化,完善体育服务业体系,实现体育服务业的有效发展。首先,应紧密依靠技术作用,推动健身休闲、竞赛表演、场馆服务、中介培训等产业协同发展,以促进产业结构优化升级。然而,在新冠肺炎疫情下,健身休闲、竞赛表演、体育培训、体育旅游等体育服务业深受打击,这表明目前体育服务业抵御市场风险的能力不足,与科技融合的程度不够,线上与线下结合发展模式不成熟,发展效益不高。而如何在此背景下重振体育服务业发展信心成为目前的重要任务。因此,在休闲健身业领域,可以通过借助互联网平台,利用运动APP开展线上与线下结合,以获得良好的运动参与体验。在体育培训领域,通过体育线上教学和培训模式展开教学,借助线上平台实时对消费者的身体机能指标进行评估,可以有效反馈锻炼效果。因而,在5G、大数据、智能互联等的助力下,体育服务业将发挥规模化效益,体育服务消费市场规模化发展。科技对体育服务业的渗透力逐渐增强,有助于推进健身休闲、竞赛表演、体育培训、体育旅游等业态协调发展,逐渐拓展新的产品与服务功能,以完善体育服务业体系。

3.3 需求刺激下优化体育服务业内容

尽管体育服务业发展日益兴旺,但其供给质量不高、供给内容不足,无法满足消费者对于健身休闲、竞

赛表演、体育培训、体育旅游等业态的多元化、个性化的消费需求,因此,从消费者的实际需求出发,提出优化体育服务业内容,是解决供需矛盾的重要途径^[33-34]。在不同消费需求的刺激下,体育服务业需要不断地提高服务质量来满足人们的需求,这不仅有利于完善供需关系,而且还能够促进体育服务业路径机制创新。相较于其他产业,体育服务业的潜在需求更大,优化体育服务业内容不仅可以完善产业结构,而且能有效满足人们的体育需求。体育服务业的服务内容大部分是以无形的商品形式存在,通常借助体育场馆等平台进行商品交换,优化体育服务业内容有助于促进体育消费,激发人们的潜在需求^[35]。

在竞赛表演业方面,随着人们休闲娱乐需求的不断增强,既为竞赛表演业的发展提供了契机,同时也为竞赛表演业的发展提出了新的挑战。电子竞技业是竞赛表演业的分支产业,具有竞赛表演和休闲娱乐功能,目前越来越吸引着大量的消费者参与其中,为促进电子竞技产业的转型发展,应在赛事转播、场馆设施等方面提高质量,同时,丰富、优化服务内容,以促进产业消费持续提升^[36-37]。在体育培训业方面,尽管目前体育培训产业发展迅猛,但新冠肺炎疫情使体育培训业深受影响,无法满足消费者的体育培训需求。在此境况下,由于线下培训受阻,可以根据消费者的需求,利用互联网平台实施线上培训方式,推进培训工作顺利进行,同时,在线上严格监督、评估、及时反馈,以保证训练效果。在健身体闲业方面,体育小镇、城市马拉松赛事正如火如荼地开展,人们不断投身于体育旅游中,刺激了体育消费的增长。在体育消费需求转变下,健身体闲业应主动寻求转型,重塑商业模式。具体而言,可以通过举办体育消费节日活动和发放体育消费券以吸引消费者参与体育消费,以拉动体育服务消费增长。在政策、科技支持下,以消费者需求为导向,重点实施线上与线下融合发展模式,营造良好的体育服务消费环境,引导和培育消费者线上的消费观念,不断丰富和优化群众性体育活动的参与体验^[27]。此外,积极引导社会力量参与供给,推动健身体闲、竞赛表演、体育培训等内部业态深度融合,有效发挥市场资源配置的作用,优化体育服务业内容和方式,促进体育服务行业业态进一步升级。

