

新时代全民健身与体育产业协同发展的制度设计

李 龙,李 璐

(长沙理工大学 体育学院,湖南 长沙 410114)

摘要:做好全民健身与体育产业协同发展的顶层制度设计,不仅有利于贯彻落实全民健身国家战略,而且能够规范和约束体育消费市场各参与主体的行为,激发其参与全民健身消费供给的能动性。研究认为,通过有效管理体育消费市场供给侧,建立满足市场供需的多层次价格制度、信息对接制度、市场服务对接制度,有利于充分发挥健身休闲、竞赛表演、场馆服务等共生体的作用;政府通过合理的全民健身与体育产业协同发展的制度安排,给予体育企业、普通民众以及其他非营利组织等参与主体优惠政策,并不断完善法律法规来保障体育消费市场多元参与主体的正当权益,可以加强其在体育消费市场的共享、供需、引导、对接和互动。

关键词:全民健身;体育产业;协同发展;共生关系;制度设计

[中图分类号]G812.3 [文献标识码]A [文章编号]1672-934X(2022)02-0008-08

DOI:10.16573/j.cnki.1672-934x.2022.02.002

System Design for the Coordinated Development Between Nationwide Fitness and Sports Industry in the New Era

Li Long, Li Lu

(School of Physical Education, Changsha University of Science & Technology, Changsha, Hunan 410114, China)

Abstract: Well-done top-level system design for the coordinated development between nationwide fitness and sports industry is not only conducive to the implementation of nationwide fitness strategy, but also can regulate and restrain the behaviors of the main participants in the sports consumption market and stimulate their initiative to participate in the supply of nationwide fitness consumption. The study concludes that by effectively managing the supply side of the sports consumption market, a multi-level system, consisting of price system, information matching system and market service matching system, will be established to meet its market supply and demand, which is conducive to giving full play to the role of symbionts such as fitness and leisure, competition and performance, venue and services. It has also been found that for the above purposes, the government is expected to provide preferential policies through reasonable institutional arrangements for the coordinated development between nationwide fitness and sports industries to participants such as sports enterprises, the common public and other non-profit organizations, and to continuously improve laws and regulations to protect the legitimate rights and interests of multiple participants in the sports consumption market, thereby strengthening his share, supply and demand, guidance, match, and interaction in the sports consumption market.

Key words: nationwide fitness; sports industry; coordinated development; symbiosis; system design

收稿日期:2021-06-16

基金项目:国家社会科学基金青年项目(15CTY005);湖南省社会科学基金项目(19YBA016)

作者简介:李 龙(1980—),男,教授,主要从事全民健身与体育产业研究;

李 璐(1994—),女,硕士研究生,研究方向为体育产业管理。

好的制度设计是善治的基础。近年来,我国全民健身和体育产业在国家《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》《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》等政策推动下,全民健身消费需求不断增加,体育产业结构持续优化,体育消费环境持续改善。但连接全民健身与体育产业的体育消费市场,依然面临投融资渠道不畅通问题,影响社会资本进入全民健身与体育产业领域,政府与社会资本之间单一的合作模式需要改进,体育场馆税费的价格政策未得到细化和落地等^[1]。实际上,目前我国仍未形成政府部门之间和行业之间协同配合的局面,这一现象在全民健身与体育产业协同发展中表现得更为明显。全民健身与体育产业基于体育消费市场的供需关系而相互依存,并在实物性消费、观赏性消费等多个方面发生作用,彼此依赖、共同成长,具有利益的一致性^[2]。全民健身和体育产业作为体育领域两个不同指向和目标的主体,由于彼此具备充分的共生条件,能形成共生单元和共生环境以及共生机制和共生模式,从而能不断为普通民众提供健身产品和服务,实现健身效果的增强以及体育企业盈利的增进。有效的制度设计与安排,是提高体育消费市场资源要素配置效率的主要因素,制度设计的优劣以及协同程度的高低决定着全民健身与体育产业协同发展的质量^[3]。因此,通过制度设计、创新与安排,大力促进全民健身与体育产业协同发展,是促进我国体育产业高质量发展的应有之义。

