

新质生产力助推我国体育产业现代化转向及策略研究

蔡朋龙^{1,3}, 蒲鼎添², 李树旺^{1,3}

(1. 中国人民大学 体育部, 北京 100872; 2. 中国人民大学 经济学院, 北京 100872; 3. 中国人民大学 体育产业研究院〔正定〕, 河北 正定 050800)

【摘要】 新质生产力是以颠覆性、前沿性新技术为主导引擎, 以数字经济、智能经济、绿色经济为发展介质, 以知识密集、高附加值的新产业、新业态为载体支撑, 形成的生产力新质态。新质生产力通过生产要素力、产业迭代力、数字生产力、技术生产力、开放生产力、绿色生产力6个维度驱动体育产业规模现代化、产业结构高级化、数字经济与体育产业实体经济融合化、国际竞争高端化、产业供需对接适配化和产业发展低碳化, 助推体育产业现代化发展。当前, 新质生产力助推体育产业现代化发展面临着创新生产要素支撑不足、产业结构“低端锁定”与价值链向上“难”、数字经济与体育产业实体经济融合不畅、国际环境不确定性风险挑战以及产业绿色低碳转型落实困难等梗阻。更好发挥新质生产力助推体育产业现代化发展的作用, 应以向“基”、向“内”、向“企”、向“数”、向“实”、向“前”为主攻方向。在此基础上, 提出顺畅“科技—金融—人才—产业”协同机制、加速创新融通的产业业态升级、筑牢体育数实融合的产业基础、厚植体育内需市场潜力、以开放合作方式集聚全球优质体育生产力资源、完善体育绿色低碳政策和市场体系等推进策略。

【关键词】 新质生产力; 体育产业现代化; 数字经济; 智能经济; 绿色经济; 数实融合

【中图分类号】 G812 **【文献标志码】** A **【文章编号】** 2096-5656(2024)03-0022-16

DOI: 10.15877/j.cnki.nsic.20240618.001

2023年9月, 习近平在黑龙江考察调研期间首次提出了“新质生产力”。2023年12月, 习近平在中央经济工作会议中再次提出: “要以科技创新推动产业创新, 特别是以颠覆性技术和前沿技术催生新产业、新模式、新动能, 发展新质生产力。”新质生产力概念是马克思主义政治经济学中国化的守正创新, 是立足于我国经济发展现实与大国竞争格局, 着力推动经济高质量发展和实现中国式现代化的时代命题。

产业现代化是反映生产力发展水平、人民幸福生活的物质条件提升的重要标志, 更是推进中国式现代化在产业层面的具体体现。在中国式现代化进程中, 大力发展新质生产力已成为现代产业体系建设的关键性战略举措。2024年3月, 李强在十四届全国人大二次会议作政府工作报告时指出: “大力推进现代化产业体系建设, 加快发展新质生产力。”体育产业作为现阶段国家重点扶植的朝阳产业, 加

快推进其现代化发展既是解决我国体育产业高质量发展难题最为有效的破局点, 也是体育领域探索中国式现代化道路的重要着力点。体育产业现代化转型的基础是创新, 培育新质生产力就是推动创新性科技要素在体育产业领域发展, 重塑体育产业发展范式, 并通过改造传统体育产业构筑新的经济增长点, 推动体育产业发展水平和质量提升。因此, 深入剖析新质生产力赋能体育产业现代化的生成逻辑, 探索其间的梗阻与挑战并提出解决策略, 具有重要的理论价值和实践意义。

收稿日期: 2024-04-03

基金项目: 国家社会科学基金青年项目(23CTY001)。

第一作者: 蔡朋龙(1991—), 男, 河北唐山人, 博士, 讲师, 研究方向: 体育产业经济学。

通信作者: 李树旺(1967—), 男, 河北辛集人, 博士, 教授, 博士生导师, 研究方向: 体育人文社会学。

1 概念阐释

1.1 新质生产力

“新质生产力”作为先进生产力的范畴,是生产力水准的质变^[1]。按照马克思生产力性质理论,生产力的本质在于人类对自然改造与驾驭的能力,它囊括了“量”和“质”双重特性。生产力中的“量”反映了生产力水平层次,体现在生产进展的具体实现层面。生产力的“质”取决于生产的物质技术性质^[2]。习近平指出:“新质生产力是创新起主导作用,摆脱传统经济增长方式、生产力发展路径,具有高科技、高效能、高质量特征,符合新发展理念的先进生产力质态,它由技术革命性突破、生产要素创新性配置、产业深度转型升级而催生,以劳动者、劳动资料、劳动对象及其优化组合的跃升为基本内涵,以全要素生产率大幅提升为核心标志,特点是创新,关键在质优,本质是先进生产力。”新质生产力与传统生产力的最大区别在于,前者代表以科技创新带动经济高质量发展的生产力质态,其核心是实现颠覆性技术突破,目标在于实现高质量发展、推进中国式现代化^[3]。具体而言,新质生产力的“新”主要体现在以下4方面。

第一,新的驱动能力。新质生产力代表了当今先进生产力的具体形式,是新一轮科技革命和产业技术孕育兴起的新一代信息技术、量子信息、工业互联网、机器人、新材料等重大基础研究和引领性原创成果突破推动形成的生产力。因此,推动形成新质生产力,就是以国际前沿、具有颠覆性的科技创新为突破口,推动一系列先进技术的涌现,不断为产业发展和传统产业的升级提供动力。

第二,新的产业载体。产业是生产力变革发展的具体领域。习近平强调:“要积极培育新能源、新材料、先进制造、电子信息等战略性新兴产业,积极培育未来产业,加快形成新质生产力。”因此,新质生产力扎根于战略性新兴产业和未来产业^①培育发展之中,以新产业的壮大升级实现生产力跃升^[4]。顺应数字经济、智能经济、绿色经济发展新趋势,新质生产力将以未来产业和战略性新兴产业为支撑,进一步催生一系列新产业、新业态,倒逼传统产业转型升级,助力现代化产业体系建设并形成国家竞争新优势^[5]。

第三,新的生产资料。新质生产力是劳动者、劳

动资料和劳动对象三大实体性基础性要素的升级及拓展,即以“高素质”劳动者(创新型、应用型、技能型等人才)、“新介质”劳动资料(数字化平台以及高端器械设备等)和“新料质”劳动对象(既包括以新型环保材料、新能源等物质形态资料,也包括以非物质形态存在的数据、算力等)驱动生产力质量跃升。

第四,新的发展方式。新质生产力的“新”不仅代表生产要素构成的新,也是发展理念、思维的革新^[6]。在高质量发展的目标要求下,新质生产力服务于新经济的发展,不仅是生产力要素高质量驱动经济发展方式从要素驱动转向创新要素与生产率改善双重驱动型转变,更是以高效能的生产力、新产业培育、新兴技术赋能服务于经济效益、社会效益和生态效益相统一。

概言之,新质生产力是以高端生产要素构成为基础,以颠覆性、前沿性技术创新为主导引擎,以数字经济、智能经济、绿色经济等为发展介质,以知识密集、高附加的新产业、新业态为载体支撑所形成的生产力新水准和新质态。

1.2 体育产业现代化

体育产业是指运动项目为核心和载体而产生的经济活动的集合,涉及各运动项目产品的生产、销售,以及运动项目竞演、培训等消费服务^[7]。现代化的本质是从传统社会向现代社会转变的过程,并从中获取现代性的特质,包含了过程和价值两个尺度^[8]。过程尺度,可以理解为面向未来发展趋势、特定阶段条件下追求世界前沿水平和动态最优化的演化与转型过程。价值尺度,反映的是特定阶段条件下一个国家(地区)社会建设的发展特征、目标任务和时代要求^[9]。

体育产业现代化脱胎于传统体育产业,是面向未来全球发展趋势,基于新技术、新需求和新比较优势下体育产业体系追求动态最优化的演化过程。党的二十大报告在“加快构建新发展格局着力推动高质量发展”的战略任务下,系统擘画了建设现代产业体系的目标任务,明确把“新型工业化”作为现代化产业体系的重要组成部分,强调“制造业高端化、智能化、绿色化发展”推动信息化和工业化在更广范围、更深程度上实现融合发展;明确把“现代化基础设施体系”“发展战略性新兴产业”“推动现代服务业同先进制造业、现代农业深度融合”等作为现

代产业体系的重要内容支撑;明确把“数字经济”作为现代化产业体系的动力元素,锻造经济增长的新引擎。体育产业现代化作为现代化产业体系的组成部分,其发展应囊括现代化产业体系建设的目标和要求,这是基于中国式现代化对我国体育产业发展方位的全新阐述。同时,也应该反映中国体育产业发展的主要方向。《体育强国建设纲要》明确提出“打造现代体育产业体系”,强调“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,创新生产方式、服务方式和商业模式,促进体育制造业转型升级、体育服务业提质增效”。国家体育总局印发《“十四五”体育发展规划》,将“现代体育产业体系”列为“十四五”时期推动体育产业高质量发展重点任务,明确提出“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。”据此,本研究将体育产业现代化界定为:利用现代技术和数据等创新要素,改造传统产业、建立新的现代产业、创造新模式、培育新主体,从而提高产业链的高端链接能力和全球的竞争力,确保我国体育产业持续、健康、高质量地发展,更好地服务中国式现代化体育强国建设的动态过程。相较于传统产业,体育产业现代化的“现代性”,具体体现在:

第一,产业规模现代化,即体育产业成为国民经济的支柱性产业^[10],是体育产业现代性的显著特征。体育产业现代化是高端生产要素协同且价值显著的产业集成,拥有先进的生产技术能力、高生产效率和全要素生产率,能够塑造产业发展的新动能,以锻造国民经济发展的支柱性力量,为如期建成体育强国提供强大物质基础。

