



新质生产力推动体育消费高质量发展的理论框架、阻滞因素与推进路径

王家宏¹, 郑国荣²

摘要 发展新质生产力是推动体育消费高质量发展的内在要求和重要着力点。运用文献资料法、逻辑分析法等,剖析新质生产力推动体育消费高质量发展的理论内涵,探究其阻滞因素,提出针对性的推进路径。研究认为,新质生产力推动体育消费有三条目标指向和六点外在表现,主要体现在以科技创新驱动体育消费结构性升级、以市场拓展拉动体育消费需求端增长、以产业融合带动体育消费价值链提升。针对新质生产力推动体育消费发展中数字化技术利用不足、复合型人才培育不足、绿色化理念践行不足、保障性体系建设不足等阻滞因素,提出促进体育消费数实融合、推进体育消费人才培养、瞄准体育消费双碳目标、建立体育消费政策机制、建构体育消费法治体系等路径。期望为体育消费高质量发展提供理论借鉴和实践参考。

关键词 新质生产力; 体育消费; 科技创新; 高质量发展

中图分类号: G80-05 **文献标志码**: A

Theoretical Framework, Obstructive Factors, and Promotion Path of High Quality Development of Sports Consumption Driven by New Productivity

WANG Jiahong¹, ZHENG Guorong²

(1. Soochow University Dongwu Think Tank, Jiangsu, Suzhou, 215021; 2. Soochow University Sports Institute, Jiang Su, Suzhou, 215021)

Abstract The development of new quality productivity is the internal requirement and important focus of promoting the high-quality development of sports consumption. The paper uses literature and logical analysis methods to analyze the theoretical connotation of new quality productivity to promote the high-quality development of sports consumption, probes into its hindering factors and puts forward targeted promotion paths. According to the research, there are three target directions and six external manifestations of new quality productivity to promote sports consumption, which are mainly reflected in the structural upgrading of sports consumption driven by scientific and technological innovation, the growth of sports consumption demand side driven by market expansion, and the improvement of sports consumption value chain driven by industrial integration. According to the hindering factors such as insufficient use of digital technology, insufficient cultivation of compound talents, insufficient practice of green concept and insufficient construction of guarantee system in promoting the development of sports consumption by new quality productivity. It is proposed to promote the integration of data and reality of sports consumption, promote the cultivation of sports consumption talents, aim at the dual-carbon goal of sports consumption, establish the policy mechanism of sports consumption, and construct the rule of law system of sports consumption, hoping to provide theoretical reference and practical reference for the high-quality development of sports consumption.

Key words new quality productive forces; sport consumption; technological innovation; high quality development

2023年9月,习近平总书记在黑龙江考察时首次提到新质生产力,体现出习近平总书记对当今世界科技革命和产业变革的深切洞察,以及对我国社会事业高质量发展的殷切期望。2024年1月,习近平总书记

在中共中央政治局第十一次集体学习时强调,高质量发展需要新的生产力理论来指导,新质生产力已经在实践中形成并展示出对高质量发展的强劲推动力、支撑力^[1]。2024年《政府工作报告》也提出要大力推进现

收稿日期: 2024-05-15; 修回日期: 2024-06-05

基金项目: 国家社会科学基金重大项目(项目编号: 22&ZD335)

作者简介: 王家宏(1955-),男,江苏苏州人,教授,博士生导师,东吴智库首席专家,研究方向为体育发展与战略, E-mail: jhwang@suda.edu.cn。

作者单位: 1. 苏州大学东吴智库, 江苏苏州 215021; 2. 苏州大学体育学院, 江苏苏州 215021。

代化产业体系建设,加快发展新质生产力。新质生产力成为推动现代经济社会持续健康发展的强大动力。

在新发展格局下,体育消费的高质量发展是扩大内需、拉动消费、促进市场双循环的新引擎,是满足人民个性化、差异化、品质化体育消费需求的重要选择,也是建设体育强国的必经之路。新质生产力的提出,为认识和把握体育消费转型升级与高质量发展提供了新理论、新视角和新思路。新质生产力是马克思主义生产力理论中国化、时代化的最新成果,也是数字时代更具融合性的生产力。在加快推进体育强国建设融入中国式现代化的进程中,要以新质生产力为引擎,推动体育消费迈出新步伐,取得新成就。

1 新质生产力推动体育消费高质量发展的理论框架

1.1 新质生产力推动体育消费高质量发展的概念内涵

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^[1]。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,更加体现科技创新、更具融合性^[2]。有学者从“新”和“质”两方面分析新质生产力的特征,“新”体现在新技术、新经济、新业态,“质”则是在坚持创新驱动本质的基础上,通过关键性技术和颠覆性技术的突破,为生产力发展提供更强劲的创新驱动力^[3]。新质生产力助力高质量发展具备新发展理念的科学指引、集中力量办大事的强有力体制、超大规模市场的内生优势,以及最完备工业体系的强大支撑等特征^[4]。新质生产力是新一轮科技革命和全球产业变革的必然产物,是进入新发展阶段、构建新发展格局战略背景下的应然选择,是绿色低碳循环发展成为时代主流发展方式的实然要求。

