

新发展阶段我国海洋体育产业发展的区位逻辑及空间布局

苗治文, 刘月

(辽宁师范大学 体育学院, 辽宁 大连 116029)

摘要: 海洋体育产业是发展海洋经济和建设海洋强国的重要支撑, 新发展阶段需要拓展蓝色经济新空间, 前瞻布局新业态。研究旨在构筑“以体强海, 以海强国”的新空间发展格局。依据新经济地理学理论, 分析资源禀赋、政策支持和市场需求3方面的发展环境优势, 针对4大制约短板提出海洋体育产业发展的区位逻辑和空间布局策略。研究认为: (1)海洋体育产业应致力于运动项目空间、海陆一体空间和沿海城市群空间发展; (2)按空间规划和区位要素布局项目发展, 提升海洋运动参与度; (3)创新海洋体育产业载体建设, 形成“海洋-内陆-内水”辐射效应; (4)推进海洋体育制造业高端化, 构建“产学研用”国有品牌高新技术产业链; (5)金融赋能海洋体育产业高质量发展, 建构特色产业集聚功能区。

关键词: 海洋体育产业; 区位逻辑; 空间规划; 空间布局; 新经济地理学

中图分类号: G80-05 **文献标志码:** A **文章编号:** 1006-7116(2023)06-0066-08

The location logic and spatial layout of marine sports industry in China during the new development stage

MIAO Zhiwen, LIU Yue

(School of Physical Education, Liaoning Normal University, Dalian 116029, China)

Abstract: The marine sports industry is an important support of developing the marine economy and building a "maritime power", and in the new stage of development, it is necessary to expand new space for the development of the blue economy and layout new business models in a forward-looking manner, so as to build a new spatial development pattern of "strengthening the sea with the body and strengthening the sea with the sea". Based on the theories of new economic geography, this paper analyzes the development environment advantages in three aspects: resource endowment, policy support and market demand, and proposes the location logic and spatial layout strategy for the development of the marine sports industry in response to the four major constraints and shortcomings it faces. The research suggests that: (1) the marine sports industry should be committed to the development of sports space, land sea integrated space, and coastal urban agglomeration space; (2) layout project development according to spatial planning and location factors to enhance participation in ocean sports; (3) innovating the construction of marine sports industry carriers, so as to form a radiation effect of "ocean inland water"; (4) promoting the high-end development of marine sports manufacturing industry, building a state-owned brand high-tech industry chain that combines industry, academia, research, and application; (5) financial empowerment for high-quality development of the marine sports industry, constructing the functional area of characteristic industry agglomeration.

Keywords: marine sports industry; location logic; spatial planning; spatial layout; new economic geography

党的二十大报告指出:“发展海洋经济, 保护海洋生态环境, 加快建设海洋强国。”继党的十八大、十九大报告中“陆海统筹”战略部署后, 更加坚持海洋经

济和海洋环境保护并重发展。习近平总书记曾多次强调要关心海洋、认识海洋、经略海洋, 同世界积极合作建立“蓝色伙伴关系”, 建设绿色可持续海洋生态环

境^[1]。2017年《全国海洋经济发展“十三五”规划》提出,在有条件的滨海城市建设海洋体育中心和海上运动基地,发展海洋竞技和休闲运动。2021年12月国务院批复同意《“十四五”海洋经济发展规划》,要求实施优化海洋经济空间布局,在编制中将把打造有竞争力的现代海洋产业体系作为主要内容。海洋运动激发滨海城市活力,通过赛事和相关产业融合,打造多元业态的产业集聚区,有助于构建特色的现代海洋产业体系。在进入第二个百年奋斗目标的新发展阶段,海洋强国和体育强国目标建设到“强起来”的历史性跨越阶段。人们体育活动不再局限于陆地资源,体育产业发展也将延伸到海洋空间格局,体育向海而兴、优化布局是必然趋势。

1 我国海洋体育产业发展的环境优势

新经济地理学研究经济活动空间分布,从微观基础上探讨影响企业区位决策的因素,在宏观层次解释现实中存在的各种经济活动的空间集中现象^[2]。其侧重研究产业聚集、区域发展和城市空间结构等,主要考虑市场、生产要素、交通成本和政策环境等要素,为政策制定者根据不同区域特点作出不同经济决策提供重要支持。

海洋体育产业是指通过利用海洋及其空间资源,为社会提供海洋体育产品与服务的一系列经济活动总称。海洋体育产业主要是借助海洋多样环境和自然资源,与体育休闲活动相互融合而形成的既具有体育外在形式,又具有海洋环境内在特质的新型体育发展模式^[3]。它囊括一切涉海的体育生产、管理和服务等活动,是兼具海洋和体育元素的综合性产业,具有地理区域性特征。因此,新经济地理学理论为海洋体育产业发展提供产业集聚、利益最优、区位选择的思想,对海洋体育产业的空间布局具有重要指导意义。基于此,立足新发展阶段,海洋体育产业的空间布局和区位选择要根据其特点考虑资源条件、区位关系、政策支持和市场需求等要素,把握发展环境优势向海发展。

