

● 体育产业发展 ●

项目驱动下我国体育旅游产业的发展历程、困境及路径

徐雪芹¹, 徐诗枫², 胡皓杰³

(1. 云南师范大学 社会科学工作办公室, 云南 昆明 650500; 2. 云南师范大学 教育学部, 云南 昆明 650500; 3. 云南师范大学 体育学院, 云南 昆明 650500)

摘要: 运用文献资料法、数理统计法、逻辑归纳法, 以体育旅游精品项目调查为切入点, 探究我国体育旅游产业发展的历程、困境, 并提出优化路径。历经了“体育旅游市场”新概念出现的萌芽阶段; 体育旅游精品项目打造的探索阶段; 产业多元融合创新的快速发展阶段; 以时代催生需求变革的高质量发展阶段。困境: 产业政策制度不完善、项目管理措施不成熟、区域旅游资源不均衡、智慧平台发展不充分、投融资规划不精准。优化路径: 以政策落实为抓手, 打造全域旅游新业态; 以科学决策为关键, 探索项目管理新思路; 以整合资源为重点, 增强持续发展新动能; 以科技创新为引领, 构建共建共享新局面; 以精准投资为目标, 拓宽项目融资新途径。

关键词: 产业政策; 体育旅游产业; 智慧平台; 体育产业

中图分类号: G812.4 **文献标识码:** A **文章编号:** 1003-983X(2024)02-0086-06

Development Course, Difficulties and Path of China's Sports Tourism Industry Under Project Driving

XU Xueqin¹, XU Shijian², HU Haojie³

(1. Social Science Work Office, Yunnan Normal University, Kunming Yunnan, 650500; 2. Education Department, Yunnan Normal University, Kunming Yunnan, 650500; 3. School of Physical Education, Yunnan Normal University, Kunming Yunnan, 650500)

Abstract: Using literature, mathematical and statistical, and logical induction method, it takes the survey of sports tourism projects as the entry point to explore the history and dilemmas of the development of China's sports tourism industry, and put forward the optimization path. It has gone through the germination stage of the new concept of sports tourism market, the exploration stage of the creation of sports tourism projects, the rapid development stage of the industry's diversified integration and innovation, and the high-quality development stage of the change of the needs of the times. Difficulties: Imperfect industrial policy system, immature project management measures, unbalanced regional tourism resources, insufficient development of intelligent platform, and imprecise investment and financing planning. Optimization Path: Take policy implementation as a hand to create a new form of regional tourism and take scientific decision-making as the key to explore new ideas for project management. Focus on integrating resources to enhance the new kinetic energy for sustainable development and take scientific and technological innovation as a leader to build a new situation of common construction and sharing. Take precise investment as the goal to broaden new ways of project financing.

Keywords: industrial policy; sports tourism industry; smart platform; sports industry

随着旅游业的发展与普及, 体育旅游产业发展迅速, 尤其以体育旅游活动为主要内容的体育旅游精品项目呈现良好发展态势。体育旅游精品项目(以下简称“精品项目”)是体育旅游产业的重要组成部分, 是地方性体育旅游活动的重要呈现, 对所在地的经济发展、文化辐射、社会融合和生态文明建设有

着重要的促进作用。精品项目作为体育旅游活动的重要载体和主要阵地, 是体育旅游产业发展的重要展现方式, 其高质量发展事关体育旅游产业的转型升级和提质增效。目前, 精品项目从“零星散落”发展到“规模集群”, 但整体呈现“量”大“质”不优的现象, 凸显出诸多问题, 长期以来, 将严重制约以精品项目为依托的体育旅游产业高质量发展。项目是产业发展的载体, 项目建设是产业发展的关键。在全民健身与全民健康深度融合的背景下, 全国各地积极申报以体育旅游活动为主要内容的体育旅游精品项目。截至 2021 年, 全国申报数量逐年上升, 累计获评 1 578 项次(含连续入选项目), 数据的跃升, 既是社会文明进步的体现, 也是产业发展的必然结果。现阶段, 学术研究大多聚焦于体育旅游产业发展趋势及未来发展

收稿日期: 2023-09-21

基金项目: 2023 年云南省哲学社会科学规划科普项目阶段性成果(SKJPJ2023027)。

第一作者简介: 徐雪芹(1987~), 女, 云南昆明人, 硕士, 副教授, 研究方向: 体育产业, E-mail: 1349451630@qq.com。

路径的探索,企业家则基于理性经济的考量,沉浸于追逐利益最大化的自我实现,缺乏体育旅游产业长远发展战略规划和自我审视的反思意识,存在理论描述与现实发展相脱节的情况,体育旅游产业发展出现定位模糊、导向不明等问题。鉴于此,以精品项目研究为切入点,对 2013—2021 年精品项目的数量规模、项目种类、整体分布等进行梳理与盘点,并在此基础上,以精品项目的宏观调查与整体审视进一步剖析我国体育旅游产业的发展困境,继而依循产业可持续发展要素提出切实可行的优化路径,以期体育旅游产业高质量发展提供思路镜鉴。

