

新质生产力赋能体育产业发展的动因、困境与对策

鲍曼, 尚雪艳

(郑州轨道工程职业学院, 河南 郑州 475000)

摘要: 运用文献资料与逻辑分析等方法, 对新质生产力赋能体育产业的动因、困境与路径进行深入研究。研究表明: 政策驱动、技术驱动、需求驱动是新质生产力赋能体育产业的主要动因。但目前仍面临政策落实存在偏差、数据要素流通受阻、技术短板有待突破、供需适配性有待提升的发展困境。基于此, 加强顶层设计, 筑牢新质生产力赋能体育产业的基础保障; 构建数据仓库, 打通数据流通壁垒; 加快科技成果转化速率, 突破“卡脖子”屏障; 以大众需求为导向, 丰富体育消费服务供给的发展路径。

关键词: 新质生产力; 体育产业; 体育消费

中图分类号: G812 **文献标识码:** A **文章编号:** 1003-983X(2025)02-0036-05

DOI: 10.20185/j.cnki.1003-983X.2025.02.007

Motivation, Dilemma and Countermeasures of Development of Sports Industry Empowered by New Quality Productivity

BAO Man, SHANG Xueyan

(Zhengzhou Track Engineering Vocational College, Zhengzhou Henan, 475000)

Abstract: Using the methods of literature and logical analysis, it conducts an in-depth study on the motives, dilemmas and paths of the new quality productivity empowering the sports industry. The study shows that policy-driven, technology-driven and demand-driven are the main motives for new quality productivity to empower the sports industry. However, it is still facing the development dilemma that there are deviations in the implementation of policies, obstacles in the circulation of data elements, technological shortcomings to be broken through, and the appropriateness of supply and demand to be upgraded. Based on this, it is the development path to strengthen the top-level design, build up the basic guarantee for the new quality productivity to empower the sports industry, build up the data warehouse, open up the barriers of data circulation, speed up the rate of transformation of scientific and technological achievements, break through the “main” barrier, and enrich the supply of sports consumption services oriented by the public demand.

Keywords: new quality productivity; sports industry; sports consumption

为积极培育经济高质量发展的新动能, 建设现代化产业体系, “新质生产力赋能”已成为我国经济发展的重要抓手。2022年10月, 党的二十大报告明确提出: “加快发展数字经济, 促进数字经济和实体经济深度融合, 打造具有国际竞争力的数字产业集群^[1]。”2023年9月, 习总书记听取了黑龙江省委、省政府工作报告后, 首次提出“新质生产力”这个重要概念。强调了以科技创新资源整合, 加快新兴与未来产业的发展, 推动新质生产力的形成, 从而革新生产力发展方向^[2]。由此可见, 随着产业结构调整与经济布局优化, 势必要重新思考和定位自己的商业模式、运营方式以及与消费者的关系, 以此释放体育产业的“强动能”。

1 新质生产力赋能体育产业的理论逻辑

1.1 新质生产力要义阐释

马克思曾说过: “任何生产力都是一种既得的力量, 是以以往的活动的产物。可见, 生产力是人们的应用能力的结果, 但是这种能力本身决定于人们所处的条件, 决定于先前已经获得的生产力^[3]。”此外, 恩格斯也曾指出, 创新发明在某些情景下可以大幅提高社会生产力, 但专利中大量的“废纸”的情况仍然存在^[4]。为此, 要想深刻把握新质生产力, 就必须从“新”“质”“生产力”3个层面来解读。首先, 新质生产力中的“新”是与过去相对的, 是在原有生产力发展的基础上形成的能级跃迁, 其中包括新技术与新组织形态两个部分。随着科技革命与产业结构优化不断深入, 通过原创性、颠覆性创新技术的显现、更迭、应用, 推动新产业、新业态、新模式呈现。其次, 新质生产力中的“质”是关键指向, 是超脱物质以外的对质量、品质的追求。从哲学角度来看, “质的规定性”是新质生产力产生的