1.1 资源禀赋:依托丰富的海洋资源和区位优势

中国是一个海洋大国,海域面积辽阔,赋有漫长的海岸线和丰富的海岸带资源。中国的大陆海岸线长18 400.5 km,岛屿数量6 000多个^[4],海岸线总长32 000 km^[5],沿海滩涂面积151.23万公顷(2 268.50万亩)^[6],海洋面积相当于陆地面积的1/3。在拥有丰富的自然资源基础上,中国除香港和上海已是全球海洋中心城市外,深圳、广州、天津、大连、青岛、宁波、舟山、厦门等都提出要建设海洋中心城市,这些城市在地理区位、海域条件和经济实力上具有一定优势,将带动海洋体

育运动优先发展,对海洋体育旅游和海上运动基地建设等起到助推作用。2019年发布《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》中指出,以资源禀赋为依托,引导水上运动项目产业合理布局,推动在“一带一路”沿线国家举办帆船系列体育赛事。我国四大海域的地理位置及气候环境,提供了良好的运动自然条件,滨海休闲运动资源丰富,依托得天独厚的海洋资源优势,向海运动触手可及,海洋体育产业大有可为。

1.2 政策支持:全方位引领“蓝色体育经济”和扶持产业集聚区建设

1) 顺应全球可持续蓝色经济增长的战略定位。

2021年3月23日联合国教科文组织发布《海洋空间规划与可持续蓝色经济》指出,海洋空间规划可以通过多种方式促进蓝色经济增长。2018年国家自然资源部发布《关于促进海洋经济高质量发展的实施意见》提出要加强海洋主题公园、综合性海洋体育中心和海上运动产业基地的支持力度。海洋体育产业发展是促进蓝色经济的创新驱动,海上运动有着“小角色、大作用”的定位,以海洋体育赛事连接世界各国,为世界合作提供有效途径,同时践行绿色生态旅游,有助于推动全球可持续蓝色经济的成长。

2) 把握滨海休闲运动的旅游热潮。

中国旅游研究院发布的《中国体育旅游消费大数据报告(2021)》显示,2019年和2021年榜首水上运动目的地是青岛帆船中心,三亚帆船港在2021年跃居第2,前10位中冲浪俱乐部占据4位。2020年《中国海洋经济统计公报》显示,受疫情影响滨海旅游人数锐减,但滨海旅游业产值仍占海洋产业总产值最大比重47%。2021年境外体育旅游人群转向境内,潜水、冲浪、游艇、浮潜等使三亚迅速成为热门目的地^[7]。可见,虽旅游出行受阻,但人们参与海洋运动热情并未因此减退。2016年国家体育总局出台《关于大力发展体育旅游的指导意见》提出,以运动船艇码头为重点建设特色健身休闲设施,为滨海体育旅游提供基建保障。随着消费需求升级趋势,政府积极建设为以观光度假、休闲娱乐、海上运动为一体的滨海体育旅游提供基础保障。

3) 符合城市群布局和集聚区特色建设。

2021年10月国家体育总局发布《“十四五”体育发展规划》中提出区域发展战略,支持粤港澳大湾区利用海岸线资源发展帆船、冲浪、海钓、潜水等滨海体育休闲项目,建设水上运动“五方三点”赛事产业集聚区。此外,《“健康中国2030”规划纲要》和《国务院关于实施健康中国行动的意见》中提出,积极发展海上休闲项目,打造区域特色健身休闲示范区和产

业带。诸多利好政策为科学规划海洋运动设施空间布局和建设海洋运动赛事产业集聚区提供纲领性指导,为城市间赛事的开展奠定基础。

1.3 需求导向:人们体育生活方式的升级转型

1)体育运动参与:由“感知技能”向“感受自然”转型。

基于陆地、水域和空域三大户外运动载体空间,展现人与运动、自然的融合发展,越来越多的人加入户外运动大军。《2019 中国户外运动大数据报告》显示,截至2019年11月30日,我国约有1.3亿人口参与户外休闲活动。其中,海洋户外运动具有海洋性气候和征服自然的体验特征,使人们沉浸在“阳光、空气、海水、沙滩”的“四浴”之中,在体育运动过程中感受海洋自然生态风采,带来“视觉景观+动感感官”的独特享受。

2)体育消费方式:由“实物型消费”向“体验式消费”升级。

随着人们休闲娱乐、健康意识以及经济收入的提升,大众的体育消费心理需求也在逐渐升级,从“能有什么”到“需要什么”,再到“想要什么”。运动场所由免费、低收费向个性化、高品质升级,消费方式也由以实物型为主的基础性消费向新场景、多元化的体验式消费升级。据统计,2019年国内经常参与体育健身休闲的人口数量达到4.39亿,我国体育健身休闲产业总规模达1796.6亿元,较2018年增长74.8%,对比2015年、2016年呈现出显著性增长趋势^[8]。人们健身休闲消费潜力巨大,消费者更加注重体育的社交和娱乐功能,海洋体育正是休闲娱乐和体验式消费的代表,人们不单单停留在海景、海藻、海鲜的观光度假模式^[9],在休闲中融入海洋运动已逐渐成为新趋势。

