

陕西省体育消费试点城市建设发展现状与推进策略

凌君瑶

西安财经大学 陕西西安 710100

摘要: 推动体育消费试点城市高质量建设是体育产业领域助力扩大内需战略的重要抓手,而路径选择是影响陕西省体育消费试点城市高质量建设成效的关键要素。促进体育消费是陕西省体育消费试点城市建设之重点,既要加大政策扶持力度,也要为探究一套适宜的体育消费产业发展之路径。体育消费试点城市建设作为新兴事物,其发展之路漫长且艰巨。

鉴于以上研究背景,本课题介绍了体育消费试点城市形成的缘由,然后围绕陕西省体育消费城市建设之优劣势予以逐一分析,并立足于成功经验之基础上提出有效的推进策略,助力陕西省体育事业之大力发展,实现体育强市之目标。唯有多措并举且有力推进陕西省体育消费试点城市建设,促进其体育消费规模的持续增长,助力陕西省体育事业之发展。

关键词: 体育产业; 体育消费; 试点城市

促进体育消费是陕西省体育消费试点城市建设之重点,既要加大政策扶持力度,也要为探究一套适宜的体育消费产业发展之路径。2019年我国体育消费试点城市建设步入准备阶段,为深入开拓体育事业之发展,同年国家体育总局颁布实施了《促进全面建设和体育消费推动体育产业高质量发展的意见》。2020年又相继颁布实施了《促进体育消费试点工作实施方案》,进一步明确了全国40个试点城市的六项工作要求。

2020年8月我国体育消费试点城市建设正式步入实施阶段,在此之前国家体育总局针对以陕西省为代表的全国40座体育消费试点城市名单予以公布。体育消费试点城市建设作为新兴事物,其发展之路漫长且艰巨。本课题介绍了体育消费试点城市形成的缘由,然后围绕陕西省体育消费城市建设之优劣势予以逐一分析,并立足于成功经验之基础上提出有效的推进策略,助力陕西省体育事业之大力发展,实现体育强市之目标。

1 体育消费试点城市形成的缘由

1.1 促进体育消费规模增长和消费结构升级的现实需要

2020年应是陕西省体育高速发展之契机,但疫情的爆发导致经济萎靡不振,体育产业也遭受波及处于停摆状态,其消费需求和消费规模几乎降至冰点,给陕西省体育

消费试点城市建设带来威胁与挑战。与此同时,随着陕西省居民人均可支配收入及消费能力的提升,体育消费需求不断增加,也提升了其消费市场的潜力。因此,当下陕西省应促进体育消费回补和潜力释放以持续推进体育产业要素保障,在充分激发消费需求之基础上,为陕西省体育消费市场注入消费活力,并提出有效的试点工作方案。以此为途径实现消费结构升级,通过陕西省体育消费试点城市建设之典型案例,带动其他试点城市之高质量发展。

1.2 缓解就业压力

随着城市化进程的加快,城市就业岗位供给量无法完全满足就业需求,导致就业人口数量攀升、社会整合度下降。为优化城市就业结构,应当进行就业市场之新一轮改革。目前,陕西省大力发展体育强省能够释放大量岗位,如何高效利用体育产业发展大幅度带动就业是陕西省亟待重点解决的一大问题。2020年陕西体育人口持续增长,这也促进了陕西省的体育消费升级,这也将带来最大的市场红利。鉴于此,陕西省体育消费试点城市建设必须与区域经济相协调,第一步应当加快陕西省的消费转型升级,借助物质载体的呈现力与陕西省体育消费相融合,针对产业赛事、健身、装备进行适宜调控,助力陕西省体育产业之健康发展,缓解陕西省之就业压力。

2 陕西省体育消费试点城市建设: 优劣势分析

2.1 优势

(1) 政府重视。长期以来,陕西省委、省政府坚持发展体育事业、并结合陕西省区域资源、经济背景、消费需求进行规划,将大力发展体育产业、体育强市纳入

作者简介: 凌君瑶(1991年7月),性别:女,民族:汉,籍贯:陕西西安,学历:硕士研究生,职称:讲师,研究方向:体育产业管理。

陕西省之发展总规划。同时陕西省将打造“一带一路”双循环体育消费格局，以十四运会、亚洲杯等重大体育赛事作为重要抓手提质增效、实现陕西省经济结构和体育消费结构的转型升级。

(2) 产业门类齐全。陕西省体育产业门类齐全，除了田径、球类等一些传统体育项目之外，也开发了一些示范类项目。

(3) 基础设施实现全覆盖。以承办十四运为契机，陕西省不断完善体育设施金蛇，实现了基本公共体育设施实现全覆盖，全面建成世界赛事名城。在陕西省颁布的体育强市之《实施方案》中指出，预计在2035年之前，基本实现体育公共服务均等化，体育设施成为国家中心城市和国际化大都市的明显标识。西安市经常参与体育锻炼的居民占比51.93%，明显高于陕西全省经常参与体育锻炼的居民占比46.49%和全国37%的水平。《国民体质测定标准》总体合格达标率为92.1%，均明显超过全国平均水平。