收稿日期: 2024-10-14

第一作者简介: 鲍曼(1989~), 女, 河南郑州人, 硕士, 助教, 研究方向: 体育人文社会学、体育教学, E-mail: 2227219691@qq.com。

基础,是将智慧化、数字化、信息化等创新技术综合运用,带来质量、效率、动力方面等变革,实现传统物质情景的整体质量跃升,与经济管理视角下对质量与品质的把控不谋而合,从而实现更高质量发展。最后,新质生产力中的“生产力”是人类社会进步的重要推动力,是打破社会矛盾的关键抓手,是社会经济长期发展与技术快速更迭下的最优选择,也是改造自然的现实能力,且具备历史动态性的特征。随着科学技术的快速变革,劳动力、劳动对象、劳动工具、生产资料、生产方式等要素之间的作用关系发生了显著的正向改变^[5],使生产力全面提升。

1.2 新质生产力与体育产业发展

体育产业的高质量发展路径,本质上要求聚焦于举办具有国际影响力的体育赛事与活动、供给卓越品质的体育产品与服务,并构建高效协同的产业链与供应链体系。在此过程中,新质生产力作为核心驱动力,发挥着至关重要的作用。

首先,新质生产力为体育产业的高质量发展构筑了坚实的技术与制度基石。通过持续的技术创新,包括但不限于数字化、智能化、网络化等前沿科技的深度融合,以及制度创新与管理模式的革新,体育产业实现了全要素生产率的显著提升,为高质量发展奠定了深厚的内在基础。这种创新驱动不仅优化了资源配置效率,还促进了产业结构的优化升级,为体育产业的持续繁荣提供了不竭动力^[6]。其次,体育产业的高质量发展需求反过来为新质生产力的进一步提升提供了明确的市场导向与需求牵引。随着消费者对体育产品与服务质量要求的日益提高,以及体育产业在全球范围内的竞争加剧,这种外部压力促使体育产业不断寻求技术与管理上的突破,从而推动了新质生产力的快速发展^[7]。最后,新质生产力与体育产业高质量发展的深度融合,是构建体育强国战略的必由之路。通过不断提升体育产业的国际竞争力与市场份额,我国不仅能在全球体育产业链中占据更加有利的位置,还能通过体育文化的国际传播,提升国家的国际形象与软实力。在这一过程中,新质生产力作为关键支撑,不仅推动了体育产业的转型升级,更为国家整体发展贡献了重要力量。

2 新质生产力赋能体育产业转型的动因探索

2.1 政策驱动:战略规划引导发展方向

党的二十大报告深刻指出“高质量发展被确立为全面建设社会主义现代化国家的核心要务与首要任务”^[8]。这一论断标志着经济社会发展目标框架的深刻重构与优化升级。高质量发展理论,作为对传统经济发展模式的根本性反思与超越,不再单一聚焦于经济总量的扩张,而是将视野拓宽至发展的全面性、协调性与可持续性,实现了对经济社会发展目标的全面重新定义。高质量发展摒弃了以往单纯追求速度而忽视质量的增长模式,转而强调经济效益、社会效益与环境效益的和谐共生与综合提升。为此在经济活动中,不仅要注重经济总量的增长,更要关注增长的质量与效益,通过优化产业结构布局,推动产业向高端化、智能化、绿色化方向发展;同时,加大技术创新力度,提升全要素生产率,增强经济发展的内生动力与核心竞争力。此外,《2024年政府工作报告》中的明确要求,即“大力推进现代化产业体系建设,加快发展新质生产力”,进一步凸显了国家对于包括体育产业在内的各产业领域数字化

转型的高度重视。这一要求不仅是对体育产业数字化转型的肯定与鼓励,更是对整个国民经济体系现代化转型的深远布局。体育产业作为我国经济发展的新支柱,其产业发展特性符合新质生产力的要求。通过科技创新、产业链的延伸和多元化以及管理创新和资源配置的优化等手段,体育产业将不断推动自身的发展和升级,为经济社会的全面协调可持续发展做出更大的贡献。

