

# 新发展理念引领体育消费升级的高质量发展困境和路径研究

李佳钰 杜鑫<sup>通讯作者</sup>

(贵州民族大学体育与健康学院, 贵州 贵阳 550025)

**摘要:** 党的二十大召开, 进一步规划和确定了我国体育发展的方向, 不断推动体育消费升级的转型, 体育产业的发展离不开实体经济的支撑, 新经济视域下的体育消费升级也必须依托于实体产业的推动我国体育数字化发展转型升级, 推动我国消费升级, 实现产业大众化, 科技助力体育强国, 大数据、5G、6G、互联网、人工智能都在转变消费市场, 体育的消费也是人们精神上的一种生活消费组成部分, 推动着我国消费结构体系的升级和完善, 随着科技的不断完善, 体育产业的发展也在不断转型, 数据化、数字化产业也在推动着我国体育产业不断地向前发展。但是, 现阶段我国的数字体育结合尚不健全、体育产品消费使用尚不均衡、科技融入体育发展尚未形成体系、体育科技创新还需大力发展。从总体上来说, 新经济视角下体育消费升级是一轮新的技术革命、新的发展趋势和新的经济特征。

**关键词:** 新发展理念; 体育消费升级; 高质量发展

## 一、新发展理念下体育消费升级价值体现

### (一) 满足人们对美好生活的需要

新经济下体育的发展转变了人们对于体育新认识、使用新的消费方式。不断改善人们生活条件, 这也意味着在新经济中提高了社会生产力, 并在结合体育消费利益的基础上, 实现体育产品生产与消费的动态平衡, 为体育消费的现代化配置增加资源。一方面, 改善生活的要求必须在实践中积极落实, 并反映在每个国家和人民生活的各个方面。新经济扩大了体育消费者的可用资源, 并提供了新的开发材料, 以满足他们对体育的多样化和个性化需求, 如在线观看体育比赛和购买智能体育设备。智能体育指导和积极更新体育消费可以满足人们对美好生活的需要。居家锻炼、数据的可视化对于未来的体育发展都是大势所趋, 科技的发展融合体育产业对人们日常健康生活、娱乐起到了关键性的作用。通过体育的不断消费转型升级, 我们将在新发展理念引领下塑造具体而美丽的生活方式, 不断强调体育消费的增长, 为社会和人们提供更加优异的体验, 满足人们的精神物质文化需要, 满足人们对美好生活的需要。

(二) 数字化体育产业推动经济增长, 满足人民对体育身心发展健康的追求

《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年计划的议案》提出了有关于全民健康的诸多问题。在新经济条件下, 体育消费的现代化进程本质上是环境、理念、科技等连续循环的一个过程。同时, 它也是体育产业结构改革的动力, 促进了体育产业供需“双动力”的形成, 对体育消费领域的新技术、渗透和侧向作用也起到了促进作用。为更广泛、更高质量的更新做出贡献满足人们对健康体育的高质量追求。

## 二、新经济视域下体育消费升级的困境

### (一) 体育产业发展协调不足转型困难

以高科技产业、知识经济和信息经济为基础的新经济是中国

经济持续健康发展的动力。然而, 体育消费的不均衡发展仍然是阻碍我国体育消费在更高水平上增长的瓶颈。在这个阶段, 由于不同的制度、社会阶层和权利, 妇女的权利受到限制。住房、教育、卫生和其他领域的过度拥挤导致了体育消费的减少。区域经济当中发展也有很多的不均衡, 城乡体育消费存在较大差异; 一线城市、二线城市、三线城市以及沿海地区与内陆地区城乡之间的体育消费差异明显。同时, 在体育商品和服务的消费和需求两端, 存在着体育商品和体育服务供过于求的现实问题, 特别是体育商品生产规模大而小、体育服务发展滞后的问题。严重的结构性供应失衡。

