

“十四五”时期我国体育用品制造产业高质量发展的 必要性及可行性

吕康强¹, 杜熙茹², 杨明³

(1.广州体育学院 足球学院 广东 广州 510500; 2.广州体育学院 体育艺术学院, 广东 广州 510500;
3.杭州师范大学 体育与健康学院, 浙江 杭州 311121)

摘要: 运用文献资料、问卷调查、逻辑分析等研究方法对“十四五”时期我国体育用品制造产业高质量发展的必要性和可行性进行研究。研究认为美国、日本、德国、英国、法国、韩国等当今国际公认的体育用品制造强国, 是体育用品制造产业高质量发展的典范。与之相比, 我国体育用品制造产业的规模发展优势逐渐丧失、质量效益差距明显、结构优化差距长期存在、持续发展动能严重不足, 由此产生转向高质量发展必要性。“十四五”时期我国体育用品制造产业高质量发展的可行性在于: 新一轮科技革命为体育用品制造产业高质量发展提供科技及创新要素补给; 供给结构与要素优势转换加快, 会强化对体育用品制造产业高质量发展的支撑; 巨大国内市场需求潜力的持续释放, 将为体育用品制造产业高质量发展提供广阔空间; 依托“一带一路”建设体育用品制造产业区域价值链, 将为我国体育用品制造产业高质量发展提供国际机遇; 新一轮深化改革开放, 为体育用品制造产业高质量发展提供制度政策保障。

关键词: 体育产业; 体育用品制造产业; 高质量发展; “十四五”时期

中图分类号: G80-05 文献标志码: A 文章编号: 1006-7116(2021)05-0036-07

The necessity and feasibility of high-quality development for sports goods manufacturing industry in China during the period of "14th five-year plan"

LV Kang-qiang¹, DU Xi-ru², YANG Ming³

(1.School of Football, Guangzhou Sport University, Guangzhou 510500, China;

2.School of Sports Arts, Guangzhou Sport University, Guangzhou 510500, China;

3.School of Physical Education and Health, Hangzhou Normal University, Hangzhou 311121, China)

Abstract: By using the methods of literature, questionnaire survey, and logical analysis, this article aims to study the necessity and feasibility of high-quality development of sports goods manufacturing industry in China during the period of "14th five-year plan". It is concluded that the United States, Japan, Germany, the United Kingdom, France, South Korea are recognized sporting goods manufacturing powers and also the model for high-quality development of sporting goods manufacturing industry. In contrast, the scale development advantage of China's sports goods manufacturing industry is gradually losing, the gap of quality and benefit is obvious, the gap of structure optimization may exist for a long time, and the sustainable development impetus is seriously insufficient, which has resulted in a necessity that the China should shift to high-quality development. The feasibility of the high-quality development of sports goods manufacturing industry during the "14th five-year plan" period in China lies in as follows: a new round of scientific and technological revolution will provides support for high-technology

收稿日期: 2020-12-11

基金项目: 国家社会科学基金项目(20BTY046)。

作者简介: 吕康强(1978-), 男, 讲师, 硕士, 研究方向: 体育教育训练学, 体育产业经营与管理。E-mail: 80103457@qq.com

通信作者: 杜熙茹

development of sports goods manufacturing industry with technological and innovative factors; the accelerated transformation of supply structure and factor advantages will strengthen the support for high-quality development of sports goods manufacturing industry; the continuous release of the enormous domestic market demand potential will provide a broad space for the high-quality development of the sports goods manufacturing industry; relying on the "One Belt and One Road" construction of a regional value chain for the sports goods manufacturing industry will provide international occasions for the high-quality development of the sports goods manufacturing industry in China; the new round of deepening reform and opening up will provide institutional and policy guarantee for the high-quality development of the sports goods manufacturing industry.