综上,本研究结合体育消费的概念特征,将新质生产力推动体育消费高质量发展的基本内涵解释为:立足新发展阶段,贯彻新发展理念,构建新发展格局时代背景下,以科技创新、市场拓展、产业融合为主要方式,推动体育消费的业态、场景、产品、服务等向高科技、高效能、高质量转变。具备数字化、绿色化、健康化的“三显”目标指向,以及迭代新技术、催生新业态、打造新场景、升级新赛道、培育新人才、供给品的“六新”外在表现(见图1)。新质生产力推动体育消费高质量发展,是事关体育消费全局的系统性、深

层次变革,是立足当前、着眼长远的战略谋划。

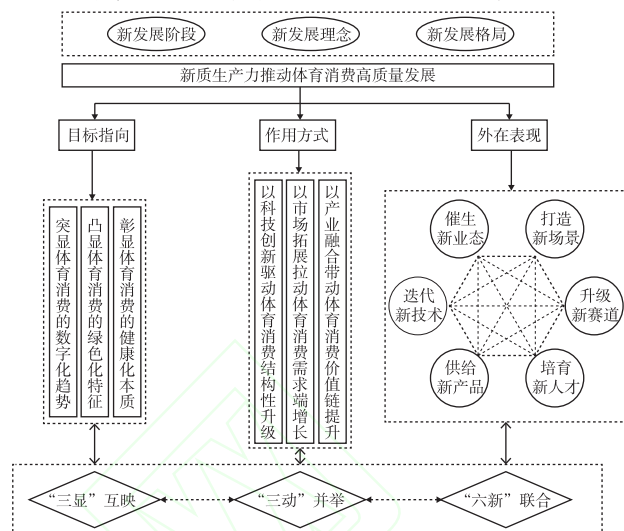


图1 新质生产力推动体育消费高质量发展的理论框架图

Figure 1 Theoretical Framework Diagram of New Quality Productivity Promoting High-quality Development of Sports Consumption

1.2 新质生产力推动体育消费高质量发展的目标指向

2024年全国两会政府工作报告中提出,培育壮大新型消费,实施数字消费、绿色消费、健康消费促进政策,积极培育智能家居、文娱旅游、体育赛事、国货“潮品”等新的消费增长点^[5]。在新质生产力的推动下,体育消费高质量发展指向数字化、绿色化、健康化的新型样态,是时代之需,也是发展之势。

1.2.1 突显体育消费的数字化趋势 在新质生产力推动下,数字化转型升级成为体育消费发展的热点和重点。数字技术融合其他生产要素,能够创造满足社会需要的体育消费物质产品和精神产品。在数字技术加持下,体育产品和服务正逐渐数字化、智能化、智慧化,线上消费、智能穿戴设备、智能体育场馆、云健身、虚拟赛事等成为新的消费潮流。不仅如此,体育消费的数字化发展正逐渐从数字技术的“工具化”“手段化”运用,向“以数字化转型整体驱动生产方式、生活方式和治理方式”变革,不断吸收科技创新成果并推进自我创新,形成我国体育消费在新赛道超车的动能。第19届亚运会从开幕式的投影火炬手和虚拟点火,到赛事期间参赛人员的数字身份和数字化管理,再到面向群众的VR场馆游览和云观赛,数字化技术改变了传统的办赛、参赛、观赛模式,带来全新的赛事呈现。

1.2.2 凸显体育消费的绿色化特征 体育消费绿色化、低碳化、循环化发展,是新质生产力推动下体育消费高质量发展的内在要求。在服务类消费和数字化消费日益增长的趋势下,承托体育消费的产业更加

绿色和环保,生产过程更加注重资源节约和循环利用。通过绿色技术和绿色管理手段,体育消费成为我国“双碳”战略目标下不可或缺的新型绿色产业。体育消费不仅自身具有低排放、低污染特点,其发展过程也能有效带动周边环境改善和相关产业低碳发展。2023年成都大运会是我国西部地区首个实现碳中和的国际大型体育赛事,通过新材料和新技术场馆建设、新能源汽车和绿色电力使用、无纸化办公、办公租赁等措施,产生碳减排量3.2万吨^[6];推出“碳惠天府”平台,积极引导消费者践行“低碳大运”理念,打造43个低碳消费场景,开发碳减排项目79个,展现了体育赛事消费鲜明的绿色低碳特征。

