

产业融合视域下体育产业与休闲娱乐业交叉融合的理论机制及发展前景研究

Research on the Theoretical Mechanism and Development Prospects of the Cross-fusion of Sports Industry and Leisure and Entertainment Industry from the Perspective of Industry Convergence

寒日 包蕾

Ri Han Lei Bao

同济大学 中国·上海 200092

Tongji University, Shanghai, 200092, China

摘要: 在中国体育产业结构转型进程中,产业结构的软化和经济服务化逐渐成为产业结构调整的主要特征,成为产业结构升级转型的发展新趋势和重要经济现象。论文着眼于体育产业与休闲娱乐业交叉融合新路径,深入探索分析产业融合的理论机制、融合模式及发展前景,拓宽体育服务业外延,提出价值链重构条件下体育产业结合休闲娱乐业经济效益最大化建议。

Abstract: In the process of the transformation of China's sports industrial structure, the softening of industrial structure and economic service have gradually become the main characteristics of industrial structure adjustment, the new development trend and important economic phenomenon of industrial structure upgrading and transformation. This paper focuses on the new path of cross integration of sports industry and leisure and entertainment industry, deeply explores and analyzes the theoretical mechanism, integration mode and development prospect of industry integration, widens the extension of sports service industry, and puts forward suggestions on maximizing the economic benefits of sports industry combined with leisure and entertainment industry under the condition of value chain reconstruction.

关键词: 体育产业; 产业融合; 休闲娱乐业

Keywords: sports industry; industrial integration; leisure and entertainment industry

DOI: 10.12346/emr.v3i3.3377

1 引言

随着中国居民人均体育消费支出不断增加,体育消费市场将有更大增长空间。2019年《体育强国建设纲要》出炉,提出到2035年体育产业成为国民经济支柱性产业。体育产业将成为万亿级别消费蓝海,让体育产业具备了长期投资的高确定性,也为体育产业成为国民经济支柱产业提供了政策保障。

2 体育产业发展现状

2014—2018年,中国体育产业消费稳步增长,中国体育产业总规模从1.35万亿元增长至2.2万亿元,年均增长速度约18%。体育产业增加值占GDP的比重从2014年的0.64%增长到2018年的0.94%,2018年中国体育产业消费市场规模达到9105.3亿元(见图1),预计2020年中国体育产业消费市场将达到1.5万亿元。

然而,虽然中国体育产业表现出了乐观的发展前景,但无论与中国国内其他主要产业相比,还是与发达国家体育产业经济产值相比,都远远落后^[1]。与成熟市场化的体育产业相比:中国体育产业结构不合理;体育产业市场发育不成熟、体系不均衡,行业集中度低、经营方式落后、整体竞争力低;体育消费观念没有转变,高品质的体育文化消费观尚未建立,体育消费大多集中在实物型消费为主,观赏型和参与型体育消费仍较薄弱。因此,寻找新的体育产业经济增长模式、优化体育产业结构是维持体育产业持续、快速、健康发展的迫切要求,对体育产业主动适应经济发展新常态具有重要意义。

3 国际上的研究现状

在体育市场全球化时代,体育已然成为一种满足商业需求的产品,如今许多欧美体育发达国家,体育产业作为消费

【作者简介】寒日(1994-),女,蒙古族,中国内蒙古呼和浩特人,硕士,从事应用经济学研究。

性服务业的重要业态，已经发展成为国民经济新的增长点，而体育产业与相关的各类生活性服务业的不同之处源于社会分工的差异^[2]。中国关于体育产业与休闲娱乐业的融合研究相对空白，借鉴发达国家体育产业融合发展经验，1954年第五届瑞士世界杯首次实现赛事电视转播，这在积极推动体育传媒业的发展同时，极大地提高了足球运动的商业价值和市场认同度；20世纪80年代中期，NBA为了尽快扭转过去债务危机形象进行了一系列改革，大力促进职业联赛与媒体广告、商贸服务以及文化旅游之间的业态嫁接与资源互动，以充分挖掘和开发职业篮球运动的商业价值，最终使得NBA稳步进入崭新时代。其他国家大量研究表明，体育产业拥有高关联度的先天优势，使得其在与不同产业互动交融的过程中创造的价值得以不断放大，有力地推动了区域乃至国家的整体经济发展，这实际上也为研究中国的体育产业融合发展提供了参考。