1 我国体育旅游产业发展历程

国家产业政策是引导产业发展方向、推动产业结构升级、协调国家产业结构、促使国民经济健康可持续发展的政策,是政府宏观调控的重要手段。可以说,产业政策是产业发展的指挥棒、方向标和助推器,是产业高质量发展的重要保障和基础支撑。显然,产业政策为产业高质量发展指明了方向,也为产业发展历程的阶段划分提供了重要参考依据。基于此,本研究以产业政策文本作为体育旅游产业发展历程的划分依据和阐述主线,以此呈现我国体育旅游产业发展的总体脉络。

1.1 萌芽阶段(1993—1999 年)

体育旅游具有参与面广、产业链条长、发展势头足等特征,有助于促进人类身心健康,契合全面提升国民健康素质,实现人民健康与经济社会协调发展的目标^[1-2]。改革开放以来,国民健康意识不断增强,人民生活水平持续提高,旅游产业规模不断壮大。1979—1992 年,大量星级宾馆及饭店的兴建,引入了大批海外健身配套设施,带动了健身行业的快速发展。国务院相继出台了关于促进旅游改革、投资及消费的若干意见,多次提及旅游产业需与其它产业融合发展的建议。随后,在国家旅游产业宏观政策指导下,各地纷纷出台加快旅游业发展的实施意见。1993 年,《国家体委关于培养体育市场,加快体育产业化进程的意见》指出,体育事业发展要“面向市场、走向市场,以产业发展为导向”,就体育事业产业化发展达成了初步共识。这一《意见》的提出,标志着“以体育为主导,旅游为形式”的休闲体育旅游市场进入了新的发展阶段。随后,在体育界、经济界开始出现“体育旅游市场”的新概念,从市场经济运行来看,意味着体育旅游市场初见雏形。随着消费水平的提升、健康意识的增强,1999 年政府工作报告指出,积极引导居民在文化、娱乐、体育健康和旅游等方面的消费,拓宽服务性领域。这一报告,从产业内部发展规律和属性来看,体育产业已将体育旅游产业纳入了规划发展之中。

1.2 探索阶段(2000—2015 年)

2000 年,《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十个五年计划的建议》指出,引导文化娱乐、体育健身、卫生保健等产业的发展,满足服务性消费需求,开拓体育市场,发展体育产业,促进体育产业和旅游产业融合发展。同年,《2001—2010 年体育改革与发展纲要》提出,把体育产业培养成国民经济的新增长点,体育旅游产业作为体育产业的重要组成部分,成为重点培育的对象和范畴,一定程度上为体育旅游产业发展奠定了坚实基础。随着 2001 年全民健身计划纲要第二期工程

(2001—2010 年)启动,全民健身热潮为体育旅游带来了新机遇,在进一步发展全民健身事业的同时,对休闲体育旅游投入了大量的资金、人力、物力,为体育旅游产业的发展提供了有力保障^[3]。2010 年《国务院办公厅关于加快发展体育产业的指导意见》明确指出,体育旅游产业是较具活力的朝阳产业,应着重加强政策扶持,充分发挥体育产业在调结构、促转型、惠民生等方面的积极作用,这一指导意见为体育旅游产业的发展指明了新方向。随后,国家体育总局结合全民健身需求及产业发展需要,将精品项目作为体育旅游产业发展的载体和支撑,于 2013 年开展了中国体育旅游精品项目评选活动,各地将其作为拉动经济快速发展的新引擎,积极开发当地特色项目,通过项目示范带动,提升当地体育旅游产业水平,为发展壮大体育旅游产业筑牢了发展根基。

1.3 快速发展阶段(2016—2020 年)

2016 年,《体育产业发展“十三五”规划》指出,促进体育与文化、健康、旅游等产业融合发展,这一规划开创了体育产业与旅游产业深度融合发展的新局面。同时,体育产业实行放管服改革,取消商业性和群众性体育赛事审批,放宽赛事转播权限,最大限度为企业“松绑”。这一举措为体育旅游精品赛事的举办提供了便利条件,以此夯实了马拉松运动的群众基础。2016 年 5 月,以促进体育旅游互动融合,助力经济转型升级为目标,国家体育总局与国家旅游局签署了《关于推进体育旅游融合发展的合作协议》,明晰了中国体育旅游“体旅融合”的发展模式,确立了体育旅游产业的国家顶层设计思路,随后在此基础上发布了《关于大力发展体育旅游的指导意见》,提出到 2020 年我国要建成 100 个体育旅游目的地、100 家国家级体育旅游示范基地、推出 100 项体育旅游精品赛事、打造 100 条体育旅游精品线路^[4]。上述“四个一百”目标的提出,基于产业政策“自上而下”的推动,结合地方政府“自下而上”的支持,各省申报精品项目的种类及数量不断攀升,尤其精品赛事增长速度较快,从历年申报数量来看,皆位居全国第一。据《2019 年中国马拉松大数据分析》,2019 年中国境内共举办 1 828 场马拉松赛事,超过 712 万人次参赛,其高标准、大规模的赛事为地方经济发展注入了新动能,精品赛事成为全国各地体育旅游产业快速发展的助推器和新引擎。由此可见,体育旅游产业依托精品项目运营步入了快速发展阶段。

