

新时代我国休闲体育发展的瓶颈与突破

薛文忠

(广州体育学院 竞赛训练处, 广东 广州 510500)

摘要: 基于新时代分析我国休闲体育发展面临的瓶颈和提出突破的路径。研究表明, 新时代我国休闲体育发展遇到如下瓶颈: 顶层设计缺陷及配套机制缺失, 体育设施总量不足且分布较不均衡, 产业结构不合理且服务质量不高, 消费能力不足且消费理念滞后。提出突破路径: 建构成完善的休闲体育制度保障体系, 持续增强休闲体育基础设施的丰富性及有效性, 大力推动休闲体育产业的高质量发展, 培育和扩大休闲体育消费。

关键词: 社会体育; 休闲体育; 体育产业; 新时代

中图分类号: G80-05 **文献标志码:** A **文章编号:** 1006-7116(2019)03-0045-05

Bottlenecks and breakthroughs in leisure sports development in China in the new era

XUE Wen-zhong

(Department of Competition and Training, Guangzhou Sports University, Guangzhou 510500, China)

Abstract: Based on the new era, the author analyzed the bottlenecks faced by leisure sports development in China and put forward the paths for breaking through. This research shows that leisure sports development in China in the new era encountered the following bottlenecks: top-level design defects and the absence of matching mechanisms; sports facilities were total quantity insufficient and distributed in an unbalanced fashion; the industrial structure was irrational and the service quality was not high; consumption ability was inadequate and the consumption conception was lagged. The author put forward the following paths for breaking through: build a perfected leisure sports system assurance system; keep increasing the diversity and effectiveness of leisure sports basic facilities; vigorously boost the high quality development of the leisure sports industry; cultivate and expand leisure sports consumption.

Key words: social sports; leisure sports; sports industry; new era

在新时代背景下, 我国社会主要矛盾已经发生转化。从供给侧看, “落后的社会生产” 转向 “不平衡不充分的发展”, 供给已不再仅仅局限于生产力, 而是追求发展与供给的高质量、高效率, 实现生产力与生产关系的协调性与可持续性^[1]。从需求侧看, 国民 “物质文化需要” 转向 “美好生活需要”, 这意味着国民需求正在转型升级, 其内涵更加丰富, 涵盖了政治、经济、社会、文化、生态等各个方面, 而且在需求层次上, 更加注重生活品位、生活厚度、生活质量。

休闲体育, 即人们在闲暇时间内, 以体育健身、身心健康需求为依据, 以对体育活动的主体选择、直接参与为基础, 以追求身心愉悦、完善自我、修身养性的目的, 而进行的业余自由体育活动^[2], 具有非功利

性、文化性、主动性、国际性、组织性、和谐性等特质。在新时代社会主要矛盾转化背景下, 国民休闲体育需求日益呈现出多样化、个性化、多变性、多层次等特征。国家发改委发布的《2017年体育消费发展情况》显示, 2017年体育健身休闲活动增长较快, 总产出和增加值增速均超过30%, 其中, 2013—2016年滑冰人次从670万人次增长到2000万人次左右, 滑冰运动消费总规模达到610亿元, 占冰雪产业总规模的15.3%; 国家体育总局与国家旅游局共同推出的15条 “十一” 黄金周体育旅游精品线路, 共接待游客730万人次, 实现旅游收入31亿元, 同比分别增长23.79%和21.10%^[3]。这表明, 国民休闲体育消费能力与活力日益增强, 而且呈现出从注重量的满足向追求质的提