Keywords: sports industry; sports goods manufacturing industry; high-quality development; “14th five-year plan” period

“十四五”时期我国体育用品制造产业高质量发展是内涵丰富、外延广阔、现实意义与理论价值兼具的前沿研究命题,在“十四五”开局之年亟待分析和研究我国体育用品制造产业为什么要转向高质量发展?我国体育用品制造产业高质量发展是否具有可行性?从而为学界后续研究提供理论起点也有利于推进我国体育用品制造产业高质量发展的实践。

1 “十四五”时期我国体育用品制造产业转向高质量发展的必要性

中国工程院“制造强国发展指数课题组”发布的“中国制造强国发展指数”在学界具有权威性,该指数共分为“规模发展”“质量效益”“结构优化”“持续发展”4个维度。本研究利用该指数及对《2017 中国制造强国发展指数报告》《2018 中国制造强国发展指数报告》《2019 中国制造强国发展指数报告》相关数据进行转化和计算,对2016—2018年我国与美国、日本、德国、英国、法国、韩国等国际公认的体育用品制造强国进行对比,发现存在一定的现实差距,由此突显出“十四五”时期我国体育用品制造产业转向高质量发展的必要性。

1.1 规模发展优势逐渐丧失

1)初级生产要素成本比较优势逐步丧失。

我国是依托劳动力、土地等初级生产要素的成本比较优势承接体育用品国际产业转移、嵌入体育用品

制造产业全球价值链,属于低附加值、低效率、数量粗放型增长的分工嵌入型体育用品制造产业生态,业已发展成为体育用品制造的“世界工厂”(见表1)。但时至今日我国劳动力、土地等初级生产要素的成本比较优势逐渐丧失,越南等发展中国家凭借自身的劳动力、土地等初级生产要素的成本比较优势,在劳动密集型的低端产品出口上对我国形成挤压和替代。例如,依据劳动和社会保障部以及体银智库有关数据,在2018年我国东部沿海地区的体育用品制造产业一线工人月平均工资达到3 723元人民币,约折合507美元,分别是同期印度、越南、柬埔寨的200%、270%、430%。体育用品对外贸易平衡值代表体育用品出口贸易竞争力,其数值越大表明竞争力越强,当前印度、越南等发展中国家的体育用品对外贸易平衡值已经接近甚至超越我国(见表2),表明我国因初级生产要素成本比较优势逐步丧失,导致体育用品出口贸易竞争力下降。

表1 2014—2018年我国体育用品进出口贸易占国际市场份额¹⁾

年份	进口占国际市场份额/%	出口占国际市场份额/%
2014	0.70	33.61
2015	0.71	32.17
2016	0.74	31.23
2017	0.76	30.34
2018	0.79	29.78

1)整理、计算自联合国商品贸易数据库(UN Comtrade)

表2 2014—2018年若干国家体育用品对外贸易平衡值¹⁾

年份	中国	美国	德国	意大利	日本	韩国	印尼	泰国	越南	巴西	俄罗斯
2014	4 263.5	150.1	52.3	101.7	11.9	33.2	2 204.1	498.1	2 450.4	56.7	14.4
2015	4 167.8	145.7	67.3	105.8	12.4	34.3	2 301.3	560.5	3 109.3	60.3	15.1
2016	4 023.7	156.8	78.5	112.9	14.4	32.7	2 456.8	640.8	3 790.4	63.5	15.4
2017	3 923.6	167.8	83.2	117.8	13.8	36.4	2 678.7	740.5	4 500.8	66.8	18.4
2018	3 976.7	189.3	98.4	123.7	13.3	39.5	2 789.4	870.5	5 387.4	70.1	17.5

1)整理、计算自联合国商品贸易数据库(UN Comtrade)

2)加工贸易技术溢出效应逐渐失去效用。

加工贸易具有技术溢出效应,在特定国家和地区加工贸易发展的起始期、成长期,技术溢出呈现出红利化的特征并传导形成产业集聚效应和干中学效应,形成特定国家和地区的企业的规模收益递增,由此将会导致产业以及产业辅助部门在某些地理区位的生产规模高度集中,进而形成外部规模经济。在成熟期以及衰退期,技术溢出呈现出固化乃至至于路径锁定,由此技术溢出进入红利窗口关闭期,对于产业规模扩大呈现效用收敛甚至产生负效用。我国作为体育用品对外贸易大国主要是以加工贸易为主,目前在整体上已进入成熟期向衰退期过渡的阶段,由此加工贸易技术溢出效应逐渐失去效用(见表 3)。