(4) 运动氛围浓郁。陕西省西安市共有12185个体育场馆，人均体育场地面积达1.32平方米，当地的徒步、骑行、登山、健身游泳、球类的体育运动颇为火爆。此外，为体育强市陕西省出台了一系列扶持政策，也加大了各类体育赛事举办力度，先后承办了“西安城墙国际马拉松赛”、“汉城湖端午节龙舟赛”等活动，体育氛围尤为浓郁。

2.2 劣势

(1) 缺少资金和人才保障。目前陕西省体育消费试点城市建设工作中，西安首先设立了每年5万元的体育产业发展专项资金，但是其它地区并未设立专项资金。其次，高质量体育人才是陕西省体育消费试点城市建设的中中之重，但是人才短缺对陕西省西安市而言尤为严峻。现阶段，该省体育从业总人口仅为2-3万，相较于其大力发展之体育产业明显供需不足，存在巨大的体育人才缺口。

(2) 供需矛盾突出。由于体育资源供需矛盾，这便在较大程度上限制了陕西省体育产业之发展，无法肩负起惠民利民、体育强市之社会责任。工作日大量体育资源被闲置、周末节假日则体育资源不足。从空间视角上看，陕西省部分偏远地区交通以及体育配套设施较为滞后，难以满足市民的体育健身和观赛需求。

(3) 消费亟待转型。结合2023年陕西省的体育消费数据可见，以衣食住为主的生存性消费占比为57%，但是陕西省体育消费占比则相对较小。

3 助推陕西省体育消费试点城市建设的有效路径

3.1 确保政策的持续稳定，助力体育消费试点城市建设

政策是体育消费试点城市发展之动力源与根本保障，

保持政策的持续稳定成为陕西省体育消费试点城市建设过程中的重点。要基于“全面深化改革”、“供给侧改革”、“高质量发展”等国家战略即产业结构转型和经济发展方式转变的经济背景，加大对体育产业的配套政策支持扶持，为陕西省体育消费试点城市建设注入活力，形成新业态。其次，应结合陕西省经济环境、资源优势、消费需求等，在加大政策力度之基础上，提供与之相配套的金融支持。同时也要对该区域的体育赛事、体育产品等进行财政扶持。此外，陕西省体育消费试点城市建设绝非一日之功，它需要较大的建设周期且过程举步维艰。因此，制定配套政策必须围绕不同的工程周期，明确体育消费试点城市建设短期、中期、长期等各个工程后期的目标、指导思想、发展任务。同时，要构建并健全现有配套监督评测机制。由于陕西省体育消费试点城市建设处于实践初期，在政策落地环节较易出现政策与城市建设、消费需求与科技创新相互背离之问题。要有规律的制定配套政策，政策过多会弱化市场机制以及企业的决策。因此，在建设过程中必须顺应区域发展规律、依据消费诉求，在制定配套政策环节中必须充分考量颁布频率以及政策的社会接纳度，助推陕西省体育消费试点城市建设配套政策的有序执行与落地。

3.2 加强体育产品创新，拓展消费类型和渠道

陕西省体育消费试点城市建设要加大体育专利之发展。首先要增强部门沟通与联动，明确各部门的职责，避免出现“权责不清、相互推诿”的现象出现。与此同时，要尽可能简化专利申请流程，切实提升服务效率。并且要加大对体育专利申请的配套政策，鼓励更多群众积极参与到体育专利申请过程中。其次，要加大产品的创新力度。结合陕西省区域资源和居民消费，加大体育与医学、互联网、森林康养、文旅、教育等产业的深度融合，形成一批颇具特色的新体育产品、新业态、新商业模式。通过与他产业的深度融合，扩大体育品牌之影响力，进一步刺激群众消费需求。最后，随着消费结构的变化，当代体育产品消费需求不断丰富，对体育产品的消费种类逐渐增多。当代消费者消费需求逐步提升，更注重个性化、创新性的产品与服务体验，对此类产品与服务的消费需求和消费意愿更为强烈。

3.3 打造城市体育氛围，发展智慧体育

体育人口是陕西省体育消费试点城市建设之重点。首先，要重视体育赛事新业态，新业态不仅能够助推陕西省体育组织、体育资源、体育空间布局之整体优化，奠定陕西省作为体育消费试点城市之人文底蕴。体育赛事的大力发展也能带动陕西省旅游业之发展，对打造陕西省城市名片大有裨益。与此同时，要加快陕西省体育