一、推进全民健身与体育产业协同发展机制运行的制度设计

全民健身和体育产业协同发展具有诸多内在机制,譬如共生动力机制、供需机制、引导机制、对接机制、互动机制等。这些机制的顺利运行不仅是保障全民健身与体育产业协同发展的基础,更是构建二者协同发展相关制度的理论基础和现实依据。

(一)全民健身与体育产业协同发展的共享制度

促进全民健身与体育产业协同发展,就是要将作为共生界面的体育消费市场上的资源要素流动通道打通,由此保障并实现资源要素的自由流动。一方面,要建立体育消费市场资源共享配置机制。要发挥体育消费市场在全民健身资源配置中的基础性作用,需要通过不断完善市场供求机制、价格机制、竞争机制、风险机制等,使体育资源得到合理配置以及消费需求得到有效满足。另一方面,建立体育消费市场资源共享激励机制。在体育市场资源供应链中,采用政府与社会资本利益联结方式,即在明确政府与社会资本责权关系的前提下,实现“风险共担、利益共享”。政府应减少社会资本参与体育消费市场产品及服务供给的“不稳定因素”,在社会资本参与体育消费市场供给过程中,可通过建立体育消费市场资源共享契约机制,明确政府与社会资本以及社会资本与消费者之间各自的权利和义务,这样既可保护消费者利益,又可降低社会资本参与风险,有利于提升体育市场资源共享效率^[4]。

(二)全民健身与体育产业协同发展的供需制度

供需制度是全民健身与体育产业协同发展最为基础的内在机制。因此,在制度设计中,必须满足其供需机制运行的内部条件,发展和维系好全民健身与体育产业的共生关系,需要运用供给侧改革思路,通过有效管理体育消费市场的供给侧来达成共生规范^[5]。体育消费市场供需协同发展要建立在有效管理基础之上,而要对体育消费市场实施有效管理,则必须依靠科学合理的制度来促进全民健身与体育产业的共生规范。一是要促进体育消费市场相关制度不断完善。全民健身与体育产业的共生关系发展需依靠制度保障,涉及供需相关制度的逐步完善要围绕体育消费市场展开,譬如利益分配制度、信息共享和交流制度、供需对接制度、体育

产品与服务标准化制度等。二是要发挥体育消费市场制度优势。这就要求强化全民健身与体育产业共生关系,发挥制度优势,促进发展过程中的共生规范,减少物质、信息以及能量交流和传导的阻力,促进二者同步进化,产生新能量。

(三)全民健身与体育产业协同发展的引导制度

引导机制作为全民健身与体育产业协同发展的重要机制之一,其制度设计主要从两个方面入手:一是建立发挥全民健身对体育产业发展引领作用的相关制度。全民健身是体育消费的基础,而体育消费需求的扩大需要围绕人民对美好生活的新期待来创新消费业态。因此,需要通过合理的制度设计,促进娱乐、休闲、旅游等与全民健身消费紧密相关业态的融合发展。二是建立发挥体育产业对大众体育消费引导作用的相关制度。国家大力发展体育产业促进体育消费的价值圭臬,旨在满足广大人民群众的美好体育生活需求。这就要求大力发展与全民健身消费相关的体育产业,不仅需要引导大众树立正确的健康消费、健身消费价值观,而且还需要围绕健身消费开发优质的产品和提供多元化、多层次的服务,从而满足广大人民群众的消费需求。大众体育消费意愿的增强需要通过合理的制度设计来予以引导,既需要考虑通过报纸、电视、网络等各种媒体大力宣传科学健身消费理念,还需要政府出台相关健身消费优惠政策,如以消费补贴、“健身银行”等形式鼓励大众健身消费。同时,还应为全民健身商业性赛事的有序开展在赛事审批权下放、税收减免等方面给予支持,以此更好地刺激体育消费。

(四)全民健身与体育产业协同发展的对接制度

全民健身与体育产业协同发展需通过建立对接机制来实现在体育消费市场的互通共享。一是要建立体育健身消费供需多层次的价格制度。多样化、多层次的健身产品和服务需要通过体育健身消费市场来决定其价格。因此,要

