
上海体育产业高质量发展的典型特点、 主要问题和对策建议

王玮 丁博汉 张亚军 吕岚琪 潘斌¹

(上海发展战略研究所 200032)

【摘要】: 围绕体育产业高质量发展, 应坚持以目标为导向, 进一步明确发展思路、任务举措和关键突破口。深化“体育+”与“+体育”发展, 夯实产业发展基础; 牢牢抓住赛事、场馆和市场, 增强上海体育产业引领性; 聚焦数字化、融合化、资本化, 拓展产业业务范围。

【关键词】: 体育产业 高质量发展 市场主体

【中图分类号】: G812.7.51 **【文献标识码】:** A **【文章编号】:** 1005-1309(2021)08-0092-005

一、上海体育产业高质量发展的重要性分析

2019年9月, 国务院办公厅印发《体育强国建设纲要》, 明确提出体育产业是国家经济的支柱型产业之一, 并把体育产业高质量发展纳入国家中长期发展规划。就上海而言, 体育产业很有可能成为未来产业发展为数不多的突出亮点以及经济新增长点之一。当前上海发展体育产业的重要性主要体现在3个“与日俱增”。

(一) 体育代表国家参与国际竞争的重要性与日俱增

除政治、军事、经济贸易外, 包括体育在内的人文交流和社会交往是国际交往的重要渠道。世界正处于动荡变革期, 体育等人文社会交流往往成为政治经济交流受阻下的国际关系纽带。在中美关系紧张的当下, 体育交流对两国关系发挥稳定器的重要性正在不断上升。上海承办、申办、举办国际赛事已有30多年的经验, 要充分发挥体育产业的交往平台作用, 不仅要继续坚定不移地引进和办好赛事, 还要对此给予系统性考虑和整体性设计, 更多考量其对国际交往的意义。

(二) 体育产业在促进新兴消费、扩大内需中的引领作用与日俱增

党的十九届五中全会指出, 我国将进入以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。未来一个时期, 国内市场主导经济循环的特征会更加明显, 完整的内需体系将加快构建。从“吃穿用”到“住行学”, 再到“体文旅”, 体育正是满足新阶段消费需求的重要一环。体育作为人民日益增长的美好生活需要的重要组成部分, 将成为一种不可或缺的现代生活方式。

¹**作者简介:** 王玮, 上海发展战略研究所研究人员。

丁博汉, 上海发展战略研究所研究人员。

张亚军, 上海发展战略研究所研究人员。

吕岚琪, 上海发展战略研究所研究人员。

潘斌, 上海发展战略研究所研究人员。

(三) 体育产业弯道超车的现实可能性与日俱增

前沿技术，尤其是数字技术的加持，体育产业供给侧持续发力，将创造更多满足人民需求的服务和产品。云技术、大数据、AI 和 5G 等技术在体育产业的应用将带动更多体育消费。基于云技术和大数据的体育资源数据化分配和健康数据挖掘，基于 AI 技术的赛事运营、场馆管理和体育培训，基于 5G 技术的赛事直播、体育物联网和体育大数据，将为体育产业创造更多想象空间。上海作为国内电竞产业的领头羊，率先提出建设“全球电竞之都”的战略构想，吸引了全国 80%左右的电竞企业、俱乐部、战队和直播平台来沪，着眼构建完整的电竞产业体系。由此，科技赋能以及电竞等新兴业态的蓬勃发展让国内体育产业弯道超车成为可能。

二、上海体育产业发展的典型特点

近年来，上海体育产业发展成效显著，产业规模快速扩张，市场主体发展壮大，核心能力显著提升，体育赛事、体育场馆、体育培训、体育中介、体育传媒等业态形成多个增长极，成为上海经济转型升级的重要力量。上海体育产业发展具体体现为“三个快速”。

(一) 产业规模保持两位数以上的快速扩张

上海体育产业规模不断壮大，产业质效进一步提高。2016—2019 年，全市体育产业总规模从 910.1 亿元快速增长至 1780.88 亿元，年均名义增长率达 25.1%；体育产业增加值从 351.2 亿元增长至 558.96 亿元，年均名义增长率达 16.8%。2019 年，体育产业增加值占上海 GDP 的比重达 1.5%，高于全国 1.1%的水平。体育竞赛表演、体育健身休闲、体育传媒与信息服务等为代表的体育服务业成为引领上海体育产业高质量发展的重要动力。