1.4 高质量发展阶段(2021 年至今)

自新冠肺炎疫情暴发以来,疫情防控政策不断优化调整,人们的健康需求发生了重大转变,从被动健康转向主动健康,从局限于对疾病防治转向了对自身健康水平与生命质量的关注,人们的生命健康意识逐渐增强。据国家发展改革委相关数据显示,2021 年我国经常参加体育锻炼人数比例达到 37.2%,参与冰雪运动的人数达 3.46 亿。同时,《中国体育旅游消费大数据报告(2021)》显示,以“小聚集、大空间”为主要特点的露营休闲度假游成为新的体育旅游消费热点,体育旅游产业成为健康中国战略的示范产业。目前《体育法》的修订,第七章共 8 条就国家如何支持体育产业发展进行了较为明确的规定,为体育产业发展提供了有力法治保障,也为进一步抓好精品项目规划、建设、运营和管理提供了科学指引。随着《全民健身计划(2021—2025 年)》《关于构建更高水平的全民健身公共服务

体系的意见》《国家“十四五”体育发展规划》等一系列政策印发实施,通过打造群众身边的体育生态圈,构建多样化的体育竞赛活动赛事,丰富旅游业态,增强游客体验,精品项目被进一步作为落实全民健身和体育产业高质量发展的有力举措。可见,在政策叠加效应的深度释放下,“体育+旅游”融合发展驶入了“快车道”。同时,在新的市场消费背景下,对精品项目的内涵式发展也提出了更高的要求。

2 我国体育旅游产业发展的现实困境

2.1 产业政策制度不完善

体育旅游产业发展自步入探索期以来,国家宏观政策指向清晰,但因精品项目建设及运营的综合性及复杂性,项目管理实施细则和实施意见不够精准,内容与其它部门的发展规划、奖励支持、宣传推广等方面存在法规竞合及价值冲突,协调推进存在较多堵点,产业政策制度不完善尤为明显。一是政策制定不全面,主体责任不明晰。项目建设及运营阶段,需多部门分工协作,但部门之间无隶属关系,相互之间处于平级状态,在经济社会发展中表现出诸多内在性张力和外在性矛盾,部门之间出现信息壁垒,难以落实“谁开发,谁治理;谁审批,谁负责”的市场监管规则。二是政策衔接不到位,规划建设难推进。在精品赛事规划建设中,因其覆盖面广、建设周期长等特点,项目内容需文旅、环保、规划、住建、水利、交通、农业等部门协同配合,但各部门条块分割,相关职能部门“本位主义”严重,规划建设推进缓慢,水上项目较为突出。比如,中国怒江皮划艇野水公开赛,赛事运营中水域生态环境保护与修复工作的推进就是一大难点。三是政策指向不精准,政策理解不透彻,规划建设有偏差。精品项目的规划建设原则上由国家体育总局、国家文化和旅游部把控,但鉴于项目实际运营的复杂性,公权力分散于诸多机构中,公共政策相互协调性不足,具体执行时具有一定的局限性和失衡性。同时,又因区域经济、文化特征、生活环境等现实差异,难免对政策理解和执行存在偏差。如连续两年获评精品目的地的昆明嘉丽泽高原湿地体育运动特色小镇,因其引起生态环境恶化,与美丽中国建设不符而被拆除,其项目失败的主要原因是未将其放在国家战略全局来考虑,在社会资本的利益驱使下背离产业政策的初衷。

2.2 项目管理措施不成熟

自2013年国家启动精品项目的申报及评审工作以来,精品目的地、线路、赛事、景区如雨后春笋般涌出^[5],项目数量逐年上升,如图1所示。然而,反观全国“十佳”项目的获评却不容乐观,从已获评的1578项次精品项目中仅筛选出全国“十佳”项目356项次,且已入选的全国十佳精品项目及国家级旅游示范基地仍未形成品牌效应。基于这一现状,通过项目周期管理剖析发现,其“量大”“质”不优这一深层次问题尤为突出,其主要根源于项目管理措施不成熟。一是项目准入条件不清晰,导致申报项目多而不精、泛而不专。从申报获评情况来看,景区、线路、目的地获评占比较高,而精品赛事占比较低,仅占到15.65%。由此可知,精品赛事申报门槛较低,准入条件不够科学合理,同时也反映出,我国精品赛事仍处于低水平发展阶段。二是项目审批缺乏预见性与前瞻性,导致投资项目在区域内低水平重复建设。随着市场需求的不断变化,项目