3)体育活动形式:由“个体活动”向“团体组织”转型。

人们参与运动的方式更倾向结盟伙伴,进行有组织的活动,通过“建群”汇聚有共同运动兴趣的人,通过各地项目协会、俱乐部、社会组织举办赛事活动而相聚和结识,海洋体育运动正契合团体组织形态开展。比如:组建游艇、帆船、海钓、沙滩排球等俱乐部,进一步增强团队合作和社交氛围。人们逐渐转变为亲近自然、休闲娱乐和团队合作的体育运动生活方式,将吸引更多海洋体育人口,海洋体育产业亦迎来发展新机遇。

2 我国海洋体育产业发展的制约因素

2.1 海洋体育普及度不高,竞技实力亟待提升

群众参与方面,项目选择上“重陆轻海”。中国户

外运动大数据报告(2019年)显示,群众参与过的户外运动项目中徒步、登山和露营分别以94.3%、85.0%、75.8%的占比居于前三甲,而海洋项目仅有潜水10.2%、冲浪2.5%、帆船2.1%和帆板1.8%。从项目的喜爱程度来看,潜水7.5%、冲浪3.5%、帆船1.9%、帆板1.2%。与陆上户外项目相比,人们对海洋项目热情不高,参与体验的比例差距悬殊。当前,国内帆船游艇码头大部分都由企业开发建设,高昂的会籍费用、泊位费用限制了帆船游艇等水上运动的大众化、普及化^[10]。海洋体育项目还属于小众运动,技术难、消费高、危险性大,再加上群众对海洋认识不够、资源环境条件受限以及缺少有趣的参与体验,都成为限制人们参与的主要原因。

竞技能力方面,我国海洋项目专业运动员匮乏,整体竞技水平还不高,海洋体育赛事关注度较低。从东京奥运会我国参赛情况来看,冲浪项目无参赛,帆板中有小项未参赛,竞技专业人才严重不足。从近5届奥运会海洋项目获牌情况看,我国在多年属于欧洲强项的海上项目领域,具有夺牌实力,尤其是帆船帆板曾在2008北京、2012伦敦、2020东京奥运会勇夺桂冠,但整体竞技实力还不强。一方面,是由于我国海洋运动起步较晚,文化历史积淀不足。以帆船赛为例,“中国之队”在2005年才第一次入选已历时150年历史的第32届美洲杯帆船赛。另一方面,是青少年阶段培养体系没有形成。虽然冲浪在2020年首次入选奥运会项目,海岸赛艇和海洋皮划艇入选2022年青奥会,但青少年培养意识和培训体系形成存在一定滞后性。

2.2 海洋体育产业总体规模小,集群化发展水平偏低

海洋体育产业在2017年开始迅猛发展,但总体规模仍比较低。《水上运动产业发展规划》提出到2020年水上运动产业总规模达到3000亿元,而体育产业在这一期限的目标是3万亿元,冰雪产业的目标是6000亿元,可见海洋体育产业在其中的份额少之又少。据调查资料显示,《海洋及相关产业调查技术规范》中明确列出体育指标,主要有健身休闲活动,海洋上下游相关产业中的其他体育用品制造、潜水装备制造和体育航空运动服务。但实际这部分数据统计难度较大、保密性强,数据几乎被划分到制造业和旅游业。

基地建设存量不足、占比较低。截至2021年4月,国家体育总局公布国家体育产业示范基地(与海洋体育相关的)70个(8个)、示范单位123个(8个),示范项目105项(4项)^[11]。2017年6月国家体育总局公布30个“国家体育旅游示范基地”与海洋相关的仅有6家,33个“国家体育旅游精品赛事”与海洋相关的仅有2项^[12]。

相关企业经营模式较为粗放,上下游产业链联通

不畅。上游装备制造技术发展滞后,不能实现本土化生产,下游衍生的增值服务未形成体系。而且,从事该经营范围的企业甚少,大多为文化产业和旅游公司兼营,经营模式相对粗放,全国以运动船艇和钓具等制造业为主营的企业零星且相对独立,从地理上达不到集群发展,产业集群化水平低将抑制区域经济发展带来的乘数效应。

2.3 海洋体育国有品牌的外部效应和内生力不强

1)国内海洋体育赛事尚未形成品牌效应,全球影响力和社会效益不显著。

据调查2012—2021年全国11个省市承办国际国内重点海洋赛事(全国及以上级别的锦标赛、公开赛、“俱乐部杯”赛和邀请赛等)情况,获悉各省市海洋运动项目的开展广度和赛事承载力。从项目开展热度看,帆船、帆板、海钓、赛艇、摩托艇等赛事开展火热,以青少年为主体的OP帆船、风筝板、航海模型等比赛数量持续攀升,以家庭帆船、电动冲浪板、水翼帆板、风筝冲浪为特色的群众休闲赛事增多。从城市承载力来看,山东青岛、浙江舟山、辽宁大连、广东深圳、福建厦门、海南海口举办的海洋体育赛事较多,开展项目种类广泛,像青岛、深圳、厦门等城市曾承办过世界级海洋运动赛事,相应的政策支持和群众氛围较好,处于国内领先水平。目前,国内海洋体育赛事体系初成,但具有中国特色的品牌赛事尚未形成。

