

城市化视角下京津冀体育市场一体化研究

张凯录

(中国人民大学 体育部, 北京 100872)

摘要: 京津冀地区作为我国示范性的核心协同发展经济区, 释放的“协同红利”惠及民生。采用相对价格法, 测度了 2003—2022 年京津冀地区体育市场一体化水平及其趋势。研究结果表明: 1) 京津冀体育市场一体化水平可以分为启动期、快速发展期以及高水平稳定期 3 个阶段; 2) 经济城市化、空间城市化以及人口城市化均对京津冀体育市场一体化产生了显著影响, 即: 经济城市化水平越高, 京津冀体育市场一体化水平越高; 空间、人口城市化水平越高, 京津冀体育市场一体化水平越低; 3) 人口城市化水平对京津冀地区体育市场一体化水平的抑制作用, 随着数字化的增强而减弱。

关键词: 京津冀; 数字化; 体育市场

中图分类号: G812 文献标识码: A 文章编号: 1003-983X(2025)01-0052-06

DOI: 10.20185/j.cnki.1003-983X.2025.01.009

Research on the Integration of Beijing-Tianjin-Hebei Sports Market from the Perspective of Urbanization

ZHANG Kailu

(RENMIN University of China, Physical Education Department, Beijing 100872, China)

Abstract: The Beijing-Tianjin-Hebei region, as the core economic zone of China's exemplary collaborative development, has released the "synergistic dividend" that benefits people's livelihoods. The relative price method is used to measure the level of sports market integration and its trend in the Beijing-Tianjin-Hebei region from 2003 to 2022. The results of the study show that, the level of sports market integration in Beijing-Tianjin-Hebei can be divided into three stages, start-up period, rapid development period and high-level stability period. Economic urbanization, spatial urbanization and population urbanization all have a significant impact on the integration of the Beijing-Tianjin-Hebei sports market, which means the higher the level of economic urbanization and the higher the level of integration of the Beijing-Tianjin-Hebei sports market, the higher the level of spatial and population urbanization and the lower the level of integration of the Beijing-Tianjin-Hebei sports market. The inhibitory effect of population urbanization level on the level of sports market integration in Beijing-Tianjin-Hebei region is weakened with the enhancement of digitalization.

Keywords: Beijing-Tianjin-Hebei; digitalization; sports market

2014 年 2 月 26 日, 习近平总书记明确提出京津冀协同发展的重大战略。多年来, 习近平总书记亲自谋划、亲自部署、亲自推动京津冀协同发展, 指明前进方向、提供根本遵循, 推动这一国家战略不断向纵深推进^[1]。京津冀协同发展战略在疏解北京非首都功能的同时, 也促进了天津、河北地区新业态、新格局的发展。《2022 年新型城镇化和城乡融合发展重点任务》中指出, 要坚持推进农业转移人口市民化; 形成疏密有致、功能健全的城市化空间格局; 在城市化建设中, 坚决贯彻落实以

人民为中心的思想理念, 打造人民宜居的城市群、都市圈^[2]。应加速推进京津冀协同发展以及京津冀地区城镇化发展, 发挥好京津冀地区的示范先行作用。

鲍明晓^[3]指出, 体育强国建设中存在的一些短板, 例如体育后备人才的短缺, 体育与其他产业融合的不足, 数字化、智能化应用不普及, 以及体育产业发展缺乏示范区等问题, 也需要通过加强区域间的协同来解决、突破。体育产业的改革和发展, 要顺应区域化和城市化的新趋势, 改变传统的以单行政区为主导的体育空间布局。建立以城市为节点, 以都市圈、城市群为核心枢纽的空间布局; 形成以城市为单元, 大区域协同、竞争发展的新格局。城市化进程带来的区域内合作分工模式也将激活体育产业发展的新动能。

在新一轮科技革命的影响下, 数字化不断赋能各产业发展, 促进产业的转型升级。李艳丽和杜焱^[4]指出, 在数字经济时代背景下, 数字化转型是我国体育产业转型升级的必由之路。

