

王凯,张煜杰,陈明令.“双循环”新发展格局下我国体育竞赛表演业生态嬗变与应对[J].体育学研究,2021,35(3):67-74.

“双循环”新发展格局下我国体育竞赛表演业生态嬗变与应对

王 凯,张煜杰,陈明令

(南京体育学院,江苏南京 210014)

【摘要】：体育竞赛表演业作为体育产业的主体产业置身经济“双循环”新发展格局场域中，应构建其自身发展的双循环体系。理想的体育竞赛表演业“双循环”新发展格局应是“以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的高质量发展格局”。从产业生态角度分析，双循环体系主要包括核心层、外围层、关联层和国际层等4大维度，面对理想的体育竞赛表演业发展目标，当前我国体育竞赛表演业存在要素不畅、供需不优、融合不深、支撑欠佳、贸易赤字等不足，处在高端外循环、低端内循环的层次。应优化供需、畅通要素，促进体育竞赛表演业核心层升级；创新引领、深化融合，促进体育竞赛表演业外围层拓展；优化保障、培育市场，促进体育竞赛表演业关联层改善；深化开放、协同内外，促进体育竞赛表演业国际层跨越，通过4个维度的跨越促进体育竞赛表演业高质量的“双循环”新发展格局形成。

【关键词】：“双循环”新发展格局；体育产业；体育竞赛表演业；供需平衡；优化产业业态

【中图分类号】：G80-05；G808.2 **【文献标识码】**：A **【文章编号】**：2096-5656(2021)03-0067-08

DOI：10.15877/j.cnki.nsic.20210525.002

2020年，习近平总书记多次强调“要推动形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”。经济增长理论强调一国的经济发展中，国内和国外两个循环缺一不可^[1]，国际贸易理论强调本土市场对对外贸易支撑作用的同时，指出对外贸易通过国外市场部门与国内市场部门之间的要素流动、中间投入品和市场竞争等产生深度的关联和互动，对其他非对外贸易部门带来技术扩散效应、资源配置效应、产品竞争效应以及市场规模效应，对工人工资水平、技术创新活动、企业生产率、产品质量^[2]等产生带动作用，最终服务于国内经济大循环。双循环的构建应进一步开放国内市场，营造良好的竞争环境^[3]，构建区域平衡发展、区域高质量发展和区域城市群一体化发展新格局^[4]，打通需求侧的各环节^[5]。经济“双循环”新发展格局下要求体育产业发展实现国内国际循环、产业供需循环、产业要素循环、区域市场循环、产业内部循环等。体育竞赛表演业作为我国体育产业的重要组成部分，正经历着前所未有的生态变革，把脉经济“双循环”新发展格

局下我国体育竞赛表演业的生态嬗变、系统构成、发展困境，探索其应对路径，对更好地把握和促进体育竞赛表演业乃至整个体育产业发展具有积极意义。

1 “双循环”经济格局下体育竞赛表演业的生态嬗变

1.1 国际生态的变化

第一，国际体育组织从强势走向式微，赛事之锚奥运的引擎作用下降。随着全球竞争市场的发展、自身负面问题的频发、新冠肺炎疫情的冲击等，国际体育组织的影响力日渐式微。近年来，由于国际体育组织的治外法权和内部权力，导致了公信力危机此起彼伏。数据显示，近10年来30个单项国际体育联合会的现任主席中，在任时间超过10年的占1/3以上，其中，2/3的主席曾有过连任经历，任期最长高

收稿日期：2020-02-21

基金项目：国家社会科学基金重大项目(19ZDA355)。

作者简介：王 凯(1984—)，男，江苏徐州人，博士，副教授，硕士生导师，研究方向：体育治理、体育产业管理与运营。

达31年,绝对权力极易导致腐败和不公。更有甚者,如国际足联在其章程中明确规定:国际足联及其会员单位不得将内部纠纷提交给本国或地区的司法机关,形成了“治外法权”^[6]。新冠肺炎疫情之前全球体育赛事掌控在各国际体育组织手中,各国政府通常采取放任自由和合作的态度,而疫情带来的多维度影响使得众多国家出于防疫需要、贸易保护、种族意识等^[7],选择管控规制的体育策略,在内部治理危机和外部环境的双重影响下,国际体育发展由原有的国际体育组织主导转向各主权国家主导,国际体育组织的影响力出现下滑。奥运会在全球体育竞赛表演业发展中起到引擎锚定的作用,东京2020年奥运会由于疫情原因推迟举办,然而,疫情只是加速了奥林匹克运动危机的爆发,诸多威胁其生存根基的问题早已暴露。国际奥委会于2021年2月15日官宣《奥林匹克2020+5议程》,推出了15项改革新路径,以更好的应对变革^[8]。

