



“一带一路”战略布局下我国体育产业融合 路径研究

邵凯^{1,2}

摘要: 2014年10月20日,全民健身升级为国家战略;2015年3月28日“一带一路”成为国家战略。同为国家战略,涉及的战略结构与战略领域均不相同。本文立足“一带一路”战略背景下,具体分析我国体育产业与“一带一路”战略布局涉及产业的融合发展路径,运用文献资料法等研究方法对该问题进行较为细致的探讨,得出3条具体的产业融合路径:(1)公共路径——国家体育产业融合路径;(2)组织路径——基于体育产业相关组织与俱乐部间的融合路径;(3)公民路径——基于公民个体消费与体育行为的融合路径。本文旨在从产业角度分析两个战略之间的融合具体路径,并对体育产业发展提供相关支持。

关键词: “一带一路”;体育产业;战略布局;产业融合

中图分类号: G80-05 文献标志码: A 文章编号: 1006-1207(2015)06-0057-04

China's Sports Industry Integration under the Strategic Layout of "One Belt and One Road"

SHAO Kai

(Sport Social Sciences Research Centre, Shenyang Sport University, Shenyang1101021, China)

Abstract: On October 20, 2014, mass fitness was upgraded to the national strategy. And "One Belt and One Road" also became national strategy on March 28, 2015. But the strategic structure and domain they involve are not the same. Based on the background of the strategy "One Belt and One Road", this study analyzes the integrate development path of China's sports industry and the industries involved in the strategic layout of "One Belt and One Road". Using the method of documentation, the three specific industry integration paths are obtained: 1. the public path - national sports industry integration; 2. the organization path - based on the integration of the related organizations and clubsof sports industry; 3. the citizen path - based on the integration of individual consumption and sports behavior. The study aims to find out integration paths for the two strategic measures from the aspect of industry so as to provide support to the development of sports industry.

Key Words: One Belt and One Road; sports industry; strategic layout; industrial integration

1 问题的提出

2015年3月28日国家发展改革委、外交部、商务部联合发布了《推动共建丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路的愿景与行动》,这标志着我国从2013年开始的基于国际区域经济愿景规划上的发展思路已经上升为一种国家经济发展战略。

2014年10月20日,国务院印发了《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》(国发[2014]46号)(以下简称“46号文件”),文件在新的历史背景下将全民健身升级为国家战略,同时,从体育产业升级和布局角度大力提倡扩大体育相关产品和服务的供给,这也是在从制度角度逐步将体育产业推向新的国家战略布局。同时,在文件中从公共体育服务角度对公民体育需求与体育产业的关系上进行了重要解读,这也是有力地将全面健身与竞技体育

充分融合,为体育强国之路服务。

同为国家战略,“一带一路”是在立足我国经济发展的基础上对国际区域经济融合的战略构想,是我国制度自信的表现;46号文件是我国立足全面经济发展对具体体育产业提出的产业发展要求;这两者之间具有同质相关性,而体育产业发展如何利用“一带一路”产业战略布局发生交互融合效应,如何在我国经济战略布局中提升产业定位与产业贡献率是我国体育产业在未来十年发展的重中之重。本文旨在从产业角度分析两个战略之间的融合具体路径,以对体育产业发展提供相关支持。

2 相关概念的梳理及界定

2.1 “一带一路”战略

“一带一路”作为一种战略构想源于2013年9月和

收稿日期: 2015-11-10

基金项目: 辽宁省社会科学规划基金资助项目(L15CTY001);上海体育学院研究生教育创新基金资助项目(yjscx2015025)

作者简介: 邵凯(1984-),男,辽宁沈阳人,讲师,博士生。主要研究方向:体育人文社会学,公共体育与团队冲突。

作者单位: 1.沈阳体育学院 体育社会科学研究中心,沈阳 1101021;2.上海体育学院体育休闲与艺术学院,上海 200438。



10月国家主席习近平分别提出建设“新丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”的战略构想而来,因此,“一带一路”即是指“新丝绸之路经济带”(简称“一带”)和“21世纪海上丝绸之路”(简称“一路”)的合称。