收稿日期: 2024-07-01

作者简介: 张凯录(2001~), 女, 吉林长春人, 在读硕士, 研究方向: 体育经济与管理, E-mail: zkl@ruc.edu.cn。

应通过加速我国体育产业新旧动能的转换、推动体育消费的提质升级,推进我国体育产业高效高质发展。而随着新型城镇化、智慧城市概念的提出,数字化在城市基础设施建设、城市治理等方面持续发力。张慧等^[5]认为,数字化变革通过优化要素配置效率、推动产业结构升级和提升创业活跃度等途径促进了城市的创新发展。王钺^[6]指出,应全局统筹、协同推进数字经济的发展,打通区域不同城市间的数字经济联络渠道,缩小区域间的数字鸿沟,构建城市数字经济发展新格局、新架构。

城市有界而数字无界,数字化转型是国家治理体系和治理能力现代化的重要形式^[7]。数字化作为城市建设过程中“看不见的手”,能够跨越自然地理以及行政地理的边界,以更低的成本,高效实现区域间的互联互通^[8]。数字化的产业创新性、空间跨越性以及传播迅捷性,使得城市、产业的跨区域协同治理更为便捷、高效。在城市化进程中,数字化的建设与发展,为区域城市一体化的建设创造了更多的机会与可能。

本文结合城市化发展、区域一体化发展的背景,运用面板数据回归分析模型以及中介效应模型,从经济、人口、空间城市化的角度探讨城市化发展对体育市场一体化的影响,并探讨数字化在城市化水平对京津冀体育市场一体化水平影响中的中介作用。

1 研究基础

借鉴康涛^[9]、陈甬军和丛子薇^[10]的研究,认为:可以通过对区域市场整合或市场分割程度的测度,来评价某地区市场一体化的水平。因此,本文通过对京津冀地区体育市场整合程度或市场分割程度的测度,反映京津冀地区体育产业一体化水平。即将京津冀体育市场一体化水平定义为:北京、天津、河北地区的体育市场的整合或分割程度。

已有文献中大多采用相对价格法、专业化指数法、生产法等方法来测度市场整合程度或市场分割程度,进而测度市场一体化程度。由于体育市场相关数据常有缺失并较为匮乏,而相对价格法的数据较易获取,因此借鉴桂琦寒等^[11]、周正柱和冯加浩^[12]、方春妮和潘磊^[13]的研究,运用相对价格法来测度市场一体化程度。

相对价格法的理论模型是冰山成本模型,是对“一价定律”的衍生、拓展。冰山成本模型最初由 Samulson^[14]提出。迄今,该模型已被国内外众多学者,如 Bosker 和 Buringh^[15]、宋玉兰和王盼盼^[16]解释并引用。

在自由竞争市场中,理想化的情况是没有交易成本的。然而在现实生活中,交易成本却总是存在。因此,冰山成本模型认为,商品在运输向不同地区的途中,就像运输冰山一样,会发生“融化”的现象。即使使两地之间的商品存在价格差,只要交易成本大于套利收益,投资者仍然是无法获利的。

假设有 i, j 两地,某一流转在 i, j 两地的商品价格分别为 P_i 与 P_j ,该商品在两地之间的交易成本,即所谓的“冰山成本”为 $c(0 < c < 1)$ 。只有在 i, j 两地间的套利机会存在时,该商品才会在两地流转起来,即:

$$P_i(1-c) > P_j \text{ 或 } P_j(1-c) > P_i \quad (1)$$

即两地商品相对价格满足以下条件时,套利机会存在。

$$\frac{P_i}{P_j} > \frac{1}{1-c}, \frac{P_i}{P_j} < 1-c \quad (1')$$

当两地商品相对价格 $\frac{P_i}{P_j}$ 在区间 $[1-c, \frac{1}{1-c}]$ 波动时,套利

机会不存在。

在冰山成本模型的理论基础上,已有文献:方春妮和潘磊^[13];廉涛^[9]等,多采用相对价格法——相对价格方差,来测度区域市场一体化程度。而本文为了减少各变量之间数据量级的差距,使研究结果更为可信,采用具有相同原理的相对价格标准差,来测度京津冀体育市场一体化水平。即:

$$P_{\gamma} = \left| \frac{P_i}{P_j} \right| \quad (2)$$

$$\sigma P_{\gamma} = \sqrt{\frac{\sum_{\gamma=1}^n (P_{\gamma} - \bar{P}_{\gamma})^2}{n-1}} \quad (3)$$