第二,产业结构高级化,这是判断产业现代化的重要指标^[11]。体育产业现代化的结构高级化涉及两个衡量维度,一是,产业内部转型,即产业结构高度化,体现在产业部门逐步由密集型向资本密集型、技术密集型、知识型产业转变,各产业部门由低端向中高端的产业链攀升;二是,产业内部关系优化,即产业结构合理化,体现在各产业协调发展。

第三,数字经济与体育产业实体经济融合化。数字经济与体育产业实体经济融合发展是体育产业现代化发展的内在要求。体育产业现代化强调推进体育制造业与信息化融合,互联网、大数据、人工智

能与体育服务全领域、全场景、全流程融合,通过与前沿数字技术交叉融合、要素融合释放倍增效应,以催生新技术、新产品、新业态和新模式,培育壮大体育新产业、新动能。

第四,国际竞争力高端化。竞争力高端化是体育产业现代化的综合体现,即拥有一批实力强大的世界级体育企业,并在全球产业链中主导能力强;其生产的高附加值产品,享有高品牌知名度,拥有足够的市场规模,能够为我国体育产业实现全球体育价值链的高端嵌入提供支撑。

第五,产业供需适配化。产业供需适配化是体育产业现代化的效能特征,也是提升人民群众幸福指数、打造人民群众满意的幸福产业的内在要求。体育产业现代化发展具备供需高效匹配的产品供给体系,能够有效满足人民群众更加注重品质化、个性化、多样化的体育需求,从而使体育产业供给体系和国内需求更加适配。这既是体育产业现代化“物质文明和精神文明相协调的现代化”的使命担当,也是全民健身和健康中国战略纵深推进的有力抓手。

第六,产业发展绿色化。绿色化是体育产业现代化发展的时代要求。体育产业的现代化不仅要求产业发展方式由低效、粗放式增长向高效、集约式增长转变,而且要求较强的产业创新与数字技术等赋能,推进绿色低碳循环发展的体育生产体系、消费体系、能源结构体系,以实现体育经济发展和生态环境保护的协调统一。

2 新质生产力助推体育产业现代化的理论逻辑

新质生产力重点在“新”,落脚点在“生产力”。新质生产力“新”主要表现生产要素系统更新、技术创新、组织革新、产业焕新。而关于“生产力”,有学者认为新质生产力落脚于“技术生产力、要素生产力、融合生产力、协作生产力、开放生产力”^[12]。也有学者从经济高质量发展视角,提出新质生产力的“生产力”表现为数字生产力、协作生产力、蓝色生产力、绿色生产力和开放生产力^[13]。全国政协委员、上海市经济和信息化委员会主任张英提出新质生产力的关键落脚点在于“劳动生产力、数智生产力、绿色生产力、要素生产力、科创策源力、开放驱动力”^[14]。产业是生产力变革的具体表现形式^[1]。体

育产业现代化是生产力变革的重要载体,新质生产力形成的“生产力”跃迁,本身是对产业体系进行系统性重塑的过程。立足于体育产业“现代性”与体育产业发展的实际,研究认为新质生产力助推体育产业现代化发展主要表现在要素生产力、技术生产力、数字生产力、产业迭代力、开放驱动力、绿色生产力6个方面。

要素生产力通过生产要素升级以及创新性配置对体育产业体系的生产要素重组,为体育产业增长动力的根本性变革提供“驱动力”;产业迭代力通过技术创新的产业化,推动传统体育产业业态更新,催生新产业、新模式,为产业深度转型升级与结构的优化提供“跃动力”。数字生产力集成数字化工具和先进信息技术,为实现数实融合化的现代体育产业提供“引擎力”。技术生产力通过新技术与体育潜

在市场链接,对原有产品升级与附加值提升,进一步优化供给质量的同时,以多样化、高端化产品有效激活市场需求,为推动体育产业供给体系和国内需求更加适配提供“支撑力”。开放驱动力通过技术创新、产业焕新引发的企业组织形态变革,推动国内创新型体育企业加速发展,并以高端产业、高附加值产品融入国际体育产业分工体系,为实现国际体育产业价值链地位提升提供“延展力”。绿色生产力通过绿色生产资源、绿色生产过程、能源结构优化,为产业低碳化发展提供“推动力”。新质生产力“六大生产力”助推体育产业现代化(图1),六大生产力既是新质生产力核心要素的充分体现,也是体育产业规模现代化、结构高级化、体育数实融合化、竞争力高端化、产业适配化以及产业发展绿色化的重要动力要素。

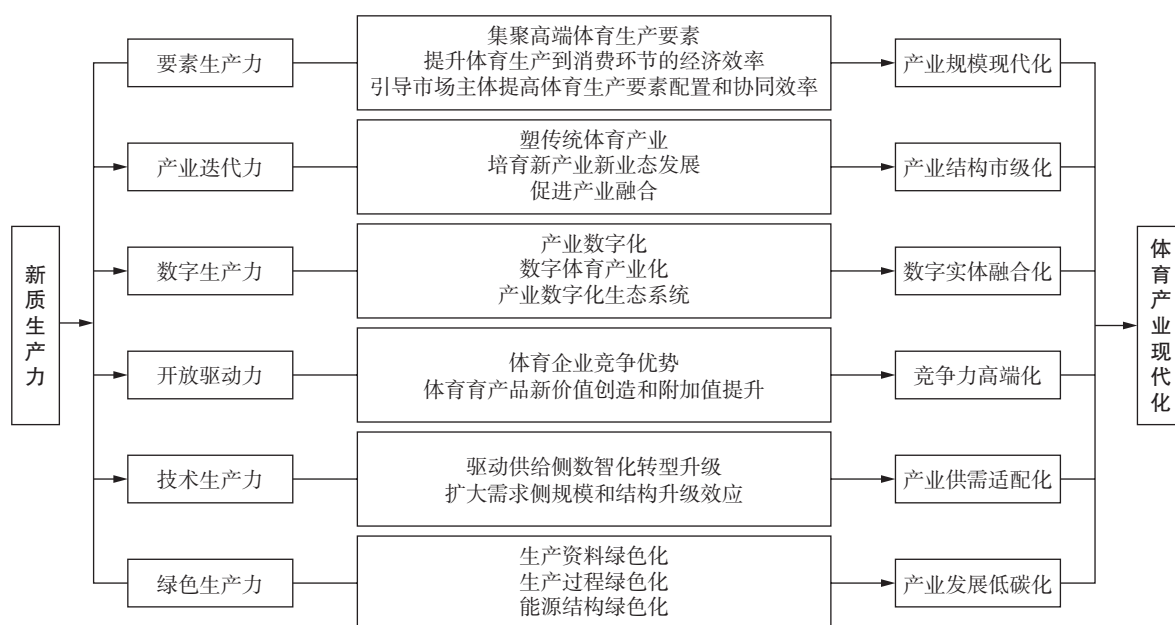


图1 新质生产力助推体育产业现代化的内在逻辑框架

Fig.1 Intrinsic logical framework of sports industry modernization promoted by new quality productivity

2.1 要素生产力助推体育产业规模现代化

要素生产力指由技术革命性突破带来的生产要素质量提升以及创新性配置,以生产效率和全要素生产率提升为核心,致力于经济增长动能转换与高效益产出的能力。新质生产力形成过程实质上是现代科技、金融、人才、数据等一系列重要生产要素提升、配置合理性增强的过程。这一过程,将提升要素配置效率与全要素生产率,进一步推动生产力发展水平实现突破性发展,带动产出效益、生产水平实现质的跃升^[4]。传统体育产业发展路径下,体育产业

增长得益于要素投入的规模效应,但这种粗放式增长模式在资源环境限制趋紧、人口红利衰减等制约下,既难以兼顾发展质量和效益的时代诉求,更无法达到国民经济支柱产业的目标^[15]。在追求经济质量效益提升的创新发展阶段,“要素生产力”已成为驱动经济发展方式变革、释放经济增长的乘数效应和发展质量的持续跃升的关键驱动力^[21]。于体育产业而言,要素生产力助推体育产业发展规模的现代化,体现在:

一是,集聚高端体育生产要素,进一步打破体育

产业规模报酬递减壁垒,推动体育产业高质量发展新动能的成长。体育产业具有覆盖领域广、产业链条长、融合带动作用强等特性,新质生产力的发展将提升既有生产要素如金融和人力资源的现代化水平,并通过产业载体不断为体育产业提供资源共享的机会,推动体育产业的生产要素质量的跃升。如5G、大数据等快速发展,AI工程师、算法工程师等数字技术类人才培养力度得到加强,为智能体育装备、智能场馆、VR体验等新业态落地提供先进技术支持,使传统要素人力投入的增长约束得以突破。

二是,提升体育经济效率。要素生产力具有强大资源赋能效应,特别是数据要素在生产、流通、交换等环节的加速渗透,不断拓展体育生产可能性边界,传统要素投入的增长约束得以突破。在生产环节,新质生产力有助于重整和再构生产流程,提高体育产品生产效率的同时缩短体育产品研发周期。在流通环节,物联网技术、大数据挖掘技术重构生产商与用户消费方式提升体育商品与消费者在流通环节的流转与配置效率。在交换和消费环节,商业模式与体育企业生产的数字化转型催生了一系列新营销模式,如体育共享经济(24小时自助健身房)、平台经济(在线报名、在线支付、在线预订等),突破了体育产品交换与消费的时间、空间,提升了交易效率。