从制度层面,“一带一路”战略构想在大国自信基础上的区域合作发展的理念和倡议,是一种建立在国家间的区域合作平台,这种平台是对国家间现有机制的肯定,又是对未来区域经济合作的政策延伸。从战略角度说,“一带一路”战略,是中华民族伟大“中国梦”的梦想战略延伸。从战略内容上看,“一带一路”涉及“五通”:政策沟通、道路联通、贸易畅通、货币流通、人心相通,而这种战略内容是建立在多产业融合的角度提出的战略布局,这种战略布局是体现在对古代丝绸之路的精神(团结互信、平等互利、包容互鉴、合作共赢)延续上,又体现在世界和平与发展的时代主题上。因此,“一带一路”战略从战略意义和现实意义上均具有较强的区域辐射力和全球影响力。

2.2 体育产业融合

欧洲委员会对产业融合的操作性概念被众多学者引用,其认为产业的融合是指“产业联盟和合并、技术网络平台和市场等三个角度的融合^[1]”。我国学者程林林^[2]早期研究体育产业的过程中提出:体育与其他产业的融合是体育产业化的本质,体育扮演的是一种载体或平台角色,体育产业化是一种动态的发展过程;余守文^[3]提出:体育产业在发展过程中不断和相关产业融合形成新的产业过程就是体育产业的融合。

基于前期研究,本文所定义的体育产业融合是指:在体育产业领域内发生的,通过产品与技术的融合促生的体育相关组织、机构和产业的融合动态过程。

3 “一带一路”战略对我国体育产业影响预期

3.1 “一带一路”战略相关国家总体情况概述

“一带一路”战略是区域经济发展的战略,其所涉及的战略地域相对广阔。从目前的战略部署上看,具体包括了以下几条战略线路。战略线路一:中国-南亚-西亚经济带,从我国西南部的广西、云南连接柬埔寨、马来西亚、越南、新加坡、巴基斯坦、印度、缅甸、泰国、老挝等国家,通过亚欧陆桥的南线分支连接伊朗、土耳其、阿富汗、巴基斯坦等国家;同时包括海上战略壁垒,分别由环渤海、长三角、珠三角、海峡西岸、北部湾等地区的港口、印度洋等沿岸国家或地区、滨海地带和岛屿共同连接太平洋。战略线路二:新亚欧陆桥经济带,通过原亚欧大陆桥西路经新疆连接哈萨克斯坦及其西亚、中亚、中东欧等国家;战略线路三:中、蒙、俄经济带,核心区域通过环渤海与俄罗斯、蒙古等国家的交通和能源通道,向东连接韩国和日本,向西通过俄罗斯并接至欧洲。

因此具体涉及的国家有:中国、蒙古、俄罗斯、东南亚11国、独联体6国、南亚8国、西亚北非16国、中东欧16国和中亚5国,具体构成如表1。

表1 “一带一路”战略布局融合国家结构图

Table 1 Countries Involved in the Strategic Layout of “One Belt and One Road”

国际区域	具体国家	国际区域	具体国家
东亚 11 国	中国	西亚北非 16 国	沙特阿拉伯
	蒙古		阿拉伯
	俄罗斯		阿曼
	印度尼西亚		伊朗
	泰国		土耳其
	马来西亚		以色列
	越南		埃及
	新加坡		科威特
	菲律宾		伊拉克
	缅甸		卡塔尔
	柬埔寨		约旦
独联体 6 国	老挝	黎巴嫩	
	文莱	巴林	
	东帝汶	也门共和国	
	乌克兰	叙利亚	
	白俄罗斯	巴勒斯坦	
	格鲁吉亚	波兰	
东亚 8 国	阿塞拜疆	中东欧 16 国	罗马尼亚
	亚美尼亚		捷克共和国
	摩尔多瓦		斯洛伐克
	印度		保加利亚
	巴基斯坦		匈牙利
	孟加拉国		拉脱维亚
	斯里兰卡		立陶宛
	阿富汗		斯洛文尼亚
	尼泊尔		爱沙尼亚
	马尔代夫		克罗地亚
	不丹		阿尔巴尼亚
中亚 5 国	哈萨克斯坦	塞尔维亚	
	乌兹别克斯坦	马其顿	
	土库曼斯坦	波黑	
	吉尔吉斯斯坦	黑山	
	塔吉克斯坦		