2.2 技术驱动:推动体育产业转型升级

在新质生产力不断演进的背景下,体育产业正经历着深刻的变革与升级。作为由技术革新、生产要素创新配置及产业深度转型共同驱动的生产力形态,其发展不仅促进了金融、人力资源等传统生产要素的现代化转型,还通过多元化的产业平台,为体育产业提供了前所未有的资源共享契机^[9]。首先,随着新质生产力的推进,金融资本与人力资源的利用效率与配置质量显著提升,为体育产业注入了强大的发展动力。金融资本通过更加灵活高效的融资机制与风险管理策略,为体育产业的扩张与创新提供了坚实的资金支持;而人力资源方面,则伴随着教育与培训体系的现代化,涌现出大量具备高技能、高素养的专业人才,特别是5G、大数据、人工智能等前沿技术领域的工程师与专家,极大地丰富了体育产业的智力资源储备。其次,在交换与消费领域,体育产业的数字化转型引领了商业模式的深刻变革。一系列新兴营销模式,如体育共享经济(如24h自助健身房)与平台经济(涵盖在线报名、支付、预订等全链条服务),借助互联网技术的力量,打破了传统体育产品交换与消费的时间与空间限制。拓宽了体育市场边界的同时,还通过提升交易效率与用户体验,激发了体育消费市场的活力与潜力^[10]。此外,数字化转型还促进了体育产业的跨界融合,为体育企业创造了更多元化、更富创新性的增长机会。通过推动生产要素的现代化转型与资源共享机制的创新,体育产业正逐步实现从传统模式向智能化、高效化、可持续化方向的转型升级,为经济社会的全面发展贡献新的力量。

2.3 需求驱动:大众多元化体育需求提升

新质生产力赋能体育产业,构成了对高质量发展目标的强劲驱动力与需求支撑体系。不仅彰显了生产力变革对产业升级的催化作用,还深刻体现了消费结构升级的内在逻辑。一方面,数字化新技术的深度融合与在体育产业领域的广泛应用,成为推动消费需求转变的关键力量。通过运用大数据、云计算、人工智能等前沿技术,体育产业得以创造出多样化的消费新模式与新场景,在丰富体育消费内涵的同时,拓展了消费的外延。特别是个性化定制服务与伴生服务等数字经济形态的兴起,不仅满足了消费者日益增长的个性化需求,还通过精准营销与定制化服务,引导居民形成了全新的体育消费习惯与偏好。另一方面,促进体育消费层级的提升。随着互联网、物联网、大数据等技术发展,大众对智能体育装备、智能健身管理系统及智能健身指导服务的需求不断提升。《2021年大众健身行为与消费研究报告》数据指出,体育健身爱好者群体对融合智能元素的健身方式、高端智能化的装备器材以及个性化的智能健康管理功能展现出高达89%的需求偏好^[11]。且大众体育消费从传统的低端实物消费向高端服务消费转变,体育消费结构的优化不仅提升了消费者的获得感与满意度,也为