1.2.3 彰显体育消费的健康化本质 体育消费的高质量发展不仅推动了经济社会发展,更能促进人民群众的健康,助力体育强国和健康中国战略目标的实现。新时代,体育消费已经被视为一种健康投资,具有明显的健康效应^[7]。新质生产力带来的科学技术发展引发生活范式重塑,冲击着民众的思想观念,在一定程度上催生了社会大众体育自主性的觉醒,形成了全新的体育健康消费理念和消费诉求,为体育消费市场带来重大发展机遇。近年来,在全民健身战略影响下,我国居民体育参与度不断提升,健身休闲类体育消费增长迅猛,更多居民将健身瑜伽、球类以及登山、骑行等户外运动作为闲暇时间的活动。与此同时,在体卫融合背景下,运动医疗服务成为促进群众健康的新方式,现已形成“运动预防—运动治疗—运动康复”全产业链服务。人民大众更加愿意为自身的健康买单,有力彰显了体育消费的健康化本质,为健康中国战略提供了体育方案。

1.3 新质生产力推动体育消费高质量发展的作用方式

1.3.1 以科技创新驱动体育消费结构性升级 科技创新是生产力发展的巨大动力。我国体育消费结构的现状是体育用品等实物型消费为主、健身休闲等参与型消费快速增长、赛事活动等观赏型消费不足。体育消费结构升级强调人们在体育消费过程中不同类型消费资料比例关系的变化与调整,体现人们消费重心由基本需求向更高层次需求转移的过程^[8]。科技创新驱动体育消费结构升级围绕体育用品、健身休闲和竞赛活动展开。(1)体育用品方面。科技创新促进体育用品制造业创新产品功能,提高生产效率,推动体育用品制造业向高端化、智能化、自主化转型。(2)健身休闲方面。科技进步和健身行业数字化发展帮助健身休闲运动走上“云端”,推动电子竞技、虚拟体育

赛事、体育营销等领域实现资源的更高效配置,不断打造体育健身休闲消费的新场景、新业态、新产品。(3)赛事活动方面。VR、AR等数字化技术的颠覆性变革带来观看渠道的巨大更新,大幅提升线上观赛的体验,逐步激活线上观赏型体育消费市场。体育生产要素的更新则推动一站式、综合性赛事观赛服务的进一步发展。整体而言,科技创新以新技术创造体育消费新供给,持续优化体育用品消费增长、深挖健身休闲消费潜力、开拓赛事活动消费活力,以更高质量的产品服务满足居民日益增长的体育消费需求,推动居民体育消费结构逐渐从实物型消费向观赏型和参与型消费转变,从单一化消费向多层次、多样化消费转变。

1.3.2 以市场拓展拉动体育消费需求端增长 满足人民多元化的体育消费需求是体育消费高质量发展的出发点和落脚点。先进技术在体育产业领域的加速渗透,不仅在于技术变革、产业变革的从无到有,更在于体育需求市场对技术升级迭代的牵引效应^[9]。市场拓展和要素更新能够创造体育消费新价值和新需求,激发体育消费市场活力,促进体育消费市场提质升级。(1)体育消费目标的明确。从高科技运动装备的研发,到智能化健身设施的应用,从体育赛事的数字化传播,到VR、AR技术与体育赛事的深度融合,技术创新和服务创新逐步明确了体育消费的价值目标,即提供更加便捷、高效、舒适、多样化的体育产品和服务。(2)体育消费核心产品的打造。深化体育消费市场化改革,打造实物型、参与型、观赏型三大体育消费的核心产品,能够破除行业壁垒、激发市场主体活力,拉动体育消费需求端的巨大增长。(3)体育消费资本的入驻。体育消费市场的拓展离不开资本的支持和投入,通过培育和扶持双创企业、独角兽企业、专精特新企业、隐形冠军企业等,能够促进智慧体育产品和服务的生产和供给,进一步打造现代化的体育产业链、供应链,以供给侧改革拉动体育消费需求端增长,实现以供给侧改革拉动体育消费需求端增长的目标。

1.3.3 以产业融合带动体育消费价值链提升 新质生产力的跨界融合发展、绿色发展思维,指引体育消费践行“体育+”与“+体育”的融合发展理念。推进体育消费产业融合发展,有助于构筑稳定、安全、畅通、高效的体育消费高质量产业链、供应链,带动体育消费价值链提升,拓宽体育消费的发展空间,丰富体育产业发展内涵。(1)宏观层面加强体育与其他产业融合。体育与旅游、医疗、教育、健康、数字等不同行业深度融合,形成运动促进健康、体育教育培训等新模

式、新业态,如体育健康消费数字化转型就是要打造体育产业、数字技术与健康产业融合发展的新业态。(2)中观层面推动体育消费的载体建设。体育消费载体是体育消费发展的空间基础,小到休闲体育小镇、运动康养小镇、户外运动公园的打造,大到体育消费活力城市的建设,体育消费载体的层级式、立体式、多样化发展,孵化了全新的生产要素和生产模式,形成更高效的生产组合。(3)微观层面打造融合系列产品和服务。数字产业与体育融合打造系列线上体育消费和虚拟体育消费场景。体育与冰雪业态融合,带来体育冰雪消费的火爆。人工智能(AI)的发展则为体育消费创造了全新的发展空间,如利用AI技术为消费者进行体质监测、运动分析和医疗诊断,进一步提供定制化的体测报告、健身方案和康复计划等,产业融合带动体育消费价值链的进一步提升。