第二,各国从开放办赛走向封闭自保,众多国际体育赛事品牌价值下降。新冠肺炎疫情加速了世界逆全球化态势的发展,全球正在出现斯蒂芬·沃尔特所表述的“开放、繁荣与自由皆倒退的世界”^[9],各国体育政策领域也未能幸免,不同程度出现孤立保守的状态。在内减少国际体育赛事的举办,对外减少国际体育赛事的参与。The Two Circles的数据显示,2020年,全球只有53%的赛事顺利完成。正如鲍明晓教授所言,国际体育合作空间将受到压缩,国际体育组织掌控全球体育事务的格局将被打破,全球体育事务、体育议题大概率会被纳入大国战略竞争范畴,甚至不排除国际体育事务围绕大国竞争而分立站队的极端化情况。众多国际体育赛事将出现申办主体乏力的情况,即便是商业化程度较高的职业联赛也可能因为广告商、赞助商等市场支撑主体衰弱、现场观众匮乏、营销环境变迁等带来经营绩效下降,运动员、裁判员、教练员等从业主体收入下降,运动员转会成本提升,媒体版权销售困难等,导致赛事品牌价值折损。The Two Circles的数据显示,2020年,全球体育赞助费用下降了146亿欧元。

第三,体育竞赛表演国际供应链受阻,主要要素具有重配诉求。体育竞赛表演具有较为突出的全球化特征,包括运动员、教练员、管理运营人才等人员要素的全球化,体育投资、赞助、传媒等支撑要素的

全球化,赛事运营开发全球化等^[10]。一是,体育赞助营销的全球化受阻。现代奥林匹克运动伴随20世纪80年代世界经济全球化推进和奥林匹克运动的商业化探索,才真正发展为影响全球的大事件,吸引着各国政府的积极申办。而当前全球呈现出逆全球化的浪潮,导致了体育竞赛表演市场国际化支撑力的衰退。二是,体育传媒全球化的受限。体育传媒是体育竞赛表演业全球化发展的重要推进力,离开传媒也就无法实现赛事的全球化,而当前东西方意识形态斗争日趋明朗化、公开化,而传媒具有较强的意识形态引导属性,在这一环境下其运作将会受到诸多的限制,如TikTok(抖音海外版)在美国的限制使用、在印度的下架等就是很好的说明。三是,世界经济格局变化带动产业要素流动。竞赛表演产业的发展离不开强有力的经济支撑,一些老牌强国正经历经济衰退,新兴经济体不断崛起,财富的重新分配自然会带动体育竞赛表演格局的相应变化,伴随的则是体育竞赛表演产业要素的重配。对我国而言,这是双循环新发展格局下的良好机遇,是网罗全球优质体育竞赛表演资源的契机。

1.2 国内生态的变化

第一,经济实力提升为我国体育竞赛表演市场培育了规模可观的消费人群及潜在消费人群。随着经济水平提升,人们的体育参与意识和观赏意识不断提升,体育消费意识也随之改变。以马拉松为例,尽管注册赛事从2011年的22场跃升至2019年的1828场,但依然存在需要抽签才能获得参赛资格的情况。同时,人们体育赛事观赏的习惯也体现出了积极的信号,江苏体育消费研究中心数据显示,2017年,江苏省城乡居民购买体育直播录播节目的费用仅为人均33元,2019年,这一支出升至47.49元,占总消费均值的1.9%,两年增幅43.9%。近些年健康中国、体育强国等战略不断推进落实,冰雪运动、足球改革、青少年体育等得到国家的高度重视,钟南山和众多专家对强身健体、体育锻炼的呼吁为体育发展营造了良好的氛围,为体育的国民认同提供了强有力的舆论支持。

第二,体育竞赛表演业的政策环境逐渐优化。
①政策友好信号不断释放。2020年,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于全面加强和改进新时代学校体育工作的意见》、教育部和国家体育总局

联合发布《关于印发深化体教融合 促进青少年健康发展意见的通知》(体发〔2020〕1号)、《国务院办公厅关于同意建立青少年体育工作部际联席会议制度的函》(国办函〔2020〕122号)等,均涉及“健全体育竞赛和人才培养体系”内容和工作,为体育竞赛表演业发展提供了强有力的政策支持。^②放管服改革促进体育竞赛表演业体制优化。放管服改革体现在社会主体的放权和培育、市场主体的激发和规范,为体育竞赛表演业主体力量提升提供了土壤。十八大以来国家体育总局深入推进放管服改革,取消了国家正式开展的体育竞赛项目立项审批、运动员交流协议审批、国家级裁判员审批、体育竞赛全国纪录项目审批等。总局以行政审批事项为重点,做好事中事后监管工作,逐步建立起层次分明、分类科学的运动项目管理体制和运行机制。注重在服务上下功夫,《体育赛事活动管理办法(征求意见稿)》提出“地方各级体育部门应当积极协调推动地方人民政府建立体育、公安、卫生等多部门对商业性、群众性大型体育赛事活动联合‘一站式’服务机制”。目前,一些政策的落实还难尽人意,今后需在政策落地上下功夫,促进政策落地见效。