升、从有形物质产品向更多服务消费、从模仿型排浪式消费向个性化多样化消费等的转变。这就迫切需要大力发展休闲体育,增强休闲体育供给能力,丰富供给内容,提升供给质量。

1 新时代我国休闲体育发展的瓶颈

1.1 制度瓶颈:顶层设计缺陷且配套机制缺失

近年来我国颁布了诸多关于促进休闲体育发展的政策文件,如 2014 年先后颁布了《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》《国务院关于进一步加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》,2016 年又先后出台了《体育产业发展“十三五”规划》《关于加快发展健身休闲产业的指导意见》《关于大力发展体育旅游的指导意见》,2017 年印发了《关于推动运动休闲特色小镇建设工作的通知》,但这些“意见”“通知”多是休闲体育的宏观设计,缺少具体的实施办法、实施细节、应注意的问题,尚未形成完备的休闲体育政策框架体系。随着经济社会的快速发展,体育社会化、市场化的增强,休闲体育的性质、功能日趋多元化,公共体育管理及运用更为复杂。与之相比,现行体育政策、法规越来越呈现出其局限性。事实上,目前相关休闲体育法律法规较少,而 1995 年颁布的《体育法》,与当下休闲体育发展相比呈现出更多的不适宜性。加之休闲体育发展理念不清、政府管理职能不明、地方发展条件限制,导致休闲体育发展质量不高、产业规模较小、市场竞争力不强等问题较为突出。又由于配套机制缺失,导致宏观休闲体育设计因缺失针对性、可操作性而“落空”。以休闲教育政策为例,在制定主体上多以国务院或教育部为主,参与部门单一,鲜有社会组织参与,政策主体缺乏协同性;而美国在制定休闲教育政策时,则注重联邦政府和州政府协作、政府机构与社会组织合作。在制定技术上,我国休闲教育政策缺乏“大数据”支撑,尚无全国性、权威性的休闲调查、统计体系,缺乏全国性、系统性、科学性的数据依据;而在美国则建构有完善的数据统计支撑体系,如美国公共用地基金会每年提供“美国城市公园现状报告”、劳工统计局提供“美国时间使用调查”、林业部提供“游憩与环境全国调查”“全国游客使用检测项目”“全国少年儿童游憩调查”、卫生部和公众服务部提供“全国健康和营养检测调查”“全国少年儿童健康调查”等,为休闲教育政策奠定了坚实的数据基础。再以休闲体育产业统计为例,我国目前既没有对休闲体育产业分类,也缺乏分类依据,而且,由于现行体育产业体系中存在诸多其他产业交叉内容,难以获得精准数据;而澳大利亚则建立起较为完

善的休闲体育产业统计框架体系,将休闲体育产业划为 5 个主体产业门类、39 个次级产业门类,6 个相关产业门类、22 个次级相关产业门类^[4]。

1.2 资源瓶颈:体育设施供给不足且分布较不均衡

完善的体育设施,是休闲体育发展的物质基础。据《第六次全国体育场地普查数据公报》显示,截至 2013 年底,我国共有体育场地 169.46 万个,平均每万人拥有体育场地 12.45 个;场地面积 19.92 亿 m²,人均 1.46 m²。但是在 21 世纪之初,芬兰、日本、德国、瑞士、意大利等国每万人拥有体育场地就分别达到 45.7、26、24.8、22、21.2 个^[5],与之相比,我国体育设施供给还有较大差距,现有体育设施还难以满足休闲体育发展需要。

民众需求从“物质文化”转向“美好生活”,反映着民众对相对均等、公平体育资源的诉求。但由于经济发展水平不同,我国各地体育资源配置水平也呈现出较大差异性^[6]。其中,东部地区体育资源配置水平最高,远高于全国平均水平;中部地区基本与全国水平相当;西部地区最低,远低于全国平均水平。从体育场地看,全国分布较不均衡,其中,城镇多于乡村,东部地区高于中、西部以及东北地区。

总体来看,无论是经济发展较好区域,还是相对比较落后的山区和农村,都面临着体育设施不足的问题。即便在首都北京,也有许多学校及社区缺乏运动场地,而且一些体育场馆社会开放度较低,又长期处于闲置状态,造成有限资源的严重浪费。

1.3 供给瓶颈:产业结构不合理且服务质量亟待提升

新时代民众需求从“物质文化”转向“美好生活”,迫切需要增强休闲体育的供给能力,不仅需求高端、高品质的体育产品,更需求高质量的体育服务。但我国休闲体育产业由于起步相对较晚,市场机制不够成熟,产品与服务供给还难以满足国民需求。从发展水平看,我国休闲体育产业发展水平相对较低,休闲体育产业产值在 GDP 中的比重较低。而发达国家休闲体育产业已达到较高发展水平,如美国休闲体育产业产值居于 GDP 首位,拉动和支撑 1/4 的就业人口;西班牙休闲产业为国家经济四大支柱产业之一,在国家 GDP 中的比重高达 4.5%^[7]。从产业结构看,我国休闲体育产业更多偏向于体育用品生产和制造,而在服务方面极其薄弱,二者的比例为 7:3。2016 年国家体育产业总规模为 1.9 万亿元,产业增加值占同期 GDP 的比重为 0.9%,而在发达国家,体育产业增加值占 GDP 的比重一般为 1%~3%^[8]。