2 新质生产力推动体育消费高质量发展的阻滞因素

2.1 数字化技术利用不足,体育消费发展动能尚须提升

数字化、智能化科技是新质生产力推动体育消费高质量发展的核心要素。数字技术能够推动体育消费数据要素的跨区域、跨界自由流动。当前,在我国体育消费领域,数字技术应用的广度和深度还有待提升,导致体育消费的动能大打折扣。一方面,数字基础设施建设对体育消费体验升级的支撑作用不足^[10]。人工智能、人机交互技术等受到终端设备、网络环境限制,虚拟体育数字孪生技术仍然存在技术瓶颈,应用率较低;体育场馆的智能化、信息化转型难度较大、成本较高。数字技术应用仍然存在东西部地区差异和城乡差异较大等问题。另一方面,我国体育用品制造业的技术创新存在不足。体育用品制造企业部分技术、数据系统、设备、高科技材料等核心技术专利较为缺乏,如我国跑步机、康体设备、可穿戴设备等相关精密的元器件和高端芯片无法实现自主生产,制造自行车、滑雪板、冰刀鞋等高性能复合科技材料的设备基本上从国外进口^[11]。这也导致我国体育用品制造业整体处于国际分工体系的中低端环节,产业链中高附加值环节发展滞后。体育用品制造业的创新多数仅停留在初级阶段,真正意义上的高端化、定制化、个性化产品较少。

2.2 复合型人才培育不足,体育消费人才结构尚需优化

劳动者是新质生产力中最为活跃,具有决定性意义的因素。以新质生产力推动体育消费高质量发展需要拥有较高专业素养的复合型人才。当前,我国体

育消费人才发展面临如下困境。(1)体育消费市场人才缺口较大。健身休闲、体育培训、赛事运营、运动医疗、体育大数据等相关行业急缺高素质的专业对口人才。(2)体育消费人才结构不合理。截至2021年上半年,我国体育指导、学科教育、基础培训等体育教学类人才占整个行业人才近七成,其他体育产业专业人才占比较低^[12]。(3)体育消费人才培养与市场需求不完全吻合。由于人才培养体系与市场、产业结合不紧密等因素,高校输出的体育产业人才无法满足体育企业与体育消费市场发展需求^[13]。人口规模大是我国的现实国情,如何充分发挥人才要素的影响,将人口红利转化为体育消费的人才红利,是一个时代难题。体育消费的人才培养不仅要“扩军扩容”,更要“提质增效”,要加强高素质战略性人才培养,为体育消费发展提供坚实的人才保障。

2.3 绿色化理念践行不足,体育消费减碳目标尚要明确

《中共中央国务院关于完整准确全面贯彻新发展理念做好碳达峰碳中和工作的意见》提出2030年“碳达峰”与2060年“碳中和”的“双碳”目标,并把深度调整产业结构作为实现目标的重要工作^[14]。关于体育消费的绿色化发展,目前还存在以下问题。(1)体育相关主体对绿色化理念认识不足^[15]。体育职能部门方面,政策响应力度有所不足,体育部门尚未出台具体的实施办法;体育相关企业方面,新型低碳节能材料研发和使用力度不强;体育参与个体方面,绿色低碳活动的认识和参与度不高。(2)当前技术水平难以完全承载能源结构的低碳转型。由于技术和成本限制,化石能源仍占据我国能源结构的主导地位。数据显示^[16],2022年我国能源消费总量中,煤炭消费占能源消费总量的56.2%,风电、太阳能发电等非化石能源占比仅为17.5%。另外,减碳和去碳技术要求较高,进一步加大了绿色新能源材料的成本。(3)体育消费绿色化发展受制于融资约束。在体育消费的绿色低碳产业发展中,由于其业态新颖、市场前景不明以及盈利模式不确定,加上研发成本高、周期长、成果转化失败风险高,资本在投资时往往持谨慎态度。体育消费的绿色低碳转型之路任重道远。

2.4 保障性体系建设不足,体育消费运行机制尚待健全

(1)政策性保障机制不足。体育消费政策为推动体育消费高质量发展提供了重要依据,也为体育消费的下一步研究提供了方向,对体育消费具有重要的促进和引领作用。现有政策内容多从宏观角度强调体育消费创新发展,缺乏针对数字体育、智能体育的政

策支持和具体引导等。如《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》《“十四五”体育发展规划》仅宏观性地提到支持体育用品制造业创新发展,推动智能制造、大数据、人工智能等新兴技术在体育制造领域应用,缺乏针对性的新兴技术应用实施方案。另外,有学者梳理了我国 2010—2019 年体育消费政策总体的落实情况,发现体育消费政策执行存在认知不足、贯彻落实不均衡、评价指标不完善、缺乏长效激励机制等现实问题^[17]。