畅通体育消费市场健身消费渠道,让相关健身产品和服务价格满足人民群众体育健身的差异化消费需求。二是要建立体育健身消费市场供需信息对接制度。而要实现体育健身消费市场供需信息对接,需要通过政府部门建立“信息服务平台”,将相关健身消费的产品、服务、资金等信息需求通过平台实现互通共享,从而使体育健身消费市场供需双方信息对接。三是要建立体育健身消费市场服务信息对接制度。扩大体育健身消费市场服务产品的有效供给,既要不断提升体育健身产品的质量,还要有效拓展体育服务领域,丰富体育服务内容,逐渐扩大商业健身服务辐射人群,并针对不同层次消费人群提供优质的多元化健身服务^[6]。

(五)全民健身与体育产业协同发展的互动制度

互动制度是促进全民健身与体育产业协同发展的重要因素之一。建立全民健身与体育产业协同发展的互动制度,有利于增强二者在体育消费市场上的黏性。具体来说,应逐步建立包括竞赛活动、健身设施、健身指导、健身组织在内的全民健身制度体系,培育和壮大体育消费市场供给主体和消费主体。同时,要充分利用先进的体育技术和体育设施,打造群众喜闻乐见、富有感染力的全民健身活动,提高体育产业的娱乐性与观赏性,让全民健身参与者感受和谐温馨氛围,特别是要让健身成为一种健康生活方式,并融入社会生活的主旋律。与此同时,应采取相应措施,增加体育消费的需求,提升体育消费的总量。分析健身消费人群的差异与特点,生产具有体育健身的普适性及多样化的拳头产品,吸引不同年龄、不同阶层人群参与健身消费,从而壮大体育市场规模。

二、夯实全民健身与体育产业协同发展载体的制度设计

全民健身与体育产业协同发展需要不同层次的多种载体。从宏观、中观到微观,分别需要产业、企业和消费者等载体。全民健身与体育

产业协同发展的本质,就是通过不断壮大和发展体育消费市场,以此满足大众多样化的消费需求。因此,在全民健身与体育产业协同发展的制度安排中,需要紧紧围绕体育消费市场来做好制度的顶层设计。

(一)全民健身与体育产业协同发展产业载体的促进制度

近年来,我国健身休闲运动产业快速发展,一定程度上促使全民健身消费需求得到满足。但随着步入“互联网+”时代,在体育消费需求方面,大众更加注重健身产品的新颖款式、方便携带、多样功能,而且对健身产品的销售提出了线上和线下要求^[7]。因此,在大力发展体育健身用品制造业,提高产品科技含量,提升传统体育健身用品质量水平的同时,更要重视健身休闲类体育活动、竞赛表演类体育活动、体育场馆服务等发展。特别是借助贯彻落实国务院印发《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》,形成健身休闲类体育活动、竞赛表演类体育活动、体育场馆服务等整体新格局,保障全民健身产品的多渠道供给^[8]。

实际上,推进体育产业的发展,主要措施无外乎是降低或减免税收、提高财政补贴以及增加投融资力度。首先,应制定相应的降低或减免相关产业的税收政策。对包括体育产业在内的文化产业实施降低税收政策,对健身休闲类体育活动、竞赛表演类体育活动等行业实行特殊税收政策。其次,应制定相应的提高财政补贴上述行业的政策。事实上,财政补贴是与降低税收相对应的刺激产业发展的另一种方式,是政府“看得见的手”的集中体现。因此,快速推进这些行业发展,可以制定相应政策并给予一定的财政补贴。最后,应制定相应政策来增加这些行业的投融资力度,为它们的健康可持续发展提供金融支持。

(二)全民健身与体育产业协同发展企业载体的促长制度

体育企业作为体育健身消费市场的主体之一,是推动全民健身与体育产业协同发展的重

要力量。体育企业通过提供参与全民健身活动相关产品和服务,从而促进体育产业的发展。因此,在其制度设计和安排中应考虑提高体育企业参与全民健身与体育产业协同发展的积极性。当前,我国体育产业属于朝阳产业,尽管部分企业投资的意愿较为强烈,但很多企业由于寻求不到好的项目或碍于政策的制约,还停留在观望阶段。因此,促进全民健身与体育产业协同发展,就是要设计激励企业积极投资全民健身与体育产业的制度安排。

