

基于《实施方案》政策文本的体育消费城市建设研究

潘磊

(湖北省社会科学院 财贸所, 湖北 武汉 430077)

摘要: 根据区域异质性理论, 对31个体育消费试点城市《实施方案》的文本研究发现, 体育消费试点城市建设的目标定位可分为先发引领型、特色示范型、后发跨越型, 政策路径可分为偏向供给型和供需双向型, 政策保障可分为营商环境建设类和政策工具选用类, 这与区域经济发展水平、体育发展基础、体育消费需求、营商环境等因素密切相关, 其动力机制源于供给侧、需求侧和环境侧要素间相互作用和相互促进的结果。需要关注的是, 试点城市目标定位的科学性有待提高、建设举措的区域异质性体现不足、政策保障还不够细化实化, 未来应设置科学合理的目标定位, 从供需两侧精准发力促进体育消费提质扩容, 增强政策举措的针对性, 强化政策“落地感”。

关键词: 体育经济; 体育消费试点城市; 区域异质性理论; 文本分析

中图分类号: G80-05 文献标志码: A 文章编号: 1006-7116(2024)04-0081-07

Research on the construction of sports consumption city based on the policy text of the “Implementation Plan”

PAN Lei

(Department of Finance and Trade, Hubei Academy of Social Sciences, Wuhan 430077, China)

Abstract: Based on the theory of regional heterogeneity, the paper conducts a textual study on the implementation plans of 31 sports consumption pilot cities, and it is found that the target positioning of construction for sport consumption pilot city could be divided into first leading, featured demonstration, and later leapfrog types, and policy paths could be divided into supply oriented and dual oriented types with supply and demand, and policy guarantees could be divided into business environment construction and policy tool selection types, and all these have been closely related to the level of regional economic development, the foundation of sports development, the demand for sports consumption, and the business environment. And its driving mechanism originates from the result of interaction and mutual promotion between factors of supply side, demand side, and environmental side. However, it should be noted that the scientificity of the target positioning for pilot city needs to be improved, the regional heterogeneity of construction measures is insufficient, and policy guarantee are not detailed and practical enough. In the near future, scientific and reasonable target positioning should be set, and precise efforts should be made from both supply and demand sides to promote the improvement and expansion of sports consumption, so as to enhance the pertinence of policy measures, and to strengthen the sense of policy implementation.

Keywords: sports economy; sports consumption pilot city; regional heterogeneity theory; text analysis

体育消费是全面建设体育强国的重要维度, 是落实扩大内需战略、构建新发展格局的重要内容^[1], 中共中央、国务院印发的《扩大内需战略规划纲要(2022—2035年)》明确提出促进群众体育消费。近年来, 大众

体育消费意识不断提高、消费规模日益扩大, 但也应看到当前体育产品服务有效供给不足, 体育消费潜力尚未充分释放, 体育消费引领体育产业高质量发展的作用发挥还不够^[2]。为扩大有效供给、促进体育消费潜

收稿日期: 2024-01-04

基金项目: 国家社会科学基金项目“数字经济促进体育消费的机理、效应与路径研究”(22BTY030)。

作者简介: 潘磊(1985-), 男, 副研究员, 博士, 硕士生导师, 研究方向: 体育经济。E-mai: peterpan_85@163.com

力释放,国家体育总局于 2020 年开展体育消费试点城市建设,力图通过试点形成若干可复制推广的典型经验。在相同战略规划之下,地方政策执行的差异化是必要的,这是适应我国体制的重要制度逻辑^[3]。因此,体育消费试点城市建设既需要自上而下顶层设计的宏观指引,也需要地方政府因地制宜的探索,以更好体现试点代表性并形成典型经验。那么在中央战略框架下,地方政府如何基于自身特点细化政策目标、设计政策路径、健全政策保障?又存在哪些不足?而对试点城市体育消费政策的考察,有助于深入理解新时代我国体育治理的基层实践及其实现模式。