主题内容也随之变化,由传统的运动观光过渡到参与体验。当下,需求变化频繁,主题内容较丰富,但开发者基于理性经济的考量,以创新时尚为主流,追求“高大上”的面上项目,如腾冲启迪冰上运动,在运营成本高、教练缺乏等情况下,冰雪运动难以走进普通民众日常生活,项目逐渐走向“有场地无人用”的尴尬局面,且出现项目在执行过程中被反复调整的现象。三是监管评估不到位,出现有量无质的“空壳”项目。目前,我国对已获评的精品项目并未实施评估考核,未设置激励机制及柔性约束,项目发展缺乏市场运营常态化监管机制,长期以来,名存实亡的“空壳”项目将“活资本”变成了“死资产”,项目发展仅有“量”的存在,未有“质”的提升。尤其疫情期间,部分项目投融资链断裂,长期处于停歇业状态,逐渐衍生为“僵尸”项目。

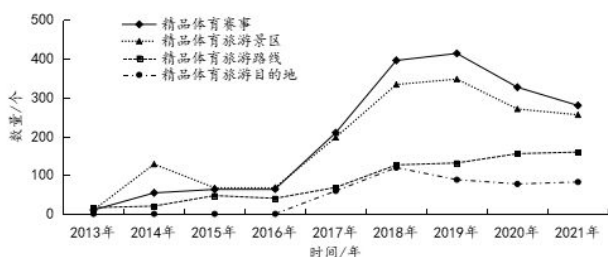


图1 2013—2021年精品项目种类申报情况(资料来源:国家体育总局官网)

2.3 区域旅游资源不均衡

随着精品项目的急剧增多及旅游产品的多样化,体育旅游产业发展规模不断增大,其区域旅游发展不均衡的问题也日益凸显。一是资源分布不均衡,导致特定区域能源供需矛盾突出。从图2可知,精品项目主要聚集在华中、华东地区,东北、华北地区呈零散分布,整体呈现分布不均衡的态势。长此以往,在市场规模及土地资源约束下,华中、华东地区的用地资源及环境承载功能将面临极大挑战。二是土地资源紧缺与城市产业发展之间的矛盾日益尖锐。体育旅游存在精品路线之长、示范基地面积之广、精品赛事规模之大等“量大面广”的现实需求,受城市用地紧缺及项目用地指标限制,许多规划的旅游项目因无法获得土地指标而不能开工投产,更有甚者采用挤占绿地的方式。总体来看,城区“有项目、有资金,但缺土地、难落实”的现象比较突出,严重制约了精品项目的建设及体育旅游的发展。三是少数民族地区体育旅游资源种类多,分布广,但开发利用不充分,形成碎片式资源布局。如具有跨境优势和世居少数民族特性的景颇族“目瑙纵歌”、德昂族武术、江城哈尼族彝族摔跤等少数民族传统体育旅游资源,处于边疆边境地带,与已规划的精品项目无地域时空交集,传统体育旅游资源的开发和利用仅通过简单的复制、推广,将其移植到项目之中,未深度嵌入原有的民族性和文化性^[6],同时,项目运营中对少数民族体育文化的宣传和弘扬较为薄弱^[7]。整体来看,中东部地区精品项目分布呈现“规模集群”,边远乡村、民族地区、边境地带呈“零星散点”布局,这与全域旅游规划建设不相匹配。长此以往,项目布局不合理将会加剧区域产业空间结构失衡,低水平重复建设乃至恶性竞争,将严重制约以精品项目为依托的体育旅游产业可持续发展。

