

# 新冠肺炎疫情影响背景下体育服务产业的现状及发展路径研究

林汉琪<sup>1</sup> 刘坚<sup>2</sup>

(1. 云南师范大学体育学院 650500; 2. 云南师范大学学报 650500)

**摘要:** 本文通过文献资料法、逻辑分析法等,对新冠肺炎影响下的体育服务产业的发展现状、困境及发展路径进行相关的阐述和分析,根据相关的调查和研究表明,新冠肺炎影响背景下体育服务产业的发展现状不容乐观,在疫情影响下的发展存在比较大的困境。故此,本文对当前新冠肺炎影响下的体育服务产业进行分析,并且提出相关的优化路径,使得疫情影响下的体育服务产业也能够进行自身的发展,这对于国内社会经济的发展也是具有重要意义的。

**关键词:** 新冠肺炎; 体育服务产业; 发展现状; 发展路径

2020年2月23日,习近平总书记在统筹推进新冠肺炎疫情防控和经济社会发展工作部署会议上指出,这次疫情是新中国成立以来在我国发生的传播速度最快、感染范围最广、防控难度最大的一次重大突发公共卫生事件,必然会对经济社会造成较大冲击。<sup>[1]</sup>这场席卷全球的新型冠状肺炎疫情,给体育产业特别是体育服务产业带来了特别大的影响。体育产业不仅要面对这场严峻的危机,还要危中找机和转危为机,准确预判未来全民健身和体育消费发展趋势,抓住疫情过后的政策支持、技术创新、补偿性消费等有利因素,实现“涅槃重生”和高质量发展。所以,在文中就将对我国体育服务产业在疫情下的发展现状、发展困境和发展路径进行相关的研究和分析,并且在文章当中还会提出一定的具有建设性的意见或者对策,以促进此体育服务产业的良好发展。

## 1、体育服务产业相关概述

2011年12月出版的《中国体育及相关产业统计》一书中认为:体育产业是指经营体育产品,开展体育活动的组织以及部门的总和<sup>[2]</sup>。体育服务业是体育产业的主体部分,是体育产业的核心,指的是除体育用品和相关产品制造、体育场地设施建设外的9大类体育相关服务性业态的集合统称<sup>[3]</sup>,主要是以提供体育服务产品和劳务为主,一般由健身休闲体育服务业、竞赛表演体育服务业、职业体育服务业、社会体育服务业、公共体育场馆服务业、体育经纪服务业、体育广告服务业、体育旅游服务业等构成。

## 2、新冠肺炎影响下体育服务产业的发展现状

2020年春节期间,突如其来的“新冠肺炎疫情”成为全球性的公共卫生事件。成都体育学院程林林教授认为:“体育产业在本次疫情中的受损程度与文化产业相当,均属受损严重的行业,尤以竞赛表演业最为严重,反映的产业痛点也最为强烈。”尽管在疫情的控制下我国众多产业已经复工复产,但出于体育服务产业的集聚性、非必需性等原因,大都处于停业、半停业的状态<sup>[4]</sup>。

2020年1月20日,国家体育总局、国家统计局联合发布了2018年度体育产业统计数据。数据显示,2018年我国体育产业总规模、增加值大幅提高,总规模达到26579亿元,较2017年增长20.9%。值得注意的是,2018年,体育服务业增加值实现6530亿元,在体育产业中所占比重达到64.8%。这表明,我国体育服务业的发展越来越好,给体育产业带来的收益也很明朗。体育服务产业例如竞赛表演、健身休闲等体育服务产业在体育产业产值演进中的地位不断提升,不断促进体育产业的发展。然而,2019年年底突发的疫情,让体育服务业防不胜防,各省市都出台文件,纷纷暂停体育赛事、健身休闲等聚集性活动的开展,体育服务产业受到了重创,尽管在疫情期间,钟南山院士积极的提倡全国民众参与体育锻炼,但是全国大部分体育场馆春节期间关门歇业,各个体育培训、健身场馆或俱乐部都关起了门,人们锻炼仅仅只能居家锻炼,一系列的体

育服务产业均受到很大的影响,现状不容乐观。

## 3、新冠病毒疫情影响下体育服务产业的发展困境

### 3.1 缺乏落地的政策扶持

突如其来的新型冠状病毒肺炎疫情给体育发展带来深刻影响。许多中小体育服务业面临生产经营困境,主要表现在缺乏关于疫情下的体育服务产业的政策的扶持,在疫情影响下,体育服务产业很难独善其身,而在疫情发生以前,在高频率和高密度的体育产业政策的刺激和影响下,体育消费需求日益提升,体育消费理念不断传播,体育消费空间越来越大,整个体育服务产业呈现出一种良好发展的态势<sup>[5]</sup>。