3.2 “一带一路”对我国体育产业的影响预判

政策的实施与落实存在迟滞性,作为建立在国家利益上并涉及多产业融合的国家战略,其政策落实与政策红利的外显是需要一个历史阶段的。作为研究,本文仅对政策所能辐射的体育产业影响做初步预判。

“一带一路”战略布局从空间上看,是涉及世界跨度最长的经济区域,同时,该战略区域也具有较强烈的世界经济发展潜力:该区域涵盖人口44亿,占世界人口总数的63%;具有21万亿美元GDP总规模的经济水平,占世界经济发展总体规模的29%。同时,该区域经济发展较为活跃,区域涉及多为以发展中国家为代表的新兴实体与新兴市场,具有强有力的发展潜力与发展空间,处于经济发展上升期。从经济发展关联性上看,我国与该地区经贸合作密切,交易总额占外贸总额25%,过去10年贸易年均增长达到19%。从发展增速上看,“一带一路”战略涉及国



家近 5 年 GDP 平均增速为 4.7%，而同期欧盟增长为 -0.5%，其中陆上丝绸之路沿线国家的增长略高，在 5.1% 左右^[4]。

“一带一路”战略布局结构涉及的国家是当今国际贸易总量最多、GDP 增量幅度最大、人口最多的贸易地域，在这样的产业布局下，我国体育产业将获得充裕的融合结构、融合市场以及体育产业产能消化渠道，同时借助中东欧和俄罗斯较为成熟的职业体育和商业体育组织对我国体育产业布局会产生交互影响。

从现有的政策涉及范围来看，在我国境内丝绸之路经济带辐射了新疆、陕西、甘肃、宁夏、青海、内蒙古、黑龙江、吉林、辽宁、广西、云南、西藏、重庆 13 省市。21 世纪海上丝绸之路辐射上海、福建、广东、浙江、海南 5 省市。战略辐射共计 18 个省、自治区、直辖市。以 21 世纪海上丝绸之路辐射的这 5 个省市为例，在其各自的体育产业规划（表 2）中明显高于全国水平，“一带一路”政策性红利影响在我国体育产业布局与发展上已经得到初步显现。

表 2 21 世纪海上丝绸之路我国圈定省市 2025 年体育产业规划汇总表

Table 2 Summary of the Sports Industry Plan 2025 of the Provinces and Cities Involved in the Strategy “the 21st Century Maritime Silk Road”

地区	产业规模 /亿元	体育人口占比	人均场地 面积/m ²
上海市	3 000	超 45%	2.60
福建省	10 000	40%	2.20
广东省	9 000	常住人口的 45%	2.50
浙江省	5 000	超 40%	2.25
海南省	275	35%	2.00

资料来源：上海体育学院体育产业发展研究院统计数据

4 全民健身国家战略背景下我国体育产业发展的动力机制

4.1 国家需要：我国经济转型的国家战略

46 号文件的发布是在我国深化体制改革的历史背景中进行与完善，也是新中国建国后首次由国家层面从国家战略的制度输出角度为体育产业进行具体规划，这是对体育产业在我国今后一段历史时期内的产业贡献的理性认定，是对我国经济转型与体育强国建设的科学规划。46 号文件中对我国未来十年的体育产业发展提出了定量与定性的发展要求，从产业规模到人均运动场地设施，到公共服务体系的完善以及产业的社会作用均做了较为细致的要求与布置^[5]。其中，在主要任务的第四点明确要求：促进融合发展（积极拓展业态、促进康体结合、鼓励交互融通）。

我国从国家经济发展角度对体育产业的发展提出具体战略部署，且在要求中明确提出融合的重要性。体育产业的发展能够涉及体育装备制造、体育旅游业、体育健康服务产业以及相关产业，相关产业与体育产业的融合能够互进彼此的产品附加值、能够完善产业链、能够提升产