图1 2014—2018年中国体育产业总规模和增加值

4 产业融合理论机制

体育产业结构是指体育产业内部的构成及内部之间存在的相互联系、相互制约的比例关系。中国经济发展中产业结构转型的进程符合配第一克拉克定理和库兹涅茨法则的宏观产业结构规律，三次产业边界逐渐趋于模糊，产业价值在产业边界不断得到爆发式增长，逐渐成为产业结构升级转型中的重要经济现象。在体育产业融合成长的动态发展过程中，不同的主导因素构建的融合模式展现出了不同的特点。在交叉融合中，体育产业与相关建筑业、金融业、旅游业、休闲娱乐业、教育培训业等在市场机制作用下，产业价值活动中相适应的单位核心被有机挑选出来，使得原有产业价值链的一些功能活动从相关的价值创造环节中剥离，被挑选出的价值活动单位核心部分在交叉、渗透、重组中，特别是在新技术渗透中围绕价值与功能的扩展实现新的价值创造，重新构建具有竞争力的产业价值链^[3]。和重组型体育产业融合相比，交叉型体育产业融合的价值链活动，更表现为在各产业原有价值单位基础上的新价值的创造过程，成为更具活力的新的经济增长点（见图2）。

5 产业融合价值与可行性

体育的价值内涵即为娱乐，是大众体育消费高级化的具

体体现，其面向基层化、大众化的体育娱乐属性和功能正在被不断地被挖掘和重新定义。在产业融合趋势下，体育与娱乐融合作为新兴大消费领域的重要发力点，市场的（泛）娱乐生态在世界范围内业已形成，体育被纳入泛娱乐生态的重要环节。在体育产业营业能力发展较快的体育都市地区，已经出现了体育文化元素渗透融入日常休闲娱乐活动中的案例，如北京的曼城体验中心店、上海的阿森纳足球俱乐部、深圳的巴塞罗那足球体验馆等以体育文化为主题的特色休闲服务业成为新的消费热点，在2018年世界杯期间营业额呈爆炸式增长，但由于经营模式老套、主题文化定位不明确、营销策略不积极、客户黏性差等一系列因素，该类体育主题餐厅消费吸引力随着重大国际体育赛事结束而被削弱。在消费型城市崛起的背景下，体育与休闲娱乐产业在技术渗透式、功能复合式、市场共拓式和资源互享式4种基本模型下的融合机制，消费升级促进产业升级，基于潮流化、多元化主题的融合型休闲模式成为城市日益流行的服务新业态，新型休闲娱乐模式因其高体验性、载体层次丰富、受众群体广泛等特点，已成为城市生活的经营重点和消费热点，展现出巨大的产业耦合潜力和价值。体育产业主体应充分挖掘创意服务的可塑性和消费吸引力，提出结合不同项目特点和人群的心理需求，在空间设计、艺术产品、特许商品等要素内，设计和构建有鲜明项目特色、互动性强、体验感佳的娱乐功能和服务的具体设想，将智能化、数字化、娱乐化技术融入其中，合成营业主体特殊体育文化氛围。

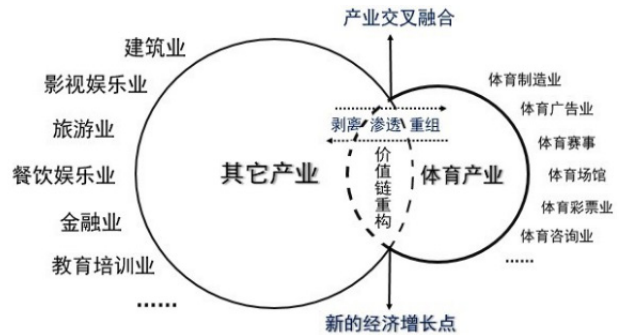


图2 体育产业与其他产业交叉融合机制

6 结语

对于新兴产业融合业态，在研究与实践中应充分挖掘并全面发挥体育产业对市场经济各行业的波及和辐射效应，促进体育消费新模式与体育产业经济新增长探索可行性路径；为塑造潮流化、大众化体育文化新形象提供理论依据与现实指导；为渗透、升级体育消费观，提高大众体育文化体验感和激发群众参与自觉性，为营造体育强国软环境拓展新空间。

参考文献

[1] 任波,戴俊,夏成前,等.中国体育产业结构的内涵解析与供给侧优化[J].北京体育大学学报,2018,41(4):21-28.
 [2] 于刃刚,李玉红.产业融合对产业组织政策的影响[J].财贸经济,2004(10):18-22.
 [3] 马健.产业融合理论研究综述[J].经济动态,2002(5):79.