然而,在疫情下的今天,在家家户户足不出户,各地封乡封城的时候,体育产业的发展也得到了限制,缺乏落地的政策的扶持,许多的问题凸显出来。对此,只有紧跟时代步伐在政府法制统领下明确政策指向,不断改革与加强市场监管体制,促使传统产业法制的持续完善与创新升级,才能实现体育服务产业在疫情下仍然的可持续发展。

### 3.2 创业管理专业知识欠缺、专业人才缺乏

体育服务产业从业人员是整个体育服务产业发展壮大的关键,所以比其他行业提出了更高的要求。对于体育管理者而言,不仅要了解体育知识,还需要了解经济、管理、法律等相关知识,而从当前我国体育产业相关人才的培养速度来看,人才培养的数量远远不能满足体育服务产业发展对人才的需求。数据表明,目前我国综合性高校、师范类院校、体育专业院校等各类机构每年培养的体育服务产业相关的毕业生约为7.5万人,体育人才培养的速度与社会对体育人才的需求之间的差距巨大,远远无法满足产业增长对人才的需求<sup>[6]</sup>。

### 3.3 产业经营秩序被打乱

疫情严重干扰了中国正常的体育产业经营秩序,不同程度地影响了体育服务产业的发展,打乱了各个体育服务产业正常发展的形式、规模和方向,挫伤了各级各类体育市场经营主体的积极性。从大类看,竞赛表演业几近停止,健身休闲业、体育教育与培训部分转移到线上,但也只起到维护用户的作用,难以获利。体育场馆建设及其服务基本停止,体育用品销售通过线上电商弥补部分线下损失,出口业务大幅削减。体育信息与传媒勉力维持。体育经纪通过线上电话会议等形式保持客户关系,体育管理活动仅限于观察形势并研讨、推出政策,其他体育服务业中的体育博彩、体育旅游等基本停止。在项目产业上,足球产业、篮球产业、冰雪产业、马拉松产业、自行车产业等都因赛事的取消而陷入停滞状态,大众健身层面的体育参与也因疫情而缩水<sup>[7]</sup>。

### 3.4 启动资金欠缺或现金流断流

资金作为产业发展的核心基础和重要条件,在满足产业发展需

求,特别是实现扩大再生产中的作用重大。启动资金欠缺或现金流断流是疫情下体育服务产业创业者面临的又一大障碍,由于疫情影响,参与体育消费的人群大大减少、购买体育类产品的人也越来越少、更别说各个体育服务产业,基本上在疫情期间大家都是足不出户,各个各种各样的场所都基本关上了门,被迫暂停运营,导致部分体育产业启动资金欠缺或者现金流断流的现象,这严重影响了各体育产业的发展。

#### 4、新冠病毒疫情影响下体育服务产业的发展路径

##### 4.1 调整体育政策,加大扶持力度

各地围绕体育服务业推出的倾向性政策偏少,各地区应根据疫情影响程度应根据当地的经济社会条件,产业发展与影响程度,财政实力等通过政府体育部门、体育产业联合会、体育协会等组织提出发展诉求,制定针对体育企业的扶持政策,充分利用金融、财政、税收等政策工具,尤其要加大政策的执行,确保政策落地,为中小创体育企业提供实实在在的支持,全面考虑政策颁布、贯彻以及落实的这几个方面,积极帮助其顺利渡过难关。

##### 4.2 体育产业提升自我创新能力、抵御风险能力

此次疫情彻底暴露了体育服务产业应对危机时的脆弱性,体育企业除了依靠政府出台的扶持政策,要创新运营模式和优化产品结构,弥补经济损失,提高生存与发展的能力。第一,体育企业在现有的政策条件下,不仅要做好当前的防疫工作,还要做长远规划,在管理方式、开发产品、经营模式等方面多做思考,特别是要重视线上和线下相融合的体育经营新模式。第二,体育企业要面对疫情的挑战,摒弃“独立经营主体”的做法,以“抱团取暖”的思维从独立竞争发展方式转为协同共赢发展方式。第三,体育企业要强化经营管理能力,特别要在扩展业务和营销方面进行创新,并削减经费和减少不必要的开支,提高资金使用效率,多个渠道筹措资金,提高资金风险防范能力。