2007年中国杯帆船赛成为国内第一个进入国际帆联历的大帆船赛事,但与克利伯环球帆船赛、沃尔沃环球帆船赛、美洲杯帆船赛相比,赛事规模和全球影响力还远远不够,其经济效应、社会效应仍有很大提升空间。“十四五”时期因特殊原因,体育赛事和活动萧条,减弱体育与经济社会的互动性,体育从经济社会获取资源的能力下降,依托社会的大众体育和依托市场的职业体育维持运营的难度进一步加大^[13]。受全球新冠疫情影响,许多国际国内海洋体育赛事停摆,意味着运动技能、经济效应、社会受益乃至全球影响力也随之下降。

2)制造业本土品牌生产力和创新能力不强,创新成果转化能力较弱。

海洋体育运动器材、装备、配件及运动船艇制造的国有品牌生产力和创新能力不强。从事海洋体育产业的经营企业数量有限、实力不强,尚不具备集团开发的联动优势,缺乏强大的品牌效应,而且成本回收周期长,经营模式构建存在一定风险^[14]。以船艇制造为例,法国博纳多(Beneteau)、法国亚诺(Jeanneau)、德国Hanse Yachts、美国J-Boats等世界顶级船艇制造企业品牌的设计理念、船艇特点具有极高声誉,历经百

年仍在行业立足。如今,中国企业仅有上海珐伊船艇跻身世界知名船艇品牌行列,深圳法诺游艇是亚洲地区最大的帆船游艇制造商, TEN大连拓恩和2个台湾品牌——Tayana Yachts、Hylas Yachts(奎隆游艇)在国内也具有较高声誉。另有,其他中小企业在钓具、赛艇、龙舟等生产和销售上崭露头角,但生产规模、出口营销以及品牌知名度还不够强势,在世界该行业中质量和品质仍是短板弱项。有代加工实力的企业但没有自己的品牌,在原材料和配件上未能实现完全国产化,科技性、创新性、创造性的设计研发和制造能力有待增强。

2.4 海洋运动项目产业纵向深耕不足、横向融合同质化

《全民健身计划(2021—2025年)》指出,大力发展运动项目产业,积极培育户外运动、智能体育等体育产业,催生更多新产品、新业态、新模式。在中国体育发展需求和国家政策导向下,某类或单个项目产业是体育产业的核心要素和未来发展趋势,如冰雪产业、足球产业。运动项目产业的快速发展有利于拓宽体育市场,为大众提供有效供给^[15]。

海洋体育产业的发展已迎来机遇期,但各沿海城市海洋体育运动项目发展参差不齐,项目产业纵深发展不足。第一,各海洋项目协会的产业化观念认识不够,经营型理念尚未成熟,缺少项目产业发展规划,不能因地、因季地规划项目。第二,市场定位的精细化和精准性不够,对目标消费者的市场调查不足,用户需求捕获不全面。

同质化发展不能满足海洋体育产业发展的特色项目需求。例如,沿海各省均以引进大型国际赛事、建立以竞技性为主的海上运动基地、承办体育庆祝活动作为亮点项目,而往往忽视地域性、本土性的文化特征,无法实现各方资源整合,以致无法获得持续发展^[16]。项目产业发展的地域特色不明显,城市海洋项目产业的比较优势不突出,导致了区域同质化发展。许多城市发展海洋体育产业是受经济效益驱使,而缺少项目本身的吸引和围绕特色运动项目形成产业,从而导致项目开展同质化、营销手段同质化,忽视当地资源条件的适合程度,以及与城市历史、文化的融合,不利于项目产业的可持续发展。

3 新发展阶段我国海洋体育产业发展的区位逻辑

从冯·杜能的农业区位论到艾萨德的区域科学,开辟了空间经济学的新领域,再到以克鲁格曼为代表的新经济地理学理论,拓展分析经济活动的区位关系、空间集聚和差异等现象。区位既是空间内的位置,亦指经济活动场所,区位逻辑是依托区位优势规划区域

空间结构。以区位理论为基础,发展海洋体育产业需要将海洋、海岸线、陆地之间建立关联,拟构建运动项目空间、海陆一体空间和沿海城市群空间,旨在有限空间内实现效益最大。

3.1 “五位一体”项目空间

海洋体育是为适应海洋环境和社会需要,利用海滩、海水、海空以及滩涂等资源所进行的增强体质、休闲娱乐、个性养成等身体练习活动^[7]。“五位一体”项目空间即是以海上、海下、海滩(涂)、海岛(礁)、海空5个空间位置的形式而存在。海上项目包括帆船、帆板、海岸赛艇、海洋皮划艇、摩托艇、冲浪、浆板、海泳、游钓、滑水、游艇、航模、船上比赛等;海下项目包括潜水、水底功等;海滩(涂)项目包括日光浴、沙浴、海滩赛马、沙滩排球、沙滩足球、沙滩露营、沙滩拔河、沙滩拉船、泥滩摔跤、泥钓、拾贝捉蟹等;海岛(礁)项目包括环岛自行车、海岛越野、海岛野外生存、垂钓、捡泥螺、织网、攀缘绳索、海岛民间乐舞等;海空项目包括海上跳伞、海上牵引伞、海上热气球、海上伞翼滑翔、海上蹦极、悬崖跳水、海上蛟龙(水上飞人)等^[8]。强调不同“海洋运动场景”以及与海洋的互动关系,形成“五位一体”的空间运动模式。结合海域海岸资源特点开展适宜项目,可按空间位置不同,分类开展系列比赛,既便于规划和管理,又能满足群众多元需求,最终形成以项目空间为特征的经济活动。