表3 2014—2018年我国体育用品对外贸易出口方式¹⁾ 亿美元(%)

年份	出口总额	一般贸易	加工贸易	其他贸易
2014	158.86	54.38(34.23)	102.91(64.78)	1.57(0.99)
2015	158.25	55.18(34.87)	101.45(64.11)	1.62(1.02)
2016	142.44	50.29(35.31)	90.76(63.72)	1.39(0.97)
2017	140.19	50.42(35.97)	88.43(63.08)	1.34(0.95)
2018	145.47	54.00(37.12)	90.70(62.35)	0.77(0.53)

1)整理、计算自海关信息网

3)国际贸易市场环境条件日渐恶化。

自 2001 年我国加入 WTO 后,由于国际贸易市场环境改善,导致我国体育用品制造产业的价格优势得到充分释放,国际市场对于我国体育用品产品的需求呈现出持续的大幅度增长趋势,形成规模扩大—市场需求扩大—规模进一步扩大的循环回路。当前,由于存在巨大的体育用品贸易顺差,因而我国与欧美发达国家的贸易摩擦不断。例如在 2019 年 5 月 6 日,特朗普公开宣称将自 5 月 10 日起对我国 2 000 亿美元输美商品关税从 10%升至 25%,并会在短期内将对第 2 批 3 250 亿美元输美商品加征关税。由此国际贸易市场环境条件开始恶化,导致我国体育用品在欧美日等主要出口国市场份额大幅缩水。

1.2 质量效益差距明显

1)产品在整体上呈现低质低价导致质量效益处于低水平。

经济学家 Schott^[1]通过长期观察发现在对外贸易中同一类型产品往往具有不同的出口价格,发达国家对外贸易出口的是具有较高技术含量及品牌知名度的高价格产品,而发展中国家对外贸易出口的是技术含量较低、缺乏品牌知名度的低价格产品。依据产品价格和市场占有率两项指标出口产品可划分为 HP-HS(高价-高质)、HP-MS(高价-中质)、HP-LS(高价

-低质)、MP-HS(中价-高质)、MP-MS(中价-中质)、MP-LP(中价-低质)、LP-HS(低价-高质)、LP-MS(低价-中质)和 LP-LS(低价-低质)9 种类型。当前我国体育用品出口产品特征是 LP-MS(低价-中质)和 LP-LS(低价-低质),部分企业产品呈现 LP-HS(低价-高质)、MP-HS(中价-高质)的特征,在整体上产品质量亟待提升。Hausmann 等^[2]运用出口复杂度(Export Sophistication, ES)指数对某一特定国家和地区的某一产业的出口产品的技术结构进行分析,指出某一特定国家和地区的某一产业的出口产品技术复杂度越高,则表明该产业具有越高的技术含量及产品质量水平。本研究依据联合国商品贸易统计数据库(UN Comtrade)数据,对中国与美国等体育用品制造强国的体育用品出口复杂度指数进行统计对比,结果表明美国等体育用品制造强国的体育用品出口复杂度指数较高,表明具有较高的技术含量及产品质量水平,我国产品在整体上呈现较低的质量水平,难以实现优质优价。

2)企业主要实施无差异化成本领先战略导致质量效益难以提升。

国际知名管理学家 Mintzberg 曾将成本领先战略定义为一种特殊形式的差异化战略,并具体划分为质量差异化(强调产品可靠性及性能)、产品设计差异化(强调 R&D)、支撑差异化(强调开发系列及组合产品)、市场形象差异化(强调广告传播的作用)以及无差异化(聚集模仿)5 类^[3]。我国体育用品制造企业因自身能力及资源条件的约束往往采取的是无差异化(聚集模仿)成本领先战略,导致低技术、同质化产品产能过剩,为争夺有限的市场份额,企业往往大打价格战以低价换市场,例如,对外贸易出口的体育用品大多是低价产品,价格大体约为 NIKE、ADIDAS 等国际品牌同类产品的 5%~10%,再如,我国出口的运动型船艇每艘单价仅为 78.72 美元、竞赛用自行车每辆单价为 65.35 美元,足、篮、排球等常规大宗出口制成品的单价每个仅为 0.73 美元^[4]。