具体来说,就是要进一步优化体育产业投资政策,畅通社会资本在体育健身消费市场的投融资渠道,形成多元化的经费来源结构。一是出台体育健身消费市场税收激励政策。围绕全民健身与体育产业密切相关的行业,如体育用品业、健身服务业、场馆租赁业、中介服务业等行业,可通过减税、免税、抵税、退税等形式支持和鼓励社会资本进入体育健身消费市场,为大众提供优质健身相关产品和服务^[9]。二是健全社会资本参与健身消费供给的融资政策。政府部门可通过调整健身消费市场相关企业所得税的缴纳比例,减轻体育企业纳税成本和税收负担。对捐赠给国内体育社会组织、民间体育公益团体等非营利性组织的,应享受国家有关捐赠扣除相应比例税收的优惠政策。三是构建支持全民健身与体育产业相关行业融合发展政策。政府部门出台相关政策支持全民健身消费新业态发展,重点围绕全民健身智慧化发展,在智能健身场馆建设、公共健身场馆的智慧改造、社区智慧健身中心等方面,通过税收优惠等方式支持社会资本积极参与。体育企业既是全民健身与体育产业协同发展的主要构成主体之一,同时也是具体执行者,因此更应以体育企业为动力源构建好基层动力机制,增强体育企业在全民健身与体育产业协同发展中的主动性与自觉性。

(三)全民健身与体育产业协同发展的消费者载体鼓励制度

因为健身人口数量是决定全民健身与体育

产业协同发展的关键因素之一,因此应采取各种措施,最大限度地扩大全民健身人口数量。宣传推广措施、提供各种全民健身公共体育设施、免费进行全民健身项目的教育培训等,都能在一定程度上提高参与全民健身人口数量,从而推动体育产业可持续发展。一是引导大众树立科学健身的消费理念。近年来,大众健身意识的不断增强为扩大健身消费提供了难得的机遇。因此,要通过报纸、电视、互联网等媒介,宣传“运动有益健康,千万不要过量”“让运动成为习惯,让健康成为责任”“生命在于运动,运动要讲科学”等健身理念。同时,可通过发放大型体育场馆健身优惠券、实施健身消费补贴等形式,激发广大人民群众健身消费热情。二是不断夯实健身消费的群众基础。多举办具有广泛群众基础且“接地气”的健身赛事活动,要确保多元主体共同参与决策,特别是在涉及举办全民健身相关赛事活动的决策上,赛事举办者要广泛听取普通民众的主流意见和建议。可通过举办听证会的形式,由赛事举办方和承办方、体育专家、政府部门、企事业单位、民众代表等,共同决策全民健身赛事活动的重大事项^[10]。

三、增强全民健身与体育产业协同发展动力的制度设计

推动全民健身与体育产业协同发展的动力源于作为共生界面的体育消费市场。全民健身与体育产业在体育消费市场上可以进行能量的产生、转换和分配。因此,要紧紧围绕体育消费市场,不断提高体育消费市场产品和服务质量,扩大有效供给,围绕体育消费的供给侧和需求侧发力,使体育消费成为促进体育产业和全民健身发展的动力源,充分发挥体育消费市场在全民健身与体育产业协同发展过程中的“连接器”作用。

(一)全民健身与体育产业协同发展的谋划制度

政府部门需要对全民健身与体育产业协同发展进行规划与部署。一是要做好全民健身与

体育产业协同发展的顶层设计和战略谋划。要实现二者互促共进发展,需加强制度的顶层设计,推动在体育消费市场供需的有效对接。一方面,要科学制定全民健身与体育产业协同发展规划。既需要明确新时代全民健身与体育产业协同发展的功能定位、指导思想、基本原则、发展目标与根本任务,也需要多部门联动促进体育消费市场健康发展,大力培育健身消费新业态。另一方面,供给侧要通过制定体育消费市场产品和服务的标准来提升质量。由政府相关部门牵头,联合体育社会组织、体育消费市场多元主体等,共同协商制定健身消费相关产品和服务标准。二是应加强以政府为动力源的动力机制设计。全民健身与体育产业协同发展需要政府大力推动。为此,应充分发挥政策在全民健身与体育产业协同发展中的“指挥棒”作用,构建以政府为动力源的动力机制与制度设计。也就是说,既要有中央政府的统一部署和安排,同时还要有相关部门、各级政府的联动,特别是地方政府要出台相关配套政策、制定切实可行的行动方案,让体育产业和与其紧密相关的体旅、康体等产业享受到作为战略性新兴产业的政策红利。