三是,有助于提高生产要素配置和协同效率。新质生产力赋能下,技术推新与产品更迭促使同类体育企业集中资源以挖掘自身创新优势和潜力,追求差异化创新成果。在资源约束下,体育企业市场竞争的重要“砒码”将通过提高效率来提升全要素生产率水平,实现投入最小化、产出最大化和最优化价值组合,这有利于体育产业链各环节形成积极的创新机制,从而显著提高体育资源配置和运行效率。

2.2 产业迭代力助推体育产业结构高级化

产业迭代力是通过颠覆性新技术和引领未来产业的前沿技术不断产业化,并赋能新兴产业发展和传统产业迭代升级,以有效优化经济结构,促进经济向多元化增长极发展模式转变的能力。作为新质生产力的一大表现形式,产业迭代力在产业层面使新质生产力具备产业领域新、生产驱动科技含量高、交叉属性强等特性,并通过以新旧产业更替机制,重塑生产关系与生产结构^[2]。

一是,推动传统体育产业内部转型,实现产业体系“焕新”。传统产业内部的新旧更替机制体现为以优逐劣。新质生产力下新技术的广泛应用与新的生产资料的革新为传统体育用品制造业、体育场地设施业等部门带来新工艺技术、数字技术、信息技术、智能技术,促进传统体育产业部门向智能化、高端化、高附加化转型。传统产业中不适应新质生产力、现代化发展要求和消费者需求的产业将逐步被淘汰,届时,体育市场鱼龙混杂、质量参差不齐的格局将会加速改变,各产业部门将加速向高质量方向发展,产业内部将呈现出结构性优化的态势。

二是,推动新的技术成果向体育产业渗透与产业转化,催生具有新产业功能、新产业形态和新产业模式的体育新兴产业,实现产业体系“出新”。体育产业具有资产通用性和兼容性的特征,使得技术产业化以较小的转换成本进行资产替换、资源共享、内容互补。新质生产力培育而来的数字技术、高端制造、万物互联等新兴产业及未来产业,将有效优化体育经济结构,加速新理念与技术体育产业深度应用,推进新一代体育数字技术、智能体育用品制造技术、体育物联网技术等新兴产业发展,弥补高端产业体系不完整的空缺,实现产业素质、层次提升,引领产业结构优化发展。

三是,促进产业间产业资源相互渗透重组,提升体育产业与相关产业融合度。科技广泛渗透,将重塑原有产业边界,一方面,在工业互联网的“全链接”效应下,体育制造业与服务业的边界逐渐模糊,体育服务型制造的价值创造体系被数字化、智能化重构,极大地促进体育用品制造业、服务业等领域的全要素、全产业链、全价值链互联互通,实现产业内部联动发展的同时,进一步推进体育产业结构合理化。另一方面,伴随着技术重大进步以及所带来的生产关系和生产方式持续优化,体育产业与相关融合联动更加紧密,在赋予体育产业新的“体验感”“质感”“美感”,推动体育新兴产业爆炸式裂变性成长,进一步延伸产业链与创造新价值。

2.3 数字生产力助推数字经济与体育产业实体经济融合化

数字生产力指以数据要素为基底、以数字智能技术为引领、以数字产业为承载,通过对其他生产要素进行数字化转型、对生产技术进行数字化融合、对

生产组织方式进行数字化转变来创造符合经济社会发展需要的经济形态的能力。新质生产力缘起于新一代信息技术引领的新一轮科技革命,是数据要素广泛运用和数字技术在各产业领域渗透融合形成的具有广泛的渗透性和融合性的新型生产力质态,自然以“数质生产力”作为重要表现形式。党的二十大报告明确提出“建设现代化产业体系,加快发展数字经济,促进数字经济和实体经济深度融合”的要求。在以实体经济为根基、以数字经济为发展引擎的语境下,推动体育产业现代化转型,就是以数据资源为关键要素,以现代信息网络为主要载体,以数字技术推动全领域、全场景、全流程的再造与创新为内容,促进“质与量”更加统一的新经济形态形成,这是体育产业打造国际竞争新优势的战略选择。“数字生产力”快速发展,为数字经济不断做大做强提供动力,也为体育产业实体经济与数字经济融合发展提供了新引擎。

一是,以数字技术为“媒介”,助推体育产业数字化发展。依托数字技术、数据资料的深度嵌入,对体育产业生产技术和生产方式进行全方位、全链条的改造,通过提供体育数字技术、产品、服务、基础设施和解决方案,推动科技创新成果服务产业发展,实现产业链上下游的全要素数字化升级、转型和再造。

这一点在体育用品制造业数字化发展方面尤为明显。如智能体育制造系统依托于传感器、网络通信系统、数据挖掘和计算能力,形成了硬件制造销售、系统平台与应用开发、大数据及相关服务、广告

及其他增值服务为一体的产业链闭环。

二是,利用数字科技高度的通用性和渗透性,拓展体育产业实体经济的发展空间,推动体育数字产业实体化。数字技术蓬勃发展使体育产品和服务的存储、算力等“软硬件”设施得以云化集聚,催生出智慧体育场馆、智能体育用品制造、智慧体育旅游等数字体育服务和数字体育技术应用等新形态,实现体育产业的“上云用数赋智”,加速体育产业体系高附加值、高效益的数字产业门类的增量演进。

三是,通过生产组织数字化方式,推动形成相融相长的体育产业生态系统,提升数字经济与体育产业实体经济融合效率。数据要素和数字技术正在重新定义产业发展的范式,通过数字化转型,使体育产业链具备生产运营的灵活性、产业组织的平台化、资源配置的科学化等动态能力,推动传统体育产业组织方式由模块化、纵向一体化向网络化、平台化、无边界化转变^[16]。算力、算法和数据等生产要素将促进体育产业与相关产业全要素的互联互通,打破产业、地域限制,推动各类经营主体深度合作、各类模式、业态跨界发展,形成数字经济和体育实体经济的有效融合,推进产业链从纵向“链式结构”向横向“网式结构”的转变,加速形成体育与相关产业融合共生的产业生态(图2)。不仅有利于深化体育产业分工与生产协同,提高生产柔性化水平和生产效率,也为加快体育产业数实融合发展提供了环境支撑。

2.4 开放驱动力助推体育产业全球竞争力高端化

开放生产力是通过国内大循环吸引全球生产要

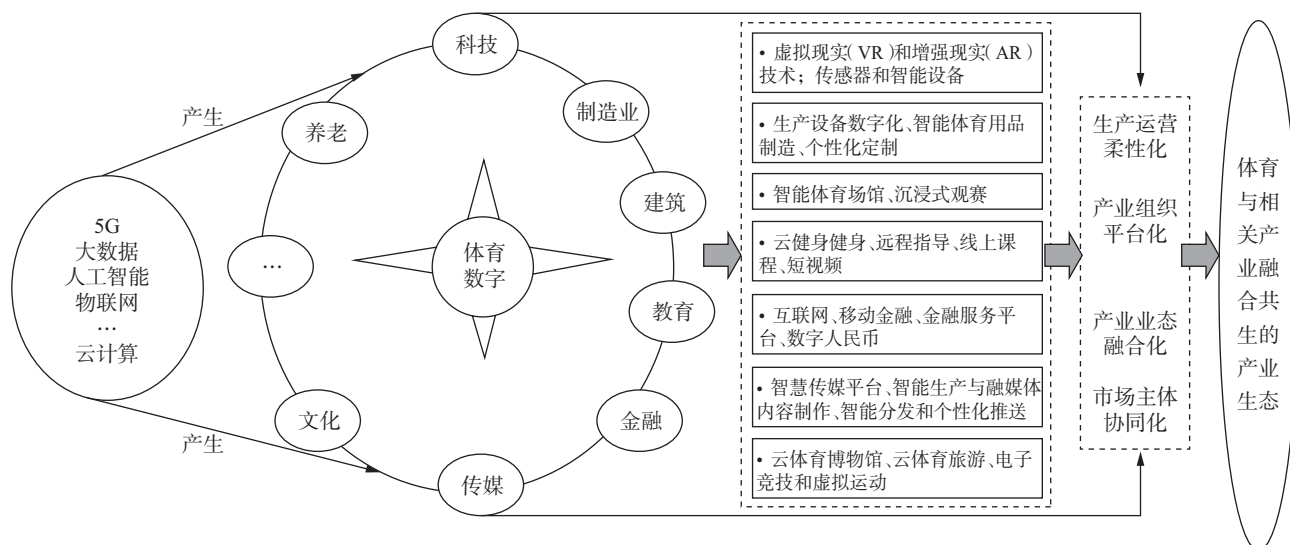


图2 数字技术赋能下体育与相关产业融合共生的产业生态

Fig.2 Symbiosis between sports and related industries with digital technology

素向内聚合,综合利用国内国际两个市场两种资源,为全世界提供高质量供给,不断提高产品国际竞争力。产业竞争核心体现于市场主体及市场实现能力。体育产业现代化是以强竞争力的企业走出全球价值链“功能分工陷阱”和“工厂经济”困境,实现全球体育产业价值链地位的攀升,并形成对全球体育要素资源的强大吸引力和整合能力,提升国际循环质量和水平。当前,在以高水平对外开放重塑国际合作与竞争新优势、以高质量发展促进构建新发展格局的新形势、新要求下,“开放生产力”将从提升体育企业的竞争优势和产业附加值两个层面,助推体育产业全球竞争能力高端化。