3.2 “海、城、岛一体”联动空间

2019年5月发布《中共中央国务院关于建立国土空间规划体系并监督实施的若干意见》要将主体功能区规划、土地利用规划、城乡规划等空间规划融合为统一的国土空间规划,实现“多规合一”。其中包括陆海统筹,形成“海、城、岛”海陆一体空间发展格局,是优化空间资源配置的协同发展。各沿海城市海洋体育发展需纳入城市国土空间发展的整体规划和布局,与城市经济、社会、文化、科技进行资源互补,形成“海洋运动+陆上城市旅游”“海岛休闲+滨海度假”的海陆联动发展空间。

3.3 以超大和特大沿海城市为核心的沿海城市群空间

京津冀城市群、长三角城市群、山东半岛城市群、粤闽浙沿海城市群、粤港澳大湾区和北部湾城市群是国家级沿海城市群。在此基础上,沿海城市群空间是将11个省53个沿海城市跨越省际行政区划界限,依据海域资源禀赋和城市特征,以地理区位优势形成海岸相连的海洋运动城市群。以超大和特大沿海城市为核心,辐射带动相邻沿海城市和周边非沿海城市,促进城市间协同发展,如天津市和河北省沿海城市带动

京津冀地区的水上运动发展。发挥“城市群+港口群+岛屿群+产业群”的叠加效应,规划形成湾区、贸易区、度假区等海洋体育产业集聚群的空间格局。以海洋体育赛事连接内陆和相邻城市,形成“陆海统筹、城乡合作、城际互通”的区域协同发展,进而促进城市群、都市圈、经济圈的城市规划和建设,推动以超大和特大沿海城市为核心的城市群高级形态演进。

4 新发展阶段我国海洋体育产业发展的空间布局

海洋体育产业的发展在区位理论基础上,根据城市资源特征、外源支持、市场需求等环境变化,对不同区域、不同项目、不同产业类型进行系统合理的布局,通过长期培育优质企业,进而实现具有区域特色的产业城市增长。

4.1 按空间规划和区位要素布局项目发展,提升海洋运动参与度

1)将海洋体育产业发展纳入全球海洋中心城市建设和城市国土空间规划。

统筹中华民族伟大复兴战略全局和世界百年未有之大变局,应发挥全球海洋中心城市先导经济强势,将海洋体育产业融入全球海洋中心城市建设和重大战略任务。2019年“The Leading Maritime Capitals of the World”公布综合排名前15位的全球海洋中心城市,我国香港(第4名)和上海(第6名)进入榜单。另有广州、大连、青岛、天津、宁波、深圳、舟山和厦门8个城市都提出要建设全球海洋中心城市。因此,在发展海洋经济、海洋文化、海洋生态中,应规划建设海洋体育产业重大项目,形成差异化特色项目,强化体育的海洋功能和能级提升,如青岛西海岸开发精品海上体育旅游产品或线路,成为城市彰显“蓝色实力”的特色名片。与此同时,还要做好生态规划,体育局与海洋发展局和工商局联合,加强产业经营许可资格审查和相关行业监管,划定适合开展的海域,守住生态红线和安全底线。

沿海城市国土空间规划中强化海洋体育功能区建设。2019年5月国务院印发的《关于建立国土空间规划体系并监督实施的若干意见》中提出,以陆海统一的主体功能区为基础,推动构建海洋和海岸带空间规划新格局。海洋体育产业强化海洋与海岸带相连接的经济功能,将海洋体育纳入国土规划空间布局有助于滨海规划完整和体系建成。应依据城市资源条件、文化特色、海洋体育产业基地建设、海洋体育旅游项目等,因季、因地制宜开展“五位一体”空间的海洋运动项目。此外,应注重公共服务功能的植入,建成栈

道、公园、广场相连接的滨海体育文化旅游憩空间,着重强化海洋体育激发城市活力动能,推动海洋体育产业整体规划合理空间布局。

2)以海相连整合各类海洋区位要素,推动区域间协同和全方位快速发展。

国家区域发展战略,就是谋求通过一体化的发展以及基础设施的互联互通,打破区域障碍,促进资本、技术、人才等各种要素跨省份、跨地区自由流动和优化重组,支撑中国经济高质量发展^[19]。海洋体育产业应形成多个区域一体化发展,以海连接城市,整合自然气候、海水条件、港口区位以及沿线城市经济等因素,促进资金、人才等产业要素流动,跨越省市行政区划,进行因海结盟的社会行为。