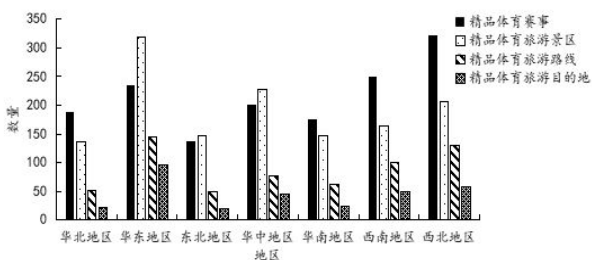


图2 全国精品项目种类区域分布情况

注:此数据引自2022年“后奥运时代体育与旅游融合发展”专题研讨会。

2.4 智慧平台发展不充分

随着人工智能、大数据、区块链、元宇宙等新一轮科技的快速发展,数字经济已成为驱动中国经济高质量发展的重要引擎,为体育强国和健康中国注入了强大推动力,也为体育旅游产业高质量发展提供了物质基础和市场空间。但现实中因技术人才缺失、资金不足等多种因素制约,技术下沉缓慢,无法利用大数据对本土资源信息、项目需求进行精准分析,导致项目规划及建设不够科学严谨。一是数字基础设施建设相对滞后。甘肃白银山地马拉松多名选手失联事件^[8],表面上看是管理运营风险评估不到位,应急处置能力不足所致,而本质上却是智慧产业发展不到位、智慧体育平台运用不充分所导致。同时,也反映出我国体育旅游赛事仍处于传统发展阶段,赛事发展不成熟,带动较弱和组织能力仍需提高。二是网络营销平台构建不完善,联合营销力度不够。已审批运营的精品项目仅通过体育部门和旅游部门官网、微信公众号进行推广,其吸引力和影响力仍显不足,如中国—东盟国际马拉松赛仅通过广西政府网和文化和旅游局网站进行宣传,其宣传力度和联合营销效果较弱,未能将中国民族特色、边境民族文化展示到国际舞台,导致资源共享及项目联动受限。三是智能化技术发展不成熟,线上赛事缺乏内涵和品质。据浙江马拉松及赛事大数据显示,2019年度浙江马拉松及路跑赛事365场,赛事密度达到平均1天1场,举办形式主要以线上为主。就赛事“扎堆”现象而言,反映了赛事主办方和运营方未能充分认识到我国线上体育赛事因智能化技术应用不充分仍处于初级发展阶段的现实,赛事存在内容同质化、品质低端化、特色不鲜明等问题。同时,赛事安排过于密集,让跑者丧失更多参赛机会,也让赛事运营规模及质量大打折扣。

2.5 投融资规划不精准

任何项目的投融资都存在一定风险,尤其是体育旅游服务行业,发展中面临产业关联性强、不确定因素多、经济核算难等特点,其项目投资运营,更需对“市场细分”和“目标市场选择”做到精准定位。自2020年以来,突如其来的新冠肺炎疫情造成国际国内体旅市场疲软,一定时期内体旅行业发展阻滞,导致前期项目投资策略失灵,部分精品项目无法正常运营,且发展较好的项目也因生态环境治理、合同纠纷等问题出现矛盾激化现象。一是招商引资不够精准。产业转型发展背景下,地方政府招商引资调查研究不够深入,出于政绩考量,长期处于“捡到篮里都是菜”的状态,未能做到“招商选资”,以至于产业招商引资不精准,导致招商效能低下,尤其在大滇西旅

游环线的招商引资中,借助旅交会、南博会等展会平台,发布了文旅康养等招商项目,协议金额上达千亿,落地资金却寥寥无几。二是投资缺乏系统的科学分析和战略规划。部分企业目标过于功利,为了追求短期经济效益,而未考虑市场资源配置及企业长期发展战略,导致大量的无效扩张建设,造成资源浪费,其昆明嘉丽泽高原湿地体育运动特色小镇就是典型代表。三是投融资结构失衡。因国有商业银行深化体制改革步伐缓慢,缺乏科学的经营自主权和严格的风险约束机制,在利益驱动下存在违规拆借、贷款的可能,导致投资资金脱离社会效益和长远目标而盲目流动,造成投资结构失衡。

3 我国体育旅游产业高质量发展的优化路径

3.1 以政策落实为抓手,打造全域旅游新业态

健全的政策制度对产业持续健康发展至关重要。通过政策引领,整合体旅产业资源,优化社会资源配置,融合体育、旅游、康养、娱乐等多种业态,贯彻落实新发展理念,构建新发展格局,实现体育旅游产业高质量发展。一是完善国家层面体育旅游政策的顶层制度设计,整体规划,协调推进。以国家体育总局、国家文化和旅游部为主,聚集多部门力量,打破行业界限,协调发改、林业、国土、交通、发改等部门,共同探究产业融合发展新方向^[9],优化项目评估指标体系,构建体育旅游监管新模式,通过实施一批、储备一批、跟踪一批,形成动态评估,以项目建设抢占发展制高点。二是融合国家政策与地方政策,分层用力,重点发力,形成合力。地方政府根据当地经济发展状况、区位条件、资源禀赋等实际情况,制定并出台与国家政策相配套的地方政策,因地制宜发挥地缘优势,形成区域发展特色,避免产品同质化竞争,进而整体推进我国体育旅游产业高质量发展。如京张体育文化旅游带的构建、贵州民族体育旅游示范基地建设等,通过整合体育、旅游优质资源,带动上下游产业链发展,形成经济辐射区,进一步推进体育旅游纵深发展。三是理顺市场与政府间的关系,提高产业政策精准度。聚焦体育旅游产业发展的根本性问题和战略性谋划,充分调动政策利益相关方的积极性,明确政策执行主体。通过联席会议,各部门群策群力,共同协商分解,进一步细化目标,落实责任清单。在资源开发方面,落实“能不能开发”“谁来开发”“如何开发”“谁来运营”“谁来保障”等一系列问题,避免昆明嘉丽泽项目被拆且巨亏现象。同时,制定科学的总体目标和精细的阶段性目标,加强法规制度的刚性约束,为精品项目高质量发展提供坚实保障。