其中, P_i, P_j 分别代表在某一时间,地区 i 、地区 j 的体育商品价格指数。

P_{γ} 表示在某一时间, i, j 两地体育商品的相对价格。

本研究探讨的被解释变量——京津冀体育市场一体化水平,采用北京、天津、河北的体育娱乐用品类商品价格指数的标准差来表示。

分析中使用国家统计局发布的省域体育娱乐商品价格指数(上年=100)来度量体育商品价格,体育商品价格指数主要反映了实物类体育用品价格的指数。

鉴于国家统计局自 2003 年才开始发布省域体育娱乐商品价格指数,因此,测算 2003—2022 年的京津冀体育市场一体化水平。虽然在 2019 年,体育服务业在体育产业中的总占比已经达到 50.6%,超过体育用品及相关产品制造业,成为体育产业中占比最高的部分。且在接下来的 2020 年、2021 年以及 2022 年,体育服务业在体育产业中的总占比分别达到了 51.6%、53.2%与 56.8%。但是本研究中,核心解释变量与被解释变量采用的数据为 2003—2022 年的数据。因此,虽然近几年间,体育服务业占比已经超过了体育用品及相关产品制造业,但是总体超过份额不高,且超过年份仅为 4 年,故仍然采用反映了实物类体育用品价格的体育商品价格指数,来测度京津冀体育市场一体化水平。

北京—天津、北京—河北、天津—河北的相对价格公式如下:

$$P_{\gamma} = \left| \frac{P_{Bt}}{P_{Tt}} \right|, \gamma=1 \quad (4)$$

$$P_{\gamma} = \left| \frac{P_{Bt}}{P_{Ht}} \right|, \gamma=2 \quad (5)$$

$$P_{\gamma} = \left| \frac{P_{Tt}}{P_{Ht}} \right|, \gamma=3 \quad (6)$$

($t=2003, 2004, \dots, 2022$)

其中 P_{Bt} 代表某一时间北京的体育商品价格指数, P_{Tt} 代表某一时间天津的体育商品价格指数, P_{Ht} 代表某一时间河北的体育商品价格指数。 P_{γ} 代表某一时间两地的体育商品相对价格。

本研究先将北京—天津、北京—河北、天津—河北的体育商品相对价格取对数,再对其取标准差,作为更为直观地展示京津冀地区体育市场一体化水平的测度方式。因此,该数据所得数值越小,代表京津冀地区体育市场的差距越小,即京津冀体育市场一体化水平越高。公式如下:

$$Market_t = \sqrt{\frac{\sum_{\gamma=1}^3 (\ln P_{\gamma t} - \ln \bar{P}_{\gamma})^2}{2}} \quad (7)$$

由于该数据所取得的数值,相较于其他变量的数量级相差较大,为了数据的精准性,在后续面板数据回归分析中,则是先将北京—天津、北京—河北、天津—河北的体育商品相对价格取标准差,再取对数。公式如下:

$$\ln market_t = \left| \ln \left(\frac{\sum_{\gamma=1}^3 (P_{\gamma t} - \bar{P}_{\gamma})^2}{2} \right) \right| \quad (8)$$

2 研究对象

本文中的核心解释变量——城市化水平,采取经济城市化水平、空间城市化水平以及人口城市化水平三维度来测量。其中,经济城市化、空间城市化以及人口城市化分别采用:各地区第三产业占比与全国第三产业占比的比值、各地区城市建成区面积与全国城市建成区面积的比值、各地区城镇人口比与全国平均城镇人口比的比值来表示。本研究控制变量选取了区域经济的内外部影响因素。其中:地区生产总值、城镇人均消费代表区域经济发展的内部影响因素,地区外商投资企业进出口总额代表区域经济发展的外部影响因素。因为有多数数据库发布有关衡量城市化水平、数字化水平以及京津冀体育市场一体化水平的数据,为了采用统一的衡量标准,同时将数据的权威性纳入考量,所以选取了国家统计局——中国统计年鉴发布的 2003—2022 年的各项分析数据(见表 1)。

3 研究结果与分析

3.1 京津冀体育市场一体化水平变化趋势

为直观表现被解释变量——京津冀体育市场一体化水平在 2003—2022 年的变化趋势,对被解释变量进一步分析,见下图 1。

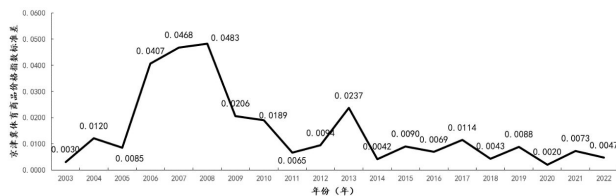


图 1 京津冀体育市场一体化水平折线图

由图 1 所示,京津冀体育市场一体化水平可以分为 3 个阶段,分别为启动期:2003—2008 年,快速发展期:2009—2011 年,以及高水平稳定期:2012—2022 年。