(二) 市场主体数量实现近两倍的快速增长

体育产业各类市场主体充分发育成长，逐渐成为上海体育产业动力、活力和竞争力的源泉。截至 2019 年末，上海体育产业主营机构单位数量达到 22385 家，较 2015 年末的 7938 家增长近 2 倍。领军型的新模式、新业态企业明显增多，涌现出阿里体育、力盛赛车、网映文化、洛合体育、英士博、巅峰减重、跃动跳绳、每步科技等一批创新创业企业。同时，久事、东浩、上港等一批大型国有企业纷纷围绕体育产业加码加力，成为培育体育产业链、推动市场发展的重要力量。

(三) 产业核心竞争力快速提升

体育产业发展的引领性进一步显现，赛事、场馆等产业链核心环节增长迅速。在重大赛事方面，2016—2019 年，上海共举办国际国内重大体育赛事 656 次，较“十二五”时期增长 20.6%，F1 中国大奖赛、上海 ATP1000 网球大师赛等国际品牌赛事的影响力不断提升。场馆设施方面，市民体育公园一期足球公园、国际马术中心、上海自行车馆等一批重大项目陆续开工建设。在探索“政府建、企业管”经营模式上，上海加大改革力度，场馆运营管理创新处于国内领先地位。

三、上海体育产业发展面临的主要问题

上海体育产业在取得显著成绩、走在全国前列的同时，有些问题也是最先遇到、最需要解决。当务之急是突破以下瓶颈。

(一) 体育产业总体规模实力不足

虽然近年来上海体育产业在总体规模上实现了高速增长，但产业空间分布离散，缺乏真正意义上的体育产业集群或者体育

产业园，产业规模优势无法得到充分发挥，规模整体实力仍有待加强。相关研究数据显示，当前体育产业占全球 GDP 的比重约为 1.8%，美国体育产业占 GDP 的比重约 2.85%，欧洲的占比在 1.8%~3.7%。依据当前体育产业高速增长的态势和发达国家较为成熟的体育产业发展经验来看，上海体育产业在规模和地位上还有较大的提升空间。

(二) 体育竞赛表演业的申办筹办能力不足

赛事是体育产业的核心。自 1997 年“八运会”以来，上海已超过 20 年没有举办过国内、国际大型综合性赛事。大赛不仅是体育赛事，更是城市形象和魅力的一次展示。当前上海体育赛事对消费需求的引领性仍显不足，办赛体制机制创新动力偏弱，主要体现为缺少大型综合性赛事，本土自主品牌赛事未形成品牌效应。相比之下，近年来南京、杭州、深圳等城市在申办、筹办大型体育赛事方面则取得了较好成绩。例如，2014 年南京成功举办青年奥林匹克运动会，杭州获得了 2022 年第 19 届亚洲运动会的主办权。在职业赛事、本土品牌赛事方面，深圳一方面打造了中国杯帆船赛、高尔夫深圳国际赛等十大高端品牌赛事，另一方面孵化出中国网球大奖赛、“锦鲲文化杯”中国体育舞蹈公开赛等十大本土自主体育品牌赛事，形成了“双十大”体育赛事共引领的发展格局。

(三) 体育场馆设施的运营管理能力不足

场馆是体育产业的依托。当前，上海体育场馆设施的运营管理在全国是领先的，但运营模式还未能放开搞活，特别是对“以体育产业养体育场馆”的模式还需解放思想。这里所指的场馆不仅仅是体育场馆，更多还赋予其作为城市空间场所，应能产生城市文化、精神、力量的集聚。大量场馆的配套设施，在引进国际体育组织、知名体育院校、体育科研机构以及体育“双创”企业等方面仍有待进一步放开。尤其在产业边界愈加模糊的当下，体育场馆仍只作为赛事载体存在，功能结构相对较为单一。总体上，场馆设施应用场景普遍比较单一，对文化演艺等是否可以、如何做，缺标准、缺监管，这既制约了场馆发挥最大效用，也难以适应未来线上线下融合发展的趋势。

(四) 体育人才吸引力度不足

人才是体育产业的核心要素。目前，上海尚未形成完备的体育人才体系，缺少优秀的后备运动员队伍以及专业水平较高的领军型教练员。在后备人才培养方面，尚未探索出政府、高校、企业协同的人才培养模式，尚未搭建起信息化的青少年体育选才育才平台。在高端体育人才引入方面，上海缺乏与资金吸引制度相配套的户籍制度，容易出现高端体育人才能够引进来但留不住的被动局面。相比之下，北京 2017 年出台的《北京市引进人才管理办法(试行)》在体育人才引进上有较多政策支持，值得上海学习借鉴。