充分发挥城市群空间组织紧凑、经济联系紧密、要素集聚优势明显的特点,培育一批具有较大影响力的体育城市,打造体育产业增长极^[20]。遵循沿岸城市群空间逻辑,从城市发展规划扩展到区域发展规划,促进区域特色海洋体育产业发展。建立海湾区、海岸线一体化的海洋体育经济圈和产业带,例如,环渤海湾、粤港澳大湾区、广西北部湾、台湾海峡开展独具区域特色的海洋体育赛会和节庆,开发以青岛为核心的胶东半岛与江浙沿海一带形成海洋体育旅游产业带等,实现城市间海洋体育各要素互通互融。

4.2 创新海洋体育产业载体建设,形成“海洋-内陆-内水”辐射效应

1)以海洋运动引领城市水上运动,推动非沿海城市的海洋项目发展。

海陆统筹发展是海陆一体空间逻辑的实践,坚持“以海定陆”理念,将海洋体育产业示范基地建设、项目分布由海洋延伸至内水(江、河、湖)。以内陆经济推动海洋体育产业经济发展,增加城市“海洋-腹地”“港口-腹地”的双向流动,构建海洋体育产业的城市海陆空间布局。

一方面,沿海城市优化配置当地海域资源以及入海口条件进行项目布局,开展本地特色的健康休闲、职业竞技和渔猎结合的项目,引领内陆的水上运动发展。另一方面,非沿海城市就江河湖等水上资源,开展摩托艇、电动冲浪板、浆板等项目,激活城市“内水”,以“造浪”“运沙”等方式开展海洋体育娱乐项目。例如,曾是乱石滩的三峡库区腹地——重庆云阳县,现已通过运沙改造修复为国家级的沙滩足球比赛用地。此外,发展传统深海潜水运动,要防止海洋水质退化、海洋生物受损、海洋景观损毁和海洋功能失调,可通过海洋体育协会的立法对相关海洋产业进行约束规范^[4]。因此,充分发挥“海洋-内陆-内水”辐

射效应的同时,坚持江海一体、河海共治,将生态修复与体育、文旅产业发展相结合,是海陆统筹的重要工程。

2)构建海岸带与综合体相呼应的“带-体”结构海洋体育游憩空间。

以海陆结合的形式扩增海洋体育旅游示范基地和精品赛事,建设魅力滨海运动岸带、湾区休闲运动旅游带,释放示范基地的集聚效应、规模效应和辐射效应。支持推出一批体育特色鲜明、服务功能完善、经济效益良好的户外运动休闲空间型、商业空间载体型、体育场馆型等体育服务综合体项目,以运动项目布局为主导,配套商业、娱乐、休闲等内容,注重社交体验、时尚消费和家庭消费^[20]。结合海岸带特点和周边陆域设施特色,建立室内综合海洋运动馆,如室内冲浪馆、潜水馆等,满足不同项目和不同难度海洋运动的“一站式”体验需求,同时减轻部分沿海城市因冬季气候漫长的限制,提供室内外互补的海洋运动场所,形成海陆一体、沉浸式体验的海洋运动空间,吸引群众向海运动。

3)布局国际海洋体育赛事海岛和休闲度假主题岛群。

以岛屿空间结构和当地特色为核心,形成诸岛互联的休闲渔区和体旅度假区,如大连长山群岛、舟山群岛、海南西沙群岛等,建立高端时尚、民俗异域的海洋运动休闲度假岛群。不仅如此,海岛互联还能延续和开辟跨国体育“海丝之路”。习近平总书记曾亲自出席2018年“远东杯”国际帆船拉力赛颁奖仪式。这是青岛本土开创的跨国离岸赛事品牌,在俄罗斯符拉迪沃斯托克、日本富山县设立停靠站。此类比赛还可以拓展南海至北非的“郑和航线”,开放东西海上空间,充分体现海岛联动对开发“海上丝绸之路”休闲体育带的重要作用。

构建不同层级品牌赛事体系。全国11个沿海省市应由“同质化竞争”关系走向“特色化合作”关系,创办城市联赛、开拓赛事新航线、激活城市群功能。依据沿海城市岛屿资源条件和文化特色,全力打造职业赛事、俱乐部赛事、青少年赛事和亲子赛事等不同层次的自有海洋运动赛事IP。利用商业聚合效应,建立竞赛观赏、现代赛事品牌体系。

4.3 推进海洋体育制造业高端化,构建“产学研用”国有品牌高新技术产业链

我国“粒子狂热”赛艇皮划艇服、“珐伊”船艇、“海星”游艇、“龙王恨”钓具等本土品牌已在国内乃至国际上小有名气。2015年国务院印发《中国制造2025》指出,提高企业制造创新能力。海洋体育企业应着力加强自主研发和制造能力,逐步向高端海洋运动船艇、装备、器材制造转型,在钓具、龙舟、船板