为进一步探究京津冀内部地区体育市场一体化的变化趋势,分别采用北京—津、北京—河北、天津—河北的体育娱乐用品类商品价格指数的标准差,对 3 地体育市场一体化水平进行分析,见下图 2。

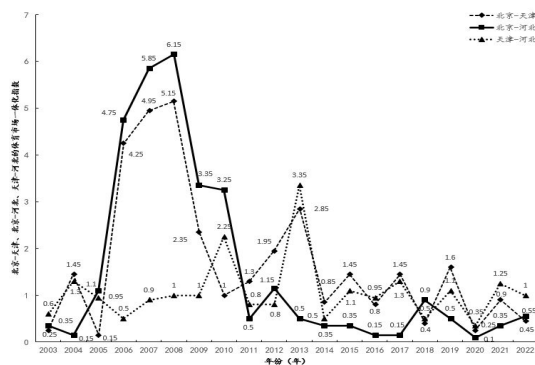


图 2 京津冀内部地区体育市场一体化水平折线图

由图 2 所示,北京—天津、北京—河北的体育市场一体化水平,其变化趋势与京津冀三地总体体育市场一体化水平相同。北京—天津、北京—河北的体育市场一体化水平较为接近,且在 2003—2022 年期间有着较大幅度的提升。在 2003—2008 年启动期内,由于北京发展迅速,而天津、河北的体育市场发展水平较缓,造成了地区体育市场发展水平差异显著增大的现象。天津—河北的体育市场一体化水平总体变化幅度不大。北京与天津、河北两地的体育市场一体化水平在 2009—2011 年的高速发展,是京津冀地区体育市场一体化水平高速发展的重要因素。

3.2 城市化水平对京津冀体育市场一体化的影响

3.2.1 模型构建

在探究城市化水平影响京津冀地区体育市场一体化水平的过程中,因被解释变量——京津冀体育市场一体化水平的数据与解释变量以及控制变量的数据量级相差较大,故对被解释变量取 $\ln$ 值。本研究建立如下回归分析模型来探讨城市化水平对京津冀体育市场一体化水平的影响:

表 1 各变量含义

变量	变量名称	变量定义
被解释变量	京津冀体育市场一体化水平(market)	北京、天津、河北的体育娱乐用品类商品价格指数的标准差
核心解释变量	经济城市化水平(eco)	北京、天津、河北第三产业占比与全国第三产业占比的比值
	空间城市化水平(spa)	北京、天津、河北城市建成区面积与全国城市建成区面积的比值
	人口城市化水平(pop)	北京、天津、河北城镇人口比与全国平均城镇人口比的比值
控制变量	区域生产总值(GDP)	北京、天津、河北的地区生产总值
	区域外商投资总额(FIN)	北京、天津、河北的外商投资企业进出口总额
	城镇人均消费(UPCE)	北京、天津、河北城镇人均消费支出与全国城镇人均消费支出的比值

$$\ln market_{it} = c + \alpha_1 \cdot eco_{it} + \alpha_2 \cdot \frac{1}{spa_{it}} + \alpha_3 \cdot pop_{it} + \alpha_4 \cdot \frac{1}{UPCE_{it}} + \alpha_5 \cdot \frac{1}{GDP_{i(t+1)}} + \alpha_6 \cdot \frac{1}{FIN_{i(t+1)}} + \varepsilon \quad (2003 \leq t \leq 2022)$$

其中, i 代表不同的省份(北京、天津、河北), t 代表年份(2003—2022 年)。 $\ln market_{it}$ 为被解释变量,即京津冀体育市场一体化水平。 eco 、 spa 、 pop 分别表示 3 个核心解释变量, $UPCE$ 、 GDP 、 FIN 分别表示控制变量, $\alpha_1 \sim \alpha_6$ 分别表示各变量的系数, c 代表常数项, ε 表示随机误差项。考虑到控制变量中 GDP 和 FIN 为间接性的宏观影响变量,对 GDP 和 FIN 采用滞后一期的数据。