体育产业的高质量发展注入了强劲的动力。因此,数字化新技术的赋能与体育消费结构的升级相辅相成,共同推动着我国体育产业向更加繁荣、多元、高质量的方向迈进。

3 新质生产力赋能体育产业的困境梳理

3.1 政策落实存在偏差

首先,政策精准度有待提升。尽管已有支持体育产业转型的财税优惠、资金扶持等政策框架,但政策优势对于促进体育产业转型的实际效果尚未充分显现,表明政策效应释放尚不充分。限制了体育产业数字化转型的深入推进,反映出专项资金在使用范围、分配机制及投入方式上的不明确性,导致资金难以精准、高效地流向真正需要的企业和项目。其次,政策解读存在差异。新质生产力赋能体育产业发展涉及体育、文化、科技、监管等多个部门,但不同部门基于自身的职责范围和专业领域,对同一政策的理解和应用存在差异。如体育部门可能更侧重于政策对体育竞技、群众体育等直接相关领域的影响,而文化部门则可能关注政策对体育文化传承、创意产业等方面的促进作用;科技部门则可能关注政策对技术创新、智能化发展的推动作用;监管部门则侧重于政策对市场秩序、安全监管等方面的要求。再次,监管体系有待优化。面对体育产业数字化转型的浪潮,政府层面的监管体系构建尚显滞后,尚未形成一套全面而高效的数字化监管框架,直接制约了其在应对新兴业态、技术革新以及市场波动时的治理能力。最后,针对智能体育产品等前沿领域的行业标准制定尚不完善,缺乏统一且具有权威性的产品质量与安全规范,这不仅影响了市场的健康发展,也限制了消费者对新兴体育产品与服务的信任度与接受度^[12]。

3.2 数据要素流通受阻

首先,数据“孤岛”现象凸显。体育产业数据的“孤岛”现象主要表现为不同数据源之间缺乏有效的互联互通,导致数据资源被孤立地存储和管理,无法形成统一的数据生态系统^[13]。由于数据标准不统一、数据共享意愿不足、数据安全和隐私保护顾虑等,导致数据无法顺畅流通和共享,其潜在的价值难以被充分挖掘和利用,从而限制了数据生产力在体育产业中的释放。其次,数据资源共享机制缺失。当前,我国体育产业内部尚未建立起完善的数据共享平台或框架,不同机构、企业和组织之间的数据交换和合作面临诸多障碍。这不仅增加了数据获取的成本和难度,也降低了数据资源的整体利用效率。最后,数据产权、交易制度与权益保护问题。体育产业数据产权不明晰、交易制度不健全、权益保护不到位等问题进一步加剧了数据资源利用的难度。在数据产权方面,由于相关法律法规的缺失或不完善,数据的归属权、使用权和收益权等权益关系模糊不清,导致数据交易和流通存在法律风险。在交易制度方面,缺乏统一的数据交易规范和标准,使得数据交易过程复杂且难以监管。在权益保护方面,由于数据泄露、滥用等风险的存在,数据主体的权益难以得到有效保障。

3.3 技术短板有待突破

首先,颠覆性基础技术突破能力薄弱,这是制约我国体育产业高质量发展的核心问题。在关键技术领域,我国缺乏自主研发和创新能力,导致高端体育产品稀缺,难以满足市场需

求。尤其在体育制造业的核心环节,如材料科学、生物力学、智能穿戴设备等,对国外技术的依赖程度较高^[14],不仅增加了生产成本,也限制了我国体育产业的国际竞争力。其次,数字技术与产业融合发展面临障碍。在体育产业与高新技术的协同进展中,与尖端科技的交叉融合尚处于初级阶段^[15],行业整体在信息化、数字化、智能化转型的进程中显著滞后于社会整体的平均发展水平。这一现象揭示了体育产业在利用现代科技力量促进产业升级方面存在显著短板。最后,技术人才匮乏。随着体育产业的快速发展,市场就业需求不断升级,对人才的专业素养、技能水平和创新能力提出了更高要求。然而,当前的人才培养模式、方向和内容在跟进这些变化时显得力不从心。一方面,教育机构和培训体系未能及时捕捉并融入体育产业的最新发展趋势,导致培养出的人才在知识结构、技能水平和思维方式上难以满足产业变革的需求。另一方面,对体育市场就业需求的响应能力不足,使得人才培养与市场需求之间存在脱节,加剧了人才供需的结构性矛盾。