### (二) 经济投入成本高、创新驱动不足

新经济视域下, 我国大量实体体育馆的投入成本过高, 多数存在于政企联合建立、私人建立以及小区工厂建立场馆, 设施设备薄弱, 质量不高, 活动人群较低, 长期形成了投入高回收慢、时间长等难以生存的困境, 在 2020 年疫情来临之后, 实体化体育经济发展更加的寸步难行, 实体产业经济下滑严重, 因此导致场馆经济投入成本过高, 难以为继。创新是国家发展的必须手段, 也是发展产业优化升级的重要根源, 优化产业结构, 支持体育产业高质量发展, 促进体育消费转型升级。在新的经济条件下, 我国社会的整体消费潜力和空间尚未得到解放, 在体育服务方面、体育旅游、体育科技、体育产业、体育文化等方面融合程度相对较低。尚未形成完整的一套体系, 让体育和大数据、产业真正意义上的融合。

### (三) 新的体育经济市场尚不成熟

中国体育消费市场变化迅速, 特别是互联网+的时代, 大数据不断驱动下, VR 技术发展迅速, 科技不断地融入我国体育市场, 国内体育市场前景广阔, 但其吻合度相对较低。但是由于我国新的体育经济市场发展起步较晚, 法治不够完善, 监管不够。例如, 在对于网络贷款和体育博彩等方面相关约束程度不够, 也影响着我国体育市场的发展, 对金融方面也有着不可忽视的作用。然而, 在体育消费立法方面, 立法滞后, 这也导致现有立法和法规不完全适用于行业问题、行业风险, 难以创造“合法”的市场环境。

### (四) 价值观发展不足

体育消费观念的转变是国家发展消费升级转型重要的一环, 观念的转变是维系我国体育消费升级的一个阶段性产物。现阶段, 我国人民依旧存在对观念陈旧, 还未完全转变的情况。新经济下的消费“为健康付费”的价值已成为人们不约而同达成的共识。尽管这是众所周知的, 但其仍然存在过度的实物消费和广泛的参与。与娱乐相关的体育支出比例较低。

(五) 数字化体育产业与新技术融合不足、轻型体育产业发展尚待完善

数字化体育是未来科技发展的方向, 也是未来新经济的发展的新途径, 引领体育新的消费路径转型升级, 加快体育经济发展, 推动科技转变, 是当前产业数据化的重点。互联网+、大数据、

5G等多种新技术的融合发展在新发展理念下引领体育社会领域的消费和发展不断改变,切实推动云计算的新型构建,对体育的供需进行数据化可视化分析,让体育消费看得见,改变体育消费的体系结构。

### 三、新经济条件下体育消费升级突破路径

#### (一) 体育产业转型升级协调发展引领体育经济消费升级

在新的经济条件下增加体育消费需求,要着力提高人们的要在新的经济环境下增加体育消费需求,应着力提高人们的实际消费能力,刺激体育经济发展,为体育消费升级源源不断注入新动力。从绝对意义上讲,“稳定就业”与“刺激消费”之间存在着密切的逻辑关系。需要采取一系列就业措施,使“大众创新和大众创业”成为经济发展的两大引擎之一,并刺激消费者收入增长。完善社会保障,降低医疗费用,减轻国民经济压力,改善收入分配平衡。缩小消费差距,完善均衡机制,发展“乡村振兴”促进农村发展。将体育作为旨在保护健康和利用体育促进经济发展的减贫战略的重要组成部分。

#### (二) 引入新发展理念为发展新产业创新引入新能量

要实现新发展理念下引导体育消费的现代化,牢牢把握新经济的内在动力,建立人才驱动体系,需要不断完善创新消费模式。首先是坚持创新。创新是发展的第一大关,要不断科技创新,激发体育消费者的活力。利用网络的发展,发展信息技术与个性化相结合的创新生产模式,丰富企业供应链。政府向负责消费现代化的部门提供了政策和财政支持,解散了一些僵尸相关企业,并建立了库存和生产能力。政府必须建立一个制度该系统通过投资、税收优惠等支持措施,确保了体育消费现代化领域的持续创新,并设立了专项资金,以拓展体育消费现代化方面的科技能力,创造创新基础,为创新创造良好的制度环境,提高体育消费水平。最后,坚持人才培养。20世纪90年代以来我国老龄化进程的速度加快,新生儿出生率一直在下降,中国人口青老衔接出现了不平衡现象。在新发展理念下,体育消费的现代化必须适应中国人口结构的变化,以促进专业人才的增长需要创新、协调、共享一体发展。高校应与相关企业合作,产学研结合,合作培养人才。推动发展体育消费升级,融合社会各界资源。