第三,体育竞赛表演业的主体力量渐活跃。体育竞赛表演业的主体力量主要包括体育竞赛表演企业、体育社团、体育协会、体育赞助商、体育传媒、体育中介(体育经纪)等。2014年,国务院46号文件发布后市场主体不断增多,万达、腾讯、阿里等资本巨头纷纷布局体育竞赛表演市场;在“爱企查”网站分别以“体育赛事公司”“体育竞赛公司”“体育表演公司”等为检索词(范围包括企业名、业务范围等)查询到相关企业9 613家,其中近3年注册的有3 979家。体育传媒业同样得到了较快的发展,四经普数据显示:2018年末,体育传媒与信息服务领域法人单位0.7万个,全年实现营业收入427.3亿元,营业利润80.2亿元^[11]。近些年也涌现了腾讯体育、PP体育、咪咕体育等体育传媒新生力量。体育协会不断推进协会脱钩和实体化改革,推进协会实行法人治理模式,探索企业化、市场化的运作模式,激活社会组织的活力,脱钩以后的国家级协会纷纷推进项目赛事体系建设,助力体育竞赛表演业的发展。尽管我国体育经纪市场总体相对较弱,但也出现了以体育经纪业务为重要内容的体育竞赛经纪类企业,

各类企业的国际化程度和竞争意识也在不断地提升,为体育竞赛表演市场的发展提供了支撑。

2 体育竞赛表演业“双循环”新发展格局与发展困境

美国、英国等体育强国的竞赛表演业发展大都形成了“双循环的发展格局”(国内体育竞赛表演业较为发达,形成输出与输入相互促进的格局),借鉴国际经验,响应我国经济发展新格局战略,体育竞赛表演业应形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的高质量发展新格局。

2.1 体育竞赛表演业“双循环”生态格局建构

2.1.1 体育竞赛表演业“双循环”生态格局构成

1989年,Frosch和Gallopoulos在“可持续工业战略”一文首次提出了产业生态系统这一概念,即能够优化能源和物质循环,其产生的排放物有可作为另一过程原料的系统^[12]。施晓清等将产业生态系统比拟生态系统,即生产者、消费者和分解者主要通过物质循环、能量和资金流动、信息传递等维持持续发展^[13],产业生态系统是借鉴自然生态系统的一种创新性的产业组织管理理念,是与产业发展关联的各要素相互作用形成的系统。借鉴已有研究^[14],体育赛事产业生态系统是由体育赛事组织(体育协会、体育企业等)、关联政府、体育媒介、赞助商(广告商)、消费者和其他利益相关主体所形成的聚合共生共荣系统,不同的主体能够产生良好的聚合效应,促进体育竞赛表演业的可持续发展,体育竞赛表演业相较其他产业天然的具有双循环新发展格局的特征(图1)。体育竞赛表演业的生态系统基本包括核心层、外围层、关联层和国际层等4个维度。核心层主要是以体育竞赛表演运行企业,体育赛事主办方、所有方等协会组织,体育赞助、广告商等为主体的体育竞赛内部生态。外围层主要是以体育竞赛授权或者关联授权运作,与教育、传媒、文化、旅游、军事、科技、农业、健康等领域融合发展所形成的交叉生态系统,这一系统拓展了体育竞赛表演业的业态和边界,丰富了体育竞赛表演业内容,所融合领域也对体育竞赛表演业形成了替代性的冲击和挑战。关联层包括经济生态、政治生态、文化生态、社会生态等,关联层的要素通常不直接参与产业活动,但对体育竞赛表演业却具有深度的影响,如社会文化环境影响着

人们的体育兴趣、体育态度、体育项目选择等;经济水平则决定着人们的体育观赏、参与的经济支配能力;政治环境则对体育竞赛表演业的产业布局、规划、规制、市场环境营造等具有突出的作用,综合决

定着体育竞赛表演业的基本走向^[15]。国际层则主要是国际体育组织、体育赛事、国外职业体育联赛、高水平运动员、教练员、训练团队、科技人员、国外体育企业等要素环境。