3.4 供需适配性有待提升

首先,商业模式创新不足。当前,许多体育企业仍停留在传统的经营思维中,过于依赖走量策略以快速占领市场。这种短期利润导向的商业模式,忽视了市场需求的多样性和个性化趋势,导致企业在面对市场变化时缺乏灵活性和竞争力。在数字化体育服务领域,尽管有企业尝试线上订购服务、赛事直播和体育培训的O2O模式,但仍旧缺乏创新性和差异化,难以形成独特的竞争优势。其次,体育产品供给不充分。当前体育市场的供给模式过于简单,产品种类单一、同质化现象严重,难以满足消费者的多元化需求。特别是在高端体育产品、智能穿戴设备、个性化训练方案等领域,国内企业的供给能力相对较弱,市场被国外品牌占据较大份额。此外,体育服务领域也存在类似问题,如体育培训、健身指导等服务的质量和水平参差不齐,难以满足消费者的个性化需求。最后,体育消费需求转化不充分。由于消费观念、市场供给结构、政策支持力度及基础设施建设等方面因素的制约,导致体育需求未能有效转化为实际的体育消费行为。目前全国范围内居民体育消费的总规模却未能充分释放其潜力,尚不足2万亿元人民币。

4 新质生产力赋能体育消费的推进路径

4.1 加强顶层设计,筑牢新质生产力赋能体育产业的基础保障

首先,优化体育产业相关法律法规体系建设。及时对现行法律法规进行审视、修订与完善,以确保其能够全面、有效地规范市场行为,为市场监管机构提供坚实的法律基础与保障。通过构建完善的法律体系,不仅能够提升监管的权威性与执行力,还能有效遏制市场乱象,维护公平竞争的市场环境。其次,建立多部门协调机制。精准界定并明确各相关部门在该市场领域的具体监管职责。构建职责清晰、分工明确的监管网络,确保每一环节均能得到有效监管,从而实现监管的全面覆盖与深度执行。为克服单一部门监管的局限性,需进一步建立跨部门协调机制,促进信息共享与资源整合,增强监管的协同性与联动性,以确保监管措施能够迅速响应市场变化,有效应对复杂问题。最后,完善监管机制。在深化体育消费市场监管

机制的优化进程中,首要任务在于清晰界定并明确各相关部门在该市场领域的具体监管职责。通过构建权责分明、各司其职的监管框架,确保每一环节均有相应机构负责,从而保障监管工作的全面性和系统性。同时,为了克服单一部门监管可能带来的局限性和盲区,亟需建立跨部门协调机制,促进信息流通与资源共享,形成监管合力,确保监管措施的有效实施与协同推进。同时,持续监测并评估网络安全配套设施的运行状态,及时发现并消除潜在的安全隐患,为新质生产力与体育产业的深度融合提供坚实的安全屏障。

4.2 构建数据仓库,打通数据流通壁垒

首先,构建数据要素平台,为实现体育产业相关数据的广泛汇聚与深度融合,以一体化智能化体育产业平台作为数据整合与管理的中枢,积极整合来自多源、多维度的体育产业数据,包括但不限于体育赛事运营、体育健身服务、体育用品制造与销售、体育场馆运营等多个领域,确保数据的全面性与代表性。并进一步推动各省(自治区、直辖市)建立标准化与统一化的体育产业数据仓平台。旨在消除数据孤岛,促进数据资源的跨地域、跨部门共享,为构建全国统一的体育产业数据网络奠定坚实基础。其次,构建数据要素市场。优化并完善数据要素的基础制度体系,构建多层次与多元化的数据流通交易架构。使其能够灵活适应不同规模、不同领域的数据交易需求,促进数据资源的有效配置与高效利用。为进一步促进行业数据的顺畅流通,需构建体育产业互联网大数据中心网络。打破数据壁垒,消除“数据孤岛”现象,实现体育产业数据的互联互通与共享共用。这将有助于提升行业整体的数据应用水平,推动体育产业向智能化、精细化方向发展。最后,强化数据安全性与规范性。通过实施严格的监督与检查机制,可以及时发现并纠正数据处理过程中的违规行为,确保数据流转的合法性与合规性。同时,加大对数据垄断行为的监管力度亦不容忽视,以防止市场垄断导致的数据资源不公平分配与利用,保障各市场主体的平等竞争机会。同时,加大执法力度,严厉打击数据违法行为,切实保障市场主体的合法权益,为体育消费产业的数字化转型提供坚实的法治保障^[16]。