(2)法治化保障体系欠缺。体育消费的法律问题主要体现于健身休闲消费和竞赛活动消费。首先,健身休闲消费的法律问题。①健身服务行业预付费制度的保障问题。预付费制度是我国健身行业普遍通行的服务购买方式,伴随而来的是服务提供方违约带来的消费者权益保障问题。《2022 全国健身行业报告》数据显示,我国健身服务行业每年的闭店率在 10% 以上,高闭店率带来的是预付费制度下消费者退款难、投诉难等问题。②高危运动的权责判定问题。随着居民体育消费需求变化和升级,户外运动、极限运动等参与度迅速提升,消费者在享受运动的同时也面临一定风险,安全事故背后的权责认定问题需要明晰。③体育培训行业的监管问题。国家“双减”政策引发

体育培训行业的繁荣,但也随之出现培训机构准入与经营管理失范、多部门监管约束不力、教师资质参差不齐等一系列现象^[18]。其次,赛事活动消费的法律问题。①观赛消费群体的权益保障问题。包括观赛消费者的人身和财产安全问题,以及体育赛事中出现“假球”“消极比赛”“罢赛”等侵犯消费者权益的现象。②参赛消费群体的安全风险问题。如 2021 年甘肃白银山地马拉松百公里越野赛事故。③赛事转播权市场的侵权和不公平竞争问题。如中篮联诉哔哩哔哩母公司侵犯 CBA 联赛版权案件^[19]。④体育赛事活动仲裁机制问题。当前我国设立体育仲裁委员会,建立体育仲裁制度,但关于体育赛事活动消费市场中所涉及的经济活动纠纷、民事纠纷尚未列入其中。

3 新质生产力推动体育消费高质量发展的推进路径

针对新质生产力推动体育消费发展中数字化技术利用不足、复合型人才培育不足、绿色化理念践行不足、保障性体系建设不足等阻滞因素,要促进体育消费数实融合、推进体育消费人才培养、瞄准体育消费双碳目标、建立体育消费政策机制、建构体育消费法治体系(见图 2)。

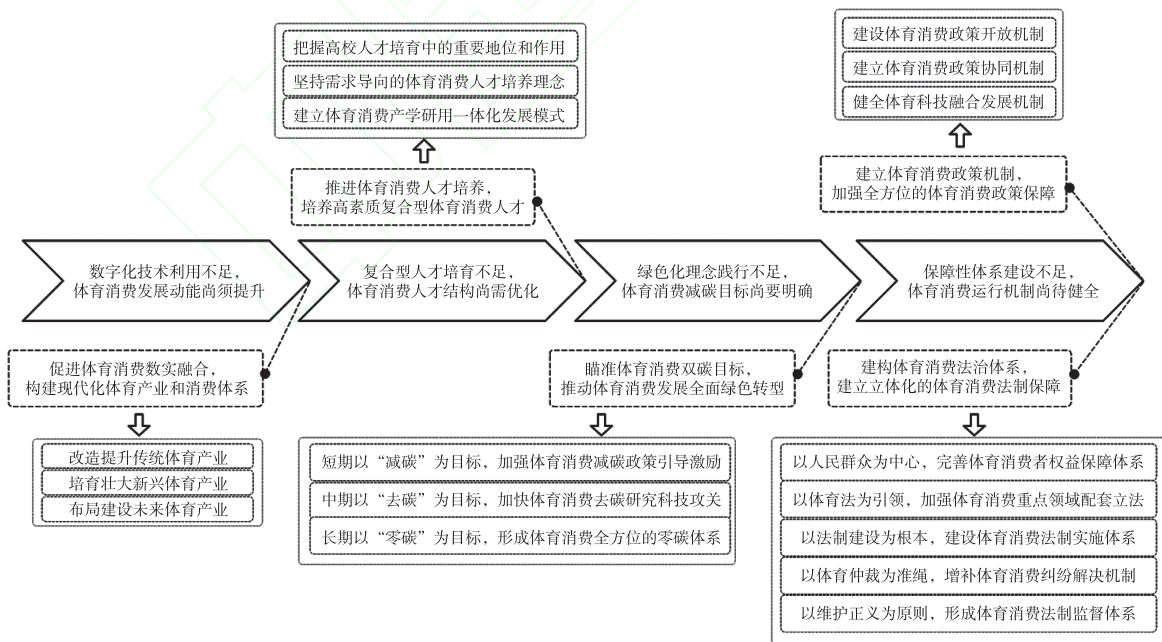


图 2 新质生产力推动体育消费高质量发展的阻滞因素与推进路径图

Figure 2 Blocking Factors and Promotion Path Diagram of Promoting High-quality Development of Sports Consumption Through New Productive Forces

3.1 促进体育消费数实融合, 构建现代化体育产业和消费体系

2022 年 8 月, 国务院关于《数字经济发展情况的报告》中明确提出推动数字技术与实体经济深度融合

合, 协同推进数字产业化和产业数字化、赋能传统产业转型升级为发展思路, 全面提升各行业数字化水平^[20]。以数字技术赋能实体产业, 推动数字产业与实体产业融合是数字经济与实体经济融合的具体表现和