体育消费供给扩大和潜力释放需要良好的政策环境^[4]。已有研究主要从供给侧、需求侧和环境侧等方面关注体育消费政策,认为应构建多元供给机制并通过“放管服”改革提升供给效率^[5],借助跨界融合方式和数字化手段拓展体育消费空间,为大众提供更丰富更优质的体育产品服务^[6-7];同时应根据差异化的体育消费需求进行市场细分,引导大众形成理性健康的体育消费观念,刺激大众体育消费行为^[8-10]。财税、金融、土地等领域的优惠政策是扩大体育消费的重要政策保障^[11-12],发放体育消费券、运动积分兑换等被认为是体育消费政策创新的重要表现^[13]。相关研究主要从国家层面探讨体育消费政策,本研究则以试点城市为对象,考察体育消费政策的地方实践并指出存在的局限及优化建议,以期为后续试点推广和其他地区制定有效的体育消费政策提供启示与参考。

1 资料来源与研究方法

1.1 资料来源

体育消费试点是国家体育总局推动体育产业治理能力现代化的重要抓手,旨在通过试点城市建设,以推动体育消费机制、政策、产品、模式等方面的创新,形成若干可复制可推广的典型经验,以点带面促进体育消费规模持续增长、消费结构不断升级。40 个体育消费试点城市分布在全国 23 个省(市、区),试点城市选择的标准是工作机制健全、产业基础较好、体育设施健全、支持措施明确,试点城市的经济社会发展水平和体育发展环境有较大差异,这些特征有助于探索典型经验,从而为其他地区促进体育消费提供经验借鉴。通过网络检索,共有 37 个城市专门发布体育消费试点建设的《实施方案》,31 个城市公开《实施方案》的文本内容,东、中、西部和东北地区分别有 12、7、10 和 2 个。

1.2 研究方法

以公开的 31 个试点城市《实施方案》文本为研究

对象,采用内容分析法,借助 Nvivo 软件的词频统计和编码功能,对相对稳定和静态的体育消费政策文本进行分析。内容分析法是一种基于文本内容通过定量解读并描述内容特征的方法,政策文本内容分析是反映政策意图的重要载体,有助于梳理政策目标、任务分解,从静态层面寻找问题,精准而有效地提出改进方案^[14]。首先,通过阅读《实施方案》文本,发现每个试点城市的《实施方案》主要包括建设目标、建设路径和保障措施 3 个部分,在此基础上依据《实施方案》内容,将建设目标、建设路径和保障措施作为研究的主要内容和分析框架。其次,对《实施方案》文本进行词汇挖掘,结合高频词分析体育消费试点城市实践探索的基本特征。高频词是经常使用和频繁出现的词语,体现治理主体的目标指向、方法路径等^[15],能够反映各地推进体育消费试点的努力方向和方法举措。最后,结合高频词分析和编码功能,将行为相近的高频词统一编码为具体举措,并基于这些具体举措归纳其建设路径和保障措施。

2 建设的总体特征与区域差异

2.1 总体特征

1)政策目标聚焦体育产业高质量发展。

试点城市《实施方案》的建设目标反映各地促进体育消费的目标定位。(1)试点城市建设的具体指标指向体育产业高质量发展。高频词统计表明体育消费和体育产业的出现次数最多,分别有 201 和 145 次。从体育产业最终需求构成来看,体育消费是体育产业的重要组成部分,已有研究表明消费是长期以来我国体育产业发展的主要动力,实现体育产业高质量发展需要发挥体育消费的支撑作用^[16]。因此,试点城市大都将体育产业发展作为重要的建设目标。(2)试点城市倾向从供给侧设置具体指标。结合高频词来看,围绕体育消费这一核心词形成体育产业、健身、赛事、体育场地、规模、面积等热词,反映试点城市主要从供给侧扩大体育消费供给的发展思路。(3)试点城市侧重于发展观赏型体育消费和参与型体育消费。结合高频词来看,健身、赛事、服务等热词,反映试点城市主要通过举办各类全民健身活动和赛事发展健身休闲业和竞赛表演业,重点关注居民的参与型体育消费和观赏型体育消费,但对居民购买体育服装以及运动器材等实物型体育消费关注不足。