艇制造及维修等领域,逐渐形成品牌优势和产业链,实现生产规模化、智能化,增加进出口销售和转运等。

以生产、科技、设计、实用为抓手,从设计研发、零件制造、加工生产到销售、出口,引进创新型科技人才,运用互联网运营码头建造、运动船艇维修与租赁等业务,形成配套产业、集群成链。以广州海丝主港和深圳经济特区优势为核心的粤港澳大湾区、上海超大城市和舟山四面环海优势为核心的长三角地区、青岛帆船文化和大连沿海老工业基地优势为核心的环渤海地区为重点,逐步培育海洋体育先进制造业产业链。未来,海洋体育“中国制造”将逐步走向“中国质造”和“中国创造”,迈向全球品牌价值链的中高端。

4.4 金融赋能海洋体育产业高质量发展,建构特色产业集聚功能区

1) 强化海洋体育金融支撑力。

建构特色产业集聚功能区的前提需要金融资本支持,以破解中小微企业的融资难题。第一,建立地方海洋体育产业专项基金。用于建设完善海洋体育设施,强化海洋体育公共空间的公益性,扶持海洋体育文化产业创新创业项目,推动海洋体育人才培训和青少年培养。第二,要开放“竞艇”等海洋体育赛事博彩业。激发群众参与热情,刺激海洋体育竞赛表演消费,努力成为海洋体育度假消费的主要驱动力之一。第三,各沿海省(市)自然资源厅(局)与当地银行形成战略合作,创新海洋体育产业信贷产品和融资服务,如“场地贷”“赛事贷”“培训贷”等。通过信用贷款支持海洋体育运动的滩涂资源改造,为大型体育赛事的码头、泊位等基建提供授信支持;通过融资租赁支持运动船艇、海洋体育装备等一系列制造业发展,为海洋体育产业注入资本活力。

2) 建设海洋运动特色旅游、休闲垂钓、康养等功能产业集群。

“十四五”时期新技术革命带来的新兴数字经济、多元跨界融合等将促使体育产业结构与格局发生深刻变化^[21]。形成海洋体育产业发展的集聚功能区,要实施海洋体育产业融合工程,推进海洋体育与相关产业的融合,拓展融合发展的领域,推进体育产业在更宽广领域、更深层次和更高水平上的全面发展^[22]。在资本合作基础上,以海洋运动元素为核心,融合渔、旅、文、商、康养等产业,促进业态升级和产业集群,打造要素优势明显的海洋体育产业增长极。

第一,休闲运动滨海旅游产品提档升级。结合滨海观景、运动休闲等要素发展旅游和休闲度假产业,以海洋体育为主题的节庆、会展活动应具有城市特色,开发都市高端海洋体育旅游产品。在深圳、三亚、上

海、青岛等地,推出游艇、游船等海上高端休闲消费旅游。丰富运动项目种类、运动形式和海洋运动场景,注重品质升级,提供高端、时尚、普及、亲民的全品类产品和服务。

第二,加快发展海钓休闲渔业。将海洋体育与渔业经济广泛结合,集渔业、休闲游钓、旅游观光为一体。以舟山渔港经济区为例,由渔港为源头,延伸、扩展到海洋经济产业链,形成“渔业经济+海洋体育+休闲旅游”融合发展^[23]。沿海城市利用资源禀赋优势,分区规划海洋钓场,建立综合海钓基地和垂钓体验中心,增设游钓线路和网箱垂钓点,以丰富渔业经济资源,拉动海钓相关产品销售、海上休闲娱乐等产业经济发展。

第三,强化海洋运动的健康产业功能区。发展集运动健身、旅游度假、养生养老为一体的海洋运动健康产业,将海洋民俗体育活动、海水疗法、沙滩理疗与康养度假融合,满足各类人群需求。另有智慧海洋场景的运动沉浸式体验赋能大健康产业,打造城市海洋运动健康产业名片,加快产业渐进式发展节奏。

3) 发展壮大中小微企业,培育海洋体育单项冠军企业。

《“十四五”体育发展规划》在培育壮大市场主体方面,提出要力争培育100家营业收入超百亿元、品牌知名度高、国际竞争力强、行业带动性大的体育企业,还要培育一批细分领域的“专精特新”中小企业、“瞪羚”企业和“隐形冠军”企业,鼓励有条件企业以单项冠军企业为目标做强做优^[24]。福建奥翔体育塑胶科技股份有限公司被列为第一批国家重点专精特新“小巨人”企业,并获中央首期200万元扶持资金。

据此,海洋体育中小企业未来核心竞争力将源于“专精特新”的能力和实力,为制造业和实体经济发展贡献力量。一方面,政府应鼓励当地海洋体育相关企业向“专精特新”发展,重点培育海洋体育企业单项主业、精细深耕、特色新颖发展,补齐短链、强化弱链。另一方面,政府从“政策+资本+服务+载体”等多个层面梯度培育,给予在研发、技术认定、智能场景、人才引进、空间规划以及品牌塑造等方面的支持,为海洋体育产业创造良好营商环境,积极推进“微起步”“小升规”的企业发展。

在全球空间规划与海洋经济可持续发展趋势下,海洋体育在其中具有不可替代的多元功能与地位,体育向海而生、向空发展的时代机遇已到来。依托海洋自然资源、群众体育的向海趋势以及政策保障等优势条件,应抢占优先发展权。同时海洋体育发展仍面临