一是,推动体育企业高质量发展。新质生产力发展背景下,体育企业等市场主体为适应“技术革命性突破”的内在要求,不断探索和尝试新技术、新工艺、新模式等,以从中捕捉机会利基、获得更大的市场份额。新质生产力将促使体育企业持续进行技术与商业模式创新,充分整合自身的资源和能力,以提高产品竞争力。如作为体育用品制造业企业代表,安踏体育用品通过高强度的研发投入,驱动产品力和品牌力的不断升级迭代,不仅在与国际知名品牌耐克、阿迪达斯等企业的市场竞争中崭露头角、占据较高的市场份额,而且通过科技创新不断内化品牌的价值。与此同时,体育企业创新转型将持续推动国际资本、技术与体育人才等的引进,为体育产业全球配置资源构筑充分的企业主体。

二是,促进体育产业国际价值链的提升。体育企业作为要素配置、技术创新的主导者,其创新能力、竞争力越强,产品质量与品牌转换能力越突出。在创新驱动市场竞争的内生动力驱动下,体育企业能够通过新技术融入、新生产资料应用提升体育产品新价值和附加值,并以国内内需市场为支撑,进一步激发良性循环生产机制,产出更高质量体育产品和服务,进而以国内高质量产品驱动全球体育产业需求市场的不断增长。如由中国铁建与卡塔尔HBK合资公司共同兴建的2022年卡塔尔世界杯主场馆卢塞尔球场,展示出全球规模最大、系统最复杂、设计标准最高、技术最先进、国际化程度最高的主赛场的“六最”,既提升了中国体育“智造”、中国体育“服务”、中国体育设施“基建”的影响力,也促进了我国体育产品与服务“走出去”。

2.5 技术生产力助推体育产业供需适配化

技术生产力是以经济和社会效益双增长为目标,通过人工智能、大数据、云计算等先进技术广泛和深度地应用,升级产品、变革产业生产方式,在支撑经济高质量发展中持续满足人民美好生活需要的能力。习近平指出,要把满足人民对美好生活的向往作为科技创新的落脚点。技术生产力作为新质生产力的重要引擎力,其成果的产业化转换能有效带来产品的更新与附加值的提升,降低无效供给、低端供给,并通过调整商业模式、引入技术推动传统产销模式变革,优化供给方式。技术生产力发展与成果转化需要需求端的牵引,只有有效地激活市场需求,才能为前沿技术产业化提供了丰富的应用场景,才能实现生产力突破。当前,技术生产力则从供给端提质与需求扩容两个方面驱动需求侧与供给侧动态协同,为推动体育产业供给体系和国内需求更加适配提供了支撑。

一是,驱动体育产业供给结构优化,助力国内市场形成更加完善的生产体系。新质生产力通过高级要素以及数字化、智能化等技术手段革新,大幅度提升体育企业在产品生产、加工、运营管理、业态创新等方面的能力,提供更优质的产品和服务。如智能化体育制造+体育服务的新型模式,创造了运动场景感知化、运动体验数据化、运动展示视频化、运动社交情境化等伴生服务,极大地满足当前居民体育高端化、智能化、个性化需求。同时,数字技术应用和数据要素的释放,将推动体育生产从大规模生产模式向定制化生产模式转变,通过重视用户需求来不断改善现有产品生产的技术、工艺、设备,优化供给模式,有效缩减市场信息距离、减少交易中间环节,实现产品与个性化需求的精准对接。

二是,对需求侧具有规模扩大和消费结构优化作用。技术密集的新能源汽车是科技生产力替代传统生产力创造有效需求的典型。随着AGI(通用人工智能)、AI等技术取得突破性应用,居民对“新三智”(智能体育装备、智能健身管理、智能健身指导)产品需求空间广阔。《2021年大众健身行为与消费研究报告》数据显示,体育健身爱好者对智能健身、智能化装备器材和智能健康管理功能等需求占89%,表现出强烈需求^[17]。新质生产力赋能体育产业能够形成并展示对高质量发展的强劲推动和需求

支撑。另外,我国体育消费层次遵循着由实物型消费到参与型消费,再到观赏型消费的演变路径。数字化新技术在体育产业领域的落地,将创造更多的消费新模式、新场景,特别是个性化定制、伴生服务等数字经济形式,引导居民形成新的体育消费习惯和喜好,激发多层次需求,推动体育消费层级由低端向高端转变。

2.6 绿色生产力推动体育产业低碳化发展

绿色生产力指以绿色低碳技术改革生产资料,推进生产方式和生产过程的节能、环保、低碳化等,以支撑绿色经济发展的能力。中国式现代化倡导人与自然和谐共生,坚定不移地走生态良好的绿色发展道路。体育产业现代化发展是体育产业领域走绿色发展道路、将“碳达峰”“碳中和”从理念变为产业行为的具体实践。相比于传统产业,体育产业现代化发展是在绿色低碳循环发展的理念下,抓住绿色技术、能源结构调整和投入要素升级的契机,着力革新“高耗能、高污染、高投入、低产出”的传统生产模式,进一步实现经济和生态效益同步提升。具体而言,绿色生产力通过促进体育生产资料绿色化革新、生产与组织方式、能源结构绿色化,协同推动产业体

系的低碳化发展。

一是,促进体育绿色化生产资料投入。新质生产力是以绿色化、自动化、智能化等为特质的新生产力质态,将对体育产业领域的生产资料的成分、结构和运行方式等进行优化,促进传统体育制造工艺优化和设备改造升级,推动体育产业生产方式绿色低碳转型。如基于数据开发的体育用品制造业智能控制系统可以实现能源供给、碳排放的动态管理与监测,促进能源高效利用。

二是,优化体育绿色化生产与组织方式。新质生产力以数字经济、智能经济、绿色经济等为介质,激发体育新型环保材料和可再生能源等绿色低碳型产业“推新”,带动节能环保型体育产品和服务质量的生产。同时,新质生产力通过拓展体育劳动对象的实践空间,为体育制造与服务业绿色、低碳、环保、健康理念服务全流程再造提供了可能,促使体育产品从供应链到产品生命周期的各个环节实现绿色化(图3)。

三是,协助推进能源结构绿色化。体育产业本身是围绕体育文化活动展开的经济活动,尽管体育活动本身不是碳排放的主要领域,但开展体育活动

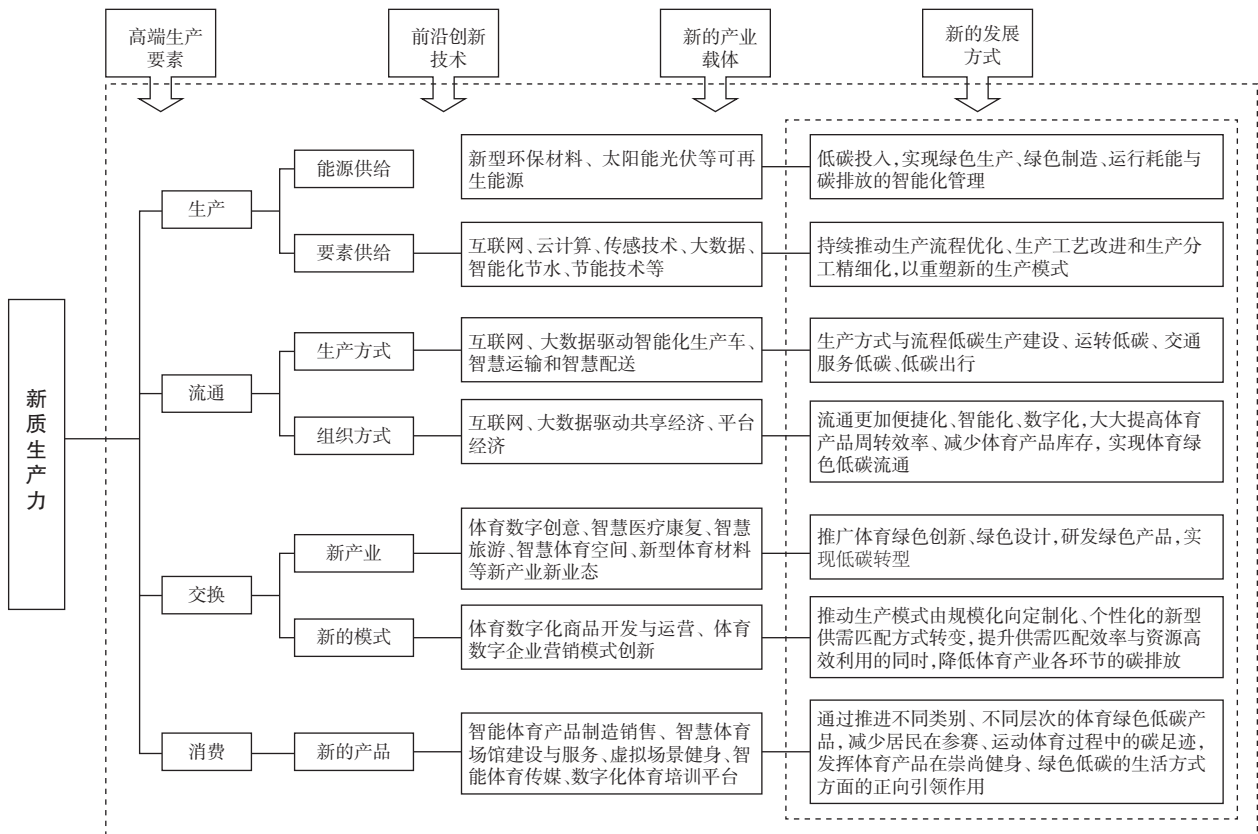


图3 新质生产力助推体育产业全流程低碳绿色发展示意图

Fig.3 New quality productivity boosts sports industry whole process low carbon green development schematic diagram