4 结语

体育消费是体育服务业发展的根本动力,消费升级成为体育服务业的转型发展提供了内在源泉。基于“消费升级背景下如何推进体育服务业发展”问题,从动力机制、运行机制、路径机制3个方面展开,通过体育消费政策制定与落实、体育消费市场开拓与创新、体育消费需求转变与升级动力因素的分析,梳理了体育服务业与相关产业的互动、融合及其创新的运行机制,进一步探寻了“政策引导下整合体育服务业资源、技术支撑下完善体育服务业体系、需求刺激下优化体育服务业内容”发展路径。在消费升级的现实背景下,研究以理论深化为前提,探索体育服务业优化发展机理,对体育服务业发展具有重要的现实意义。因此,本研究在理论和现实层面均实现了有效突破,为体育产业消费与发展研究的开展提供了重要的参考。后续研究可从消费者微观行为视角切入,探究体育服务业消费提升的影响因素,此外,可以具体深入剖析体育服务业的动力机制、运行机制、路径机制的机理与内涵,深挖体育服务业发展的关键内容,以有效推进体育服务业领域的研究进展。

参考文献:

- [1] 国务院.关于加快发展健身休闲产业的指导意见[S].2016.
- [2] 国务院.关于积极发挥新消费引领作用加快培育形成新供给新动力的指导意见[S].2015.
- [3] 中华人民共和国中央人民政府.关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见[EB/OL].(2014-10-20)[2019-08-31].http://www.gov.cn/zhengce/content/2014-10/20/content_9152.htm.
- [4] 肖飒.我国体育消费的影响因素分析[J].武汉体育学院学报,2004(5):45-47.
- [5] 王雪莉,付群,郑成雯.2010—2019年中国体育消费政策落实:问题与对策[J].体育科学,2019,39(10):40-55,82.
- [6] 中华人民共和国中央人民政府.《进一步促进体育消费的行动计划(2019-2020年)》(体经字[2019]13号)[EB/OL].(2019-01-16).http://www.gov.cn/xinwen/2019-01/16/content_5358218.htm.
- [7] 中华人民共和国中央人民政府.《国务院办公厅关于加快发展体育产业的指导意见》(国发[2010]22号)[EB/OL].(2010-03-24).http://www.gov.cn/zhengce/content/2010-03/24/content_6420.htm?trs=1.
- [8] 中华人民共和国中央人民政府.《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)[EB/OL].(2019-09-17).http://www.gov.cn/zhengce/content/2019-09/17/content_5430555.htm.
- [9] 张天良.体育消费市场对于体育文化产业的刺激及对策[J].经