2)政策路径聚焦扩大体育消费有效供给。

利用 Nvivo 分析并归纳体育消费试点城市建设的政策路径,共获得 176 个有效关键词,将内涵相近的关键词统一编码为具体行动,并基于这些具体行动归

纳其背后的路径概念，最后得出各地推进体育消费试点的6大路径选择。

(1)赛事是体育产业的本体核心，赛事创造的消费场景在赛前、赛中乃至赛后都会释放参与者和观赛者消费热情、促进体育消费。试点城市发展赛事经济的主要举措包括引进高端国际赛事、培育特色品牌赛事等。比如福州市、大连市提出依托海洋特色，打造帆船帆板等海上品牌赛事。(2)体育场地设施的数量、类型和质量直接关系到体育消费的规模和结构。试点城市扩大体育场地供给的主要举措包括新建和改扩建体育场地设施、推动体育场地设施对外开放等。比如成都市提出以社区为主体打造“家门口”的运动空间。(3)消费载体建设，尤其是打造消费新场景是激发体育消费潜力的关键。试点城市主要举措包括建设体育产业示范基地、体育特色小镇、体育综合体等消费新场景。比如金华市提出打造以“体育+”特色村(居)、运动休闲基地等体育群落为亮点的体育消费集群。(4)体育产业的跨界融合催生新的体育需求，促进体育消费潜力释放。试点城市主要通过体旅融合、体教融合、文体融合等推动体育跨界融合。比如大连市、日照市提出打造“一日比赛、多日停留；一人参赛，多人旅游”的体育旅游模式。(5)区域体育产业合作是推动体育市场一体化的重要路径^[17]。试点城市主要举措包括联合举办体育赛事、成立区域体育产业联盟等。比如遵义市提出以长征国家文化公园建设为契机，与赣州市、长沙市、桂林市、延安市等城市建立“长征之路”体育产业联盟。(6)体育产业与数字经济的深度融合，使得体育产业拥有纯粹依托线上的产业链条并能够实现完整的线上体育消费行为，推动体育消费新产品新模式形成^[18]。试点城市推动数字赋能体育消费发展的主要举措包括开发数字化体育产品服务、推广应用数字体育技术，打造体育消费新模式等。比如绍兴市提出创办“全国网红直播绍兴”文化体育旅游体验者大会，为消费者提供线上体育旅游服务。

3)政策保障聚焦优化环境和提升服务效能。

利用 Nvivo 分析并归纳体育消费试点城市建设的保障措施，共获得 132 个有效关键词，将内涵相近的关键词统一编码为具体举措并归纳为统一概念，最后得出各地推进体育消费试点的 4 大政策保障措施。

(1)加强组织领导。加强组织领导是一种科层运作的注意力分配方式，有利于实现权威和人、财、物等要素资源的倾斜使用，保证政策目标的有效贯彻^[19]。试点城市的主要做法是成立体育消费试点工作领导小组，建立体育消费联席会议制度和工作推进机制等。部分试点城市创新性建立包联企业制度、项目调度制

度等，比如荆门市组织领导干部包联重点体育企业与重大体育项目。(2)优化消化环境。激发消费活力需要良好的消费环境。试点城市主要通过发挥政府和行业协会作用，畅通体育消费堵点，推进体育消费环境建设，主要做法包括深化“放管服”改革与加强体育市场监管、发挥行业协会作用等。比如咸阳市提出建立体育消费者协会，将重大体育消费违法违规行为信息纳入公共信用信息平台。(3)完善要素支撑。资源要素配置是体育消费的重要支撑。试点城市主要通过优化土地、金融和人才等要素资源配置为激活体育消费潜力提供保障。比如西安市、三明市提出对建设体旅和体医养融合的项目优先安排新增建设用地指标。(4)强化统计监督。统计监督重在试点建设成效予以考核评估。试点城市的主要做法包括建立体育消费调查监测机制、强化绩效考核与引入第三方评估、目标任务评估制度等。比如绍兴市提出建立体育消费及赛事经济统计评估模型，形成体育消费“绍兴指数”。