3.2.2 面板数据回归

采用固定效应模型进行回归分析,为消除异方差影响,在模型中加入 $robust$ 进行分析。分析结果见表 2。

表 2 固定效应模型回归分析结果

变量	变量名称	京津冀体育市场一体化水平 ($\ln market$)
核心解释变量	经济城市化 (eco)	2.169*** (13.00)
	空间城市化 ($1/spa$)	0.770* (3.33)
	人口城市化 (pop)	-0.747** (-8.81)
	地区生产总值 ($1/GDP$)	0.686* (4.24)
	外商投资进出口 总额($1/FIN$)	0.026 (0.51)
控制变量	城镇人均消费 ($1/UPCE$)	-7.725 (-2.65)
	_cons	7.615 (2.91)
	N	57
	R^2	0.366

注:括号中为稳健标准误,***, **, * 分别表示在 1%、5%、10% 的水平上显著。

从模型回归结果可以看出,核心解释变量:经济城市化水平(eco)、人口城市化水平(pop)和空间城市化水平($1/spa$)对京津冀体育市场一体化($\ln market$)均产生了显著影响,但影响效果有差异。

经济城市化水平、人口城市化水平以及空间城市化水平对被解释变量——京津冀体育市场一体化水平的影响程度逐步递减。

其中经济城市化水平与被解释变量间呈现出显著的正相关,即经济城市化水平越高,京津冀地区体育市场一体化水平越高;人口城市化水平,与被解释变量间呈现出显著的负相关,即人口城市化水平越高,京津冀地区体育市场一体化水平越低;空间城市化水平与被解释变量间呈现出显著的正向反

比关系,即空间城市化水平越高,京津冀地区体育市场一体化水平越低。

本研究认为,经济城市化水平越高,人们的生活质量越高,越追求精神层面的需求、追求体育的需求。人们越有闲暇时间、有意愿跨区域去进行体育活动以及体育消费。因此,经济城市化水平显著促进了京津冀体育市场一体化的发展。人口城市化水平越高,人们在城市的集聚程度越高,因此可能使体育娱乐、体育消费、体育物流等体育要素资源,大量聚集在人口城市化发展较高的地区,从而导致京津冀体育市场一体化水平降低。空间城市化水平越高,人们的体育需求越能在城市内、在较小范围内被满足,因此进入周边地区的意愿就越弱,与周边地区协同发展的意愿就越弱,京津冀体育市场一体化水平反而越低。

3.3 数字化中介效应分析

为综合反映我国京津冀地区的数字化发展情况,本文以我国“十四五”信息化发展主要指标为参考,同时借鉴洪雪婷^[17]、赵岚^[18]、杨承佳和李忠祥^[19]等的研究,从数字消费、数字基础设施建设和数字应用 3 个方面,构建京津冀地区数字化发展指数,具体如表 3 所示。

表 3 京津冀地区数字化发展指数

类型	变量	单位
数字消费($digital_1$)	快递量	万件
数字基础设施建设($digital_2$)	移动电话交换机容量	万户
数字应用($digital_3$)	互联网宽带接入端口	万个
	互联网上网人数	万人

运用主成分分析法,根据数字消费($digital_1$)、数字基础设施建设($digital_2$)以及数字应用($digital_3$)得出数字化发展指数($digital$),公式如下:

$$digital = 0.4984 \cdot digital_1 + 0.6246 \cdot digital_2 + 0.6012 \cdot digital_3 \quad (9)$$

借鉴 Baron 和 Kenny^[20]以及温忠麟等^[21]的研究,运用逐步回归法进行中介效应的检验,并构建中介效应模型。

$$\ln market_{it} = c + \alpha_1 \cdot eco_{it} + \alpha_2 \cdot \frac{1}{spa_{it}} + \alpha_3 \cdot pop_{it} + \alpha_4 \cdot \frac{1}{UPCE_{it}} + \alpha_5 \cdot \frac{1}{GDP_{i(t+1)}} + \alpha_6 \cdot \frac{1}{FIN_{i(t+1)}} + \varepsilon \quad (2003 \leq t \leq 2022) \quad (10)$$

$$digital_{it} = c_1 + \mu_1 \cdot eco_{it} + \mu_2 \cdot \frac{1}{spa_{it}} + \mu_3 \cdot pop_{it} + \mu_4 \cdot \frac{1}{UPCE_{it}} + \mu_5 \cdot \frac{1}{GDP_{i(t+1)}} + \mu_6 \cdot \frac{1}{FIN_{i(t+1)}} + \varepsilon_1 \quad (2003 \leq t \leq 2022) \quad (11)$$

$$\ln market_{it} = c_2 + \beta_1 \cdot digital_{it} + \beta_2 \cdot eco_{it} + \beta_3 \cdot \frac{1}{spa_{it}} + \beta_4 \cdot pop_{it} + \beta_5 \cdot \frac{1}{UPCE_{it}} + \beta_6 \cdot \frac{1}{GDP_{i(t+1)}} + \beta_7 \cdot \frac{1}{FIN_{i(t+1)}} + \varepsilon_2 \quad (2003 \leq t \leq 2022) \quad (12)$$