(五) 体育市场主体的培育扶持能力不足

公共政策和公共投资是体育产业的重要推手。多年来，在扶持体育产业发展方面，上海通过公共投资的方式做了很多努力，如孵化或引进体育赛事、建设体育场地、投资职业体育俱乐部等，但在公共政策方面还存在很多空缺。与纽约、东京、墨尔本、新加坡等知名体育城市相比，上海在体育市场主体的培育扶持方面主要存在三大不足：一是缺乏科学的评估考核机制；二是缺乏足够的针对人才、赛事等具体的引导激励政策；三是缺乏系统有效的政策和措施激励体育产业的公共投资。目前，国家虽然已把推动全民健身和发展体育产业上升到国家战略的高度，但是在改革现行监管体系和优化市场环境方面，相关政策还不完善；陆续出台的税收优惠政策相互衔接不够；大型体育赛事、场馆所创造的巨大价值没有得到充分利用，对经济社会发展的带动性体现不明显。

四、加快推动上海体育产业高质量发展的对策建议

体育是一种生活方式，内涵外延都很丰富，围绕体育产业高质量发展，应坚持以目标为导向，进一步明确发展思路、任务举措和关键突破口。

(一) “三个依托”：深化“体育+”与“+体育”发展，夯实产业发展基础

依托重大战略抓产业地位。一是搭建长三角合作平台，在联合办赛、体育休闲、场馆建设、共育后备人才等方面相互合作，协同发展。二是对接临港新片区。借力自贸试验区临港新片区税收政策优势，吸引优质体育企业落户。借助其特有的滨海水域及滴水湖等自然资源，开发水上运动、海洋运动等新兴体育项目，满足新片区体育项目个性化和多样化的需求。三是承接进博会溢出带动效应。依托进博会，通过延伸产业链激发体育场馆潜在的商业价值，探索布局会展、文化、娱乐等产业，作为宣传推广体育赛事、体育教育、体育科技等体育相关产业的平台，提升体育运动知名度。

依托重大项目抓产业落地。一是发挥“集中力量办大事”的制度优势。集中力量打造体育产业园区和基地，实现体育产业的集聚化和链群化发展，形成规模化效应助力体育产业发展。二是推进大型功能性体育项目建设。新建大型公共体育场馆，支持规划建设融合体育元素的大型综合体项目，持续优化提升体育训练基地、体育公园等载体设施。加快规划建设上海市市民体育公园、临港帆船帆板基地、城投老港冰雪等项目。三是加快产业集聚区及上海城市运动中心建设。进一步开发多元业态，导入多方关联资源，有效呈现体育载体功能，形成特色体育产业集聚区，增强社会综合服务效能。在地区、园区、商区全面开展“上海城市运动中心”建设，形成融体育健身和休闲娱乐等于一体的新型体育服务综合体。

依托重大改革抓产业生态。一是持续改善市场准入条件，打造一流体育产业营商和投资环境，促进体育产业集聚、创新和融合发展。推广现有体育龙头企业入驻上海的先发经验，继续加大体育总部企业、上市公司招引力度，继续在重点区域、重点领域落户一批重大体育项目，形成集聚辐射的示范引领效应。二是深化职业体育、人才培养引进等重点领域改革攻坚。招才引智，强化体育产业人才保障。完善体育人才引进政策，大力引进体育科研人才、体育服务人才，壮大体育领域人才队伍，增强支撑体育产业发展的核心能力。完善人才流动、激励保障机制，加强国际优秀体育人才引进和交流。三是完善体育产业资金支持方式，出台专项资金支持计划，通过项目资助、“以奖代补”、政府购买服务等多种方式，重点扶持体育产业关键领域、重点区域，突破薄弱环节。

(二) “三个着力”：牢牢抓住赛事、场馆和市场，增强上海体育产业引领性

着力发挥体育赛事在经济发展新格局中的桥梁作用，提升赛事的核心竞争力。一是招赛引会，坚定扩大开放、增进交流的态度。持续办好F1中国大奖赛、上海ATP1000网球大师赛、环球马术冠军赛等具备全球影响力的顶级赛事，主动承接全球更广泛参与的顶级综合性赛事。重点围绕冰雪、水上运动，引进和培育1~2项精品赛事，增强与2022冬奥会、“一江一河一湖”等重大改造提升项目的联动，在注入内容的过程中进一步吸引相关国际组织、行业机构、赛事企业等集聚上海。二是在当前国际体育赛事几乎停摆的形势下，应先行先试，提高站位，在培育自主品牌赛事上加大力度，扩大上海体育国内影响力，带动体育消费升级。加强赛事研究开发能力，以上海国际马拉松赛、“上海杯”诺卡拉帆船赛等本土原创品牌赛事为抓手，积累群众赛事领域设计开发和运营经验，做到规模升级、品牌提升，发挥联动优势。