需要的场地、器材、装备和用品的生产和加工会产生碳排放,加之部分运动项目,如滑雪、高尔夫等对自然生态的侵扰,使得体育产业绿色、低碳的社会责任凸显。培育新质生产力将助力体育领域攻克新能源关键技术,提升体育产业领域能源利用的绿色化。例如,《北京 2022 年冬奥会和冬残奥会十大绿色低碳技术》共收录 17 项绿色低碳技术,丰富的科技冬奥遗产的同时,更高质量地做好了资源节约集约利用工作,为协助推进能源结构绿色化贡献了“体育力量”。

3 新质生产力助推体育产业现代化转型的现实梗阻

3.1 创新生产要素支撑不足

新质生产力助推体育产业现代化转型,存在科技创新与产业发展脱节、产业需求人才脱节、资本积累和融资较难等问题,很大程度制约了体育产业的动能转换。①现代科技创新与产业发展脱节。目前,体育产业领域与高新科技的交叉融合环节还较为薄弱,全行业信息化、数字化、智能化发展水平低于社会平均水平^[18]。许多体育企业采用低成本战略,对核心智能技能创新研发与投入较为匮乏,这一问题在体育用品制造业智能化生产、数字化营销、低碳化产品方面尤为突出^[19]。同时,在体育数字化领域,高昂的成本、复杂的技术需求、专业人才的缺乏,以及相关基础设施的薄弱,加之数据孤岛与平台孤岛问题突出,导致体育领域数字技术实际应用层面存在“两张皮”现象。②人才战略难以满足产业发展所需。其一,人才培养在培养模式、方向、内容与产业新趋势等方面跟进不够,对体育市场就业需求升级的响应能力不强,无法适应技术进步和产业变革的就业需求。其二,人工智能等技术人才培养门槛高、教育周期长,且我国的数字技术教育培训起步晚、培养体制相对落后,体育人工智能领域专业型、创新型、融合型人才储备不足。③资本投资和融资较难。其一,存在高投入、低产出、企业溢出回报机制不健全、盈利模式不清晰、资本参与体育产业的积极性相对较低等问题;其二,尽管大数据、人工智能等新一代信息技术在体育产业领域的应用场景愈发多元,但产品功能单一、同质化问题使体育消费需求未真正打开^[20],吸引社会资本投入能力还较低。《中

国数字体育洞察报告》显示,2014—2019 年中国科技创新企业的融资次数和融资额最高时分别占到全球的 30% 和 50%,而体育科技融资额和融资次数的全球占比均仅为 10% 左右^[21]。

3.2 体育产业结构仍存在“低端锁定”与价值链向上“难”

目前,我国体育产业结构面临“低端锁定”与价值链向上攀升之“难”的突出问题,很大程度掣肘新质生产力的效能发挥。产业结构低端锁定表现在:①两大核心产业的层次偏低。体育健身休闲产业与体育竞赛表演产业既是体育产业链向高端跃升的核心业态,也是产业体系集聚高端生产要素、优化产业生态的关键变量。然而,这两个产业部门在 2022 年的增加值尚不足体育产业增加值的 10%。从产值结构看,尽管体育服务业与体育用品制造业产值占比已接近发达国家平均比例的 7:3,但体育用品制造业的销售、出租与贸易代理的贡献度仍较大,表明产业结构的层次和水平仍处于低水平阶段。②传统体育产业转型滞缓。在体育服务业,全链路数字化的普及率仍然较低,数字化转型的成功经验相对匮乏,甚至在转型“阵痛期”时出现破产的厄运(表 1);在体育制造业,处于头部的企业具有较好的产业基础,较易适应数字经济、智能可穿戴设备以及高性能、环保材料的发展趋势。但目前我国体育用品制造业多以中小微“贴牌、代加工”企业为主,在转型过程中面临着高昂的固定成本如工资和房租,以及资金链

表 1 倒闭的主要体育数字化服务企业			
Tab.1 Major digital sports service enterprises closed			
品牌名称	业务范畴	成立时间(年/月)	状态
乐跑屋	智能健身产品	2015/5	关闭
中体动力	体育竞技大数据	2014/9	关闭
跑团小秘	跑步移动工具	2014/12	关闭
球迷邦	足球社交移动工具	2015/2	关闭
爱滑雪	提供滑雪服务	2014/12	关闭
易淘高尔夫	高尔夫服务应用	2011/1	关闭
舞吧	舞蹈教学分享平台	2015/4	关闭
好健	健身 O2O 服务	2014/3	关闭
宅不住	提供推荐场馆服务	2014/9	关闭
骑遇	骑行智能硬件	2014/12	关闭
健身坊	私人健身服务平台	2015/1	关闭
动典	移动运动教科书	2013/1	关闭

注:资料来源于亿欧元

压力等多重困境,也很难承接新的智能制造技术等带来的多重转型机遇。

价值链向上“难”体现在:①新产业、新业态培育能力不足。“元宇宙”“数字产业”等未来产业具有技术更新迭代快的特点,但也存在投资回报速度慢且周期长的阻碍。虽然体育企业纷纷探索数字化、智能化发展道路,但在智能化和网络化基础设施建设方面存在数据资产积累不足、生存能力较弱等问题,加之商业模式创新不足、成果转化渠道不畅、要素市场建设不完善等问题,短时间内难以培育高精尖、标杆级新产业、新业态^[22]。②体育产业与相关产业融合不深。体育产业延伸性和渗透性较强,但因自身市场主体不成熟、本体产业规模不大、管理体制条块分割、行业壁垒下非商业逻辑挤占、头部企业缺乏、集群竞争无序、缺乏有针对性的配套政策、行业标准规范和人才支撑缺乏等原因,使得体育与相关产业融合范围不够广、程度不够深、水平不够高,阻碍产业链延展和价值链攀升。

3.3 产业供需适配性存在不充分不平衡

当前,新质生产力助推体育产业供需适配性面临着“不充分不平衡”。不充分主要表现为:①体育消费需求转化的有效性不充分。新质生产力进一步优化供给质量,不仅在于技术变革、产业变革的从无到有,更在于有效消费市场对技术升级迭代的牵引效应。而现实情况是,我国体育需求向体育消费需求转化的有效性还不足。数据显示,我国拥有由14亿人口、超5亿体育人口构成的规模庞大的消费市场,但全国居民体育消费总规模不足2万亿元,占全社会消费规模不足5%^[23]。②商业模式创新不足,体育产品供给不充分。为获取短期利润,目前很多体育企业多以走量的方式快速抢占市场,供给模式过于简单导致不能有效满足个性化、多样化的体育需求。如在数字化体育服务方面,经营管理模式仍主要以单一线上订购服务、赛事直播和体育培训的O2O模式为主,体育产品与服务的层次化、多样化的辨识度不高,同质化供给现象严重。在新兴领域,冰雪运动、骑行、攀岩等个性化数字化服务尚处在前端IP价值挖掘探索阶段,具备标杆级的服务产品市场占有率较低。不平衡主要表现为:分层与分众化的体育产品缺失,供需结构错位问题突出。《中国数字体育洞察报告》数据显示,所有公开融资的体育

项目中面向精英体育的数字产品服务占11%,青少年、中老年和女性构成的细分市场仅占6%^[24]。目前,体育消费群体差异化聚类特点明显,不同年龄、收入、职业等群体的体育需求差异巨大,但是当下市场所提供产品更多地面向“大部分人”,辨识度不高的同质性供给难以满足新时代消费者高度个性化的消费需求,产品供给与需求脱节。

3.4 “数字经济”与“体育产业实体经济”融合不畅

新质生产力助推数字经济与体育产业实体经济融合时,面临着融合不充分、融合不平衡、融合能力差、融合不便宜等问题。①融合不充分。习近平强调,“我们建设现代化,就要抓制造业,搞实体经济”。但令人担忧的是,近年来体育用品制造业占比下降,出现了“未强先降”的“过早去工业化”现象^[25]。此外,体育用品制造业需要数字经济赋能才能实现高质量发展,但数据显示,全国超过17万家体育企业中涉及高科技领域的体育企业仅占22%^[26],暴露出数字经济与体育用品制造业深度融合动力不足、融合不充分的问题。②融合不平衡。从宏观产业层面,我国数字经济在服务业和制造业的渗透仅为37.8%和19.5%^[27],融合渗透深度不够而且两者的融合差异较大。体育产业的发展始终是以国内经济发展形势与基本趋向为底色。数字经济在产业间应用的差异,意味着数字经济与体育用品制造业、体育服务业有着明显差距。此外,数字技术应用的区域差异较大。《2022年全球创新指数报告》和《2022中国数字经济报告》显示,我国东部沿海地区数字经济发展水平远高于中西部地区^[28],科技创新优势主要集中在京、沪等超大城市或“粤港澳大湾区”等城市群^[29],这种区域差异会阻碍体育产业数字化的区域联动。③融合能力差。《2022中小企业数字化转型报告》显示,2021年中小企业的比例高达79%,而仅有12%的企业开始实践数字化转型,深度应用阶段的企业仅占9%^[30],说明中小企业受自身能力限制而转型受阻。中小企业占体育产业主体的多数,数字化转型“试错”成本高企让企业面临多重影响而陷入“不敢转”“不会转”的困境。④融合不便宜。数据是体育产业数字化转型的源头,缺乏数据,云计算、人工智能等高新技术推动体育产业数字化转型的作用将无的放矢^[31];此外,数据的生产与共享受限是数字科技与体育实体不便融合的重要掣肘:其

一,我国体育大数据尚处于混沌初开阶段,数据碎片化采集、维度单一、不够完备和结构化欠缺等问题限制挖掘数据的深层价值。其二,体育数据没有形成联动管理机制,数据资源的流通和共享不畅。