式(10)为城市化对京津冀体育市场一体化的基准回归;式(11)为城市化对中介变量——数字化($digital$)进行回归;式(12)为在式(10)基准回归的基础上,加入了中介变量数字化后,对京津冀体育市场一体化进行回归。中介效应分析结果如下表 4 所示。

表 4 中介效应分析结果

	(1)	(2)	(3)
	digital	lnmarket	lnmarket
eco	-0.306 (-2.72)	2.169*** (13.00)	1.989*** (11.75)
1/spa	-0.231 (-1.12)	0.770* (3.33)	0.634** (6.55)
pop	-1.029*** (-13.35)	-0.747** (-8.81)	-1.349*** (-18.16)
1/GDP	-0.615*** (-10.77)	0.686* (4.24)	0.325* (2.95)
1/FIN	-0.034 (-1.83)	0.026 (0.51)	0.007 (0.14)
1/UPCE	3.504** (5.38)	-7.725 (-2.65)	-5.674 (-2.10)
digital			-0.585*** (-7.15)
_cons	5.438** (5.21)	7.615 (2.91)	10.798** (4.48)

注：括号中为稳健标准误，***，**，* 分别表示在 1%、5%、10% 的水平上显著。

表 4 报告了城市化水平对京津冀地区体育市场一体化水平的中介效应检验结果。其中(1)列报告表明,城市化水平中,只有人口城市化(pop)对中介变量数字化水平(digital)有显著影响,且系数 $\alpha=-1.029$ 为负。(2)列报告了人口城市化水平对京津冀地区体育市场一体化水平(lnmarket)的总效应 $c=-0.747$ 。(3)列是将中介变量纳入回归分析结果,中介变量数字化水平在模型中的系数 $b=-0.585$ 为负,而人口城市化的系数 $c'=-1.349$ 为负。因此 $a*b=0.602$,与 c' 异号。因此,参考温忠麟和叶宝娟^[22]的研究,该路径为遮掩作用,效应量为 44.62%。

而核心解释变量经济城市化(eco)以及空间城市化(1/spa),虽然在(1)中,对中介变量数字化水平均不存在显著影响,但是在(2)中显著。因此,需要进一步做 Sobel 检验,来验证这两条路径是否存在中介效应。经过 Sobel 检验后,二者均不显著,故这两条路径不存在中介效应。

因此,人口城市化水平对京津冀地区体育市场一体化水平的一个影响路径可以具体解释为:人口城市化水平,主要通过中介变量——数字化,影响京津冀体育市场一体化水平,其效应量为 44.62%。人口城市化水平对京津冀体育市场一体化水平的抑制作用,随着中介变量——数字化水平的提升而减弱。

本研究认为,数字化改变了原有的体育消费模式以及体育市场形态。让区域体育市场一体化不仅仅局限于区域间实物体育商品的流动,而是可以在线上,利用互联网、大数据等技术,满足体育娱乐、体育消费的需求。因此,区域间人们进行体育消费、体育娱乐的门槛随着数字化的发展而降低。且随着数字化水平的提升,城市化的集聚程度对体育市场一体化水平的影响将会减弱。数字化使得人们即使聚集在一起,体育要素资源流动的范围仍能十分分散。因此,随着数字化的发展,人口城市化水平对京津冀体育市场一体化水平的抑制作用越低。

4 结论与建议

4.1 结论

京津冀体育市场一体化水平,总体上可以分为 3 个阶段,分别为启动期:2003—2008 年;快速发展期:2009—2011 年;以及高水平稳定期:2012—2022 年。

人口城市化水平、经济城市化水平以及空间城市化水平均对京津冀体育市场一体化水平有显著的影响。其中,经济城市化水平越高,京津冀地区体育市场一体化水平越高;人口、空间城市化水平越高,京津冀地区体育市场一体化水平越低。