2.2 区域异质性视角下体育消费试点城市建设的差异及动力机制

1)区域异质性视角下体育消费试点城市建设的内涵。

我国地域空间、消费需求、区域经济社会发展存在不同程度差距，导致体育消费发展存在较大的区域异质性。张瑞林等^[20]认为我国区域特点较为明显，体育产业发展呈现区域异质性特点。异质性与同质性是生物学相关概念，马歇尔和熊比特在人力资源研究中最先发现和拓展区域异质性问题^[21]，区域异质性问题主要反映的是不同行业、产业或相关领域的差异化问题。已有研究认为，服务业的发展因资本、劳动力、要素投入、资源配置效率及区域经济运行特征存在差异而表现出异质性，区域间体育产品与服务的需求与供给等问题各不相同，且各地居民体育消费偏好存在一定差异^[22]，从而在整体与局部、城市与农村之间产生区域异质性发展特征。李凌等^[23]认为区域异质性视域下体育消费主要受到区域经济发展水平及地区人文环境差异影响，进而形成区域体育消费差异。与此同时，区域异质性体育消费不仅受到外生性异质因素影响，也受到产业内部和消费者个人行为内生性异质因素影响。综合上述文献，本研究认为区域异质性视角下体育消费试点城市建设主要受到区域经济社会发展水平和地理差异影响，进而在目标定位、路径选择和保障措施等方面呈现差异性。

2)区域异质性视角下体育消费试点城市建设的差异及影响因素。

根据试点城市设置的目标数量、种类和数值，本研究将试点城市的目标定位分为先发引领型、特色示

范型、后发跨越型3种类型^[3]。先发引领是经济发达地区试点城市建设的目标定位,这些城市建设的目标定位与区域经济社会发展水平密切相关,在试点建设成效方面具有较高的目标定位,致力于发挥先发引领作用。如苏州市提出2022年人均体育消费支出达到3500元,是试点城市目标设定较高的城市之一,这与城市的经济社会发展水平密切相关。2020年苏州市人均GDP达到15.8万元,位列全国第6位,人均体育场地面积3.75平方米,高于全国平均水平70.5%。特色示范型是试点城市根据城市特征选择特色举措作为推动试点建设的主要抓手,这些城市建设的目标定位与城市资源和竞争优势密切相关。如三明市是典型的山区城市,森林覆盖率位居全省第一,该市提出打造具有山区特色的体育消费示范市。后发跨越型是经济欠发达试点城市建设的目标定位,这些城市设定的主要体育消费指标与其他城市相比大都存在差距,但这些城市一般在某些方面具有丰富的资源储备(如文化旅游和生态资源),力图通过发挥比较优势促进体育消费增长。如遵义市红色文化旅游资源丰富,提出打造具有全国影响力的“长征之路”体育品牌以促进体育消费。

区域异质性理论视域下,试点城市的政策路径可分为偏向供给型和供需双向型两类。偏向供给型指从供给侧扩大体育产品服务的有效供给,选择此政策路径的试点城市主要是中小城市,体育消费基础条件较为薄弱,其政策路径的重点是补齐体育消费基础的短板。如渭南市着重从建设体育综合体、体育产业基地、体育服务平台等方面夯实体育消费基础设施。供需双向型指从供给侧和需求侧双向发力,在扩大优质体育产品服务供给的同时激发有潜能的体育需求,选择此政策路径的试点城市主要是经济发展水平和体育发展水平较高的大中城市,其政策路径的重点是从供给侧提供多样化、更高层次的体育产品服务,从需求侧扩大体育消费人口。如南京市推动体育用品国际品牌“首店”引进,开发国际单品“首发”活动,为市民提供更高层次的体育产品。

区域异质性理论视域下,试点城市的保障措施可分为营商环境建设类和政策工具选用类两类。注重营商环境建设指通过“放管服”改革优化营商环境,激发体育消费发展活力。优化营商环境是一项综合性系统工程,区域经济社会发展水平较高、创新性较强的城市倾向于通过“放管服”改革优化体育营商环境,激发体育消费潜力。如深圳市通过赛事安保市场化改革,对安保公司资质、水平、能力等进行综合评价并对外公布,建立质量和诚信体系,质量和诚信越高的安保公司更容易被审批,审批时间也更短,“放管服”

改革有效激发体育赛事消费活力。政策工具选用指通过配置组合政策“工具箱”促进体育消费,这类试点城市经济发展和体育消费水平处于中下游,需要通过多项政策工具组合实现建设目标。如宜昌市构建金融、土地、人才、宣传等政策“工具箱”,力图在供给侧和需求侧协同发力,扩大有效供给,激发潜在体育消费需求。

3)区域异质性视角下体育消费试点城市建设的动力机制。

(1)动力要素分析。探究区域异质性视角下体育消费试点城市建设的动力要素有助于发现体育消费试点城市建设的动力机制,提出体育消费试点城市建设的现实路径。

从供给侧来看,扩大体育产品服务有效供给、培育具有区域异质性的体育消费核心区是试点城市建设的主要选择。比如在扩大体育旅游消费方面,各地依托差异化的旅游和体育资源形成特色鲜明的体育旅游产品。三明市山地资源丰富,打造以山地运动为特色的体育旅游路线;大连、福州等沿海城市海洋资源丰富,各地打造以海洋运动为特色的体育赛事和体育旅游精品项目。