(二)全民健身与体育产业协同发展的激励制度

全民健身与体育产业激励制度的设计内容主要是基本原则和激励制度。首先,确立全民健身与体育产业协同发展的基本原则。一是要确立以人为本的原则,即以参与者为本原则。在全民健身与体育产业协同发展中,参与者不仅有政府,还有企业和普通民众。而参与者实际上既是“社会人”,也是“经济人”,这两个角色都应考虑到。二是要准确把握适度与适时原则。从现代心理学研究来看,及时激励的有效率是80%,而迟延激励的有效率只有7%^[11]。因此,激励参与者要适时,即要把握好时机,激励方式和手段应适当运用,使参与者以更加振奋的精神面貌参与全民健身与体育产业协同发展。三是要注重公平、公正与合理原则。对每

个参与者应一视同仁,公正评价每个参与者的贡献。四是要注重绩效导向的原则。应根据参与者工作绩效进行评估与激励,以调动参与者的工作积极性。

其次,建构科学规范的全民健身与体育产业协同发展的激励制度。一是完善全民健身与体育产业协同发展中参与者的目标管理制度。应加强目标激励,即激发参与者为实现全民健身和体育产业协同发展而努力的信心;加强发展目标激励,用全民健身与体育产业协同发展的长远规划和发展战略来凝聚人心,提升参与者的积极性,使其为实现全民健身与体育产业协同发展的目标而努力工作;加强岗位目标激励,参与者不仅应制定工作计划,而且应立足岗位,制定年度目标,细化近期目标^[12]。二是健全全民健身与体育产业协同发展参与者的物质奖励制度。强化全民健身与体育产业协同发展的激励,仅仅只有精神激励显然是不够的,还必

须建立健全物质激励制度。同时要落实执行全民健身与体育产业协同发展物质奖励制度,以奖金、银行贷款或政策优惠等形式奖励在两者协同发展中作出重大贡献的参与者,从而更进一步激发参与者的积极性。三是建立健全体育消费市场激励机制。在政府和社会资本之间采取利益联结方式,特别是在体育消费市场供应链中实现“风险共担,利益共享”机制。四是应建立体育消费市场的契约机制,从而更好地提升全民健身与体育产业协同发展供需链管理的协调性。

四、营造全民健身与体育产业协同发展环境的制度设计

全民健身与体育产业协同发展环境的制度设计主要包括两个方面:一是政策设计;二是法规设计。这两个方面在很大程度上决定了其运行的外部环境。

表1 2014—2021年我国促进全民健身与体育产业协同发展的相关政策

文件名称	颁布部门	发布时间	相关内容指涉
《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》	国务院	2014.10	吸引多主体参与,积极推动多元市场形成,发挥社会积极性和主动性,致力于创造满足群众多样化差异化需求的产品和服务。
《关于推进体育赛事审批制度改革的若干意见》	体育总局	2014.12	细化政策举措,完善市场环境,正确引导各类体育赛事由传统模式向市场化转变,鼓励多元主体依法组织、承办体育赛事。
《体育场馆运营管理办法》	体育总局	2015.1	充分挖掘场馆资源,开展多元化经营和个性化服务,致力发展体育及相关产业。
《全民健身计划(2016—2020年)》	国务院	2016.6	重视全民健身对体育发展高质量发展的关键作用,丰富全民健身相关锻炼健身活动、体育赛事表演等相关产业规模,通过不断提高健身服务业在体育产业中所占比重,推动体育消费市场发展。
《体育产业发展“十三五”规划》	体育总局	2016.7	大力开展各类群众性体育活动,通过多样化赛事活动供给,并对商户提供优惠折扣及税收优惠,从供给侧出发努力满足人民群众锻炼消费需求。
《体育强国建设纲要》	国务院	2019.8	通过广泛开展群众性体育活动,加强体育消费关联性,促进群众体育消费需求。探索体育健身、体育培训等消费新空间,推动健身休闲、竞赛表演产业发展。
《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》	国务院	2019.9	为各地采取灵活多样的市场化手段促进体育消费提供“风向标”。
《促进体育消费试点工作方案》	体育总局	2020.5	鼓励体育锻炼产品的研发并提供多元体育培训服务,促进体育消费。
《政府工作报告》	国务院	2021.3	通过开展体育消费试点,明确各类体育服务综合体,畅通体育消费市场,夯实体育消费基础。要求大力发展文旅、体育等服务消费,推进体育消费市场发展。