人口城市化水平对京津冀地区体育市场一体化水平的抑制作用,随着数字化的遮掩作用的增强而减弱。这表明,数字化程度越高,人口城市化的水平对京津冀地区体育市场一体化水平的抑制作用越低。

4.2 建议

4.2.1 推动城市化发展,加速体育产业结构转型升级

虽然京津冀地区城市化的发展不完全对京津冀体育市场一体化起到促进作用,然而分析经济、人口、空间城市化对京津冀体育市场一体化影响的回归系数可知:总体上来看,经济城市化对京津冀体育市场一体化的促进作用,要显著高于空间城市化以及人口城市化对其的抑制作用。因此,应持续推动京津冀地区的城市化发展,以巩固并促进区域间体育市场一体化的高水平发展。

自 2019 年起,体育服务业的崛起标志着我国体育产业迈入了一个全新的发展阶段,其不仅超越了传统的体育用品制造业,更在产业价值链中占据了主导地位。这一转变深刻反映了随着城市化进程的加速,经济活动的密集化、人口结构的多元化以及城市空间的优化布局,共同塑造了对体育服务前所未有的需求激增。城市化的多维度集聚效应,不仅促进了资源的高效配置与利用,还使得人们触及体育的物理以及心理距离不断缩短。随着城市基础设施的完善,尤其是体育健身设施的普及与智能化,体育参与的门槛显著降低。体育产业从“物”到“人”的深刻转型,使得体育逐渐成为一种更为便捷的生活方式。同时,体育产业的服务化转型与结构优化升级,是城市化进程中不可忽视的重要动力。它不仅推动了体育产业链的延伸与拓展,催生了新兴业态与商业模式,还通过提升体育服务的质量和效率,进一步增强了城市的吸引力和竞争力。这种良性循环不仅促进了体育消费市场的繁荣,也为城市经济注入了新的活力,加速了城市化进程的高质量发展。

因此,新时代背景下,应深化体育产业与城市化互动,拥抱转型,融合多元产业,构建高质量服务体系。利用城市化机遇,支撑体育创新,实现“体育+城市”双赢,共促社会全面进步与可持续发展。

4.2.2 发挥长处,持续提升北京对天津、河北的辐射带动作用

北京是京津冀区域体育市场的“领头羊”,其对天津、河北的带动引领作用较强,“溢出效应”明显。应深化北京对周边地区的辐射、带动作用,利用好北京的优质体育人才、体育场馆等资源,提升北京对京津冀整体地区体育资源的供给及需求,

构建协同共享的体育生态。

应强化北京体育资源高地角色,通过政策与市场机制,促进多要素资源的流动优化,提升区域体育资源供给质量与效率,激发创新活力。同时,北京应利用其城市优势,积极承办大型体育赛事,充分发挥北京辐射作用,以赛事为纽带,深化城市化与体育产业融合。将赛事作为城市化发展的重要契机,不断建造、完善城市基础设施,提升城市公共服务及管理水平,并将赛事效应扩展至天津、河北,促进两地体育基础设施升级,激发民众体育热情,推动体育消费市场发展,令城市化与体育产业双向反哺、良性互动,推动京津冀体育市场繁荣与可持续发展。

4.2.3 避免“马太效应”,注重区域间资源配置均衡

在持续发挥北京在京津冀体育市场一体化的辐射、带动作用的同时,需防范“虹吸效应”过度,产生北京的体育市场发展越来越强,天津、河北地区的体育市场发展停滞甚至后退的“马太效应”。应构建协同发展机制,着重资源共享与互补,确保北京的高端体育资源有效“溢出”,惠及周边。北京应利用其政策、品牌、国际交流等优势,与天津、河北的基础设施、地域特色结合,形成错位发展。同时,鼓励天津、河北自主举办赛事,减少对外依赖,培育自主品牌。同时,为保持区域体育市场生态平衡,需加大对天津、河北的投入,优化体育要素配置,促进产业融合,形成多元化发展模式。此外,重视人才引进与培养,防止非核心区人才流失,为长期发展奠定基础。

京津冀体育市场一体化需以协同为核心、均衡为目标,通过政策引导、资源共享、产业融合等手段,实现三地体育市场的共同繁荣,确保北京在引领发展的同时,不削弱天津、河北的自主发展能力。