从需求侧来看,体育消费率能够反映城市体育消费能力与消费趋势^[23]。体育消费率较低的城市倾向于通过扩大体育消费人口基数、培育居民体育消费意识提升体育消费水平。如咸阳市推行市、区领导联系指导部门干部职工体育健身,相关部门协调推动企事业单位职工参与体育锻炼的工作制度,提升体育人口比例,从而增强体育消费能力。体育消费率较高的城市倾向于通过创新体育产品服务、培育新型体育消费业态,以适应体育消费市场需求变化趋势^[23]。比如杨浦区依托数字经济优势大力发展直播健身、线上体育培训等新型体育业态,扩大体育消费新需求。

从环境侧来看,体育消费政策的调控引导为我国体育消费高质量发展指明方向,试点城市通过顶层设计与地方发展实际相结合提出差异化的建设路径和保障措施。如金华市为优化完善体育基础设施,制定场馆智能化建设改造奖励办法;为扩大体育产品服务供给,修订体育产业发展专项资金管理办法,引导和带动更多社会资本投入体育产业。

(2)动力机制分析。根据马克思政治经济学原理提出的生产、分配、交换和消费各环节要素彼此之间的循环样态,结合已有研究^[23],本研究认为体育消费试点城市建设的动力机制源于供给侧、需求侧和环境侧动力要素间相互作用、相互促进的结果。一方面,体育消费试点城市建设动力要素的相互驱动机制能充分

发挥对体育消费增长的合力作用,加速体育消费升级。高低不一的体育消费率让试点城市选择差异化的建设重点,同时匹配差异化的保障措施,进而实现差异化的目标定位,有效促进体育消费。另一方面,供给侧、需求侧和环境侧动力要素间存在循环机制,能够有效提升城市体育消费样态的经济效益。具体而言,供给侧结构性改革能够扩大体育产品服务供给,激活体育消费需求、改善体育消费环境,从而促进体育消费;大众对高品质的体育消费需求提升,对体育产业供给侧结构性改革形成一种牵引作用,最终形成动力要素的良性循环,实现体育消费高质量发展格局。

3 建设存在的局限及优化建议

3.1 存在的局限

1)建设目标的科学性有待提高。

第一,试点城市建设的目标定位论证不充分。比如中西部一些试点城市提出打造体育消费全国示范城市,示范城市选择的重要衡量指标是人均体育消费水平,这些试点城市提出的人均体育消费水平增速与试点前基本持平,甚至略低于试点前增速,这难以成为示范城市。与此同时,如若提出过高的目标定位,试点城市需要花费更高成本,既不能体现当前党中央提出的“勤俭节约办大事”,试点的投入产出效率也难以保证。可见试点城市如何结合自身特点和发展现状,提出科学的目标定位尤为关键。

第二,建设目标的指标体系不明确。国家体育总局要求试点城市应设置定性指标和定量指标,定量指标是对核心指标进行量化,能够直观反映试点建设成效。实践中,仍有近1/3的试点城市对体育消费规模、人均体育消费水平等核心指标没有给出具体的量化目标,这可能造成试点成效不尽人意^[1]。学者认为,尽管模糊性的政策有助于各地因地制宜,但核心目标的清晰化对政策监督和评估有重要作用,能够保证建设目标的实现^[2]。与此同时,区域异质性视角下体育消费试点城市建设的动力机制分析表明,促进体育消费需要从供给侧、需求侧、环境侧多向发力。比如体育人口数量、经常参加体育锻炼的人数比例是反映体育消费潜在需求的重要指标,但有1/3的试点城市并未从需求侧提出具体指标。

2)建设举措的区域异质性体现不足。

第一,国家体育总局要求试点城市补齐短板和薄弱环节,这就需要抓住试点建设的关键问题,并提出与自身特点相协调的建设路径。体育消费试点城市建设的动力机制分析表明,试点城市具有高低不一的体育消费率,其建设任务应突出重点并体现差异化。然