4.3 加快科技成果转化速率,突破“卡脖子”屏障

首先,围绕新质生产力研发新技术。新质生产力技术以其独特的引领力,扮演着“组织者”与“催化剂”的双重角色。这些技术不仅深刻地影响着企业内部的运营效率,通过智能化、自动化等手段实现流程优化与资源高效配置,进而提升体育产业整体的发展效能。通过持续推动云计算、互联网、物联网、大数据等前沿应用型技术产品的迭代,为体育产业发展构筑坚实技术基石。并通过强化自主研发能力,推动技术创新与自主可控,以技术革新引领产业变革。此外,加强产学研合作,促进科技创新与成果转化,为体育服务业注入新活力,推动其向更高层次、更广领域发展,为新质生产力赋能体育消费持续提供动力。其次,加强技术与体育产业融合。通信技术的广泛应用为生产过程中的信息传输与交互提供了高速、可靠的通道,使得生产指令能够即时传达至各个环节,实现生产流程的精准控制与协同优化。再次,数字技术的深度融入则推动了生产设备的智能化升级与生产工艺的数字化改造,通过数据分析与算法优化,实现对生产过程的精细化管理与控制,进而提升生

产效率与产品质量。最后,强化复合型人才培养。推动体育与科技类高校、科研机构与企业之间的深度合作,通过联合研发、共建实验室、实习实训基地等多种方式,实现知识、技术与资源的共享与互补,培养跨学科、跨领域的复合型人才。不仅能够促进理论研究成果的快速转化与应用,也能为新质生产力赋能体育产业发展提供源源不断的创新动力与技术支持^[17]。

4.4 以大众需求为导向,丰富体育消费服务供给

首先,加快数字技术与服务供给融合路径。积极探索并促进人工智能、元宇宙、数字孪生、区块链等前沿技术与体育服务业的深度融合,成为构建高效、智能、互动型数字体育服务体系的核心策略。通过人工智能、元宇宙、AI等数字技术应用至体育产品供给中,提升体育产品的智能化水平,通过精准化、个性化推荐等功能,为大众提供更加精准的服务与沉浸式参与体验,激发体育消费的新增长点。其次,构建数字化消费场景。构建融合型消费场景成为释放新需求,激发市场活力的关键。通过打破传统体育消费场景的界限,将体育元素与其他文化、娱乐、旅游等领域深度融合,创造出多元化、互动性强、体验感丰富的消费场景。不仅能够满足消费者日益增长的多元化需求,还能够激发新的消费热点与增长点,为体育市场注入新的活力。最后,积极引导大众数字体育消费。通过策划与举办一系列具有创新性和吸引力的数字体育赛事与活动,旨在提升公众对数字体育的认知度与接受度。这些活动不仅能够展示数字体育的魅力与潜力,还能激发民众参与数字体育消费的热情与兴趣,为数字体育市场的拓展奠定坚实的群众基础。此外,发行数字体育惠民折扣与举办数字体育展览会等举措,也是促进数字体育消费的有效手段。这些措施能够直接降低民众参与数字体育消费的经济门槛,提升其消费体验与满意度;同时,通过展览会的平台效应,展示最新的数字体育产品与技术成果,促进供需双方的交流与对接,为数字体育市场的繁荣发展注入新的活力。