我国休闲体育产业发展水平不高、供给能力不强,其制约因素在于:其一,休闲体育企业规模较小,导

致企业难以吸引优秀的技能、服务人才，难以引入更多的社会资本。加之这样的企业数量较多，相关法律法规不完善，致使行业内竞争失序，既破坏了消费市场环境，也削弱了企业的市场竞争力。其二，产业融合度偏低。目前，我国休闲体育项目种类较少，同质化问题突出，加之营销模式单一，致使休闲体育产业缺乏特色，与健康、旅游、养老等相关产业融合不深。其三，人才缺乏。市场经济环境下，很多体育服务在进入市场流通的过程中被转化为商品，其经营和运行也都应该根据商品流通规则进行，以此产生相应的经济效益。但是在我国，体育休闲市场尚处于摸索阶段，体育经营人才缺口巨大。为了更好地促进休闲体育发展，我国教育部在2007年经过政府批准而设立了休闲体育专业，很多高校也相继开设了体育休闲专业。但是，体育经营人才不仅应该完全掌握体育专业知识，同时也应该懂得市场经营管理规律等知识；体育从业人员在理解体育相关专业知识的同时，也应该掌握医疗保健相关知识等，这种复合型人才的培养过程应该结合市场需求以及产业融合特点，来针对性地设计培育方案，而在我国培育方案还处于尝试阶段，体育休闲复合型人才培养依然严重缺乏。其四，服务管理滞后。例如，休闲体育活动项目设置比较单一。我国大部分地区的休闲体育项目开发程度明显不足，大多沿用比较传统的活动项目。如武汉市很多体育场馆开设项目都是羽毛球、乒乓球、篮球、排球、游泳等传统项目，对于水上运动则开发不足。再如，休闲体育管理服务缺位。人们参与休闲体育运动，既需要选择适宜的运动项目和科学方法，也需要将卫生保健相关知识运用到活动中，而现阶段的很多休闲体育中心缺乏相应的卫生保健引导和措施。参与者在体育锻炼过程中较为随意盲目，不仅未能促进体质健康，反而对身体健康造成了损害。

1.4 需求瓶颈：消费能力不足且消费理念滞后

新时代社会主要矛盾的转化，表明国民需求与消费不断增长。2017年，全国居民人均可支配收入25974元，扣除价格因素，比1978年实际增长22.8倍，年均实际增长8.5%；全国居民人均消费支出18322元，扣除价格因素，比1978年实际增长18.0倍，年均实际增长7.8%；全国居民恩格尔系数为29.3%，比1978年的63.9%下降了34.6个百分点^[9]，可见居民消费结构明显改善，生活质量显著提高。在此背景下，国民体育健身意识增强，休闲体育消费能力和水平显著提升。但与发达国家相比，我国民众休闲体育消费能力和水平还存在较大差距^[10]。如发达国家体育消费者在国家消遣娱乐消费中的比重为30%~40%；美国居民普

遍把时间、收入的1/3用在休闲上；英国休闲体育消费早在2000年时就达到115亿元，占国家消费总额的2.8%^[8]，而我国休闲体育消费比重则较低，即便在上海等较为发达的一线城市，居民人均休闲体育消费仅占消费总额的3.74%^[7]。