3.5 国际竞争的风险与挑战犹在

一是,新质生产力赋能体育产业竞争力高端化遭到国际体育分工格局重大演变影响。普华永道《2020年体育行业调查报告》指出,全球体育市场在未来3至5年的年增长率将放缓至3.3%,较先前8%的增长率有着显著下降^[21]。世界经济持续下滑导致全球体育产业供应链出现收缩性调整与重组,对我国外需市场造成直接冲击,同时影响国际合作与投资、全球高端优质体育人才引入以及体育企业经营的国际化^[32]。二是,外部挑战单边主义、国际投资收紧、区域冲突重叠等不稳定因素为新质生产力赋能体育产业国际竞争力的提升制造了障碍。近年来,部分西方国家对数字化、智能化等新兴技术进行封锁,并通过国内法和外交政策打压来强化本国产业竞争优势^[33]。贸易保护主义推动的资源封锁、断供和技术壁垒对正处在“追赶窗口期”的我国体育产业的技术攻关带来不利影响。三是,新质生产力体育产业体系竞争力高端化受到国内体育企业竞争力不强的影响。目前,国内具有国际影响力的体育企业主要集中在体育用品制造业,体育中介服务业、体育场馆服务业等业态因缺乏龙头企业难以在国际体育市场竞争中处于有利地位,关键技术、资源、标准与人才等引进困境将阻碍国内体育企业拓展国际市场。

3.6 绿色化转型面临多重困境

目前,新质生产力助推体育产业绿色化转型面临技术创新与推广受限、低碳运营标准与监督管理条例缺乏、环保产品市场接受度较低等多重约束。

①低碳绿色技术推广难。体育产业绿色化转型不仅仅是高能耗、落后产业“瘦身”,还涉及整个产业链、供应链的低碳与能源使用的优化、可持续材料的使用等诸多工作。中小体育企业转型要解决设备设施的改建新建、产品及营销体系的重新布局、业务流程的重新梳理、运营人才的培养与培训困境,以及由此所引发的资金、人才短缺的难题,还要面临转型期的生产以及转型期市场份额和竞争对手的多重压力。

②体育低碳运营标准与盘查难。对体育产业进行碳

排放盘查、监测是其低碳发展的重要动力。然而,体育产业体系具有自身复合性以及碳排放核算边界关联性等特点,导致难以制定体育市场低碳发展的行业准入标准、运行目标、考核标准和奖励措施^[34]。

③体育环保产品的市场需求未真正打开。由于体育绿色产品和服务涉及更昂贵的材料、更复杂的生产流程、更严格的认证,相对较高的售价会降低预算有限的消费者的购买意愿,即使他们理解并支持体育绿色发展。在中国体育消费品领域,主打环保和低碳概念、科技感的户外运动装备出现了消费遇冷的问题。调研显示,大多消费者选择购买环保概念的户外运动装备是因为产品本身时髦和好看,并非为单一的环保概念支付溢价^[35]。

4 新质生产力助推体育产业现代化转型的主攻方向

4.1 向“基”:夯实产业发展基础

向“基”就是不断夯实现代化科技、金融、人才等发展基础。新技术持续涌现是新质生产力形成的源头,但科技创新的目标远不止于产出论文和专利,而是对科技成果推广与应用的产业转化,以形成新模式、新业态和新经济增长点。尽管我国在学术、科研方面的实力已在世界名列前茅,全球专利申请量过半,但是科学的研究产业转化却不尽理想^[21]。数据显示,中国体育产业体育科技成果应用率为17.76%,而同期我国科技成果的应用率为46%^[15]。因此,释放新质生产力的发展潜能,要推动体育基础研究 with 产业转化并行模式。其次,人才是生产力诸要素中最活跃、最关键的要素。要推动创新链、产业链深度融合,体育产业领域必须加快形成与新质生产力发展需求相适应的人才培养体系,为促进新质生产力发展、现代体育产业体系建设提供人力支撑。最后,发展体育科技金融。新技术所具有高风险、高投入和长周期的特性,使得金融服务在促进新质生产力的形成与发展的作用愈发重要。受制于体育资本市场发育不足、政策尚不完善,我国金融服务在支撑体育企业推动创新成果扩散与产业化转化方面仍存在严重的脱节问题。要做好优化金融供给结构的工作,确保金融资源能够有效支持体育科技创新、科技型体育中小微企业的发展,为培育新质生产力、推动体育产业现代化发展提供血脉支撑。

4.2 向“内”:做大国内体育消费市场

消费是社会再生产系统的重要内生动力,对生产力重塑具有巨大作用。当前,我国超大规模潜在体育消费需求市场为前沿技术在体育领域的产业化提供了丰富的应用场景,成为新质生产力不断催生、成长的重要支撑。但我国体育消费内需市场仍面临规模不大、结构不优、能力不强等问题,导致其超大规模体育市场未能完全释放。以体育数智化消费市场为例,数据显示,我国智能体育市场的增长率高达19.97%,但市场规模仅为847亿元,占体育产业的比例仅为3.1%^[21],这与当前体育市场体量规模并不相称。因此,在扩大内需战略下,紧密围绕大众体育消费需求进行技术投资、产品创新、商业模式升级,加快体育用品智能制造“卡脖子”技术的突破、体育新服务新形态的“赛道”开发,不断深挖国内市场的体育消费需求,增强内循环的内生动力,不仅有助于培育新质生产力,更有助于加快“供需适配化”的现代化体育产业发展。

4.3 向“企”:壮大“有力主体”和“有为企业家”

“有力”主体和“有为”的企业家在新质生产力的形成与发展中发挥着重要的作用。从国际经验看,发达国家高度发达体育产业体系,拥有一批创新型体系企业,通过尖端的技术研发、高度创新化产业生态以及全球化的运营,促进先进技术、富余资金向本国的经济体的高效配置,从而形成高效益的投入产出体系,进一步抢占全球体育产业价值链的制高点。加速培育新质生产力,需要一批领军型、创新型体育企业集聚现代化生产要素,推动体育产业要素质量的提升。谋划布局体育产业发展前沿领域,需要千千万万个企业家在市场上不断“试错”,需要一大批具有前瞻眼光、熟悉技术变革趋势、洞悉商业机会的体育企业家,将相关产业要素进行整合,推动体育现代科技产业产品和服务落地。但目前我国创新型、领军型体育企业,无论是在数量和质量,还是在品牌建设、国际化运营方面与国际领先体育企业仍存在较大差距,需要进一步强化体育企业培育,助力企业家才能充分发挥,推动新质生产力与竞争力高端化体育产业的形成。

4.4 向“数”:大力发展体育数字经济

随着数字经济发展,数据已经成为国家基础性战略资源和关键性生产要素,并由此形成数字生产

力^[4]。体育数字经济以数据作为关键生产要素,通过网络化、数字化、智能化重构和创新体育发展形态、场景、流程和内容^[26],推动生产力变革和创新,进而形成体育新质生产力。因此,培育新质生产力,推动数字经济与体育产业实体经济融合发展的现代体育产业体系建设,就必须拥抱数字经济。但当前我国体育数字经济发展中面临着行业对数字体育认识不够、应用场景与数字化内容融合不足、基础设施建设不足、数据共享机制不健全等问题,导致体育数字化转型滞缓、数字经济与体育产业实体融合不深的处境。为此,加快体育数字经济发展的步伐,除了要完善顶层设计外,还要推进信息基础设施、体育数据库与体育数据共享机制建设,深耕数字在体育全领域、全场景、全流程的应用,切实提高产业数字化水平,为数字经济新质生产力更快在体育产业现代化转型发挥作用提供支撑。

4.5 向“实”:巩固以体育用品制造为主体的产业实体经济地位

以制造业为主体的实体经济是建设现代化产业体系的根基,是新质生产力的新技术、新产业、新业态的重要支撑载体。新质生产力的形成依赖于前沿性的科技创新,而工业尤其是制造业则是科技创新最活跃的领域^[36]。体育用品制造业是体育产业领域科技创新的主要载体,推动体育用品高端制造业不仅成为抢占新产业革命制高点的关键,更是体育产业领域培育新质生产力重要抓手。培育壮大新质生产力要把巩固体育用品制造基础地位,抑制体育产业结构优化中过早过快“去工业化”趋势,引导各类要素资源向体育用品制造业集聚发力。这既是推动新质生产力在体育产业领域“生根发芽”的基础,也是推进体育产业实体经济与数字经济的融合化的关键。

4.6 向“前”:谋划布局前沿领域的新产业

新质生产力是以新型产业和未来产业生产力为支撑,而未来产业和新型产业则是新质生产力不断发展的表现形式和现实场景。培育新质生产力,应以国家新兴产业和新兴产业战略布局为引领,瞄准体育产业发展前沿领域,以塑造新优势,开辟新赛道,为建设现代体育产业体系打下坚实基础。《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》和《新产业标准化领航工

程实施方案(2023—2035年)》明确了现阶段战略性新兴产业和未来产业发展的“8+9”重点领域。依据国家经济发展需要和战略性新兴产业部署,结合国际体育产业发展趋势,重点谋划布局体育数字技术(大数据、云计算、人工智能、物联网等前沿技术深度嵌入与产业转化)体育基础制造工艺与关键基础材料、智能可穿戴设备、智能绿色制造技术、体育健康医疗移动应用服务技术、体育新型环保材料和可再生能源制造技术、运动脑机接口技术以及体育数字人、虚拟场景的元宇宙技术等前沿科技和新兴产业,在孵化体育新质生产力的同时,也为支撑现代体育产业体系的新功能、新形态和新模式以及体育产业绿色低碳发展提供了重要的产业载体支撑。