3)产业基础薄弱不能有效促进质量效益。

当今体育用品制造强国拥有相对完备的体育用品制造产业链,并在产业链高精尖环节形成技术及标准垄断,构成产业链协同发展型体育用品制造产业生态。与之相比,我国体育用品制造产业基础薄弱不能有效促进质量效益,一是目前我国体育用品国内产业配套大多仍集中于低端零部件的配套生产,关键零部件、关键设备和模具、软件支持等仍然被跨国公司所控制,需要从国外进口。例如,通过调查发现目前国内中高端跑步机所需的控制芯片 80%来源于国外,70%电机需要进口。随着中美贸易摩擦持续升级,美国将会持

续减少体育用品制造关键零部件、关键设备和模具的出口,这将制约我国体育用品制造产业的核心生产环节,破坏我国体育用品制造产业链的完整性,导致质量效益难以提升。二是我国体育用品制造产业实现高质量发展,有赖于产业链中上游技术研发与下游生产制造之间有效链接,也依赖于体育用品制造集聚的产业园区强化重点领域关键共性技术服务功能模块建设,以及研发设计公共服务平台的构建与完善。三是推进我国体育用品制造实现资源节约、完善环境优化的绿色制造配套服务。通过对联合国商品贸易数据库相关数据的统计分析发现,我国体育用品制造产业单位增加值能耗约为世界平均水平的150%,而作为体育用品制造产业强国的美国、德国、日本分别是56%、65%、94%,体现出数量粗放型发展和内涵质量型发展的差异。

1.3 结构优化差距长期存在

1) 产品结构失衡。

体育用品产品可以划分为原材料密集型产品、劳动密集型产品、资本密集型产品以及技术密集型产品4种类型。目前我国体育用品产品结构呈现出劳动密集型产品比例过大、资本技术密集型产品比例过少的结构不均衡。自20世纪70年代伊始全球体育用品贸易专业化分工模式开始形成,该分工模式具体是指发达国家是投入大量技术、资本等高级生产要素的资本技术密集型体育用品净出口国,发展中国家则是投入大量劳动力等初级生产要素的劳动密集型体育用品净出口国^[5]。Green-away的进出口商品价格比指数(AVR,出口商品单位价格与进口商品单位价格之比)用来衡量产品出口贸易增值率,当该指数小于0.75时,表明该产业产品对外贸易属于垂直产业内贸易,主要通过大量出口贸易增值率较低产品实现薄利多销^[6]。对海关信息网的相关数据进行统计折算,发现2014—2018年我国体育AVR小于0.75,由此认为我国体育用品对外贸易企业出口强度大,其主要成因还是企业大量出口产品贸易增值率较低的产品。同时从加工贸易增值率角度看,目前我国体育用品制造产业加工贸易增值率长期低于制造业加工贸易增值率,我国体育用品加工贸易的巨大规模与贸易增值率的错配,对体育制造产业发展带来严峻挑战。

2) 企业区域结构失衡。

我国体育用品制造企业长期存在区域结构失衡问题。通过对海关信息网相关数据统计分析发现,目前东部地区体育用品对外贸易额占我国体育用品对外贸易额的86.5%,容易引致虹吸效应,不利于发挥我国各区域要素比较优势整合形成完整产业链、供应链。

另一方面,进入21世纪,承接全球第三轮国际产业转移并经30余年高速发展得以成为世界制造业中心的我国东部沿海地区,成为全球第四轮国际产业转移的策源地,在该地区的体育用品加工贸易也开始启动产业转移。转移路径主要有两条,一是国际转移即将体育用品加工贸易转移至具有劳动力价格比较优势的东盟等发展中国家,实现“优化国际布局”;二是国内转移即将体育用品加工贸易转移至江西、四川、湖北等内陆省份,从而获得劳动力、土地等生产资料的梯度价差,实现“优化国内布局”。然而,时至今日国内转移的速度、规模却因产业承接地的产业配套及政策环境制度缺失等差强人意,东部地区“腾龙换鸟”式的产业转移所预期的产业升级成效并不明显,可能出现产业空心化现象。