3.2 以科学决策为核心,探索项目管理新思路

科学决策是规避项目“量”大“质”不优的重要举措,也是确保项目均衡分布、项目差异化发展的有力抓手。于是,项目在建设初期就应加强项目决策管理的理论研究和实证调查,避免项目投资的盲目性、实施过程的中断性以及建后的“空壳化”。一是设置准入制度,明确评价标准。深入剖析精品项目的市场现状,结合区位条件、经济水平、民族文化等实际情况,设置准入门槛,并从市场、资源、技术和社会等几个方面论证拟建项目的可行性。同时,结合乡村振兴战略、“一带一路”倡议、区域全面经济伙伴关系协定(RCEP)等政策将乡村体育旅游、跨境旅游规划融入到精品项目中^[10],切实发挥区位跨境旅游

优势,做好边关文体旅大文章,铸牢中华民族共同体意识。二是加强项目计划管理的前瞻性和预见性,用全面、辩证、长远的眼光看问题。如发挥中国边境独特的跨境旅游优势,主动服务和融入“一带一路”国家战略和面向南亚东南亚辐射中心建设,打造“一带一路”国际品牌体育赛事,将民族特色、边境民族文化、少数民族传统体育等融入赛事中,以项目带动项目,实现联动发展。同时,将新建项目向边境、民族、革命老区等区域倾斜,打破“内密外疏”格局。三是采取多方论证,引入专业评估。结合中国体育文化博览会和中国体育旅游博览会的评审标准,以全国体育旅游精品项目评价体系的4个一级指标、11个二级指标、25个三级指标为参考^[1],委托高水平第三方项目评估机构从规划布局、资源利用、生态环境、经济和社会效益等方面进行综合论证和多方案比选,保证项目决策的科学性和客观性,为体育旅游产业的高质量发展提供有力保障。

3.3 以整合资源为重点,增强持续发展新动能

资源是项目发展的基础。在市场结构中,优化资源配置是促进产业转型升级的重要举措。旅游用地的优化配置,直接关系到体育旅游产业的发展目标和社会效益。一是建立体育旅游用地高效配置机制。在体育旅游目的地、基地规划、场馆建设布局等方面,实施节约型营建工程,强化集约用地指标,采取“向空中发展,向地下挖潜”的布局,破解城市“有项目、难落地”的难题,缓解城市用地供需矛盾,削减项目建设对生态环境的负面影响。同时,统筹协调精品项目区域失衡问题,给予东北、西南地区政策倾斜,促进项目均衡分布。二是共同推进精品项目建设与城市基础设施建设。完善优惠政策体系,解决体育旅游用地问题,加强旅游用地与城市规划、土地利用详细规划之间的衔接,各地结合资源优势,打造项目示范区,与基础设施建设同步实施,确保项目建设与配套设施协调推进。如正在开发建设中的东川大峡谷运动康养旅游度假区将水上、陆上、冰上、空中项目进行整体布局,有机结合,打造新型运动项目示范基地,实现资源枯竭型城市的转型发展。三是整合民族地区、边境地区、革命老区的资源特色,突出中国符号和民族形象。如以中国-东盟国际马拉松、中缅国际马拉松赛事等为契机,提高对外开放水平,积极实施体育文化“走出去”,打造景颇族国际“目瑙纵歌”节、傣族国际泼水节等国际旅游特色,推进国际化特色项目建设。

3.4 以科技创新为引领,构建共建共享新局面

科技是第一生产力^[12]。当下,多领域技术融合正日益成为推动产业转型升级、培育产业竞争新优势的重要着力点。体育旅游产业作为多领域交叉融合发展的新兴产业,亟需在协同推进产业融合和科技创新上下功夫,以二者的协同发展解决当前产业发展中存在的短板弱项,为实现高质量发展提供动力、激发活力。一是发挥数字化平台功能,夯实数字基础设施建设^[13]。利用“互联网+体育+旅游”的网络联结功效,着重推进体育旅游数据库建设、服务平台建设、虚拟旅游平台建设、项目库建设,精准推送体育旅游产品,提高智能服务水平。同时,加大旅游产品的科技内涵,借助虚拟现实技术,以直播方式或远程遥感技术跨越时空界限,为游客提供智能化“沉浸式”体验服务,如北京冬奥会利用超高清4K轨道摄像机系统为全球全媒体大型直播。二是建立现代体育产业综合体,实现网络平