业内涵和外延进而达到提升产业竞争力的效应。

体育产业在这一历史背景下的发展是国家的需要：如何科学发展、融合发展、可持续发展将是我国改革背景下的重要命题，更是体育产业从业人员的历史责任与担当。“一带一路”战略布局的提出能够对体育产业的融合发展提供上层制度保障，为我国体育产业的国际区域融合与发展提供有力的制度支持和产业扶持。

4.2 组织需要：体育产业多元供给主体结构

我国体育产业的发展具体到中观层面就是企业和相关组织的发展。由于计划经济体制和举国体制的影响，我国体育相关服务产业在赛事审批、体育服务、体育营销上受到较多的限制。十八届四中全会前后我国先后对体育领域修改和废止了不适合现代市场经济制度和社会发展的条例，46 号文件更是提出要培育多元供给主体的具体要求。

欧美体育产业发展竞争力较强的内核原因即是基于组织发展的模式。如：北美四大职业联赛、欧洲五大联赛均是由职业组织机构（法人）进行运营和执行，在融入市场经济条件下充分发挥机构的活力和企业的积极性。

随着我国经济快速发展，我国企业融入世界的程度逐渐加强，我国企业的国际化要求也逐步显现：国际经济市场上越来越多出现中国品牌企业的国际并购，世界 500 强越来越多的出现中国企业。世界正在感受中国快速发展所带来的效用，也深刻地享受到中国发展带来的红利。但是具体到体育产业领域，我国的企业发展和组织存在的服务程度与我国竞技体育发展和经济发展的速度不成相关，这导致了我国具有极强的体育组织发展内隐需要，也标志着我国体育产业发展过程中基于组织和企业需求的发展潜力。

社会力量在参与体育产业的过程中逐步得到认可与鼓励：市场环境将得到较为明显地优化，政策措施快速得到修改与完善，人才培养与产生速度由于社会力量存在而逐步加快、体育资本等要素流动因社会力量而加速，场馆资源配置进一步得到优化。这些要求从制度上满足了我国体育产业组织层面对体育发展的基本需求，在未来较长的时间内我国体育产业的供给主体也将伴随我国经济持续发展产生又好又快的变化，我国持续增长的体育组织发展需求将是我国体育产业发展的中坚力量，对我国体育产业的融合发展产生凝聚实力效应。

4.3 公民需要：体育产业发展的理性基础

全民健身升级为国家战略，将我国 1995 年发布的《全民健身计划纲要》由部门（国家体育总局）计划升级为国家战略。从《全民健身计划纲要》的“部门战略”到“国家战略”，是我国行业主管部门对体育的理性认识回归，是体现我国政府在社会主义建设道路上对公民主体地位的理性认可，是对我国体育事业在国家总体布局中的科学作用的制度认可与战略肯定。全民健身上升为国家战略是我国体育事业发展的重要转型战略标志，更是政府让与公共权力，将公共空间与公共结构逐步让与公民的一种体现。作



为体育事业供给主体的体育组织在战略升级的背景下,更应体现出在原有发展路径基础上的优化,这种优化是与国家治理体系战略升级的公共转移高度契合。

这种战略转移的核心是对公民权利的尊重,是对公民个体需求的尊重,是对公民在国家发展中的制度保障。随着我国经常参与体育锻炼的人口数量的增长,公民日益增长的体育需求同目前的体育供给形成了矛盾,体育消费的增长与我国体育产业供给数量的不对称更是形成鲜明的产业对比。

全民健身升级为国家战略,群众体育将得到制度层面大力扶持,政策的引导力将有效带动我国公民参与体育的热情,体育产业的发展将有效促进体育消费,而这从产业的根本发展看,这些的发展原因确是我国公民的基本体育需求。公民体育需求的提升是对公民个体生命质量的重视、是对国家体育公共服务体系的认同、是对生活方式的理性认可。