3) 贸易市场结构失衡。

体育用品贸易市场结构包括出口以及进口市场结构,目前我国体育用品制造产业贸易市场结构失衡问题较为突出。依据海关信息网数据,截至2018年,我国体育用品出口至全球123个国家和地区,并从全球37个国家和地区进口体育用品。通过计算在2014—2018年进、出口市场集中度 CR_n (进、出口份额排名前8的国家和地区占进、出口总额的百分比)分别为43.18%、41.42%、40.23%、43.66%、42.54%以及93.66%、93.36%、88.11%、88.69%、81.55%,出口属于中上寡占型市场结构,进口属于极高寡占型市场结构。出口贸易市场结构过于集中易受到美国为首的欧美发达国家挑起的贸易战以及贸易摩擦的负面影响,造成规模巨大的贸易额波动。进口市场结构过于集中易使我国体育用品生产需要进口核心技术、关键设备、高端原辅料等中间产品遭受封锁。

1.4 持续发展动能严重不足

1) 创新能力不足。

依据迈克尔·波特的国家竞争优势4阶段理论,随着我国劳动力、土地等初级生产要素成本上升、投资边际效率衰减以及国际贸易环境日益恶化,我国经济高质量发展的潜力和动力将依赖于创新^[7]。事实上我国体育用品制造产业因企业技术研发投入较少、产学研一体化不强、知识产权保护不力、创新研发公共服务支撑不足,加之核心技术与关键装备引入受到美国等体育用品制造强国的限制,所以导致在创新研发方面与制造强国存在一定差距,因而积极发挥土地、劳动力等低级生产要素的比较优势,从而对创新研发产生一定代偿效应,但也导致日益深陷“比较优势陷阱”;同时我国作为体育用品对外贸易大国所内生存在的转型升级刚性阻力大、易受国际市场经济周期波动,加

之出口倾销指控等“大国效应”的负面作用日渐显现,由此累积叠加致使我国体育用品对外贸易条件不断恶化、贸易利益减少以及国民福利下降,并引发了一系列持久性的国际贸易摩擦,总体上呈现出“贫困化增长”态势,不利于我国体育用品制造产业的可持续发展。

2)在全球价值链(GVC)处于弱势地位。

学界公认 Koopman^[8]“GVC 地位指数”可对某国某一产业在 GVC 所处的国际分工地位进行客观的量化分析。采用“GVC 地位指数”对我国与当今体育用品制造产业强国进行比较,结果表明我国较美国等体育用品制造产业强国在 GVC 中的分工地位相对较低,位列美、日、英、法、韩等国之后。当我国体育用品制造产业试图通过培育自身的核心技术研发能力、品牌及营销渠道等高级生产要素及资源,从而藉此攀升至体育用品制造产业全球价值链的起始两端环节增加附加值,因其威胁、侵占发达国家及其跨国公司的核心能力、垄断市场势力以及市场利益,作为体育用品制造产业全球价值链治理者(链主)的跨国公司经常进行“反攀升压制”,也就是利用自身所具有的技术研发优势、市场需求控制优势、品牌渠道优势、经贸规则制定优势等,通过规模经济、俘获、锁定、消费遏制以及制度等效应,削弱、降低并压制我国体育用品制造产业超越代工的主动性与可能性,并因这种“攀升与反攀升博弈加剧”成为新常态,会造成体育用品制造产业全球价值链低端锁定,对我国体育用品制造产业发展形成阻碍。