台一体化联合促销。借鉴新加坡体育城、迪拜 SPORT SCITY、波士顿 Life Time Center 等典型案例,打造“双奥”之城国际一流体育综合体。结合区域优势,利用闲置的商业空间,将公共服务中心、体育博物馆、体育名人堂、体育购物中心等功能融入其中,依托项目、赛事、节庆、会展等实现网络平台联合促销,打造“体育+服务+健康”业态,形成强大的聚合效应。三是科技赋能,创新线上办赛新模式。根据城市文化特色,因地制宜打造线上体育精品赛事,利用“数字化赋能”解决体育旅游活动中产品开发、产品挖掘、产品推广方面的智能化问题,实现旅游企业服务设施的智能化、特色化和营销的网络化、品牌化,推动体旅产业向科技型、质量型和效益型方向发展,实现平台内容联通共享。

3.5 以精准投资为目标,拓宽项目融资新途径

体育旅游产业作为幸福产业和朝阳产业,具有较好的市场发展前景,是当下最具潜力的投资产业之一,政府部门应正确引导,明确产业发展的阶段性目标及重点方向,让体育旅游成为投资兴业的福地,不断推动体育旅游产业持续健康发展。一是科学引资,理性招商,提高招商引资的针对性和实效性。围绕产业优惠政策,以重点精品项目招商为切入点,“线上线下”双向互动,实现招商引资“量质双升”。同时,结合“十四五”规划和《关于推进体育公园建设的指导意见》进行整体策划和推进,重点引进游乐型、体验型、观光型等旅游综合体主题公园项目,确保项目类型精准、选址精确、投资精当。二是科学研判投资项目的可行性及经济社会效益,提高可持续发展能力。根据政策指向,精准定位投资目标,例如,《扩大内需战略规划纲要(2022—2035年)》提出,促进群众体育消费,深入实施全民健身战略,建设国家步道体系,推动体育公园建设,发展在线健身、线上赛事等新业态,进一步明确了体育领域未来投资的新思路和新方向。同时,建立市场投资风险防范制度,加强金融投资风险评估。实施年度检测分析、中期评估和总结评价,引入第三方评估,让规划评估更加科学实用。三是用好国家投融资政策,解决投融资结构失衡问题。全面落实《中共中央国务院关于深化投融资体制改革的意见》《中共中央国务院关于新时代推进西部大开发形成新格局的指导意见》等文件要求,从产业结构优化升级的协调适配度出发,充分挖掘体育旅游行业的投资价值,针对性地提出体育旅游产业投资策略及营销方式,发挥财政资金杠杆作用,建立多元化体育旅游产业投融资市场,创新体育旅游的融资模式并形成长效机制,为项目建设提供有力支撑。

4 结语

体育旅游产业高质量发展既是经济社会发展、科学技术蝶变而引起的产业优化现象,也是产业发展的必然趋势,更是不断满足人民群众对美好生活需要的现实举措。新发展格局下,坚持“项目为王、产业为基”的鲜明导向,以项目建设推动产业高质量发展,明晰“产业项目化,项目产业化”的发展规律,在充分肯定精品项目建设带来经济效益及社会效益时,应清醒认识到其存在的深层次矛盾和问题。同时,明确产业可持续发展的基本规律和重要准则,充分发挥政府宏观调控及市场对资源配置的决定性作用,推进体育旅游产业高质量发展。

参考文献:

- [1] 蒋依依.体旅融合助力健康中国建设[N].中国旅游报,2021-03-12(3).
- [2] 李小进,冯俊辉.和谐社会视角下家庭体育的定位功能及发展策略研究[J].体育文化导刊,2017(9):40-43+82.
- [3] 程文广.习近平新时代中国特色社会主义思想引领下健康中国的体育思想:释义、源起与意义[J].北京体育大学学报,2018,41(9):1-7.
- [4] 侯宇亭,彭国强,陆元兆,等.全域旅游背景下我国体育旅游发展的协同效应与创新路径[J].体育文化导刊,2021(10):29-35+42.
- [5] 黄谦,谭玉姣,王铎皓,等.“双循环”新发展格局下体育产业高质量发展的动力诠释与实现路径[J].西安体育学院学报,2021,38(3):297-306.
- [6] 顾怡然,代红兵,李晋龙.乡村振兴战略下西南边疆民族体育旅游可持续发展的现实困境与应对策略[J].体育文化导刊,2021

(10):78-83.

- [7] 杨倩,李海,吴昊峰.基于 Web of Science 的体育旅游研究前沿及热点分析[J].上海体育学院学报,2018,42(2):81-88.
- [8] 黄海燕.“双循环新发展格局下体育产业高质量发展”专题思考[J].体育学研究,2021,35(3):99.
- [9] 杨强.体育旅游产业融合发展的动力与路径机制[J].体育学刊,2016,23(4):55-62.
- [10] 叶小瑜.“体旅文商农”产业融合发展的时代价值与推进策略[J].体育文化导刊,2020(4):79-84.
- [11] 林章林,张思帆,刘元梦.全国体育旅游精品项目评价体系构建研究[J].质量与标准化,2021(12):46-49.
- [12] 习近平.高举中国特色社会主义伟大旗帜为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗[N].人民日报,2022-10-26(1).
- [13] 刘贝,杨俊琳,蒋佳欣.“一带一路”体育旅游融合发展的政策研究:基于政策工具、政策主体和政策客体的分析框架[J].湖北体育科技,2023,42(2):176-183.