关键所在^[21]。体育消费领域,数字经济与实体经济的深度融合,能够发挥数字技术的放大、叠加、倍增作用,推动形成多业并举、多种所有制并存的体育产业和消费发展新格局。

(1)改造提升传统体育产业。一方面,要推进体育产业高端化、智能化、绿色化发展。以现代化科技对体育赛事、体育媒体和体育场馆等传统体育产业提质升级,打造一批体育制造领域的“中国智造”高端品牌和产业集群,推出更多体育“国潮”新品,提升观赛体验,更好地满足群众需求。另一方面,要拓展传统体育消费产业链,提高其附加值。充分发挥数字技术网络协同效应,推动体育消费产品在“生产—分配—流通—消费”等关键环节的上下游互联共通,促进其不断焕发新的生机活力,带动产业结构升级。(2)培育壮大新兴体育产业。一方面,打造体育与文化、旅游、康养等产业融合发展模式,创设体育消费数字化场景。如健康中国背景下,新质生产力带来前沿性的理念与信息技术,助力体育康复与医疗结合,推动运动康复治疗在线处方、在线会诊等,打造体育医院的新模式,为体育医疗服务类消费保驾护航。另一方面,通过促进数字技术与体育实体经济的深度融合,提升体育服务产品的品质,打造更多具有市场竞争力和发展潜力的品牌和产品,扩大体育消费规模,推动体育产业全产业链发展。(3)布局建设未来体育产业。将人工智能、元宇宙、脑机接口等前瞻性技术应用于体育未来产业。一方面,推动数字技术渗透于体育产业的各个方面。如利用数字遥感技术感知个体的生物学信息,应用动作捕捉、数学建模技术为用户制定个性化健身处方;应用数字仿真技术虚拟显示运动场地、展示运动过程;开发更加高端智能的可穿戴设备,为体育数字服务做好硬件保障;应用数字科技建立互联网体育社区,打造体育消费平台,优化消费者参与方式;利用数据科技分析新一代体育消费者的消费心理和偏好,精准定制体育消费服务和产品。另一方面,深入挖掘电竞产业潜力。融合各种数据和科技元素的电竞体育产业处于未来的“风口”,其变现和盈利能力较强。新时代,要以新兴技术赋能电竞赛事、电竞直播、电竞场馆建设等,推动电竞产业规范化、主流化、国际化发展。

3.2 推进体育消费人才培养,培育高素质复合型体育消费人才

人才是形成新质生产力最活跃、最具决定意义的能动主体^[22]。党的二十大将教育、科技、人才统筹考

虑,强调三者的有机联系。这启示要深度整合人才培养全链条的各个环节,培养能够适应科学技术快速发展和产业融合趋势的复合型人才,注重培养人才的系统性、理论性、创新性思维能力,优化新质体育人才队伍。

(1)把握高校人才培养中的重要地位和作用。高校是科技、人才、创新的结合点,要坚持教育优先发展、科技自立自强、人才引领驱动全面发展。推动高校学科专业交叉融合,推动体育专业与大数据、人工智能、脑科学等多种学科联合培养,增强体育消费领域人才的综合能力素质。(2)坚持需求导向的体育消费人才培养理念。加强体育消费市场人才培养,为体育制造业培养具有创新意识和创新技术的人才,为体育服务业输送具备高服务水平的人才。建立合理的人才队伍结构,完善人才的培养、引进、使用和流动的工作机制,释放人才活力。(3)建立体育消费产学研用一体化发展模式。一方面,积极开展学术研究,探索新时代体育消费的理论内涵和实践价值。高校、体育企业、科研机构要切实围绕体育消费需求进行联合科研攻关,促进资源共享与优化配置,加强基础理论研究和实践研究,建设我国体育消费的学科体系、学术体系和话语体系,指引体育消费高质量发展,推动科技成果的转化落地。另一方面,建立校企合作、校校联合、政管企培等多样化的体育消费人才培养模式,夯实体育消费人才基础。

3.3 瞄准体育消费双碳目标,推动体育消费发展全面绿色转型

2030年“碳达峰”与2060年“碳中和”的“双碳”目标,是中国政府向世界做出的庄严承诺,也是我国经济社会高质量发展的内在要求^[23]。习近平总书记表示,绿色发展是高质量发展的底色,新质生产力本身就是绿色生产力。体育消费发展要把握好短期、中期、长期三个阶段,精准定位体育消费的“双碳”目标,加快先进绿色技术在体育领域中的推广应用,真正实现体育消费活动“零碳化”,完成绿色低碳发展方式转型。

(1)短期以“减碳”为目标,加强体育消费减碳政策引导激励。对体育消费低碳企业进行税收激励和补贴支持,制定并推广体育赛事和设施的绿色认证标准,设定碳排放配额限制;在体育赛事活动中,鼓励参与者绿色出行,在登山、攀岩、马拉松、自行车等户外运动赛事中,注重赛事消费与自然保护并重,促进人与自然和谐共生。(2)中期以“去碳”为目标,加快体育消费去碳研究科技攻关。成立专家组研究体育消费各项业态的去碳建设方案,建立国家科研平台和重点