从公共结构看,公民的体育需求促进体育相关组织的发展,体育组织的发展需要促生了我国体育产业的战略定位。

5 全民健身国家战略背景下我国体育产业发展与“一带一路”战略融合路径分析

同为国家战略,“一带一路”战略较体育产业战略布局更广,战略结构更大、涉及的战略范围要更广。从产业融合的角度提升我国体育产业发展,本文提出以下3条具体路径。

5.1 公共路径:国家体育产业融合路径

“一带一路”战略布局上目前涉及到65个国家,此65个国家的经济发展水平,体育发展程度均不相同,但是从总体上看政治稳定,国泰民安的国家居多,对体育的认识与理解基本趋同,且这些国家均在产业发展的上升期,这国家间体育产业的融合提供了较好的制度和产业前提保障。

我国体育产业从历史定位看是略过起步渐入发展阶段,产业发展的国家战略是对产业的认可,借助“一带一路”政策的扶持,我国体育产业主管部门与政策制度机构积极与相关国家进行政策融合,实现从国家层面上的产业制度与政策的合力路径,利用优势制度和先进经验带动我国体育产业发展,逐步完善区域体育产业规章制度等等。这条基于国家间体育产业融合的公共路径将是产业融合的制度根基,也是产业融合的体系保障。

5.2 组织路径:基于体育产业相关组织与俱乐部间的融合路径

基于国家间的政策融合的公共路径是建立在宏观融合层面,而从中观层面进行实际产业融合则是体育产业相关组织与企业的融合交流。

对体育产业相关组织与职业俱乐部而言,通过中观层面产业融合使得体育产业组织化程度更高。组织化的融合将对体育功能的演化起到催化剂的作用。对于依靠体育资源为主的体育组织和体育企业来说,建立在组织融合上的资源优势将有力地降低企业成本,实现经营的多元化,从

而大大降低企业的经营风险,取得较好的范围经济效果。同时,基于组织融合的跨资源整合能够有效地增强体育产业的辐射力、吸引力和创造力,通过组织融合对体育产业的经营模式、组织结构和组织变革方式不断地产生具有影响力的变革,这种组织融合从产业市场中也得到了较为明显的市场机会。体育产业在组织融合的基础上能够对核心产品产生异化,对相应融合产业产生异质性的融合效应,从而提升产业链上的利润空间,基于组织融合后的产业升级意味着体育产业更好、更快地发展,因此,组织路径融合是推动体育产业发展的坚实技术路径。

5.3 公民路径:基于公民个体消费与体育行为的融合路径

随着我国公民可自由支配收入与时间的增多,对追求更高生活质量的消费动机顺应产生。消费形式的多样决定了生活方式的多元,体育消费作为消费形式是现代生活消费的一部分,是公民在体育日常活动方面的个人消费支出。在一般的情况中体育消费是指用于体育活动及与体育相关的消费,主要包括用于观看各种体育比赛、表演、展览等所进行的观赏型的消费,用于购买体育服装以及运动器材,以及用于参加较为丰富的体育健康医疗健身训练、体育活动等的参与型消费。

由于生活方式的多样化,公民个人体育行为在体育产业发展中逐步显现,如体育产品的个性化、特殊化、精细化。公民个体在国家间的体育流动产生的相关消费更是体育产业融合的基本落脚点。

在信息化、碎片化和个体化的信息时代,满足个人需求就是产品的核心竞争力与差异化产品动力,体育产业中无论是装备制造还是体育服务业都应注重个体行为表现和差异化的需求。而公民个体的具体消费行为本身是其体育需求的直接表现,重视公民个体的体育需求,尤其是重视相关国家的公民个体需求,提供适应其个性要求的体育产品,通过这种融合提升体育产业核心驱动与竞争。

基于体育行为与公民个体消费的融合路径是我国体育产业在“一带一路”战略中的根基融合路径;注重公民个体的需求是体育产业发展的根基;注重公民个体的权益表达是体育产业发展的根基;注重公民个体利益的理性维护与支持是体育产业发展的根基。