3)核心企业竞争能力不强。

《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》提出要“提升产业链供应链现代化水平”。目前我国体育用品制造产业的产业链供应链水平不高,主要原因在于缺乏真正能够主导体育用品制造产业链供应链的核心企业,而美国等体育用品制造强国则拥有 NIKE、ADIDAS 等核心企业。一是从企业规模看,《财富》杂志公布的世界 500 强企业,美国的 NIKE 在 2014—2018 年分别排名第 462、425、343、331 和 340 位,德国的 ADIDAS 在 2018 年首次入榜排名第 480 位,与之相比我国无一家体育用品公司进入世界 500 强企业。二是从技术实力看,世界知识产权组织发布的 2017 年《专利合作条约》,NIKE、ADIDAS、PUMA、MIZURO、ASICS、UNDERARMOUR 等公司申请的 PCT 数量分别达到 560、345、230、170、145、135,国内的安踏、李宁则为 88、65,存在明显差距。三是从品牌价值看,2018 年 NIKE、ADIDAS 在全球最佳品牌排行榜中的排名分别为第 17、50 位,品牌价值分别为 280.3 和 107.7 亿

美元,稳居世界顶级品牌行列,国内的安踏、李宁未进入该排行榜。四是从跨国程度看,目前衡量跨国程度的指标是跨国指数,通过计算得出 NIKE、ADIDAS、安踏、李宁的跨国指数分别为 62.3、59.5、2.4、1.7,表明国内体育用品公司跨国程度极低,事实上是内向型跨国公司,而 NIKE、ADIDAS 等跨国公司则是外向型跨国公司。

2 “十四五”时期我国体育用品制造产业高质量发展的可行性分析

2.1 新一轮科技革命为体育用品制造产业高质量发展提供科技及创新要素支撑

当前以 5G、人工智能、云计算、大数据为代表的新一轮科技革命,以及由此衍生的数字经济、共享经济、体验经济正席卷全球。习近平总书记指出,即将出现的新一轮科技革命和产业变革与中国加快转变经济发展方式形成历史性交汇,为我们实施创新驱动发展战略提供了难得的重大机遇^[9]。李克强总理也曾指出,在经济领域,当前新一轮科技革命与产业变革催生大量个性化需求,极大改变了供需结构,让整个经济发展模式都在发生深刻变化^[10]。新一轮科技革命不仅是当前及未来相当长一段时间引领我国制造业转型升级的重要力量,也是企业产品价值增值的主要来源^[11]。英国演化经济学家卡洛塔·佩雷斯的“两种机会窗口”理论认为,处于酝酿阶段的新技术革命,对于发达国家或者发展中国家而言,都会将其“拉回到同一起跑线上”,那些技术体系缺乏似“一张白纸”的发展中国家,如能够发挥自身优势,较之发达国家更能适应和接受新技术革命并能以其国内广阔的市场规模实现跳跃式发展^[12]。“十四五”时期新一轮科技革命将会在我国深入推进,为我国体育用品制造产业高质量发展提供科技及创新要素支撑,不仅将有力支撑我国智能型体育制造、服务型体育制造奠基和长足发展,也将支持我国体育用品制造产业与数字经济、共享经济、体验经济有机融合,产生产业变革,从而有利于我国体育用品制造产业“变道超车”,实现高质量发展。此外,新一轮科技革命也将从根本上对我国体育用品制造产业解决关键零部件、关键设备和模具、软件支持等产业发展瓶颈提供科技及创新要素支撑。

2.2 供给结构与要素优势转换加快强化对体育用品制造产业高质量发展的支撑

迈克尔·波特曾依据对世界产业国际竞争的实证研究提出产业国际竞争 4 阶段理论,该理论认为一国和地区的产业参与国际竞争呈现出阶段性的特征,在起始阶段是劳动力、土地等初级生产要素驱动阶段,

其后将会进入到投资驱动阶段,第3阶段则是技术等高级生产要素驱动的创新驱动阶段,第4阶段财富的驱动作用将上升为首位,由此称之为财富驱动阶段。从长周期的角度看,包括“十四五”时期在内的相当长的一段时期内,我国产业发展都处于实现创新驱动的转换期,对于我国体育用品制造产业发展而言更是如此。在“十四五”时期,我国将着力进行供给结构与要素优势转化,“人口红利”将会转变成为“人才红利”。我国体育用品制造产业发展将会更多依赖于知识资本和人力资本,研发、品牌、专利等知识资本,在体育用品制造产业发展过程中将会发挥更大作用,将为体育用品制造产业高质量发展夯实重要的基础条件。