备注:根据国务院以及国家体育总局下发的政策文件整理

(一)全民健身与体育产业协同发展环境的政策设计

近年来,国家围绕“发展全民健身和促进体育消费”主题相继颁布多项政策予以推动,各省、自治区、直辖市积极响应,如表 1 所示。国家体育总局多次在京召开专题会议,听取相关司局和项目中心的汇报。不仅如此,还加强了与国家公安、税务、财政、广电以及工商等职能部门的联动,出台相关举措并督促落实。目前,我国初步形成了中央各部门协同配合抓落实,地方政府高度重视强力推进,广大民众健身消费意愿不断增强的良好局面。

尽管如此,由于我国全民健身和体育产业协同发展目前还处于初级阶段,相关企业和单位相关实力不强,亟待健全市场化运作的经济环境激励制度。

首先,综合运用财政、税收、信贷等经济手段来改善全民健身与体育产业协同发展的外部环境。政府应为全民健身和体育产业的相关企业和部门提供政策性优惠和价格补贴,特别是在确定重点发展对象时,参与全民健身与体育产业协同发展的企业和单位,应获得优先发展资助,尽力满足这些企业和单位发展中所需的各种条件,以激励和保障其协同发展与顺利推进,由此创造良好的发展环境,形成较好的产业发展局面。

其次,实现体育企业资金供给的可持续性。建构体育企业参与推动全民健身与体育产业协同发展的多元化资金筹措体系。一方面,参与全民健身与体育产业协同发展的企业和单位,可以通过多方努力,积极建立自身的资金筹措系统,解决发展所需的资金,如可发行企业股票、债券,拓宽企业融资渠道。另一方面,金融机构应对参与推动全民健身与体育产业协同发展的相关企业,给予一定的资金支持。各级金融部门应根据经济效益和还款能力,区别对待、择优扶持,对社会效益好、经济效益明显且有还款能力的国家重点项目,在落实还款资金的前提下,金融机构在安排贷款时要予以支持^[13];

对具有明显社会效益和经济效益的环保项目且还款能力较强的,金融机构应予以贷款支持。

最后,提倡多元化的体育产业投资政策。在体育消费市场中,借助政策手段,促使社会资本的投资渠道顺畅,并逐步实现经费来源结构多元化。一是通过体育消费市场执行税收的激励政策。体育用品、健身服务等行业与全民健身和体育产业关系密切,借助减退税等方式,鼓励社会资本投向体育消费市场,进而实现优质产品与服务的供给。二是政策向社会资本投资倾斜。在体育消费市场,政府借助调度所得税,使相关企业的赋税成本减少。对体育公益进行无偿捐赠的企业,其税收应按捐赠比例扣除。三是完善体育产业相关政策,通过加大财政投入以及税收优惠等方式,在全民健身和体育产业的协同发展中支持社会资本^[14]。

(二)全民健身与体育产业协同发展环境的法规设计

近年来,国务院发布的《关于加快发展体育产业 促进体育消费的若干意见》《关于加快发展体育竞赛表演产业的指导意见》以及国家体育总局下放民间办赛审批权等,为全民健身与体育产业协同发展奠定了法治基础。但也需清晰看到,上述相关法律法规对于推动全民健身与体育产业协同发展的针对性不够,操作性不强,还应充分借鉴国内外有益经验,制定一些更为具体、细致的法律法规。特别是在推进立法过程中,应更为充分地体现全民健身和体育产业协同发展的思想,把全民健身与体育产业有机结合起来,促进其可持续发展。通过法律法规引导,改变全民健身和体育产业彼此割裂的发展状态,实现在体育消费市场的双赢。

首先,应在体育强国国家战略视域下统筹推进全民健身与体育产业协同发展。破旧立新,及时废除制约体育消费市场发展的政策法规,紧紧围绕体育消费市场健康发展来制定“全民健身与体育产业协同发展的促进办法”,重点在调动社会资本参与体育消费市场供给积极性,大力培育体育消费新业态以满足大众多元