国民休闲体育消费水平低下，与家庭人均收入、休闲体育产品与服务有效供给不足、时间管理等有着密切关系。许多投资者或企业看到了休闲体育的巨大前景，热衷于开发一些投入高、消费高、利润高的产品和服务，让大部分中产阶级群众消费不起。这在一定程度上造成了资源过剩和供给不足并存的现象：高档休闲体育产品和服务因为收费高而无人问津，直接造成资源闲置；大众休闲体育因为投入不足而缺乏供给，导致群众的健身、娱乐需求难以得到满足。但更为关键的是民众休闲体育消费理念滞后。一方面，虽然民众体育健身意识普遍增强，但受先生产后消费、以静为主的传统思想影响，他们将更多的时间用于聊天、打麻将、玩游戏；虽然人均纯收入持续增长，但由于医疗保险、教育、住房等各方面的制度尚不完善，人们内心深处对未来的生活依然充满担忧，他们更愿意将“闲钱”存储银行，这些都直接抑制了人们在休闲体育上的投资消费。

2 新时代我国休闲体育发展的路径优化

2.1 建构完善的休闲体育发展制度保障体系

进入新时代以来，我国颁布了一系列关于发展休闲体育政策文件，如国务院《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)、《关于加快发展健身休闲产业的指导意见》(国办发[2016]77号)、《“健康中国2030”规划纲要》(2016年10月)以及国家旅游局和国家体育总局《关于大力发展体育旅游的指导意见》(旅发[2016]172号)，设计了休闲体育发展原则、目标和路径，形成了较为明确的内容和目标体系。但在实践中，还需要结合各地经济社会发展条件、具体情况以及具体休闲体育项目的特点和规律，进一步制定具体的落实办法和措施，建立和形成完备的休闲体育政策框架体系。

从政策内容体系上应基于多种维度，进一步完善休闲体育政策框架体系^[11]。基于组织维度，应改革创新休闲体育管理体制，既明确各管理部门的权责与职能，又注重完善合作协同机制。对于公益性休闲体育，注重公共休闲体育基础设施的总体规划与设计、休闲体育项目的创新与经营管理人才的培养；对于商业性休闲体育，应进一步推进政企分开、管办分离，切实让行政部门从直接或间接的市场竞争者转变为市场竞

争秩序的监督者、维护者,抑制休闲体育市场的垄断或不正当竞争行为。基于区域维度,应制定和实施非均衡的发展政策。这是因为休闲体育发展水平取决于区域经济社会发展水平,区域间经济社会发展的不平衡性决定了休闲体育的非平衡性。制定区域间休闲体育发展政策,应在精准分析当地经济发展水平、体育人口数量、资源禀赋、自然条件等客观条件的基础上,科学布局不同区域的休闲体育产业门类。基于扶持维度,应进一步完善财政、税收、融资、土地、消费等优惠支持政策。如在财政上,可采取财政补贴方式,着力扶持和培育休闲体育龙头或骨干企业,发挥财政投入的导向性作用;在税收上,可通过减免税收、国有资产占用及返还等办法,解决休闲体育企业负税过重问题,扩大其利润空间等。基于法治视角,应完善休闲体育发展的规制政策。如通过修订完善《体育法》,为保障和维护公民休闲体育权益提供法律保障;通过制定休闲体育企业市场准入、休闲体育产业价值、休闲体育产品和服务质量等方面的规制,促进我国休闲体育健康发展。

2.2 持续增强休闲体育基础设施的丰富性及有效性

新时代社会主要矛盾的转化,意味着国民休闲体育需求更为丰富多样,而完善的休闲体育基础设施则是休闲体育发展的物质基础。对此,近年来我国颁布的相关休闲体育发展政策文件均作了顶层设计。如《关于加快发展健身休闲产业的指导意见》要求:充分挖掘水、陆、空资源,研究打造国家步道系统和自行车路网,重点建设一批山地户外营地、徒步骑行服务站、自驾车房车营地、运动船艇码头、航空飞行营地等健身休闲设施;鼓励和引导旅游景区、旅游度假区、乡村旅游区等根据自身特点建设特色健身休闲设施。

总的来看,基础设施总体供给不足、分布不均衡的突出矛盾,是制约我国休闲体育发展的重要瓶颈。消解这一矛盾,首先,应在加大财政投入的同时,拓宽经费筹集渠道,为休闲体育基础设施建设提供必要的资金支持。支持和鼓励社会力量加入到投资的队伍中来,在城市总体建设规划中纳入体育场馆和运动中心建设内容,在新老社区、广场以及公园等地方建立健身场所,尽可能地让所有群众都能够就近找到体育锻炼场所。政府在鼓励社会力量参与投资的过程中,可采用“谁投资谁受益”的方法,鼓励和引导国外资金、社会资金等用各种渠道参与到休闲体育的研发、生产、运营和建设中来,引导经济效益较好的企业赞助群众休闲体育,充分利用体育彩票公积金,为大众健身建设更多休闲场地。其次,合理布局区域性休闲体育。各地区应将休闲运动场地及设施作为主要平台,将具有地方特色的休闲健身活动作为主要内容。根据