而实践中,只有上海市杨浦区、三明市等少数城市提出重点建设任务,大部分试点城市均未明确建设的重点。需要指出的是,试点建设的周期为3年,如若提出的任务过多或很难形成典型经验,实现创新突破,这也就失去试点的意义。

第二,部分试点城市建设举措与自身发展特点结合不够,区域异质性和创新性体现不足。体育消费试点城市建设的动力机制分析表明,供给侧、需求侧和环境侧相互影响、相互作用,从供给侧扩大体育产品服务供给、建设体育消费核心区,需要与需求侧体育人口、体育消费基础以及环境侧适宜的政策工具相匹配,以此体现区域异质性。然而实践中,比如西部某试点城市提出发展电子竞技,但电子竞技与区域经济社会发展水平密切相关^[3],需要良好的发展基础,但2022年该市人均GDP仅有6.7万元,低于全国人均GDP平均水平8.6万元,与苏州市、深圳市等拥有多年举办电子竞技赛事经验的城市相比差距较大。

3)政策保障措施有待深化。

第一,保障措施的力度有待提高。国家体育总局从组织领导、消费环境优化、要素资源支撑、统计监督评估等方面对试点城市提出具体要求,同时明确各主体责任和功能作用,但部分试点城市据此提出的保障措施力度较小。比如统计监督评估方面,一是少数试点城市尚未对体育消费进行统计监测,二是多数试点城市对体育消费规模等指标进行常规统计监测,缺乏对统计监测数据的分析与运用。如尚未开展对不同类型居民的体育消费偏好调查、体育消费热点与趋势研判、重点体育赛事和体育消费券对促消费的作用评估等。

第二,保障措施的具体内容需要进一步细化实化。国家体育总局要求试点城市在土地供给、财税支持、市场主体发展等方面有明确的保障措施,但大多数试点城市提出的保障措施比较“粗线条”,偏向使用“鼓励”“支持”“完善”等模糊性语言,保障措施多而不细、多而不实,较多政策无法真正落地执行。比如财政支持方面,多数试点城市提出加大体育消费试点的资金投入和体育企业扶持资金的支持力度,但支持的内容、方式、标准和服务对象等都没有明确,这可能使得财政支持政策难以落地执行。

3.2 优化建议

1)设置合理的目标定位和清晰的核心指标。

第一,设定科学合理、特色鲜明的目标定位。一方面,试点城市应结合自身经济社会发展水平、体育消费发展现状,综合评估所拥有的资源要素能否以及在多大程度上可以发挥作用,将体育消费面临的短板

弱项作为关键点,进而设定科学合理的目标定位。另一方面,试点城市可根据自身资源特色设定特色鲜明的目标定位,国家体育总局也可在后续试点推广过程中,要求申报城市明确自身特点及与之对应的政策目标,以增强试点的代表性。

第二,设置清晰的核心指标。清晰的核心指标既能反映试点城市建设的目标和举措,也有利于监督评价试点建设成效。考虑到模糊性政策目标的作用,国家体育总局明确试点城市建设的核心指标,既能调动各地的积极性,又能对试点成效进行监督考核。核心目标指标不宜设置过多,应在供给侧和需求侧均有分布。比如江苏省设置的核心目标指标包括人均体育消费水平、人均体育场地面积、高品质赛事活动场次、经常参加体育锻炼人数比例等。

2)供需两侧精准发力促进体育消费提质扩容。

第一,供给侧,试点城市应以扩大有效供给为目标,结合资源特色和建设目标定位,从体育消费场景、体育产品内容、体育消费空间、体育消费模式等方面选择少数几项开展创新试点,促进体育消费提质扩容。以上海市为例,2023年上海市体育局发布的促进体育消费政策重点聚焦体育消费场景创新,通过融合文、旅、商、娱等元素打造面向家庭亲子、友情情侣等场景的体育市集,结合区域地标性建筑、商业街区、运动中心等创设运动打卡点,开发专属运动路线,整合协会、企业和商圈、场馆等资源,打造“尚嗨潮”“尚嗨展”“尚嗨趣”“尚嗨赛”等4个主题系列体育促消费活动。与此同时,国家体育总局也可在后续试点推广过程中,要求申报城市分析本市体育消费需求趋势和制约体育消费的关键问题,并提出差异化的创新举措,求新求实而非求全求多。