4.2.4 加快数字化发展,促进数字化与城市化的融合

随着数字经济发展,城市间要素流动与资源配置方式正在发生深刻改变^[23]。作为新质生产力的重要形式,跨时空、高溢出、可共享是数字化、数字经济的特有性质,能够为京津冀协同提供新动力与新方向^[24]。据本文分析可知,数字化的中介作用,显著减轻了人口城市化水平对京津冀体育市场一体化水平的抑制作用。

因此,可以将数字化视为京津冀体育市场一体化发展的稳定剂。数字化润滑了区域间的合作机制,促进了体育资源的自由流动与优化配置,为体育市场的深度融合提供了坚实的基础。在为京津冀体育市场协同发展提供新机遇的同时,加快数字化发展,促进数字化与城市化的深度融合,还可以有效对冲城市化进程中可能产生的局部集聚效应,避免其对京津冀体育大市场一体化格局造成的负面冲击,使得京津冀体育市场一体化的发展更加稳定。

参考文献:

- [1] 中华人民共和国中央人民政府网.京畿大地起宏图:推进京津冀协同发展9周年综述[EB/OL].(2023-02-26)[2024-01-10].https://www.gov.cn/xinwen/2023-02/26/content_5743341.htm.
- [2] 中华人民共和国中央人民政府网.国家发展改革委关于印发《2022

年新型城镇化和城乡融合发展重点任务》的通知[EB/OL].(2022-03-10)[2024-01-10].https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2022-03/22/content_5680416.htm.

- [3] 鲍明晓.新发展格局下体育发展的新理念、新动能、新模式、新机制研究[J].体育科学,2022,42(1):3-14.
- [4] 李艳丽,杜绍.我国体育产业数字化转型研究[J].体育文化导刊,2020(10):78-83.
- [5] 张慧,易金彪,徐建新.数字化变革如何影响城市创新:基于国家大数据综合试验区建设的经验证据[J].科学学研究,2023,41(8):1484-1494.
- [6] 王钺.数字经济破解我国产业发展低端锁定困境的影响机制研究[J].管理现代化,2023,43(2):1-11.
- [7] 王亮,范叶飞.全民健身数字治理体系:治理框架、基本特征与实现路径[J].湖北体育科技,2023,42(10):968-972.
- [8] 锁利铭.数据何以跨越治理边界:城市数字化下的区域一体化新格局[J].人民论坛,2021(1):45-48.
- [9] 廉涛.长三角体育产业一体化的理论与实证研究[D].上海体育学院,2020.
- [10] 陈甬军,丛子薇.京津冀市场一体化协同发展:现状评估及发展预测[J].首都经济贸易大学学报,2017,19(1):34-42.
- [11] 桂琦寒,陈敏,陆铭,等.中国国内商品市场趋于分割还是整合:基于相对价格法的分析[J].世界经济,2006(2):20-30.
- [12] 周正柱,冯加浩.长三角城市群市场一体化对技术创新影响的门槛效应研究[J].重庆大学学报(社会科学版),2023,29(5):18-36.
- [13] 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+42.
- [14] PAUL S. The Transfer Problem and Transport Costs, II: Analysis of Effects of Trade Impediments[J]. Economic Journal, 1954, 64(254): 264-289.
- [15] BOSKER M, BURINGH E. Ice (berg) Transport Costs[J]. The Economic Journal, 2020, 130(629):1262-1287.
- [16] 宋玉兰,王盼盼.区域批发市场一体化建设对新一线城市零售业态效率的影响[J].商业经济研究,2021(1):171-173.
- [17] 洪雪婷.数字经济对我国产业结构升级的影响研究[D].南昌大学,2022.
- [18] 赵岚.我国区域协调发展的统计测度及优化对策研究[D].浙江工商大学,2021.
- [19] 杨承佳,李忠祥.中国数字经济发展水平、区域差异及分布动态演进[J].统计与决策,2023,39(9):5-10.
- [20] BARON R M, KENNY D A. The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations[J]. Journal of Personality and Social Psychology, 1986, 51:1173-1182.
- [21] 温忠麟,张雷,侯杰泰,等.中介效应检验程序及其应用[J].心理学报,2004(5):614-620.
- [22] 温忠麟,叶宝娟.中介效应分析:方法和模型发展[J].心理科学进展,2014,22(5):731-745.
- [23] 张可云,杨丹辉,赵红军,等.数字经济是推动区域经济发展的新动力[J].区域经济评论,2022(3):8-19.
- [24] 吴学磊.数字经济推进京津冀协同发展的内在机理与前进路径[J].经济纵横,2024(4):54-61.