5 结语

新质生产力赋能体育消费是时代发展的必然选择,但面对政策落实存在偏差、数据要素流通受阻、技术短板有待突破、供需适配性有待提升等发展困境。为推动体育产业持续健康发展,必须从加强顶层设计,筑牢新质生产力赋能体育产业的基础保障;构建数据仓库,打通数据流通壁垒;加快科技成果转化速率,突破“卡脖子”屏障;以大众需求为导向,丰富体育消费服务供给等方面出发,共同应对当前面临的挑战,牢牢把握新质生产力赋能体育产业发展的时代机遇,持续推动体育产业发展。

参考文献:

- [1] 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:在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[N].人民日报,2022-10-26(1).
- [2] 中华人民共和国中央人民政府网.习近平主持召开新时代推动东北全面振兴座谈会强调:牢牢把握东北的重要使命奋力谱写东北全面振兴新篇章[EB/OL].(2023-09-09)[2024-09-09].https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202309/content_6903072.htm.

- [3] 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局. 马克思恩格斯文集(第10卷)[M]. 北京: 人民出版社, 2009.
- [4] 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局. 马克思恩格斯文集(第9卷)[M]. 北京: 人民出版社, 2009: 231.
- [5] 郭冠清. 回到马克思: 对生产力—生产方式—生产关系原理再解读[J]. 当代经济研究, 2020(3): 5-13.
- [6] 严月, 史曙生, 霍鹏宇. 新质生产力赋能我国街头体育赛事高质量发展研究[J]. 湖北体育科技, 2024, 43(5): 33-36+113.
- [7] 李树旺, 路嘉明, 凌骏明, 等. 新质生产力视域下体育产业高质量发展的理论路径与研究范式[J]. 武汉体育学院学报, 2024, 58(6): 9-16+88.
- [8] 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: 在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[M]. 北京: 人民出版社, 2022: 29.
- [9] 李增光, 沈克印. 体育用品零售业数字化转型的理论逻辑与实践路径[J]. 湖北体育科技, 2022, 41(4): 289-292+304.
- [10] 蔡朋龙, 蒲鼎添, 李树旺. 新质生产力助推我国体育产业现代化转向及策略研究[J]. 体育学研究, 2024, 38(3): 22-37+99.
- [11] 国家体育总局. 《2021年大众健身行为与消费研究报告》发布大众体育消费意愿进一步加强[EB/OL]. (2021-05-19)[2024-05-19]. <https://www.sport.gov.cn/n20001280/n20067608/n20067635/c21043791/content.html>.
- [12] 韩朝阳, 杨岑, 李拓键. 我国体育产业数字化转型的现实需求与实现路径[J]. 湖北体育科技, 2022, 41(1): 6-10+40.
- [13] 张勇, 周道平, 牛群. 数字经济时代下体育用品制造业供应链韧性提升的路径研究[J]. 体育学研究, 2024, 38(1): 24-34.
- [14] 王子朴, 刘大超, 姜月帅, 等. 从技术发展到政策创新: 体育科技创新的理论逻辑与实践指向[J]. 上海体育大学学报, 2024, 48(4): 13-25.
- [15] 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.
- [16] 刘庆群, 徐伟康. 我国体育数据要素市场的培育: 机遇、挑战与对策[J]. 体育科学, 2022, 42(5): 29-37.
- [17] 陈太菊, 吴燕, 程秋雷, 等. 探究人工智能赋能体育产业高质量发展路径[J]. 湖北体育科技, 2023, 42(10): 973-978.

(上接第18页)