第二,需求侧,试点城市可从扩大体育消费人口基数、提高体育消费率方面入手,促进体育消费扩容。一方面,扩大体育消费人口基数的重点在于增强大众体育参与度和体育消费意识^[29]。比如针对老年群体,可整合党员群众服务中心、全民健身中心、社区文体活动站点等场地资源,建设一批普惠型的社区运动健康中心,通过政府贴一点、企业出一点、市民付一点的方式,为其提供体质测试、健身指导、慢性病运动干预、运动康复训练等综合服务,让老年群体知晓科学健身的益处,提升体育消费意识。另一方面,提高体育消费率的重点在于让大众“能消费”“敢消费”。比如针对“能消费”,立足“财政+市场”消费刺激模式,重点关注体育消费券的投入使用情况,综合研判资金投用的时效性、“乘数效应”发挥效果,深入分析影响居民体育消费意愿的原因和深层次诉求,动态优

化消费券面值、券种、用券行业与商户、有效期、使用门槛与场景等实现精准发放,助力增强体育消费能力。

3)增强政策举措的针对性,强化政策“落地感”。

第一,增强政策举措的针对性和有效性。一方面,加强体育消费统计数据的分析与运用,对居民消费偏好进行调查分析,强化不同类型居民体育消费需求和消费趋势预测研判,建立重点赛事活动、体育消费券的经济社会效益分析机制,进一步增强体育消费统计监测效果。另一方面,将市场主体和消费者“急愁难盼”问题作为突出重点,结合试点建设的重点任务,梳理核心问题条目,形成需求清单,职能部门根据需求清单提供与之匹配的政策服务清单。比如针对扶持体育市场主体,可根据经营规模、发展状况、行业特点等,将其分为“生存型”“成长型”“发展型”,实施有针对性的帮扶措施。“生存型”市场主体的政策支持重点是降低经营税费成本,“成长型”市场主体的政策支持重点是提升融资信贷的可得性和便利性,“发展型”市场主体的政策支持重点是加大对创新的支持和营造公平竞争的市场环境。

第二,把推动政策落地见效作为重点。一方面,针对每一项政策保障措施找准落实政策的突破口,提出精准执行的具体实施方案。比如针对财税支持如何落地的问题,应通过调查明确不同类型体育市场主体需要什么样的财税支持,在此基础上面向不同市场主体推出差异化的财税支持工具,明确财税支持的具体内容、对象、流程及办理所需要的材料,依托线上服务平台实现全流程一站式服务,同时对财税支持的效果进行跟踪,根据反馈结果动态调整财税工具和操作细则,提升体育市场主体的“获得感”。另一方面,加强政策沟通,开展专项督查,推动政策落地落实。出台并实施试点建设的目标分解、明确权责、考核与奖惩激励等细则,以试点工作领导小组或联席会议为依托解决试点建设面临的重大问题,打通政策落实“最后一公里”,强化政策的“落地感”。

体育消费试点城市建设是国家促进体育消费、推动体育产业高质量发展和扩大内需的重要举措,地方政府如何在中央顶层设计下定位具体的政策目标、实施路径和保障措施,对后续试点推广和推动其他地区促进体育消费实践具有重要启发意义。通过对试点城市《实施方案》的文本研究发现,试点城市形成发展赛事经济、扩大场地供给、打造消费载体、推动跨界融合、推进区域合作、数字赋能发展等6大建设路径。区域异质性是体育消费试点城市建设的重要特征,各试点城市形成差异性竞争的建设模式,对推动体育消

费城市试点并形成典型经验具有重要意义。需要指出的是,通过政策文本量化分析方法开展研究,一定意义上可以发现问题,但不可否认也存在一些局限。地方实践与政策文本可能会出现偏离,而基于实地调查的实践考察或许能准确识别试点建设存在的突出问题,这也是进一步研究所需关注的重点。

参考文献:

- [1] 鲍明晓. 贯彻《体育强国建设纲要》,办好人民满意的体育事业[J]. 体育科学, 2019, 39(9): 3-13.
- [2] 王兆红,钟华梅,高鞅. 我国体育产业政策目标制定的影响因素研究[J]. 体育与科学, 2019, 40(4): 93-99.
- [3] 郁建兴,黄飏,江亚洲. 共同富裕示范区建设的目标定位与路径选择——基于浙江省11市《实施方案》的文本研究[J]. 治理研究, 2022, 38(4): 4-17.
- [4] 黄海燕,朱启莹. 中国体育消费发展:现状特征与未来展望[J]. 体育科学, 2019, 39(10): 11-20.
- [5] 赵胜国,王健. 感知符号价值下体育消费环境对体育消费观的影响——基于供需双侧协同的分析框架[J]. 体育学刊, 2023, 30(5): 45-50.
- [6] 王睿,杨越. 家庭视域下扩大我国体育消费的政策研究[J]. 体育科学, 2020, 40(1): 42-50.
- [7] 杨蒙蒙,吴际,吴贻刚,等. 体育消费政策工具:选择特征、变迁过程与优化策略——基于政策工具和发展要素双重视角[J]. 上海体育学院学报, 2022, 46(12): 70-81.
- [8] 王雪莉,付群,郑成雯. 2010—2019年中国体育消费政策落实:问题与对策[J]. 体育科学, 2019, 39(10): 40-55.
- [9] 李刚,代刚. 新时期我国体育消费的理论构建和实践路向——基于消费者行为理论研究[J]. 西安体育学院学报, 2023, 40(6): 677-687.
- [10] 赵胜国,王凯珍,邵崇禧,等. 基于家庭规模视角的城镇居民体育消费观特征研究[J]. 中国体育科技, 2021, 57(7): 92-98.
- [11] 胡若晨,朱菊芳,周铭扬. 中国式现代化进程中体育消费试点城市政策量化评价——基于PMC指数模型[J]. 天津体育学院学报, 2023, 38(4): 420-427.
- [12] 赵剑缘,赵轶龙,赵晚晴. 国家体育消费试点城市发展现状与推进策略——基于政策工具视角[J]. 体育文化导刊, 2023(1): 45-52.
- [13] 方春妮. 中国体育产业政策有效性探索:理论依据、政策实践与提升路径[J]. 湖北大学学报(哲学社会科学版), 2021, 48(3): 97-107.
- [14] 丁建彪,张倩倩. 我国生活垃圾分类政策协同结构的内容及局限研究——基于2000—2020年试点城市233份政策文本的分析[J]. 行政论坛, 2022, 29(3): 113-119.
- [15] 张文鹏,段莉,周有美,等. 从《政府工作报告》看改革开放以来体育政策的发展变化[J]. 成都体育学院学报, 2020, 46(5): 1-7.
- [16] 贺新家,潘磊. 高质量发展视域下我国体育产业发展动力演进与展望[J]. 沈阳体育学院学报, 2022, 41(2): 94-101.
- [17] 方春妮,潘磊. 我国体育市场一体化水平及影响因素研究——基于京津冀地区、长三角地区和粤港澳大湾区的实证考察[J]. 体育科学, 2022, 42(4): 22-30.
- [18] 刘冬磊,崔丽丽,孙晋海,等. 产业生态覆盖与消费场景变革:物联网时代下体育消费升级的探索与思考[J]. 体育科学, 2022, 42(4): 86-97.
- [19] 庞明礼. 领导高度重视:一种科层运作的注意力分配方式[J]. 中国行政管理, 2019(4): 130-136.
- [20] 张瑞林,李凌,王恒利. 区域异质性视角下体育产业高质量发展的动力研究[J]. 武汉体育学院学报, 2021, 55(2): 51-60.
- [21] 刘志敏,贺林均. 基于RBT理论的区域体育产业可持续竞争优势的获取[J]. 中国体育科技, 2016, 52(5): 17-25.
- [22] 白桂花,朱旭峰. 政策模糊性、内外部监督与试点初期执行:基于“新农合”的比较研究[J]. 学海, 2020(2): 39-45.
- [23] 李凌,曹可强,张瑞林. 区域异质性视域下体育消费发展的内涵特征、动力机制与现实路径[J]. 体育学研究, 2022, 36(2): 41-51.
- [24] 马宏智,钟业喜,张艺迪. 中国电子竞技产业地理集聚特征及影响因素[J]. 地理科学, 2021, 41(6): 989-997.
- [25] 徐雄,彭飞,苏群珍. 时间成本、体育场所消费支出对个体参与体育运动的经济考量[J]. 体育学刊, 2022, 29(4): 80-85.