#### (三) 完善市场法制建设促进体育经济消费发展

首先,加强相关法律法规。针对新经济环境下体育消费现代化进程中出现的新变化和新矛盾,建议根据《消费者权益保护法》对体育消费者权利进行专门立法。在《中华人民共和国标准法》的基础上,要形成系统的文本制度,完善在线市场管理体系,优化在线服务体系。不断提高市场风险防范效率,为新经济发展创造有利条件,增加体育消费。

#### (四) 观念转变形成新的科学合理的消费观念

《2022年全国体育政策法规规划工作要点》强调强化思想理论武装开展体育方面理论研究,在总体上提出要求为新经济体育发展促进人们价值观念转变作为驱动,在《〈体育与健康〉教学改革指导纲要(试行)》通过深化体育教学改革,转变教学观念对学校教学也提出了要求,十九届九中全会提出了新的发展观它是新经济条件下体育消费现代化进程中创造科学合理价值的催化剂。体育消费监管中体现和落实共享理念,以人为本,以保障体育消费者权益为出发点和落脚点。

#### (五) 数字化体育产业与新技术融合

“新基建”概念正式出台。在实体消费升级过程中,底层技术平台的升级与智能交互消费、智能服务消费紧密相连。5G、大数据、云计算、人工智能等融合使用发展,拓宽体育消费的界域。利用新的基础设施,不断提高体育消费水平,实现基础技术现代化,增加研发投入,加强新经济与体育消费的融合。加大对数字核心技术和基础研究的投入,支持科研机构、高校和企业共同建设研发中心,共同开展技术攻势。加快科技进步为目标,通过科技融合创新作为手段,加强对物质消费现代化特点的适应,建立“体育云数据库”,协调创新和运用,促成科技成果的转变,提高信息技术促进体育经济消费可持续性发展。

### 四、结语

新发展理念下体育消费在不断进行转型升级,推动我国经济体育发展。当前体育产业不断与融合体育旅游发展、电子竞技经济、体卫融合、体教融合等在我国体育政策的不断推动下,体育经济产业消费的升级也在发生转变,促进消费的升级需要提高人们的收入,实现健康的同时稳定经济收入保障,在新时代体育强国建设的机遇下,通过国家政策的引领,发挥制度优势,构建新的竞赛机制,增强科技助力,以科教兴国战略背景下促进我国体育产业消费升级的转变,发展新经济下我国体育经济消费新市场、新格局。深度“体教融合”拓宽后备人才培养,“体卫融合”驱动我国体育健康、绿色发展,促进我国体育项目可持续发展,促进体育强国建设的整体规划,推进我国体育全民健身发展,刺激新经济视域下的体育消费升级。

### 参考文献:

- [1] 任波.数字经济时代中国体育产业与体育消费互动的内在机制与升级策略[J].山东体育学院学报,2022,38(03):25-34.
- [2] 周铭扬,谢正阳,缪律,等.体育助力精准扶贫:农村体育治理现代化推进研究[J].沈阳体育学院学报,2021,40(1):64-71.
- [3] 教育部办公厅,[EB/OL].《〈体育与健康〉教学改革指导纲要(试行)》的通知.2021-06-30.http://www.moe.gov.cn/srcsite/A17/moe\_938/s3273/202107/t20210721\_545885.html.
- [4] 王孟,任波,刘东锋.体育产业绿色发展的动力机制与推进策略[J].体育文化导刊,2022(03):78-83+97.
- [5] 张瑞林,李凌,翁银.消费升级视域下推进我国体育服务业发展研究[J].体育学研究,2020,34(06):1-9.
- [6] 严鑫,周铭扬.新经济下体育消费升级制约因素与实现路径[J].体育文化导刊,2021(11):74-81.
- [7] 花楷.体育新经济高质量发展:学理逻辑、现实困境与实现路径[J].天津体育学院学报,2021,36(5):574-580.
- [8] 蒋亚斌,张恩利,任波,王孟.我国体育产业数字化转型的法治困境及其应对——以体育数据要素为视角的分析[J].体育科学,2022,42(06):3-10+41.

作者简介:杜鑫(通讯作者),男,硕士,贵州民族大学,研究方向:体育教育运动训练。