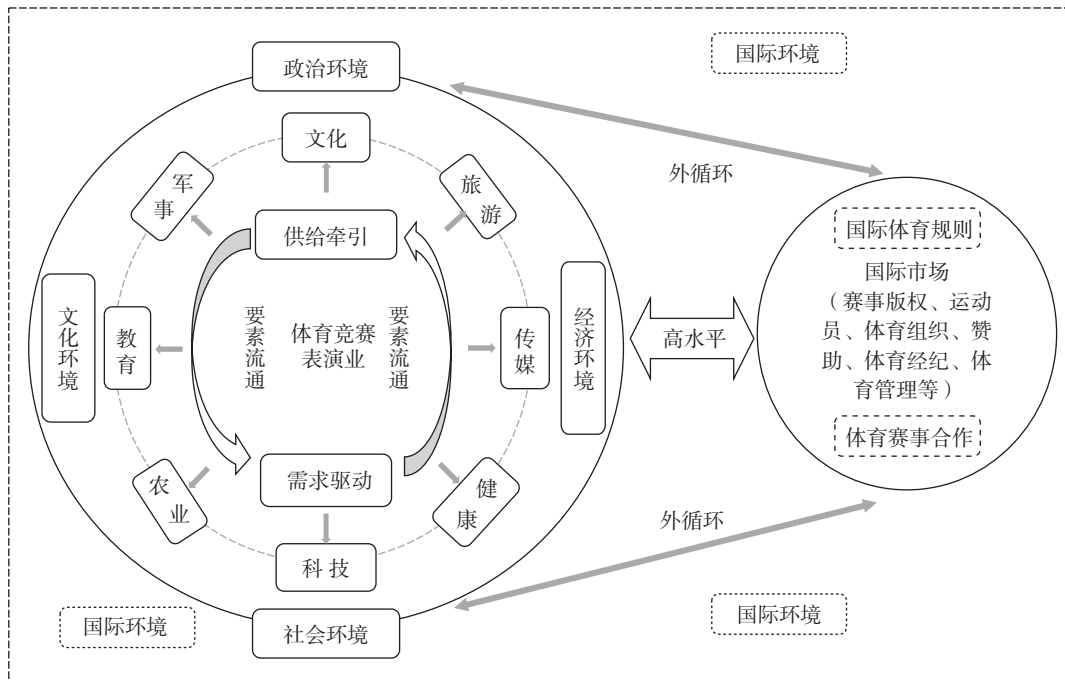


图1 体育竞赛表演业“双循环”生态格局

Fig.1 Sports competition watch industry

2.1.2 体育竞赛表演业“双循环”生态格局逻辑

体育竞赛表演业双循环生态格局的形成是一个理想化建构,遵循逻辑如下。第一,体育竞赛表演业核心层要实现强大的内生畅通。核心层的内生畅通要求实现体育竞赛表演产品与服务供需的畅通——用高质量的供给引领体育竞赛表演需求,用高质量的需求牵引体育竞赛产品与服务的供给;要素的畅通——体育竞赛表演业所需要的基础设施(主要涉及体育器材装备、场地设施、空间载体等硬件基础和体育政策、制度、文化等软件基础)、产业发展劳动力要素(运动员、教练员、体育赛事经营管理人员等)、资本要素(涉及货币资本、中间品资本及金融资本等)、技术和信息要素(各类科技、大数据、信息资源、体育传媒要素等)^[16]等能够实现升级并顺畅流通。第二,体育竞赛表演业外围层应实现深度融合。体育竞赛表演本身具有良好的融合基因,能够与诸多产业进行融合,这既是其优势又是其发展的必然,体育竞赛表演核心层实现高质量的发展能够带动外围层更深更广的融合,促进业态的多元化和运营的丰富化,提升体育竞赛表演的规模效应、范围经济。第

三,体育竞赛表演业关联层应实现强大的基础支撑。经济基础在很大程度上影响着人们体育竞赛表演的参与意识、观赏能力,影响着体育项目的发展;政治文化环境等则影响着人们对于体育的认知,良好的体育文化生态能够促进人们对于体育竞赛表演的关注,反之,则会限制人们参与观赏。第四,体育竞赛表演业国际层应实现良性的内外循环。用好国内、国际两个市场,实现国内循环和国际循环的相互支撑。当前,我国竞赛表演业还处在发展的进阶阶段,无论是群众体育、专业体育还是职业体育都需要引进、吸收、创新发展。发达国家的体育竞赛表演则具有较好的基础,拥有丰富的体育竞赛表演运行经验和人才资源,国际体育组织的IP赛事依然具有较好的影响力,可将其引入借鉴,进而更好地带动国内市场的高质量发展。