##### 4.3 激发居民体育消费潜力

疫情在短期内对体育消费造成了重创,但此次影响是暂时的和阶段性的,不会改变我国体育产业发展的长远目标,更不会阻碍“推动体育产业成为国民经济支柱性产业”的前进步伐<sup>⑧</sup>。此次疫情迫使部分体育服务企业办公和经营从线下走向线上,也催生了线上与线下相结合的体育消费模式,促进了体育产业数字化与智能化的发展。从常规的需求来看,在疫情逐渐得到控制的今天,许多的体育服务产业开始逐步运营起来,在这个漫长的假期以后,人们的身体状况以及身材都不如从前,而通过体育锻炼来达到减脂、塑形或者促进身体健康的人越来越多,这直接成为绝大多数健身参与者的直接目的。加上疫情之下,居家锻炼带来的不便,将致使疫情过后大家参与体育活动的热情持续的高涨起来。体育服务产业可以抓住机遇,充分激发居民及广大民众的体育消费潜力,进一步促进体育服务产业的发展。

##### 4.4 加强线上线下融合,革新体育产业产品与服务供给

疫情的发展促进了体育产业问题的暴发和新需求的激发,新需求我们应建立供需协同理念,推动供给响应需求,同时通过供给引领需求。此次疫情体育产业发展的最大亮点就是线上与线下的融合,这一亮点在体育培训、健身休闲、直播健身、线上培训、线上赛事、电子竞技等方面表现突出,培育了体育消费者线上的消费习惯,收到了良好的效果。

在疫情之下,各大互联网平台都加大了好节目的投放力度,而关于体育的企业们,也都逐渐开始使用自己的方法为大众健身贡献思路。如优酷体育就开启了“全民战疫,健康动起来”专题,发布健身指导视频,让大家在家里就可以选择简约实用的健身方式,来锻炼身体。而本就以互联网健身视频起家的KEEP,也迎来了用户量的又一次提升,在春节期间,也提供了“春节居家健康指南”“7天减压健康计划”等专题,对用户进行精准服务,许多的居民特别是学生党纷纷购买起了瑜伽垫,在家里跟着KEEP运动健身App踏上了健身、塑形的路。鉴于此,体育服务产业应大力推进线上与线下的融合发展,通过线下为线上支撑,线上又为线下服务,革新相关的体育产品,激发民众的运动及消费热情。

#### 5、小结

疫情既是对体育服务产业治理体系与治理能力的大考,也是对体育企业经营水平和应对能力的大考。突如其来的疫情让整个体育服务产业处于危机重重之中,但疫情是暂时的,不会改变我国体育产业发展的长远目标,更不会阻碍“推动体育产业成为国民经济支柱性产业”的前进步伐。疫情过后体育消费需求会大幅增加,体育企业要转危为机,沉淀思考,运筹决机,找到未来发展之策。值此危难关头,中央和地方政府要统筹规划,积极出台体育服务产业扶持政策,支持体育企业生存与发展,使其渡过难关。同时,体育企业也要充分利用现有政策,多方位开展自救,提高生存与发展能力,同时要不断优化升级,走体育科技创新之路,推动体育产业数字化和智能化。没有不可逾越的冬天,坚信体育产业一定能够熬过疫情“寒冬”,进入高质量发展阶段,不断满足人民对美好生活的需要,成为国民经济支柱性产业。

#### 参考文献:

- [1] 习近平.在统筹推进新冠肺炎疫情防控和经济社会发展工作部署会议上的讲话[N].人民日报,2020-02-249(002).
  - [2] 中国体育科学学会体育产业分会.中国体育及相关产业统计[M].北京:人民体育出版社,2011.
  - [3] 兰燕,陈刚.我国体育服务产业高质量发展的对策研究[J].福建体育科技,2020,39(03):1-4+10.
  - [4] 高天恩.使命与布局:对我国体育产业发展的思考研究[J].商业经济,2020(06):54-56+81.
  - [5] 骆雷,张林,黄海燕.改革开放30年我国体育产业研究的总体述评[J].体育科学,2012,32(11):83-89.
  - [6] 王雪莉,付群,郑成雯.中国体育产业高质量发展的现实挑战与路径探索[J].北京体育大学学报,2020,43(01):1-15.
  - [7] 吴香芝,张继民,侯喆,刘兵.我国体育服务产业“新冠”疫情影响和恢复策略研究[J/OL].体育与科学,2020(03):17-24[2020-06-19].https://doi.org/10.13598/j.issn1004-4590.2020.03.002.
  - [8] 黄海燕,朱启莹.体育消费的内在逻辑拓展与政策选择[J].体育学研究,2019(4):13-20.
- 作者简介:  
第一作者:林汉琪(1997-),女,汉族,江西省万载人,硕士研究生在读,研究方向:学校体育学  
通讯作者:刘坚(1960-),男,汉族,云南建水人,博士,教授,研究方向:学校体育