5 新质生产力助推体育产业现代化转型的策略

5.1 顺畅“科技—金融—人才—产业”的协同机制

现代科技成果、资本、人力进入生产力系统后,需要顺畅的“科技—金融—人才—产业”协同机制,从而推进科技成果产业化,促进创新链、资金链、人才链深度融合,释放新质生产力在产业体系规模性增长的动能潜力。一是,畅通“科技—产业”协同机制。设立一批政府资金扶持,企业主导参与、体育院校参与的体育工程、数字体育学院、体育生物技术应用等研究中心、学院,加强体育前沿科技领域的基础与应用研究。加快体育科研机构分类改革,打通“产学研政”一体化渠道,建立政府引导、学院基础研究、企业化应用相衔接的机制。促进高质量创新成果产业化转化,要系统布局一批智能化综合性数字体育基础设施、体育用品数字化生产车间、数字体育实验室等新基建,建设一批体育创业园区、众创空间、孵化器和加速器等载体。二是,畅通“金融—产业”协同机制。推广北京市政府为解决文化创意企业融资痛点而推出的“投贷奖”政策的经验,灵活运用税收优惠、税收减免政策,激发金融机构支持科技创新型体育企业融资的积极性。推广江苏省为支持“数智”体育创新项目而设立的专项资金的经验,通过设立专项发展基金、创业引导基金等“产业+基金”模式,为体育创新企业和科技成果转化提供全方位支持。三是,畅通“人才—产业”协同机制。要在“需求牵引”下,革新高校体育人才培养教学方式、培养目标,完善“学科交叉+产教融合+校企联

合”人才培养渠道;吸纳科技行业的尖端人才投身体育产业,改善人才待遇与收入分配等激励条件,形成各界认可的专业技术技能人才评价贯通机制。

5.2 加速创新融通的产业升级

传统产业升级、新质态与新产业培育以及产业间的配套协作所产生的集聚效应,既为新质生产力的形成提供持续保障,也有利于推动体育产业结构优化。一是,统筹优化升级传统产业,提升体育产业结构层次水平。其一,推进体育产业由大产业运动项目产业向下深耕,通过运动项目产业化发展,集聚高级生产要素与无形资产,赋能体育产业产出附加值和综合效益的提升;其二,运用数字技术、信息技术、智能技术等现代科技手段,对传统体育用品产业进行现代化改造,通过改进工艺技术、产品设计优化、设备更新,推动传统体育用品制造业由价值链低端向中高端迈进、从同质化竞争向特色化发展转型。其三,提升体育服务业质量层次。一方面,推进线上健身、线上赛事、智慧体育旅游等新兴业态,提高生活性体育服务业便利化、精细化、品质化水平。另一方面,推动体育金融服务、体育信息服务等生产性体育服务业向专业化、高端化延伸。二是,培育一批体育新兴产业。组织实施体育新兴产业孵化与加速计划,布局建设一批体育信息技术、基础制造工艺与关键基础材料、智能可穿戴设备、智能绿色制造技术等新兴产业发展先导区,打造若干前沿技术研发和应用示范场景,加速体育新兴产业从技术到产业化的进程。三是,促进体育产业内外深度融合,提高产业体系的聚合质量。一方面,推进“智能健身器材+运动健康服务”“体育器材制造+场馆数字管理”等面向定制化应用场景的“产品+服务”模式,实现体育用品制造业与体育服务在资源共享、服务共建、内容互补的深度融合。另一方面,实施“体育+”“+体育”的行动计划,充分利用政策工具、市场效应、资源整合等手段,推进体育与科技、文化、教育等相关产业在资源共享、服务共建、内容互补。

5.3 筑牢体育数实融合的产业、要素与主体基础

数字经济与体育产业实体融合是新质生产力培育的重要赛道,也是新质生产力转变为现代体育产业体系的“倍增器”。一是,筑牢数字赋能体育产业实体经济发展的底座,通过培育智能用品体育制造的新质生产力,夯实数字经济与体育产业实体经济

融合的着力点。一方面,做好体育用品制造业基础再造工程,聚焦基础材料、基础工艺和智能制造业技术基础开展集中力量攻关,从而使中国体育用品制造业摆脱对低端生产要素的依赖。另一方面,实施增强体育用品制造业核心竞争力的提升行动,制定推动体育用品制造大国向智造强国转变的发展规划、体育数智化用品专栏工程、体育用品制造业企业数智化转型指南等垂直领域的政策体系,深入推进体育制造业智能化改造与数字化转型,增强制造业竞争新优势。二是,协同推进体育数字产业化和体育产业数字化发展,做大做强体育数字经济。体育数字产业化是“数实融合”的前提,本质是驱动体育数字经济的基础高级化,体育产业数字化则是推动体育产业实体经济的现代化,两者协同构建“数实融合”的完整产业链体系。一方面,推动体育数字产业化,要加快全国体育数据池、数据仓库、数据集市建设,培育我国体育大数据产业集群、大数据技术创新联盟、产业联盟。制定体育数据资源共享机制及管理办法,确保各类数据平台和资源在社会企业之间开放共享及流通,以解决数字体育产业化发展的“信息烟囱”“平台孤岛”“算力门槛”问题。通过明确界定体育数字产权、保障数字安全等制度设置,优化体育数字产业发展的营商环境。另一方面,加快推进体育产业数字化,体育企业数智化转型是关键。以一批体育数字化转型示范基地和示范项目为引领,加快培育一批专业化程度高、具有竞争力的体育企业。选择技术先进、效果显著、可推广的数字化转型先进案例,发挥大企业数字化转型的示范效应。推动中小体育企业的数字化赋能专项行动,为企业提供技术、服务、智力和市场支持,切实解决“不会转、不敢转”等问题。

5.4 厚植体育消费内需市场潜力

新质生产力赋能体育产业供需适配化不是单纯地强调其潜在市场规模,而是成熟的国内需求市场。尽管体育消费动能已加速,但相比其他行业,我国体育消费内需市场尚未充分释放。可从以下方面予以推进:一是,供给产品质量提升。一方面,深耕垂直细分市场,精准对接全生命周期、全人群的体育需求,开拓高质量的青少年培训市场、女性健身“她”市场、“填补现代化都市居民回归自然”的青壮年户外运动休闲市场、老年人康养“银发”市场,实现精

细化供给。另一方面,培育新兴业态,拓宽体育消费新的增长点。紧跟新科技革命趋势,推动智能家居体育锻炼、虚拟体育现实、智能可穿戴设备、智能教练等热点产品及新兴服务模式关键技术的突破,推进云健身、虚拟体育、智能运动赛事等新消费业态的落地。二是,供给主体质量提升。通过政府有效的制度鞭策、严格的市场准入制度,对于“长期市场认可度低、运营不规范、同质化恶性竞争”的体育市场主体做好“瘦身”工作,以倒逼这些企业的基础产品质量提升和技术性能升级。建立健全中国体育的荣誉体系,表彰体育产业创新创业人才,进一步弘扬创新创业的体育企业家精神,以榜样引领的方式动员市场主体自觉身体力行地发展体育文化、提升产品品质。三是,供给方式质量提升。以我国先进的网络应用技术和庞大用户群体为基础建设数字化的营销网络平台,优化供给方式,以准确预测客户需求并引领消费,推动消费层次的提升。四是,体育消费场景质量提升。体育消费场景是推动消费需求向消费行为转化的关键点。推进智慧体育设施、数字运动空间建设,以融合性消费场景释放新需求,以体育空间的智能化升级创新场景,带动体育市场“下沉式发展”“创新式突破”。

5.5 以开放合作方式集聚全球优质体育生产力资源

以更高层次、更高水平的对外开放,将国际国内两个市场、两种资源,融入现代体育产业体系建设之中,以汇集全球优质生产力资源。一是,加强党对产业外贸领域的统一领导,发挥政府宏观调控的“稳定器”作用,完善应对经济制裁等影响体育产业外贸健康发展的风险防控体系。二是,营造国际合作与开放共赢的新格局。借助“一带一路”建设,打造高起点的体育经济对外开放平台,利用国内“基建”水平高、办赛能力强、产品种类多、市场规模大等优势,推进国际市场开发,提高品牌地位;利用贸易自由化所带来的高端要素投入产业的关联效应以及国际市场竞争效应,带动国内体育产业发展创新发展。依托北京、上海、深圳、成都等国家高新科技中心城市,承接全球成熟体育产业体系的中高端生产环节与要素,吸引、集聚一批国际品牌体育品牌企业设立分支机构和研发中心,以整合国外先进生产技术和管理经验,推进优质体育资源引进,实现全球优质生

产力资源的集聚。三是,提升全球体育贸易规则的“话语权”。推进体育数字技术、标准、规则的国际对接,加快体育金融、法律等国际化发展,消除制约全球高端体育要素进入我国的制度性壁垒。四是,提升体育企业国际化能力。实施“体育领军企业”工程,从技术创新能力、行业标准制定、品牌效应和市场控制这四个层面制定体育领军企业培育标准,打造一批国际竞争力大、行业整合能力强的龙头体育企业。支持具有竞争优势的体育龙头企业在海外建立运营机构、研发中心、服务体系,提高对全球体育资源和生产要素的优化整合能力。