着诸多困境和挑战,特别是赛事挖掘和深耕项目产业问题。要立足新发展阶段,坚持“以海定陆”理念,从区位逻辑和空间经济学视角,全域统筹规划和布局海洋体育产业发展,精耕市场聚焦高品质与高新技术,创造以海洋体育运动为核心、配套产业形式存在的集群产业链,建构特色产业集聚功能区。形成通过海洋体育赛事和产业相连的城市群、海岸带和经济圈,需要政府和市场共同营造企业发展环境,以满足人们向海运动需求,加快推动海洋经济和体育产业发展。

参考文献:

- [1] 新华网. 习近平在中共中央政治局第八次集体学习时强调:进一步关心海洋认识海洋经略海洋,推动海洋强国建设不断取得新成就[EB/OL]. (2013-07-31)[2021-06-30]. http://www.xinhuanet.com/politics/2013-07/31/c_116762285.htm
- [2] 安虎森. 新经济地理学原理[M]. 第二版. 北京:经济科学出版社, 2009.
- [3] 刘敏. 发展海洋体育产业 助力海洋强国建设[N]. 中国社会科学报, 2020-09-25(008).
- [4] 王颖. 中国海洋地理[M]. 北京:科学出版社, 1996.
- [5] 王宏, 鲜祖. 2017 中国海洋统计年鉴[M]. 北京:海洋出版社, 2017.
- [6] 中华人民共和国自然资源部. 第三次全国国土调查主要数据成果发布[R/OL]. (2021-08-26)[2021-09-30]. http://www.mnr.gov.cn/dt/ywbb/202108/t20210826_2678337.html
- [7] 中国旅游研究院. 中国旅游研究院和马蜂窝旅游联合发布《中国体育旅游消费大数据报告(2021)》[R/OL]. (2021-07-16)[2021-10-10]. <http://www.ctaweb.org.cn/cta/ztyj/202107/648dc09d1ff84677b31902ecca72f76.shtml>
- [8] 梁一军, 王凯. 中国体育产业发展报告(2020): 2019—2020 年中国体育健身休闲产业发展研究[M]. 北京:社会科学文献出版社, 2021.
- [9] 周良君, 丘庆达. 海洋体育休闲, 是粤港澳大湾区美丽风景, 更是美好生活(三)[N]. 中国体育报, 2020-05-27(005).
- [10] 熊芳至. 海洋文化蓝皮书: 中国海洋文化发展报告(2020)——中国海洋体育运动的现状与展望[M]. 北京:社会科学文献出版社, 2020.
- [11] 国家体育总局. 体育总局关于命名、认定 2020 年国家体育产业基地的通知[EB/OL]. (2021-04-27)[2021-06-05]. <https://www.sport.gov.cn/n315/n20001395/c20998331/content.html>
- [12] 国家体育总局. “国家体育旅游示范基地”创建单位和“国家体育旅游精品赛事”名单公示[EB/OL]. (2017-06-28)[2021-04-28]. <http://www.sport.gov.cn/n323/n10516/c812668/content.html>
- [13] 鲍明晓. “十四五”时期我国体育发展内外部环境分析与应对[J]. 体育科学, 2020, 40(6): 3-8.
- [14] 赵晶, 闫育东, 王重阳. 天津“蓝色体育产业”开发的可行性分析与实施构想[J]. 武汉体育学院学报, 2015, 49(9): 52-56.
- [15] 任波, 黄海燕. 数字经济驱动体育产业高质量发展的理论逻辑、现实困境与实施路径[J]. 上海体育学院学报, 2021, 45(7): 22-34.
- [16] 韩政. 我国海洋体育产业发展对策[J]. 社会科学家, 2016(11): 75-78.
- [17] 赵吉峰. “一带一路”背景下我国海洋体育发展战略研究[J]. 体育文化导刊, 2018(12): 15-19.
- [18] 张同宽. 海洋体育实用教程[M]. 北京:海洋出版社, 2017.
- [19] 徐佩玉. 区域协同, 创造新增长极[EB/OL]. (2020-07-27)[2021-09-15]. http://www.gov.cn/xinwen/2020-07/27/content_5530273.htm
- [20] 黄海燕, 康露. 新时代体育产业高质量发展的理论逻辑与实施路径[J]. 体育科学, 2022, 42(1): 15-34.
- [21] 杨桦, 仇军, 陈琦, 等. 新时代我国体育哲学社会科学研究现状与发展趋势——基于国家“十四五”体育学发展规划调研分析[J]. 体育科学, 2020, 40(8): 3-26.
- [22] 凌平, 刘金利, 李雪飞. 对我国海洋体育发展战略的思考[J]. 北京体育大学学报, 2013, 36(3): 16-22.
- [23] 浙江省体育局. 借势渔港经济 浙江体育劲吹“海洋风”[EB/OL]. (2018-05-11)[2021-09-01]. <http://www.sport.gov.cn/n316/n338/c858303/content.html>
- [24] 国家体育总局政策法规司. 体育总局关于印发《“十四五”体育发展规划》的通知[EB/OL]. (2021-10-25)[2022-06-23]. <https://www.sport.gov.cn/zfs/n4977/c23655706/content.html>