- 济研究导刊,2017(13):39-40.
- [10] 艾媒网.2019全球及中国体育消费产业现状及发展趋势分析报告[EB/OL].(2019-04-25)[2020-03-30]. <https://www.iimedia.cn/c400/64188.html>.
- [11] 王明伟,吴香芝.我国体育服务产业发展对策研究[J].体育文化导刊,2014(5):102-105.
- [12] 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.
- [13] 潘磊,陈林祥,李丽.需求侧视角下我国体育事业发展的动力研究——基于投入产出数据的实证分析[J].中国体育科技,2019,55(2):47-53,80.
- [14] 李国,孙庆祝.我国体育产业发展与国民经济增长关系的实证研究[J].武汉体育学院学报,2019,53(1):43-51,75.
- [15] 张贵敏.我国城市居民体育消费需求的发展趋势[J].沈阳体育学院学报,2002(3):5-7.
- [16] 郇峰,闫纪红,于子轩.美学经济理论视角下我国的体育消费升级研究[J].首都体育学院学报,2020,32(1):69-74.
- [17] 黄群慧.“十三五”时期新一轮国有经济战略性调整研究[J].北京交通大学学报(社会科学版),2016,15(2):1-14.
- [18] 靳景,张耀坤,宋昱晓,等.我国生产性服务业对产业关联与创新传导的影响分析[J].科学学与科学技术管理,2020,41(2):3-18.
- [19] 雷波.我国体育产业与旅游产业互动融合模式分析[J].北京体育大学学报,2012,35(9):40-44.
- [20] 党挺.国外体育产业融合发展分析及启示[J].体育文化导刊,2017(3):127-131.
- [21] YOFFIE D B. Competing in the age of digital convergence [J]. California management review, 1996, 38(4):31-53.
- [22] 刘晓明.产业融合视域下我国体育旅游产业的发展研究[J].经济地理,2014,34(5):187-192.
- [23] 张广俊,李燕领,邱鹏.体育产业融合的动因、路径、效应与策略研究[J].武汉体育学院学报,2017,51(8):50-56.
- [24] 李燕燕,兰自力,陈锡尧.我国体育产业融合的特征、类型及实现机制[J].首都体育学院学报,2015,27(6):488-492.
- [25] 杨强.体育旅游产业融合发展的动力与路径机制[J].体育学刊,2016,23(4):55-62.
- [26] 刘娜,姜同仁.中国体育服务业发展方式转变的制度约束与创新研究[J].西安体育学院学报,2017,34(1):19-26,67.
- [27] 姜静静.我国体育服务业转型升级:机遇、挑战与路径[J].西安体育学院学报,2018,35(2):179-184.
- [28] 孙素玲,臧云辉.我国体育服务业发展现状、问题及对策[J].首都体育学院学报,2015,27(6):500-504.
- [29] 高贺,付志华,陈颇,等.我国体育用品制造业转型升级与服务发展的关系研究[J].体育学研究,2019,2(6):64-70.
- [30] 颜小燕.“互联网+”促进体育产业创新驱动发展及其策略[J].体育与科学,2017,38(6):67-72.
- [31] 李燕领.融合视野下体育产业高质量发展:效应路径模式与政策选择[J].南京体育学院学报,2019,2(11):1-11,2.
- [32] 吕艳玲,宋述雄.城市化进程中我国体育产业发展路径研究[J].西安体育学院学报,2017,34(1):1-8.
- [33] 翁银,李凌,周文静.依赖关系非竞争购买模式下公共体育服务满意度的影响研究[J].天津体育学院学报,2017,32(6):541-546.
- [34] 翁银,李凌,张瑞林.公共体育服务的矛盾表现与供需互动的实证研究[J].天津体育学院学报,2019,34(5):439-446.
- [35] 王明伟,吴香芝.我国体育服务产业发展对策研究[J].体育文化导刊,2014(5):102-105.
- [36] 翁银,李凌.沉浸互动模型:滑雪消费心流体验机制的质性研究[J].成都体育学院学报,2020,46(2):78-84.
- [37] 杨铁黎,吴永芳,刘燕华,等.关于建立我国体育服务业质量管理体系若干基本理论问题的探讨[J].首都体育学院学报,2002(3):16-19.

Research on Promoting the Development of China's Sports Service Industry from the Perspective of Consumption Upgrading

ZHANG Ruilin^{1,2}, LI Ling³, WENG Yin³

(1. Jilin Sport University, Changchun 130022, China; 2. National Engineering Research Center for Sports Goods, Leling 253600, China; School of PE, Shandong University, Jinan 250061, China)

Abstract: Under the background of consumption upgrading, it is of profound practical significance for the sustainable and healthy development of sports industry to explore a way to promote the development of China's sports service industry. Closely combining with the reality of the contradiction between the supply and demand of the sports service industry, focusing on the issue of how to promote the development of it in the context of consumption upgrading, this paper analyzes the dynamic mechanisms of the formulation and implementation of sports consumption policies, the development and innovation of sports consumption markets, and the transformation and upgrading of sports consumption demand. Then, it studies the path mechanism on the basis of effectively sorting out the interaction, integration, innovation and other operational mechanisms between the sports service industry and the related industries. It also integrates the resources of the sports service industry under the guidance of policies, improves the system under technical support, optimizes the contents of the services under demand stimulation, and explores the action plan for the development of the sports service industry. It aims to effectively implement the operating mechanism through the key dynamic mechanism, and gradually form a new form of the development of sports service industry under the path mechanism.

Key words: consumption upgrading; sports services industry; dynamic mechanism; operation mechanism; path mechanism