着力探索大型体育场馆运营管理新路子。一是积极探索体育场馆所有权、经营权分离的改革模式，进一步发挥市场机制作用，将有资金条件、运营能力的企业引入场馆运营与管理中，坚持公益责任和有效市场开发并举的原则，持续提升体育场馆设施的经营开发能力和服务保障能力。二是放宽体育场馆应用场景限制，聚焦体育用品、体育赛事、体育科技、体育文化等方面的展览，探索“体育+文化”“体育+展览”等的多场景运营模式。依托体育场馆载体，充分利用大型赛事的空档期，实现公共和准公共体育场馆利用最大化，紧扣人民群众需求，坚持社会化效益与市场化运作并举。

着力激发市场主体活力，提高体育产业的资源配置能力。一是搭建体育市场资源综合平台，寻求合作共赢机会，形成内外

协同机制。依托大型综合性体育场馆或大学科技园等载体设施，吸引国内外体育企业、组织和行业协会等落户上海，拓展和提升平台服务功能。掌握产业链的头部资源，加大与国际顶级俱乐部、体育强企的对接、学习、引进力度，集聚国际优质体育资源。二是培育体育多元主体，支持各种类型的体育企业发展壮大。把培育集聚创新型企业作为重中之重，加快吸引和培育一批体育研发创新、消费创新、装备创新、模式创新等在内的“独角兽”型创新企业。壮大体育龙头企业，引导大型国有体育产业集团紧紧围绕市场化、专业化、国际化加大改革力度，着力打造与上海国际大都市地位相匹配的领军企业集团。全面落实上海支持中小微企业发展的政策措施，通过政策扶持、资金支持等方式鼓励中小体育企业发展。三是延伸赛事商业资源领域。加强赛事训练、赛事运营、场地租借、赛事转播等资源的系统集成，参与赛事产业链的全过程。四是加强与进博会联动，打响体育博览会品牌，进一步培育一批个性化、专业化的体育展会展览品牌，力争吸引若干顶级国际体育会议及论坛落户上海，扩大城市影响力。

(三) “三个突破”：聚焦数字化、融合化、资本化，拓展产业业务范围

聚焦数字化突破，做实产业的发展潜力。一是提高体育产品销售数字化水平，注重线上和线下同时发力。线上数字化突破，旨在找准新一代体育消费主力需求，扩大消费群体；线下数字化突破，力求增加体育体验感，增强客户黏性。二是提高场馆和赛事运营的数字化水平。充分发挥大数据在媒体传播、赛事推广和运动员经纪中的作用，推进体育赛事的播放、报道方式及体育团队、媒体与体育迷互动方式的数字化升级，提高赛事收视率。开启“互联网+体育场馆”运营新模式，提升场馆运营的智慧化水平，提升用户体验和场馆运营效率。三是提升体育产品设计和研发的精准性，通过大数据技术发掘消费者消费偏好，设计和研发符合消费者有效需求的体育产品和服务。

坚持融合化突破，做大产业的发展势力。以体育产业为主，联合各市场主体、多种资源、多个行业共同发展。一是推动体育产业与文化、旅游、商贸等产业深度融合，相互引流，相互带动，提高体育产业的溢出效应。二是围绕“体育+科技”，探索发展移动互联网、物联网、AI、大数据、运动医学等前沿技术和体育的结合，培育体育智能制造和新业态。

探索资本化突破，为体育产业发展提供充足的动力。一是提高体育产业投资能力，加强产业研究，发现产业新机会，开展股权投资，提高新业务的快速布局能力。二是推动设立专项体育产业投资基金，重点布局体育产业新技术、新业态、新模式，为产业孵化和发展壮大提供支持。三是创新体育产业金融工具，以场馆板块先试先行，探索设立以体育场馆作为底层资产的REITs，扩充融资渠道，盘活存量资产，压低企业杠杆率。四是推进资产证券化试点工作，将经受住市场检验、市场反响良好的体育资产，进行资产证券化试点，进入资本市场。

参考文献：

- [1] 黄海燕，徐开娟，陈雯雯，等. 全球城市视角下上海体育产业发展研究[J]. 体育学研究，2019(2):58-65.
- [2] 宋忠良，陈更亮. 上海建设全球著名体育城市的机遇及发展路径[J]. 体育研究与教育，2018(5):14-18.
- [3] 黄海燕，徐开娟，廉涛，等. 我国体育产业发展的成就、走向与举措[J]. 上海体育学院学报，2018(5):15-21.
- [4] 宋忠良，陈更亮. 国际体育名城建设实践之比较——以北京、上海、广州为例[J]. 浙江体育科学，2018(6):39-44.
- [5] 2019年上海市体育赛事影响力评估报告[R]. 上海市体育局/上海体育学院，2020.
- [6] 体育强国纲要[R]. 国务院办公厅，2019.