5 结语

2014年对于中国体育是具有历史标志性意义的,国务院文件的出台将体育产业发展与全民健身上升为国家战略,从国家战略层面对我国体育事业发展进行了深入的问诊与把脉。2015年“一带一路”战略布局将给予中国和亚太及中东欧地区更多更大的经济融合机会,同处国家战略下的体育产业也将互动获得更多战略红利。在“一带一路”战略下我国体育产业将通过公共路径、组织路径和公民路径进行产业融合,有效的产业融合将对我国体育产业在未来一段历史时期的发展产生有效提升,对我国体育产业的核心竞争力提升产生优化效果。(下转第70页)



- 利文献情报分析[J].北京体育大学学报, 2014(8):12-18.
- [5] 新球鞋网. [EB/OL]http://www.x-kicks.com/info_article.php?id=34373.
- [6] 刘鹤翔,王亚菲.耐克:卖的就是时尚和流行文化[J].企业文化,2007(8): 69-71.
- [7] 张智翔.冠军中的冠军:体育用品大王耐克公司解读[M].北京:方正出版社,2005.03:85.
- [8] [美]吉奥夫·霍利斯特著,花勇民,李久全等译.耐克成功之路:耐克营销跑步文化传奇[M].北京:北京大学出版社,2012, 7:144.
- [9] 李训一.耐克:JUST DO IT [J].现代企业文化(下旬),2014(7): 62-64.
- [10] 闫琦,刘丽君,徐姗姗.市场营销学[M].北京:知识产权出版社, 2009.09:215.
- [11] 鲍明晓.中国体育产业发展报告[M].北京:人民体育出版社, 2006.01:02.
- [12] 国家体育总局. [EB/OL]http://www.sport.gov.cn/n16/n1137/n2069860/5327040.html.
- [13] 陈文武.文化营销论[M].武汉:湖北教育出版社,2012.09:94.
- [14] 齐善鸿,焦彦.基于消费者购买行为规律的文化营销[J].消费经济,2007.23(4):25-28.
- [15] 高云海.文化营销:面向知识经济的创新[J].经济问题探索, 2003(9):123-125.

(责任编辑:杨圣韬)

(上接第 60 页)

参考文献:

- [1] European Commission. Green paper on the convergence of telecommunications, media and information technology sectors, and the implications for regulation[R/OL].http://www.ispo.ecc.bc.1997.
- [2] 程林林.体育的产业融合现象探析[J].成都体育学院学报, 2005,3:22-25.
- [3] 余守文,金秀英.体育产业的产业融合与产业发展研究[J].体育科学,2006,12:16-18.
- [4] 东方财富网[EB/OL].http://finance.eastmoney.com/news/1374, 20141217457949990.html.
- [5] 百度文库[EB/OL].http://baike.baidu.com/link?url=vtRYiCsK07NerZ15YKroMKk_JqOMAoJA0-dsywaBYyfRON19yKIq802wPRtWo_CX4ukr6R7nJxbAbDB_80FPrnK.
- [6] 王艳,刘金生.体育产业融合与产业发展—我国体育产业发展的新视角[J].成都体育学院学报,2007,7:7-10.
- [7] 厉无畏,王慧敏.产业发展的趋势研判与理性思考[J].中国工业经济,2002(4):5-11.
- [8] 李美云.服务业的产业融合与发展[M].北京:经济科学出版社,2007:58.
- [9] 邵凯,董传升.全民健身国家战略背景下竞技体育社会价值新论——试论竞技体育的公共价值[J].山东体育学院学报, 2015,1:8-13.
- [10] 邵凯,董传升.改革背景下我国体育事业发展的公共价值回转——基于 3 个关键事件的解读[J].南京体育学院学报(社会科学版),2015,3:43-49.
- [11] 董传升.公共需求与体育演进[J].沈阳体育学院学报,2010,4: 1-4.
- [12] 辛利.从产业关联角度解释体育产业发展存在的问题[J].南京体育学院学报(社会科学版),2008,1:13-16.
- [13] 黄海燕.我国体育产业结构优化的原则、目标与实施路径[J].体育科研,2012,4:35-39.
- [14] 鲍明晓.我国体育产业发展的战略研究[J].体育科研,2006,3: 1-8.
- [15] 黄海燕.谏言“十三五”:上海体育改革发展基本思路[J].体育科研,2015,3:15-18.

(责任编辑:杨圣韬)