5.6 完善体育绿色低碳产业政策和市场体系

抓住新质生产力下绿色技术、绿色产业快速发展的机遇,用好绿色发展政策、拓展绿色体育市场空间以解决当前体育产业绿色化转型压力大、市场需求不足等问题。一是,借力绿色发展政策工具,解决体育企业绿色技术应用不足、转型压力大的问题。随着全国碳交易市场的建立,碳排放额已经实现了资产化、商品化。可以借助绿色金融产品运用来获取,可以考虑设立生态体育债券、体育绿色信贷等金融产品,来纾解体育企业绿色转型“融资难”的问题。二是,强化规划引导,支持体育产业发达地区和产业集聚地区研制体育产业低碳发展指导意见,制定有利于体育绿色低碳发展的财政、税收、价格、金融、土地等政策,引导体育产业市场主体加快应用新技术、新材料、新业态实现产业低碳发展。三是,完善高碳体育产业的市场准入和市场行为监督制度,通过严格市场准入制度加强节能减排的管理,倒逼企业加快绿色转型。推进体育碳排放责任厘定、碳排放强度盘查等指南制定,并将体育产业市场主体信息接入体育治理的数字化平台,测算和监测年度碳排放总量,以数字报告的形式接受政府监管和社会监督。三是,释放体育绿色消费市场空间。宣传体育绿色优质服务产品,强化消费者对绿色体育产品和服务的认知度和辨识度。健全体育场馆绿色化、低碳体育服装产品、体育参与、观赏的碳足迹等不同类别、不同层次的消费产品供给,进一步实现崇尚健身、健康文明、绿色低碳的生活方式。如在体育旅游网络平台中引入数字化测碳技术和“个人碳汇额度”优惠活动,游客可通过App选择出行线路、游玩项目、食住结构等直观地了解自身在参与

体育旅游活动过程中产生的碳排放量,并通过降碳减排的行为活动赚取相应旅游优惠券,此举措不仅可以促进体育消费者形成低碳出行的行为意识,而且可以极大地吸引消费者了解、体验、选择体育绿色产品。

6 结语

新一轮科技革命和产业变革加速演进,新质生产力通过生产要素系统更新、技术创新、组织革新与产业焕新协同耦合创新,为体育产业现代化转型提供新引擎。然而,新质生产力助推我国体育产业现代化发展是一项复杂联动的系统工程,其发展演化没有现成的模式可循,相应的研究远未形成成熟和标准的理论模型和研究范式。因此,需要在深刻把握其内在理论逻辑基础上,掌握新质生产力助力体育产业现代化转型的梗阻与挑战,制定有针对性的举措,紧抓战略窗口期,高效推进体育产业的转型工作。展望未来,作为新时代我国经济发展的新增长点、国民经济发展方式转变的“转换器”,体育产业一定会成为我国经济社会的新支柱性产业。紧抓新技术革命和产业变革带来的战略机遇,加速建设符合中国式现代化发展的体育产业,将有助于提升体育产业效益和市场竞争能力,为实现体育强国的目标奠定基础。

注释:

① 按照国务院部署,现阶段重点培育和发展战略性新兴产业包括:新一代信息技术、新能源、新材料、高端装备、新能源汽车、绿色环保、民用航空、船舶与海洋工程装备等8个领域;未来产业聚焦元宇宙、脑机接口、量子信息、人形机器人、生成式人工智能、生物制造、未来显示、未来网络、新型储能等9个领域。

参考文献:

- [1] 洪银兴.发展新质生产力 建设现代化产业体系[J].当代经济研究,2024(2): 7-9.
- [2] 郭晗,侯雪花.新质生产力推动现代化产业体系构建的理论逻辑与路径选择[J].西安财经大学学报,2024,37(1): 21-30.
- [3] 周文,许凌云.论新质生产力:内涵特征与重要着力点[J].改革,2023(10): 1-13.
- [4] 盛朝迅.新质生产力的形成条件与培育路径[J].经济纵横,2024(2): 31-40.
- [5] 中国政府网.新华述评:积极构建现代化产业体系——加快形成新质生产力系列述评之三[EB/OL].[2023-9-20].<https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202309/>

- content_6905186.htm.
- [6] 张林,蒲清平.新质生产力的内涵特征、理论创新与价值意蕴[J].重庆大学学报(社会科学版),2023,29(6): 137-148.
- [7] 李荣日,刘宁宁.理论框架与逻辑通路:我国体育产业高质量发展研究[J].天津体育学院学报,2020,35(6): 651-657.
- [8] 李春根,罗家为,习明明.中国式现代化的理论逻辑与实践要求[J].中国井冈山干部学院学报,2023,16(3): 42-50.
- [9] 夏杰长,李鑫.构建中国式现代化产业体系的现实基础、约束条件和关键突破[J].河北学刊,2023,43(6): 113-122.
- [10] 李帅帅,杨尚剑.新发展阶段体育产业现代化的学理审视与实践图景[J].体育科学,2023,43(12): 18-32.
- [11] 任保平,张倩.新时代我国现代化产业体系构建的工业化逻辑及其实现路径[J].江苏行政学院学报,2020(1): 42-48.
- [12] 杨寅.新质生产力赋能会计数字化转型的核心要素、运行机理与逻辑框架[J].财会月刊,2024,45(7): 25-29.
- [13] 蒋永穆,乔张媛.新质生产力:逻辑、内涵及路径[J].社会科学研究,2024(1): 10-18.
- [14] 中国工业网.全国政协委员张英:精准落脚重点把握 推动新质生产力加快发展[EB/OL].[2024-03-04].<https://www.cinn.cn/p/285912.html>.
- [15] 蔡朋龙,王家宏.我国体育产业结构优化多驱动路径的仿真研究[J].西安体育学院学报,2023,40(1): 44-57.
- [16] 刘胜,郭蓉,吴亮.新质生产力赋能现代化产业体系建设:内在逻辑、关键问题与实践路径[J].新疆社会科学: 1-23.
- [17] 国家体育总局.《2021年大众健身行为与消费研究报告》发布 大众体育消费意愿进一步加强[EB/OL].[2021-5-19]<https://www.sport.gov.cn/n20001280/n20067608/n20067635/c21043791/content.html>.
- [18] 鲍明晓.新发展格局下体育发展的新理念、新动能、新模式、新机制研究[J].体育科学,2022,42(1): 3-14.
- [19] 李在军,李正鑫,崔亚芹.数字经济赋能体育产业高质量发展:机理、表现、问题与对策[J].沈阳体育学院学报,2023,42(2): 1-8.
- [20] 沈克印,段嘉琦,牟琳琳.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,2023,37(3): 53-64.
- [21] 付群,侯想.钻石模型视角下我国体育产业数字化转型的现实瓶颈与推进策略[J].上海体育学院学报,2023,47(10): 70-87.
- [22] 沈克印,林舒婷,董芹芹,等.数字经济驱动体育产业高质量发展的变革机制与推进策略[J].体育学研究,2022,36(3): 46-59.
- [23] 蔡朋龙,王家宏.扩大内需战略下全面促进体育消费的堵点与对策[J].体育文化导刊,2024(3): 74-80.
- [24] 中国体育用品业联合会数字体育发展工作委员会.《中国数字体育洞察报告》线上首发[EB/OL].[2022-09-29].<https://www.sports.cn/cydt/cmxx/2022/0929/416832.html>
- [25] 蔡朋龙,李树旺.体育产业结构优化中体育服务业占比研究[J].体育学刊,2022,29(1): 53-60.
- [26] 孙晋海,王静.“双循环”新发展格局业数字化转型路径研究[J].沈阳体育学院学报,2022,41(5): 103-110.
- [27] 沈克印,曾玉兰,董芹芹,等.数字经济驱动体育产业高质量发展的理论阐释与实践路径[J].武汉体育学院学报,2021,55(10): 5-12.
- [28] 中华人民共和国国家互联网信息办公室.数字中国发展报告(2022年)[EB/OL].[2023-4-16].<https://www.cac.gov.cn/rootimages/uploading/1686402331296991/1686402331296991.pdf?eqid=c21233820013a6860000000364842735&eqid=f832564600041d8e000000046492502b>.
- [29] 中华人民共和国科技部官网.《国际科技创新中心指数2022》全球首发,北京首次跻身全球前三位[EB/OL].[2023-1-16].https://www.most.gov.cn/dfkj/bj/zxdt/202301/t20230116_184245.html.
- [30] 腾讯研究院.中小企业数字化转型发展研究报告(2022版)[EB/OL].[2022-09-22].http://hfggaec80a9ae4f99424ch66ookpxopb9x6kcp.fhaz.libproxy.ruc.edu.cn/BigData/2022-09/22/content_6170581.htm.2022.
- [31] 任保平,李婧瑜.数字经济赋能我国体育产业现代化的逻辑与路径[J].体育学研究,2023,37(2): 1-7.
- [32] 蔡朋龙,汪毅.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,2023,38(4): 412-419.
- [33] 戴红磊.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,2023,38(4): 399-404.
- [34] 王孟,刘东锋.数字技术赋能体育产业低碳发展的理论逻辑、现实困境与实施路径[J].体育学研究,2022,36(1): 71-80.
- [35] 21世纪经济报道.体育品牌刮起绿色减碳风 环保概念产品如何打动消费者[EB/OL].[2022-12-6].<https://m.21jingji.com/article/20221206/4f61ef0467f795f27cc33b1c9bb5a311.html>.
- [36] 郭朝先,陈小艳,彭莉.新质生产力助推现代化产业体系建设研究[J/OL].西安交通大学学报(社会科学版): 1-15[2024-04-22].<http://gfpga60aabc7d15084b00hnuxoooc5n6c6x6o.fhaz.libproxy.ruc.edu.cn/kcms/detail/61.1329.C.20240328.1146.002.html>.

作者贡献声明:

蔡朋龙:提出论文选题,撰写、修改论文;蒲鼎添:搜集资料,检查图标、论文;李树旺:设计论文框架、撰写、修改论文。

(下转第99页)