化多层次消费需求等方面,加强制度顶层设计。

其次,地方政府应出台配套全民健身与体育产业协同发展的政策法规。各级政府部门应紧密结合自身的情况,完善促进地方全民健身与体育产业协同发展的相关法律法规,并且可针对不同地区协同发展法律法规的联合执法进行探讨。同时,应依据相关法律法规进一步打通全民健身和体育产业的流通环节,促使清除体育消费市场健康发展的障碍,由此形成体育健身消费市场要素资源的自由流动。

最后,要为全民健身与体育产业协同发展营造良好的体育消费市场环境。通过取消商业性或兼具商业与公益属性的全民健身赛事活动的繁杂行政审批程序,为社会力量举办活动彻底“松绑”。不仅如此,体育消费市场的监管还要做到“不越位”“不过界”,通过健全和完善相关法律法规,切实保障参与体育消费市场供给主体以及消费者的正当权益,形成良好的市场氛围,以此不断增强体育消费市场活力。

五、结语

进入新时代,推动体育产业高质量发展不仅成为体育强国建设的重要内容之一,而且也是激发市场活力和调动消费热情的重要抓手。近年来,国家围绕“促进全民健身和体育消费推动体育产业高质量发展”接续政策推动,广大民众健身消费需求不断增长,体育消费市场法律法规不断健全和完善,多元主体参与体育消费市场供给的热情高涨,这些为全民健身与体育产业协同发展提供了难得的机遇。但也要看到,现阶段制度建设依然是全民健身与体育产业协同发展中不容忽视的短板,体育消费市场多主体参与中的利益协同,改善供需结构的有效性,明晰制度供给中政府的职权边界等都需要合理的制度设计与安排。全民健身与体育产业协同发展的推动,很大程度上取决于体育消费市场的现代化治理水平,是否有科

学合理的制度维护市场秩序,而这首先需要优化制度设计以集聚体育资源、政策资源及服务资源,只有这样体育消费市场才能源源不断产生新能量。

[参考文献]

- [1] 刘扶民.贯彻落实《国务院办公厅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》推动体育产业成为国民经济支柱性产业[J].体育科学,2019(10):3-10.
- [2] 李龙.全民健身与体育产业共生关系的现实观察与发展路径[J].中国体育科技,2017(2):93-99.
- [3] 段娟娟,李荣日.溯源、观势与谋局:体育产业演化研究[J].沈阳体育学院学报,2020(6):94-101.
- [4] 沈克印,吕万刚.体育产业供给侧改革:投入要素、行动逻辑与实施路径——基于社会主要矛盾转化研究视角[J].中国体育科技,2020(4):44-51,81.
- [5] 马德浩.我国体育产业供需矛盾现状及应对策略[J].体育文化导刊,2021(3):67-73.
- [6] 李军岩.新时代我国全民健身消费供给研究[J].沈阳体育学院学报,2018(4):8-13.
- [7] 江小涓.体育产业发展:新的机遇与挑战[J].体育科学,2019(7):3-11.
- [8] 李龙,伍华荣,向群.基于共生理论的全民健身与体育产业共生度测定研究[J].长沙理工大学学报(社会科学版),2018(4):93-100.
- [9] 白宇飞,臧文煜.支持体育产业高质量发展的财政金融政策工具:功能与应用[J].北京体育大学学报,2019(9):19-28,72.
- [10] 张延青,代刚.制度层面下我国体育产业市场的现实诉求与路径安排[J].商业经济研究,2017(16):176-178.
- [11] 余兴安,等.激励的理论及制度创新 中国公务员激励机制研究[M].北京:国家行政学院出版社,2005:14-16.
- [12] 任波,黄海燕.体育产业供给侧改革的内在逻辑与实施路径——基于高质量发展的视角[J].上海体育学院学报,2021(2):65-77.
- [13] 朱菊芳,徐光辉.我国城乡居民收入增长、消费结构升级与体育产业发展耦合关系[J].武汉体育学院学报,2019(12):37-45.
- [14] 叶金育.体育产业税收优惠:规范设计与体系构造[J].上海体育学院学报,2020(8):47-63.