2.3 巨大国内市场需求潜力的持续释放为体育用品制造产业高质量发展提供广阔空间

“十四五”时期,我国将发挥大国经济优势,持续释放巨大国内市场需求潜力,从而为体育用品制造产业高质量发展提供广阔空间。其一,对于一个具有高速增长内部市场需求的发展中国家而言,可以无需借助外部市场或采取技术外取路径,而是通过本土市场需求巨大发展空间所内蕴的对创新动力引致功能的积极发挥,内生地培育出其本土企业高级生产要素发展能力,即“内需引致的创新”,也就说发展中国家如能有效利用自身高速增长且容量巨大的内部市场需求空间培育或发展形成自主高级生产要素条件,则具备发达国家长期发展所形成的高级生产要素竞争优势^[9]。简言之,市场需求是形成一国和地区培育自主创新能力以及产业持续升级动力的关键内生要素,我国国内市场需求巨大的规模体量和发展空间潜力将为体育用品制造产业高质量发展所需的高级生产要素提供广阔空间。其二,我国幅员辽阔,区域经济发展不均衡导致发展梯度差,逐步形成低、中、高层次搭配的接力棒式体育用品市场需求结构空间。这对于规模与实力发展不均衡的我国体育用品制造企业而言,能够依据不同地区间多样化的市场需求,合理定位和供给不同档次产品。其三,在“十四五”时期,我国体育用品制造产业高质量发展会以形成自主知识产权和自主品牌为目标之一,这就离不开具有较大规模的中高端国内市场需求的有效支撑。目前我国社会阶层结构处于动态变化之中,具有较强消费能力的中间阶层基数不断扩大,能够形成较大规模的中高端体育用品消费市场。

2.4 依托“一带一路”建设体育用品制造产业区域价值链为我国体育用品制造产业高质量发展提供国际空间

2011年美国经济学家 Milberg 和 Winker^[10]依据经济周期变化与 GVC 变迁之间所存在的关系,在学界率

先提出全球价值链重构这一概念。“十四五”时期,我国所提出的“一带一路”战略合作将会深化,于经济层面强调沿线国家进行对外经贸深层次合作,整合生产要素及经济发展资源,从而不断拓展产业链,进行全球价值链重构并形成体育用品制造产业区域价值链,将为我国体育用品制造产业高质量发展提供国际空间。与传统的发达国家及其跨国公司所构建、主导、治理的体育用品制造产业全球价值链相比,我国借助“一带一路”平台构建体育用品制造产业区域价值链具有明显的优势。首先,我国与“一带一路”沿线国家在体育用品经贸领域存在的较大互补性,这是构建体育用品制造产业区域价值链的资源及生产要素禀赋基础。其次,“一带一路”建设所带来的沿线区域内生产要素流动明显增强、要素成本降低、商品流通贸易壁垒减少等效应,将会使得我国与“一带一路”沿线国家在体育用品经贸领域合作潜力进一步释放。再次,我国与“一带一路”沿线国家地理位置毗邻,从而具备进一步加强体育用品经贸互补、构建具有共同利益追求的体育用品制造产业区域价值链的地理优势。最后,我国与“一带一路”沿线国家所形成的体育用品经贸互补关系,并不是通过单向引进资金、技术和管理经验从而发展壮大自身,而是更多向“一带一路”沿线国家特别是发展中国家输出资金、技术及管理经验,推动“一带一路”沿线国家特别是发展中国家体育用品经贸可持续发展,摆脱嵌入发达国家及其跨国公司所构建、主导、治理的体育用品制造产业全球价值链所形成的低端俘获乃至及低端锁定的发展困境,形成一种基于互补共赢构建体育用品制造产业区域价值链的新型格局。

2.5 新一轮深化改革开放为体育用品制造产业高质量发展提供制度政策空间

在党的十九届三中全会上通过《中共中央关于深化党和国家机构改革的决定》,标志着我国新一轮深化改革开放的开端,“十四五”时期将是新一轮深化改革开放重点实施期,将为我国体育用品制造产业高质量发展提供政策空间。新一轮深化改革开放中的经济体制改革,其中心环节是破除制约市场在资源配置中起决定性作用、更好发挥政府作用的体制和机制弊端,从而更好发挥和提升市场机制配置资源的功能和效率,为我国体育用品制造产业结构优化创造更好制度环境。同时,这一轮深化改革中的其他改革举措,如:深化土地使用制度改革将有利于解决体育用品制造产业用地难的问题;深化金融体制改革,有利于打破金融部门对中小民营企业为主的国内体育用品制造企业的体制性歧视,从而增强金融部门对企业发展 and 产业