2.2 我国体育竞赛表演业“双循环”生态格局形成的发展困境

2.2.1 体育竞赛表演业核心层不强劲

第一,主体活力不足。我国体育竞赛表演主体虽增速较快,但领军型龙头企业、龙头赛事较为欠

缺,如世界十大影响力赛事无一为中国赛事,全球体育赛事价值20强无一为中国品牌^[17],福布斯发布的全球最具价值体育经纪机构40强无一为中国企业,反映了我国在体育竞赛表演领域的相对弱势。协会、社团等体育社会组织、体育竞赛表演企业等在专业化程度上存在一定的不足。尽管近年来国家体育总局大力推进协会脱钩和实体化改革,但其半官方半民间的特性并未得到根本改变,而企业等市场主体长期受到压制,其团队建设、专业程度、组织运作经验等都存在一定的欠缺,供给侧的失衡严重影响了体育竞赛表演业的发展^[18]。第二,供需上存在供给不足、供需错配等问题。根据体育产业统计数据,2018年,我国体育竞赛表演业产值292亿元,增加值103亿元,仅占体育产业的1.1%和1.0%,说明我国体育竞赛表演业的规模相对较小(这一统计主要是本体统计)。就实践而言,如马拉松、自行车等参与类的大中型赛事,其供给依然较为不足;就观赏性而言,各类国外体育赛事依然是我国媒体争相抢购的焦点。第三,要素流通不佳。在人才要素上存在供给不足和流通不畅的问题,据报道,预计到2025年,中国体育从业人员的缺口将高达500万人。在体育竞赛表演领域同样如此,高端体育竞赛表演人才依然存在较为严重的交流、转会限制,影响着要素流通效率。

2.2.2 体育竞赛表演业外围层不成熟

体育竞赛表演业生态系统外围层主要是产业融合维度,主要体现在“体育竞赛表演+”和“+体育竞赛表演”两个维度。产业融合是指不同产业或同一产业的不同行业,通过相互渗透、相互交叉、产业重组等方式最终融为一体,逐步形成新产业的动态发展过程。产业融合发展能够带来产业边界的模糊,通过资源、模式、要素、经验、主体等的流通融合,逐渐出现竞争协同关系,形成规模经济和范围经济效应,能够促进产业的跨越升级和辐射跃升。当前,我国“体育竞赛表演+”和“+体育竞赛表演”两个维度上均不成熟。体育竞赛表演与旅游、文化、教育、健康、医疗、科技、军事、传媒等各领域都有着潜在或显在的融合基因,近年来,从国家层面到地方层面都在推进相关领域的融合,但其融合发展还不够成熟,融合发展的深度、广度还不够,产业间的融合模式、融合路径、创新方式等还不足。人工智能、大数据、云

计算等新技术在体育竞赛表演领域的开发和应用不够深入,体育竞赛表演领域大数据的开放性、共享性构建还远未实现,依托大数据的精准化赛事服务供给、赛事人群分析等尚无法有效实现;人工智能技术在体育竞赛表演领域的融合场景、功能设计等虽已被应用到竞赛装备、运动监控领域,但仍需进一步拓展。在外围层生态不佳的情况下,外围层的各领域在某种程度上又形成了体育竞赛表演业的替代性的产品与服务供给,如科技的高速发展所带来的各种新兴娱乐产品,教育的高度民生性带来的时间挤占,文化领域的影视剧、话剧等带来的精神消费等都对体育竞赛的观赏、参与形成替代性冲击。

2.2.3 体育竞赛表演业关联层不友好

经济方面,近年来我国经济水平不断提升,居民可支配收入大幅提升,但住房、教育、医疗、养老等民生问题依然制约着百姓的体育消费意愿。2019年,江苏省城乡居民购买体育直播录播节目的费用仅占体育总消费均值的1.9%。实践方面,由于体育竞赛表演大都属于人群聚集性活动,具有较高的群体性事件风险,尽管政策给予了放权,但在实践领域却未能很好地落实。同时,体育竞赛表演一体化服务体系尚未建构,制约了体育竞赛表演主体的积极性。社会文化方面,由于受到“学而优则仕”等传统文化的影响,加之体育在教育体系中的长期边缘化,导致人们对于体育的认识不足,影响着体育竞赛表演市场的高效形成。近年来,国家大力提升体育在教育中的地位,并通过考试杠杆予以撬动。但对于“体育进中考”“体育进高考”,质疑之声众多,“体育不重要”“体育中考分数中占比增加会带来新的负担”等观点依然存在,人们对体育认知的偏颇,不利于体育竞赛表演文化基础的形成。

2.2.4 体育竞赛表演业国际层不积极

当前,我国体育竞赛表演市场在外循环层面存在着诸多影响体育竞赛表演业高质量发展的因素。第一,我国体育竞赛表演业国际性品牌赛事不足。我国体育竞赛表演业在高端赛事资源上长期处于贸易赤字状态,国外优质赛事媒体版权几乎垄断国内体育传媒市场;高端体育赛事IP也体现了突出的进口状态,自主优质IP赛事严重不足;职业体育运动员、教练员等市场化程度较高的篮球、足球领域进口特征明显,输出有限,体现出了“大进”的格局,形