- [1] 07[2024-09-20]. <https://www.sport.gov.cn/gdnps/content.jsp?id=24919504>.
- [2] 蒋全虎, 陈家起, 高奎亭, 等. 新时代我国户外运动产业高质量发展思考[J]. 体育文化导刊, 2023(9): 76-83+90.
- [3] 习近平. 发展新质生产力是推动高质量发展的内在要求和重要着力点[J]. 求是, 2024(11): 1-4.
- [4] 习近平在中共中央政治局第十一次集体学习时强调加快发展新质生产力 扎实推进高质量发展[N]. 人民日报, 2024-02-02(1).
- [5] 邹本旭, 黄玉阳. 数字经济背景下我国户外运动产业转型升级研究[J]. 沈阳体育学院学报, 2023, 42(3): 113-119.
- [6] 杨丽芳, 何涛, 韩勃. “双碳”背景下户外探险旅游赋能乡村振兴的实现路径研究[J]. 武汉体育学院学报, 2022, 56(11): 61-69.
- [7] 徐光春. 马克思主义大辞典[M]. 武汉: 崇文书局, 2017: 59.
- [8] 马克思. 资本论(第1卷)[M]. 北京: 人民出版社, 2004: 53+210.
- [9] 晏志伟. 新质生产力: 出场语境、理论内涵和发展路径[J]. 湖南社会科学, 2024(5): 83-90.
- [10] JONES C I, TONETTI C. Nonrivalry and the economics of data[J]. American Economic Review, 2020, 110(9): 2819-2858.
- [11] 魏枫, 完颜含玥, 焦方义. 新质生产力的“四个之问”[J]. 求是学刊, 2024, 51(4): 54-68.
- [12] 光明网. 以高质量人才工作服务支撑新质生产力发展[EB/OL]. (2024-02-07)[2024-10-02]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1790183112979877238&wfr=spider&for=pc>.
- [13] 陈太菊, 吴燕, 程秋雷, 等. 探究人工智能赋能体育产业高质量发展路径[J]. 湖北体育科技, 2023, 42(10): 973-978.
- [14] 黄海燕. 长三角地区体育产业发展报告(2022—2023)[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2024: 160-163.
- [15] 雷蕾, 杨丽丽, 王子朴. 新质生产力赋能体育消费新业态发展: 要素特质、实现机制与发展策略研究[J]. 广州体育学院学报, 2024, 44(3): 47-55.
- [16] 杨凤英, 崔晓嵩, 王文龙, 等. 新质生产力驱动体育产业高质量发展的逻辑与路径[J]. 体育学刊, 2024, 31(2): 1-6.
- [17] 伍善, 左逸帆. 新质生产力推动体育产业高质量发展的逻辑、困境与进路[J]. 湖北体育科技, 2024, 43(6): 108-112.
- [18] 新华社. 户外运动产业, 人才从哪来?[EB/OL]. (2024-10-27)[2024-10-28]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1814059218828716924&wfr=spider&for=pc>.
- [19] 时丽珍, 黄晓灵, 李增光, 等. 新质生产力赋能体育用品制造业高质量发展的出场语境、推进困囿与实践路径[J]. 沈阳体育学院学报, 2024, 43(2): 1-8.
- [20] 人瑞人才, 德勤中国. 产业数字人才研究与发展报告(2023)[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2023: 1.
- [21] 王如玉, 柴忠东, 林家兴. 全球供应链空间重构下的中国外贸“三新”: 新格局、新动能与新质生产力[J]. 重庆大学学报(社会科学版), 2024, 30(3): 18-35.
- [22] 胡若晨, 朱菊芳, 刘雨欣. 体育服务业数字化转型的作用机理、阻滞障碍与对策建议: 基于TOE理论视角[J]. 武汉体育学院学报, 2024, 58(2): 38-45.
- [23] 蔡朋龙, 王家宏. 扩大内需战略下全面促进体育消费的堵点与对策[J]. 体育文化导刊, 2024(3): 74-80+88.
- [24] 谢利威, 赵新辉, 王孟, 等. “双碳”目标下体育产业低碳发展研究[J]. 体育文化导刊, 2024(4): 75-81.
- [25] 姜长云. 新质生产力的内涵要义、发展要求和发展重点[J]. 西部论坛, 2024, 34(2): 9-21.
- [26] 冯广, 冉建, 周佳梅. 我国体育用品研究的历史演进、热点及前沿趋势[J]. 湖北体育科技, 2024, 43(2): 97-102+118.