实验室,提供良好的去碳科研环境;加强体育建设低碳材料的研发与应用,推动先进科学技术作用于新质生产资料,采用绿色建材和低碳技术建设体育场馆,实现体育赛事氛围景观布置低碳可循环,打造更加绿色、更加低碳环保的体育场馆和体育赛事活动。(3)长期以“零碳”为目标,形成体育消费全方位的零碳体系。在体育消费领域全周期、全链条、全体系融入绿色理念,在体育物质资料的生产—分配—流通—消费环节,利用数字化平台监控和管理体育消费的碳排放,支持体育用品和设备生产商建立绿色供应链,推动产业向更为智能、清洁的方向发展,构建体育消费绿色低碳发展新模式,促进良好生态环境永续发展。

3.4 建立体育消费政策机制,加强全方位的体育消费政策保障

伴随体育健身与健康需求的不断扩张和体育产业高质量发展,自2014年46号文件《国务院关于加强发展体育产业促进体育消费的若干意见》开始,国家层面有关体育消费的政策文件纷纷出台^[24]。实现了“单一政策”向“政策组合”,“单项政策工具”向“多项政策工具协调”的转变。现今,随着新质生产力的出现,以新质生产力推动体育消费高质量发展的政策文件亟待颁布,新质生产力推动体育消费高质量发展的体制机制亟需构建,从而营造良好的体育消费政策环境。

(1)建设体育消费政策开放机制。一方面,政府简政放权,营造高开放、高包容、高精度的体育消费创新政策环境,减少行政壁垒对创新要素的影响和干预。另一方面,政府加强税收优惠、财政补贴、市场准入等方面的激励,促进创新要素动态流动,向创新者和创新企业汇聚,激发创新主体的活力,保障体育消费领域持续科技创新。(2)建立体育消费政策协同机制。一方面,推动国内区域间的消费协同,横向上建立跨部门、跨区域的协同机制,纵向上提高政策体系的运行效率,提升政策体系的耦合协调性^[25]。另一方面,推动国内外体育消费协同发展,推动国内外体育企业的交流与合作。以国际化为准绳打造规范的营运环境,通过“引进来”和“走出去”相结合,打通国内外常态化的交流合作机制,推动体育消费互利共赢。(3)健全体育科技融合发展机制。加强体育消费数字化发展、特色市场创新、消费业态融合的战略规划和政策引导,确保政策与时代发展同步。探索推进数字体育消费治理的政策执行和落实路径,打造体育消费现代化治理体系。除此之外,不仅要了解政策的发布,更要关注政策的落地与实施。要建立健全体育消

费监督机制、实施阶段性评估机制、建立常态化的政策推进机制、引入专业化的政策回馈机制,推进决策透明性、参与性的运行机制构建。

3.5 建构体育消费法治体系,建立立体化的体育消费法制保障

体育消费在我国经济发展过程中的影响和价值凸显,更需要在法律层面对体育消费予以规范和保障。在体育消费常态化发展中,要建立立体化的体育消费法制保障。

(1)以人民群众为中心,完善体育消费者权益保障体系。《体育法》的修订和颁布实施全面开启我国体育法治建设的新篇章。在国家扩内需、促消费的一系列政策引领下,仍需从法律层面明确国家促进体育消费的基本立场和具体措施,完善并细化体育消费领域相关的法规条例,如制定并颁布落实《体育消费者权益保障条例》,切实保障体育消费群体的合法权益。(2)以体育法为引领,加强体育消费重点领域配套立法。当前,以健身体闲、赛事服务和体育用品为引领的三大领域成为我国体育消费市场发展的主力军。随着数字体育、人工智能、虚拟现实等科技的涌入,发生在该领域的法律问题逐渐凸显,尤其在多消费业态融合过程中,涉及金融活动、技术规范和数据隐私等问题,有必要加强体育消费重点领域的配套立法。(3)以法治建设为根本,建设体育消费法治实施体系。通过体育法制推进我国体育治理体系和治理能力现代化是体育强国建设的重要体现。在促进体育消费为载体的新型消费业态培育和融合过程中,要加强政府在体育消费领域依法行政的制度建设,尤其在促进体育消费发展过程中的权责事项认定标准、分类标准以及主体协同制度建设;加强体育消费领域执法人员的培训和队伍建设,推动体育消费领域行政执法的信息化建设,建立相关执法案例库,指导地方体育行政执法实践。(4)以体育仲裁为准绳,增补体育消费纠纷解决机制。中国体育仲裁委员会的成立,标志着中国体育仲裁制度正式建立。中国体育纠纷解决体系实际上是包含体育组织的内容纠纷解决机制、体育仲裁、劳动仲裁、商事仲裁和法院诉讼的多元体系^[26]。要明晰各体系管辖边界的问题,加强中国体育仲裁队伍的建设,提升体育仲裁机构在体育消费领域的仲裁水平,增设体育消费纠纷解决机制,借鉴国际体育领域以及国内相关领域的仲裁实践经验,形成具有中国特色的体育消费纠纷解决制度。(5)以维护正义为原则,形成体育消费法治监督体系。要充分利用各