升级的金融扶持与服务；推进深化“一带一路”战略实施、扩大自由贸易区试点、探索建设自由贸易港以及积极参与全球经贸规则制定与经济标准治理，将有助于我国体育用品制造产业更好利用国内国际两个市场、两种资源，扩大“走出去”、优化“引进来”，实现自身高质量发展。另一方面，新一轮深化改革开放，将会对创新驱动发展战略、制造强国战略、品牌强国战略、体育强国战略供给更为精准有效的实施推进政策，从而有利于我国体育用品制造产业高质量发展。

当前我国体育用品制造产业因其在“规模发展”“质量效益”“结构优化”“持续发展”方面存在多种问题，导致产生“十四五”时期转向高质量发展的必要性。同时“十四五”我国体育用品制造产业高质量发展的可行性在于：新一轮科技革命为体育用品制造产业高质量发展提供科技及创新要素支撑；供给结构与要素优势转换加快，会强化对体育用品制造产业高质量发展的支撑；巨大国内市场需求潜力的持续释放，将为体育用品制造产业高质量发展提供广阔空间；依托“一带一路”建设体育用品制造产业区域价值链，将为我国体育用品制造产业高质量发展提供国际空间；新一轮深化改革开放，为体育用品制造产业高质量发展提供制度政策空间。

参考文献：

- [1] SCHOTT. Across-product versus within-product specialization in international trade[J]. Quarterly Journal of Economics, 2004, 119(2): 647-678.
- [2] HAUSMANN R, HUANG Y, RODRIK D. What you export matters[R]. NBER Working Paper, 2005, 11905.
- [3] 杨一安. 隐形冠军的“隐形”与“显性”：“隐”于专注，“显”于声誉——“隐形冠军”之父赫尔曼·西蒙专访[J]. 清华管理评论, 2019(6): 72-79.
- [4] 王龙飞, 杨明. 全球价值链视野下的我国体育器材产业升级研究[J]. 上海体育学院学报, 2015, 39(2): 5-10.
- [5] 张森. 全球体育用品产业国际贸易专业化分工研究[J]. 哈尔滨体育学院学报, 2015, 33(5): 8-14, 22.
- [6] 薛林峰, 杨明. 我国体育用品加工贸易转型升级研究[J]. 武汉体育学院学报, 2018, 52(5): 43-49.
- [7] 任保平, 苗新宇. “十四五”时期我国经济高质量发展新动能的培育[J]. 经济问题, 2021(2): 1-11, 106
- [8] KOOPMAN R, WANG Z, WEI S J. Tracing value added and double counting in gross exports[J]. American Economic Review, 2014, 104(2): 459-494.
- [9] 王春法. 习近平科技创新思想的科学内涵与时代特征[EB/OL]. (2017-01-23)[2021-01-08]. http://theory.gmw.cn/2017-01/23/content_23554397.htm.
- [10] 储思琮. 总理请来四位院士，国务院第一会议室成了“科学讲堂”[EB/OL]. http://www.gov.cn/xinwen/2017-06/25/content_5205336.htm.
- [11] 吕铁, 韩娜. 智能制造：全球趋势与中国战略[J]. 学术前沿, 2015(6): 6-17.
- [12] 贾根良. 第三次工业革命与新型工业化道路的新思维——来自演化经济学和经济史的视角[J]. 中国人民大学学报, 2013(2): 43-52.
- [13] 杜鹏. 中国制造业产业升级研究——后发大国的视角[D]. 武汉：武汉大学, 2012: 21-24.
- [14] MILBERG W, WINKLER D. Economic and social upgrading in global production networks: Problems of theory and measurement[J]. International Labour Review, 2011, 150(3-4): 341-365.