群众休闲项目的具体需求和区域休闲情况来合理建设和改进当地休闲体育场地设施,让区域休闲资源能够得到更加市场化和合理化应用,稳步提高休闲体育的社会效益和经济效益。推进学校等事业单位内的公共体育资源面向社会开放,提高现有体育公共资源利用率,以满足民众多样化的休闲娱乐和健身需求。

2.3 着力推动休闲体育产业高质量发展

新时代社会主要矛盾的转化,意味着国民更加注重追求休闲体育产品与服务的高品质与高质量,而要顺应和满足国民休闲体育转型升级的需求,必须推动休闲体育产业的高质量发展。

从宏观上来说,应科学布局体育休闲产业发展方向。一方面,以休闲体育产业的总体发展为基础,科学布局各区域的休闲体育产业门类。对于北京、上海等经济发展较好、城市人口较多、体育人口占比大、休闲产业发展良好的一线城市,可将休闲体育作为主导产业进行发展和培育;西部区域可以根据其特有的生态环境和自然地理条件来开发户外运动、民族体育以及极限体育项目等。另一方面,各个区域具有不同的自然条件,主导产业门类也各有不同,在选择过程中应该避免门类上的趋同化。以江西省为例,南昌市可根据城市特色发展都市娱乐休闲型产品和体育景观型产品;吉安市可根据自身少数民族风情来大力发展具有民族特色的传统体育产品;上饶市可大力推进水上运动及极限运动类产品等。充分结合区域自然资源、历史文化等条件进行合理开发和发展,以此避免休闲体育项目同质化现象产生。

从微观上来说,一方面,应激发休闲体育市场主体活力。加快国有体育企业发展,重点培育一批有实力、有竞争力的民营企业,支持创业者发展体育产业,支持转型及双创企业发展体育产业。进一步提升体育企业经营管理水平,提高体育企业资本化运作水平和资源整合能力,不断推动休闲体育产业品牌建设,积极培育具有地域特色的休闲体育活动品牌。另一方面,应着力延伸休闲体育产业链条。通过延伸休闲体育产业链,推动休闲体育与相关产业融合发展,促进休闲体育产业集聚发展,拓展休闲体育消费市场空间,发挥休闲体育产业的综合效应和拉动效应。如发展与健全健身休闲产业链,带动休闲、养生、养心、健康等方面的消费;发展与健全竞赛表演产业链,形成以体育赛事为龙头,以赛事观赏为核心,涵盖赛事策划、赛事中介、赛事组织、赛事运营、竞赛媒体等形态的赛事表演产业体系等。

2.4 培育和扩大休闲体育消费

消费是最终需求,既是生产的最终目的和动力,

也是国民对美好生活需要的直接体现。2018年9月,党中央、国务院颁布的《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》强调,构建更加成熟的消费细分市场,促进实物消费不断提挡升级,推进服务消费持续提质扩容,引导消费新模式加快孕育成长,壮大消费新增长点;健全质量标准和信用体系,强化产品和服务标准体系建设,健全消费后评价制度,加强消费领域信用体系建设,健全消费者维权机制,营造安全放心消费环境,这为培育和扩大休闲体育消费提供政策依据。