成了突出的以高端进口和低端内循环为主的国内国际双循环格局。第二,我国在各国际体育组织中话语权不足。各国际体育组织是体育竞赛表演国际化发展的重要推进力量,握有项目发展的规则制定权、品牌赛事的主办权、全球资源的开发权等,而我国在这些国际组织中的任职人员、交流经验等相对不足。中国奥委会全会报告显示,2007年,我国在国际和亚洲体育组织担任的职务为350多个;2017年前后,下降为210个左右,呈现出不升反降的态势,在数量减少的同时,我国在各类国际组织中的表达与诉求效果也不尽人意。第三,我国体育经纪人才欠缺。体育竞赛表演市场的外循环需要精通国际体育规则和规律的体育经纪人才,我国在这一方面存在较大的欠缺,在国际运动员交流、赛事等市场上,都因为经纪经验不足造成了极大的损失,影响着我国体育竞赛表演业良性可持续发展。

3 “双循环”经济格局下体育竞赛表演业发展应对

3.1 优化供需、畅通要素,促进体育竞赛表演业核心层升级

体育产业生态环境的变化,新冠肺炎疫情使国外中高端参与型赛事和现场观赛的机会减少甚至短期无法畅通,为国内的高端赛事参与观赏带来了消费回流,同时,因为政策释放、体育文化氛围营造,人们的体育参与意识觉醒,为国内体育竞赛表演业的发展提供了友好的土壤。第一,促进体育竞赛表演市场的供需循环。充分发挥需求推力和供给拉力的作用,体育的供给端更好的发现和响应需求,同时引领需求升级;体育的需求端更好的发掘和培育,引入大数据技术,发现人们的真实多样的体育竞赛表演需要,避免脱离体育需求的供给错配与无效供给;通过多元的方式供给端打造高、中、低组合的体育竞赛表演产品与服务体系。第二,促进体育竞赛表演市场的区域循环。我国的行政区划设置、城乡制度设计等带来了地方官员的区域保护主义和具体政策落地的差异,体现在体育竞赛表演市场,很多的赛事尤其是跨区域、跨部门、跨省份开展的阻力较多,需得到各地区政府部门的许可,使市场社会主体办赛成本提升,甚至导致赛事的夭折。因此,要促进体育竞赛表演区域一体化市场的形成,促进各体育要素在区域内的畅通循环。第三,完善国内体育竞赛表

演业治理体系。①继续深化政府在体育竞赛表演市场的放管服改革。近些年,体育系统对体育竞赛表演市场的“放”已经做出了众多推进,但在监管和服务上还存在跟进不足,以致市场乱象丛生,出现劣币驱逐良币现象。因此,应加大市场监管体系建设,做到有法可依、执法必严^[19];加大对市场、社会办赛主体的服务建设,定期对市场社会主体组织体育竞赛表演法律法规和业务运营培训,提升市场社会主体专业性,促进多部门“一体化”办赛服务平台建设。②建立完善的体育竞赛表演业产权保护和交易体系,提升体育竞赛表演业各主体产权意识,构建独立或嵌入到其他产权交易平台,完善体育竞赛表演各类产权评估机制,提升体育竞赛表演业产权的价值认知、价值评价和交易的科学性。

3.2 创新引领、深化融合,促进体育竞赛表演业外围层拓展

把创新作为主导性的驱动力,通过技术创新、组织变革、市场创新、治理创新等推进体育竞赛表演业与外围关联领域的融合提升。深入推进“体育竞赛表演+”和“+体育竞赛表演”,重点发展渗透性融合、互补性融合、重组性融合等类型,在技术维度、产品维度、业务维度、市场维度等探索融合的方式和路径。第一,实施“体育竞赛表演+”,拓展体育竞赛表演融合业态。可拓展新业态、探索新形式、研究新模式、形成新商业,通过融合创新,引领体育消费、促进体育就业,带动健身休闲、体育传媒、体育场馆、体育中介、体育培训等体育产业业态的发展,不断提升体育竞赛表演业对体育产业发展的贡献度,扭转当前我国体育竞赛表演业占比较低的格局。第二,推进“+体育竞赛表演”,丰富体育竞赛表演内涵。提升传统体育竞赛表演形态的数字化能级,以大数据、云计算、人工智能、物联网、5G等技术为支撑,推进体育竞赛表演活动“数化、上云、物联、赋智”;支持互联网传媒企业打造体育竞赛表演的数字精品内容和新兴数字体育资源传播平台,支持直播、短视频、游戏等在线体育竞赛产品创作与生产,打造数字经济生态。