(上接第74页)

4.4 数字身份认同,助推再部落化

在激活健身运动促进随迁老人融入社会系统的进程中,社会各成员应积极促进随迁老人对数字身份的认同,借助社交媒介推动随迁老人健身交往的再部落化。过去,老年群体的信息选择环境主要是具有权威性的传统媒体以及基于差序格局中的社会关系。随着社交媒介技术的迭代发展,人们信息选择的环境更为自主与多元,随迁老人还需要适应网络空间的数字移民身份。因此在健身运动赋能随迁老人社会适应中,社会各成员应重视随迁老人对数字移民身份的认同,在使用用途层面,提升随迁老人对社交媒介的感知有用性,社区可以通过常用软件使用教学的方式,帮助随迁老人在健身活动中合理使用手机,让随迁老人了解社交媒介的操作。在使用能力层面,要提升随迁老人对社交媒介的感知易用性,通过定制化服务给予随迁老人社交媒介关怀,提升随迁老人的社交媒介素养。在使用效果层面,关注随迁老人的数字恐惧与抵触心理,社会成员应积极营造开放、包容的网络环境,减少偏见与歧视、增添温情与关怀,促进随迁老人认同数字身份。

参考文献:

- [1] 张有春,周小昱文.生平情境视角下随迁老人拾荒意义与策略研究[J].贵州师范大学学报(社会科学版),2022,237(4):29-39.
- [2] 朱淑玲.“体医融合”促进城市随迁老人体质健康路径研究[J].人民论坛·学术前沿,2022(1):106-108.
- [3] 麦尔哈巴·吐尔干江,王洁茹,孔凡磊.随迁老人社会融合与生活满意度的关系研究:孤独感的中介效应[J].现代预防医学,2023,50(7):1251-1255.
- [4] 谢立黎,王飞,胡康.中国老年人社会参与模式及其对社会适应的影响[J].人口研究,2021,45(5):49-63.
- [5] 陈勃.人口老龄化背景下城市老年人的社会适应问题研究[J].社会学,2008,334(6):89-94+191.
- [6] 杨菊华.空间理论视角下老年流动人口的社会适应[J].社会学研

究,2021,36(3):180-203+229-230.

- [7] 卡尔·波兰尼.大转型:我们时代的政治与经济起源[M].冯钢,刘阳,译.杭州:浙江人民出版社,2007.
- [8] 王峰,王岩,项建民,等.基于嵌入社会视角的美国课外体育活动运行模式研究:以佐治亚州 Athens-Clarke County 为例[J].北京体育大学学报,2018,41(12):55-63.
- [9] 侯仕军.社会嵌入概念与结构的整合性解析[J].江苏社会科学,2011(2):86-94.
- [10] 张辉刚,朱亚希.社会嵌入理论视角下媒体融合的行动框架构建[J].当代传播,2018(1):41-44.
- [11] MATTEUCCI I. Sport, physical activity and social health in older adults. Caring with technology in the COVID-19 pandemic[J].International Review for the Sociology of Sport, 2022, 57(6): 960-979.
- [12] 朱上上,孙辰.基于活动理论的随迁老人友好型社区老年服务平台研究[J].包装工程,2022,43(14):129-138.
- [13] 孙月岩,陈岩.情感治理视角下随迁老人社区融入路径研究:基于N市S社区的实地调研[J].领导科学论坛,2022,202(8):88-93.
- [14] LIN T, LI L, BAUTISTA J. Examining How Communication and Knowledge Relate to Singaporean Youths' Perceived Risk of Haze and Intentions to Take Preventive Behaviors[J]. Health Communication, 2017, 32(6): 749-758.
- [15] 梁德清.高校学生应激水平及其与体育锻炼的关系[J].中国心理卫生杂志,1994(1):5-6.
- [16] 国家市场监督管理总局,国家标准化管理委员会.老年人能力评估规范:GB/T 42195-2022[S/OL].[2022-12-30].<https://std.sam.gov.cn/gb/search/gbDetailed?id=F159DFC2A7E247EFE05397BE0A0AF334>.
- [17] 肖水源.《社会支持评定量表》的理论基础与研究应用[J].临床精神医学杂志,1994(2):98-100.
- [18] LUBBEN J E. Assessing social networks among elderly populations[J].Family & Community Health, 1992, 11(3): 42-52.
- [19] 石芳芳,文静,徐成立.体育锻炼对老年人生命质量的影响[J].湖北体育科技,2022,41(12):1048-1053.
- [20] 谭世君,刘文武,明磊,等.体育促进随迁老人城市社会融入的质性研究[J].中国体育科技,2023,59(4):101-108.