级政府、各类体育组织、数字化平台以及公众的监督力量,建立全方位、立体化的监督体系,加强对体育消费执法效率和质量的监督和评估。建立统一的体育消费法治监督信息共享平台,公开发布来自各个监督机构的体育消费法治监督信息。

4 结束语

体育领域发展新质生产力要走出一条质量优、动力足的道路,让新质生产力的发展步伐更加稳健。新质生产力的提出,为我国体育消费高质量发展指明了新方向、开辟了新天地。新时代体育消费高质量发展应以创新为动力,加强数字化技术在体育消费领域的灵活应用,推动体育消费市场拓展和产业融合,优化体育消费治理体系和保障机制,形成具有中国特色、中国风格和中国智慧的体育消费长效发展机制。

参考文献:

- [1] 习近平在中共中央政治局第十一次集体学习时强调 加快发展新质生产力 扎实推进高质量发展[N]. 人民日报,2024-02-02(001).
- [2] 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.
- [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] 徐政,郑霖豪,程梦瑶.新质生产力助力高质量发展:优势条件、关键问题和路径选择[J]. 西南大学学报(社会科学版),2023,49(6):12-22.
- [5] 中国政府网.政府工作报告[EB/OL].(2024-03-12)[2024-03-24]. https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202403/content_6939153.htm.
- [6] 新华网.成都大运会实现碳减排量3.2万吨[EB/OL].(2023-12-23)[2024-03-24]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1786042723436304870&wfr=spider&for=pc>.
- [7] 王洪川,陈怡莹,王聪.人口老龄化背景下体育消费的健康效应:基于全国消费大数据的实证证据[J]. 上海体育大学学报,2024,48(3):75-84.
- [8] 刘钰峰,罗建英.数字经济赋能老年人体育消费升级的价值意蕴、阻滞困境与实践方略[J]. 沈阳体育学院学报,2024,43(2):117-123.
- [9] 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+88.
- [10] 黄容,邓亚玲,潘明清.发展智慧体育 促进消费升级[J]. 宏观经济管理,2024(3):68-74+92.
- [11] 张勇,周道平.消费升级视域下体育用品制造业高质量发展的内在机理、现实困境及推进路径[J]. 山东体育学院学报,2024,40(2):79-87+114.
- [12] 时丽珍,黄晓灵,李增光,等.新质生产力赋能体育用品制造业高质量发展的出场语境、推进困境与实践路径[J]. 沈阳体育学院学报,2024,43(2):1-8.
- [13] 黄海燕.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,2020,40(12):3-16.
- [14] 政府网.中共中央 国务院关于完整准确全面贯彻新发展理念做好碳达峰碳中和工作的意见中国[EB/OL].(2021-10-24)[2024-03-24]. https://www.gov.cn/gongbao/content/2021/content_5649728.htm.
- [15] 彭响,刘如,戴俭慧.“双碳”目标驱动全民健身场地设施建设高质量发展:目标向度、现实问题与实践策略[J]. 天津体育学院学报,2023,38(3):315-321.
- [16] 徐政,张姣玉,李宗尧.新质生产力赋能碳达峰碳中和:内在逻辑与实践方略[J]. 青海社会科学,2023(6):30-39.
- [17] 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.
- [18] 李帅帅,杨尚剑.“双减”政策背景下青少年体育培训业发展的动力、阻滞与纾解:基于推拉理论分析范式[J]. 沈阳体育学院学报,2023,42(2):41-47.
- [19] 新华社.中篮联诉哔哩哔哩母公司侵犯CBA联赛版权索赔4亿余元[EB/OL].(2022-07-27)[2024-03-24]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1739474559872952849&wfr=spider&for=pc>.
- [20] 于一可.数字经济对商贸流通业转型升级的动力机制探讨[J]. 商业经济研究,2024(8):37-40.
- [21] 周密,王雷,郭佳宏.新质生产力背景下数实融合的测算与时空比较:基于专利共分类方法的研究[J/OL]. 数量经济技术经济研究,1-23[2024-05-06]. <https://doi.org/10.13653/j.cnki.jqte.20240430.001>.
- [22] 蒲清平.加快形成新质生产力的着力点[J]. 人民论坛,2023(21):34-37.
- [23] 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.
- [24] 柳舒扬,王家宏.新时代我国体育消费研究综述:进程、挑战与展望[J]. 体育学研究,2023,37(6):110-122.
- [25] 黄海燕,邵绘锦,曾鑫峰,等.扩大内需战略下促进体育消费的关键问题与政策建议[J]. 体育学研究,2023,37(6):1-10.
- [26] 姜熙.中国式现代化进程中的中国特色体育法治体系建设论[J]. 天津体育学院学报,2023,38(5):599-606.