培育和扩大休闲体育消费,首先,应夯实休闲消费基础。通过新闻媒体宣传、组织运动健身知识讲座、休闲运动项目推介会等,丰富体育消费文化内涵,激发新的休闲体育消费热点,增强公众休闲体育消费意识,引领休闲体育消费趋势。合理利用带薪休假制度,增加居民闲暇时间,积极培育网络消费、定制消费、体验消费、智能消费、时尚消费等消费新热点,在全社会培育形成积极向上的休闲体育消费理念。可充分发挥体育社会组织在培养民众体育运动兴趣,提高居民体育消费技能,养成体育消费习惯等方面的重要作用,或以县区、街道为单位建设设施齐全的休闲体育活动中心,定期组织群众参加休闲体育表演或比赛,逐步转变民众传统落后的消费观念,以新的休闲体育消费理念引领其消费需求、消费行为。其次,应扩大休闲体育消费市场供给,以民众需求为核心开发不同的休闲体育消费市场。比如针对体育迷受众,可重点开发观赏性消费市场,支持社会力量主办和承办国际、国内高水平体育赛事,积极创建地方、民间自主品牌体育赛事活动,大力发展体育职业联赛,以满足体育迷的观赏需求;针对中老年健身市场,可开发运动处方、运动康复、气功养身等相关休闲健身产品;针对年轻人群,可适当开发以减肥、塑形等为主要内容的美容健身市场;针对青少年或儿童,可以开发以体育知识技能培训为主的培训市场,教会学生体操、网球、篮球、足球等各项体育活动技能;针对居民娱乐可以开发体育游乐、多功能水上体育项目、体育旅游、攀岩等相关项目;针对高薪阶级,可以开设高尔夫、保龄球、游艇俱乐部等多功能高档健身中心等,以满足民众多层次、多样化的休闲体育需求。

加快休闲体育发展,是新时代社会主要矛盾转化的必然要求,这对于满足国民美好生活需求、建构和谐社会、建设现代化强国具有极其重要的价值。在新时代背景下,我国休闲体育发展还面临诸多瓶颈:顶

层设计缺陷及配套机制缺失,导致休闲体育发展的制度保障不力;体育设施总量不足且分布较不均衡,导致民众休闲体育活动缺乏必要的载体和条件;产业结构不合理且服务质量不高,导致民众个性化多元化的休闲体育需求难以得到满足;消费理念滞后以及消费能力不足,导致休闲体育发展动力不足。为此,应建构完善的休闲体育制度保障体系,为休闲体育发展提供科学的制度支撑;持续增强休闲体育基础设施的丰富性及有效性,为休闲体育发展奠定坚实基础;大力推动休闲体育产业高质量发展,提高休闲体育产品与服务的供给质量与水平;更新休闲体育消费理念,夯实休闲体育消费基础,优化休闲体育消费环境,培育和扩大休闲体育消费,为休闲体育健康发展注入强大动力。

参考文献:

- [1] 危旭芳. 新时代、新变革、新内涵、新要求——如何理解我国社会主要矛盾转变[J]. 岭南学刊, 2017(6): 17-20.
- [2] 刘全, 张勇, 王志学. 现代休闲体育的特质、发展态势及策略研究[J]. 北京体育大学学报, 2017, 40(11): 22-27.
- [3] 国家发改委发布《2017年体育消费发展情况》[EB/OL]. [2018-05-24]. <http://mini.eastday.com/a/180524213025608-2.html>.
- [4] 张锐, 张景瑜, 张冰. “后发优势”理论在中国休闲体育发展中的应用[J]. 北京体育大学学报, 2015, 38(8): 13-19.
- [5] 杨吉春. 中外体育场地比较研究[J]. 沈阳体育学院学报, 2006, 25(4): 25-27.
- [6] 李强谊, 钟水映. 我国体育资源配置水平的空间非均衡及其分布动态演进[J]. 体育科学, 2016, 36(3): 33-43.
- [7] 彭恩. 休闲体育产业的国内外对比分析[J]. 山东体育学院学报, 2015, 31(2): 51-54.
- [8] 钟秉枢. 全民健身国家战略的提出与体育休闲健身产业的发展[J]. 体育科学, 2015, 35(11): 19-23.
- [9] 李婕. 商品消费增速有所放慢, 服务消费支出增长明显——消费渐趋理性[N]. 人民日报(海外版), 2018-09-11.
- [10] 2016年中国体育行业市场现状分析[EB/OL]. [2016-06-20]. <http://www.chyxx.com/industry/201606/424757.html>.
- [11] 张森. 我国休闲体育产业政策研究[J]. 哈尔滨体育学院学报, 2015, 33(1): 37-42.
- [12] 新华社. 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[N]. 人民日报, 2018-09-21.