时尚休闲运动发展,并明确市场定位,结合不同层次消费群体之消费需求,为其量身打造专属方案,为体育消费市场注入活力,最大化刺激体育市场之发展。要进一步加大对区域特色小镇、体育产业示范基地之政策支持力度。加大当地电竞产业发展并颁布给予配套政策支持,引进高水平体育赛事,围绕电竞产业拓展衍生品研发与销售,打造陕西省体育产业新增长极。

其次,要加大投入逐步完善陕西省体育公共设施,丰富体育设施种类与范围,拓展群众参与体育锻炼之路径。随着消费水平的提升,消费需求更为多样,对陕西省体育公共设施予以完善,能够拓宽参与路径,最大化激发体育消费规模之增长。同时,依据不同层次的消费群体量身打造专属消费方案。《2014年全面健身活动状况调查公报》里提出,在针对居民“经常参与体育锻炼”的调研中发现,60~69岁居民经常参与体育锻炼的占比最高为18.2%;但在关于体育消费的调研中发现,20~29岁居民的体育消费水平占比最高,其体育消费需求显著高于老年人消费群体。所以,在体育消费试点城市建设中必须结合不同年龄段的消费群体予以针对性安排。

最后,应加大陕西省智慧体育之发展。借助大数据、云计算等技术之优势建设智慧体育馆,将先进的5G、大数据、云计算技术应用到体育健身服务和产业发展中。组织以“我为陕西省体育代言”为主题的大型体育赛事直播活动,展示当地的资源、人才、产业优势、展示当地的体育示范基地和特色小镇,刺激体育产业消费规模,最大化提升陕西省的体育产业消费影响力。

3.4 构建以人为本的体育消费城市

首先,陕西省体育消费试点城市建设要构建以人为本的发展理念,并以此为基础,以服务大众、惠民利民目标为依托,实现陕西省体育消费规模的稳健增长;同时,要倡导更多群众参与其中并给予一定的政策倾斜,打造陕西“体育名称”之文化标识和体育赛事品牌,满足群众的多元化体育消费需求。持续推动商赛、联赛等多层次、全方位、立体化的体育赛事和一系列国际性的竞品赛事、打造“一区一品一示范”的多样化体育品牌、争取引进1-2家体育用品龙头企业,做大做强当地体育用品品牌,促进陕西省体育产业的持续发展。

其次,要进一步优化陕西省城市产业结构,促进其结构优化升级。结合不同消费层次和消费需求,加强城市体育发展与森林康养、医疗、文旅、教育等产业的深入融合,通过“走出去,引进来”促进体育产业的内外联动以及产业扩散,打造多位一体的体育新业态,助推当地体育产业之稳健发展,实现体育强市目标。

结论

本课题介绍了体育消费试点城市形成的缘由,然后围绕陕西省体育消费城市建设之优劣势予以逐一分析,并立足于成功经验之基础上提出有效的推进策略,助力陕西省体育事业之大力发展,实现体育强市之目标。体育消费试点城市建设对促进陕西省体育产业之发展创新、体育消费规模和消费需求的转型升级大有裨益。但不可忽略在体育消费试点城市建设发展中存在的一些问题与威胁,探索一套体育消费试点城市建设之创新路径,最大化拓展体育消费渠道和消费规模,围绕区域经济、政策等加大当地的产业结构改革升级力度,以人为本,遵循利民惠民基本原则为出发点,打造典型体育消费试点城市,为助推我国其他城市的体育消费试点工作提供宝贵的理论参考与价值借鉴。

参考文献

- [1]郭敏.我国体育产业与经济增长的关系研究[J].湖北体育科技,2018,37(3):189-192,222.
- [2]张亮,焦英奇.后疫情时代体育产业发展的空间转向与价值重构—基于新冠肺炎疫情背景下体育产业发展的分析[J].体育与科学,2020,41(3):25-30.
- [3]浦义俊,吴贻刚.新时代我国体育消费升级的价值、挑战与推进路径研究[J].西安体育学院学报,2020,37(2):167-172.
- [4]中共中央国务院.关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见[EB/OL].http://www.gov.cn/zhengce/2018-09/20/content_5324109.htm,2018-09-20.
- [5]中共中央国务院.完善促进消费体制机制实施方案(2018~2019年)[EB/OL].http://www.gov.cn/zhengce/content/2018-10/11/content_5329516.htm,2018-01-11.
- [6]中共中央国务院.体育强国建设纲要[EB/OL].http://www.gov.cn/zhengce/content/2019-09/02/content_5426485.htm,2019-09-02.
- [7]中共中央国务院.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[EB/OL].(2019-09-17)[2020-9-14].http://www.gov.cn/zhengce/content/2019-09/17/content_5430555.htm,2019-09-17.
- [8]王述英.西方第三产业理论演变述评[J].湖南社会科学,2003(5):85-88.
- [9]朱凯迪,鲍明晓.体育产业促进就业:域外经验与本土启示[J].武汉体育学院学报,2019,53(11):10-15.