3.3 优化保障、培育市场,促进体育竞赛表演业关联层改善

首先,推进分配改革,化解大环境顾虑。置于系统观的视角,我们需要整体推进住房、医疗、养老、教

育等领域的改革,推进这些领域让老百姓更放心,解除老百姓的消费顾虑。其次,加强政策制定与落地。有关体育竞赛表演市场的政策文件虽然很多,但若落地执行效果不佳则会制约体育竞赛表演业的高质量发展,如赛事举办审批一体化服务尚未建构,交通、安全等部门对于大中型体育赛事尤其是以市场主体为主办方的赛事的隐形制约等。最后,引导体育竞赛表演文化,从舆论环境上进行体育文化重塑。

①凝练体育的总体价值观,并进行符号化的呈现。提炼中华体育精神与社会主义核心价值观的关系;凝练并显性化体育参与的价值和功能,进行媒介化场域构建。②确定体育传播的受众,进行多元化渗透,善于发现在体育传播中的“意见领袖”和“关键人群”,并进行传播内容的直达性传播,构建体育文化、体育产业传播“共同体”。③构建立体化的体育文化传播矩阵,充分利用传统媒体、新媒体、自媒体等多渠道手段,发挥正式传播和非正式传播的综合作用,贯通线上、线下等各种路径,进行整合化传播。通过战略传播体系的构建,不断地营造体育文化,使人们不断提升对体育的认同,形成新的体育观,进而影响体育行为,培育更加庞大的体育产业基础和更加优质的产业舆论氛围。

3.4 深化开放、协同内外,促进体育竞赛表演业国际层跨越

体育竞赛表演尤其是体育赛事具有突出的外部性价值,体育赛事中的洲际赛事、国际赛事、区域赛事等具有良好的对外交流价值;体育赛事也以其独有的柔性传播的特点能够起到国家间交往润滑剂的效果。在国家大力推进“双循环”战略的背景下,体育竞赛表演业既要很好地适应和响应变化,更要发挥自身特征,植入大生态,助力经济双循环格局建设。第一,构建体育竞赛表演业开放新格局。提升全球体育资源配置能力,以提升体育国际化水平为目的,大力拓展对外开放新空间。对接“一带一路”倡议、区域全面经济伙伴关系协定(RCEP)等国际战略、区域战略机遇,抓住用好相应交汇点建设的重大机遇,开展国际体育合作项目和国际体育竞赛表演活动,通过体育竞赛表演促进国家间交流与合作,助力区域经济、社会、文化的交流融通。第二,倡导建立梯度合理的内外体育竞赛表演体系。通过区域战略嵌入、国际体育组织引入等方式,用好官方和民间

两大力量,组织实施制度性和非制度性的地域间、区域间、国家间、国际间的体育竞赛表演合作与交流,打造立体化的竞赛表演体系,形成梯度效应。在国内以美国四大职业联赛为样板打造高品质联赛和赛事体系,助力国内经济发展;在国际间以欧洲冠军杯等洲际赛事为参考,打造国家间赛事联合体,真正助力经济双循环格局。第三,加速引进先进生产经验和生产要素。对生态嬗变下的资源机会进行剖析,尤其是国内市场崛起和国外市场抑制的情况下,有哪些资源是我们需要且国际市场能够提供的。如新冠肺炎疫情影响下全球体育赛事版权、专业技术人才(球员、教练、裁判、球探、数据图像分析师等)价值下滑,而这些又是我国体育竞赛表演业升级所需要的,应加大对相应要素的引入力度,以高质量的外循环促进内循环;对出现生存困境的国际体育组织,和因环境变化而导致价值下降的运动员、教练员、体育管理者等要素加大评估和引入力度,提升科学引入水平;对优质的全球体育资源(包括品牌赛事、职业俱乐部、优秀体育企业等)应抓住机会进行并购,通过高质量的外循环更好地促进我国体育赛事产业链的提升和内循环的畅通。与此同时,还要在提升国际体育组织中的影响力、话语权等方面下功夫。

4 小结

在逆全球化、贸易保护主义、科技革新、新冠肺炎疫情等多重因素的综合影响下,体育竞赛表演业的国内外生态发生了诸多变化,对体育竞赛表演业发展带来诸多影响。在“双循环”新发展格局下,体育竞赛表演业应构建自身发展的双循环体系,从产业生态的角度,“双循环”体系主要包括核心层、外围层、关联层和国际层等4大维度。面对理想的体育竞赛表演“以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的高质量发展格局”目标,我国体育竞赛表演业还存在要素不畅、供需不优、融合不深、支撑欠佳、贸易赤字等不足,应加速优化升级,促进我国体育竞赛表演业高质量“双循环”新发展格局的形成。

参考文献:

- [1] 钱学锋,裴婷.国内国际双循环新发展格局:理论逻辑与内生动力[J].重庆大学学报(社会科学版),2021,27(1):14-

- 26.
- [2] AMITI M, DAVIS D R. Trade, firms and wages: theory and evidence[J]. *The Review of Economic Studies*, 2012, 79(1): 1-36.
- [3] 沈克印. “双循环”新发展格局下体育产业高质量发展的宏观形态与方略举措[J]. *体育学研究*, 2021, 35(2): 11-19.
- [4] 张倩肖, 李佳霖. 构建“双循环”区域发展新格局[J]. *兰州大学学报(社会科学版)*, 2021, 49(1): 39-47.
- [5] 金磊. 经济双循环视域下的需求侧改革[J/OL]. *新疆师范大学学报(哲学社会科学版)*, 2021(5): 1-9 [2021-06-01]. <https://doi.org/10.14100/j.cnki.65-1039/g4.20210125.001>.
- [6] 工人日报. 国际乒联突发“内讧”! 国际单项体育组织缘何频现“宫斗”? [EB/OL]. (2021-03-25). https://www.sohu.com/a/457244092_679303.
- [7] 鲍明晓. “新冠疫情”引发的国际政治变动对全球体育的影响与中国体育的应对之策[J]. *成都体育学院学报*, 2020, 46(3): 1-5.
- [8] 界面新闻. 国际奥委会新增改革建议. 《奥林匹克2020+5议程》应对后疫情时代[EB/OL]. (2021-02-17). <https://finance.sina.com.cn/tech/2021-02-17/doc-ikftssap6128408.shtml>.
- [9] 国政学人. 12位全球顶尖思想家预测: 新冠疫情之后, 世界秩序将何去何从? [EB/OL]. (2020-04-01) [2021-02-18]. <https://think.sina.cn/doc-iimxxsth2378913d.html>.
- [10] 王凯, 李冉冉, 汪逢生. 体育赛事文化通论[M]. 北京: 人民体育出版社, 2021.
- [11] 人民网. “四经普”体育产业统计数据情况公布 体育产业发展前景广阔[EB/OL]. (2020-01-20). https://www.sohu.com/a/368074321_114731.
- [12] FROSH R A, GALLOPOULOS N E. Strategies for manufacturing[J]. *Scientific American*, 1989, 261(3): 144-152.
- [13] 施晓清. 产业生态系统及其资源生态管理理论研究[J]. *中国人口·资源与环境*, 2010, 20(6): 80-86.
- [14] 张琦, 万志芳. 国内外产业生态系统研究进展[J]. *世界林业研究*, 2016, 29(3): 18-23.
- [15] 尤传豹, 高亮. “双循环”新发展格局下体育产业高质量发展[J]. *体育学研究*, 2021, 35(2): 2.
- [16] 亓昕, 郑重, 何文义. 我国体育产业高质量发展中的要素市场化配置策略研究——基于新结构经济学视角[J]. *北京体育大学学报*, 2020, 43(7): 36-46.
- [17] 豆瓣. 全球体育赛事价值排行榜: NBA竟只排在第20位前五名都和足球有关[EB/OL]. (2019-04-11). <https://www.douban.com/note/713839360/>.
- [18] 王凯, 陈明令. 我国体育赛事的引致需求、现实问题与供给侧优化[J]. *北京体育大学学报*, 2018, 41(9): 43-48.
- [19] 刘晴, 罗亮, 黄晶. “双循环”新发展格局下我国体育用品制造业高质量发展的现实困境与路径选择[J]. *体育学研究*, 2021, 35(2): 29-38.

The Ecological Evolution and Countermeasures of China's Sports Competition Performance Industry under the “Dual Circulation” Development Pattern

WANG Kai, ZHANG Yujie, CHEN Mingling

(*Nanjing Sport Institute, Nanjing 210014, China*)

Abstract: As the essential part of the sports industry, the sports competition performance industry is placed in the field of the new “dual circulation” development. It is deeply influenced by the new development pattern, and it also needs to construct the dual circulation system of its own development. The ideal dual circulation pattern of the sports competition performance industry should be one in which “domestic and foreign cycle can boost each other, with the domestic cycle as the mainstay”. From the perspective of industrial ecology, this dual circulation system mainly includes four dimensions: the core layer, the peripheral layer, the correlation layer, and the international layer. In the face of ideal sports competition performance goals, the current sports competition performance industry in China is of poor supply and demand, inadequate integration, poor support, and trade deficits. And the high-end locates at the foreign cycle while the low-end locates at domestic cycle. Supply and demand should be optimized, and the elements should be unblocked to promote the upgrade of the core layer of the sports competition performance industry; innovation and integration should lead and promote the expansion of the outer layer of the sports competition performance industry; resources and markets should be developed to promote the improvement of the related layer of the sports competition performance industry; opening-up and coordination should be expanded to promote the development of the sports competition performance industry at the international level. The advancement of the four-dimension would help create a high-quality “dual circulation pattern” for the sports competition performance industry.

Key words: “dual circulation” development pattern; sports industry; sports competition performance industry; supply and demand balancing; industry optimization