

新时期厦门市体育产业高质量发展中存在的问题及对策

Problems and Countermeasures in the High Quality Development of Xiamen Sports Industry in the New Period

吴林
WU Lin

摘 要:运用文献资料、数理统计等研究方法,以新时期厦门体育产业为研究对象,分析其发展现状和制约其高质量发展的主要问题,找准其高质量发展定位目标,并针对主要问题给出相关建议。研究认为:厦门市体育产业总体规模扩大、市场主体日益活跃,同时体育消费升级刺激体育产业高速发展,成为培育经济新增长点的重要引擎。但在体育产业升级中存在创新创造力不足,未能形成独树一帜的特色品牌,缺少独立产业园区的问题;在体育产业服务中,存在公共服务体系限制体育市场化,场地设施服务和手续机制无法满足大型赛事活动需求,以及社会体育机构统一管理的体制尚未形成的问题。鉴于此,通过深化跨界融合发展,提升本地特色体育品牌创新力优势的同时,制定点对点的定制化扶持对厦门体育产业进行升级改造,以期促进厦门体育产业高质量发展。

关键词:新时期;厦门市;体育产业;高质量发展

中图分类号:G80-05 **文献标识码:**A **文章编号:**1008-2808(2021)04-0071-06

Abstract: By using the methods of literature, mathematical statistics and so on, taking Xiamen Sports Industry in the new period as the research object, this paper analyzes its development status and the main problems restricting its high-quality development, finds out its high-quality development orientation goal, and gives relevant suggestions for the main problems. The results show that: the overall scale of sports industry in Xiamen is expanding, the main body of the market is increasingly active, and the upgrading of sports consumption stimulates the rapid development of sports industry, which has become an important engine to cultivate new economic growth points. However, there are some problems in the upgrading of sports industry, such as lack of innovation and creativity, failure to form a unique brand and lack of independent industrial park; In the service of sports industry, there are some problems, such as the restriction of public service system on Sports marketization, the inability of venue facilities service and procedure mechanism to meet the needs of large-scale events, and the lack of unified management system of social sports institutions. In view of this, through deepening the cross-border integration development, enhancing the innovation advantage of local characteristic sports brand, at the same time,

formulating point – to – point customized support to upgrade Xiamen Sports Industry and promote the high – quality development of Xiamen sports industry.

Key words:New period; Xiamen city; Sports industry; High quality development

体育产业作为体育工作的重要组成部分,在满足人民日益增长的美好生活需要方面发挥不可替代的作用。根据福建省体育局 2021 年全省体育工作会议总结和“十三五”时期福建体育工作部署,以及对“十四五”时期体育改革发展规划,厦门市体育产业围绕加快“体育强市”建设目标,突出高质量发展主题,打基础、谋创新、促发展,体育产业向高质量发展迈出新步伐。通过近几年的探索和发展,厦门体育产业结构框架逐步系统化和规范化,并入选国家体育消费试点城市,“体育+”综合效益凸显成为拉动厦门经济发展的重要引擎,但体育健康产业、体育场地设施建设、体育制造业和体育服务业仍处于发展阶段,内需发展不平衡,同一线大型城市相比较还存在差距。基于此,本文拟采用文献资料和数理统计等研究方法,从创新驱动力和体育产业结构优化的不同角度,对厦门市体育产业发展现状和质量体系提升进行分析,解决厦门体育产业升级和服务中的问题,旨在达到厦门体育产业高质量发展和更好

满足厦门市民们日益增长的体育文化需求的目的。

1 厦门体育产业现状

厦门是中国海滨城市,中国经济特区,五个开发开放类国家综合配套改革试验区之一,“中国(福建)自由贸易试验区”三片区之一^[5]。厦门市分为岛内和岛外,六个区分别是:思明、湖里、集美(岛外)、同安(岛外)、海沧(岛外)、翔安(岛外)。岛内以服务业为主,岛外以制造业为主。根据《厦门市体育产业调研报告》显示(见表 1),厦门市体育产业单位数7 307家,其中,法人及产业活动单位 5 680家,较上年增加 280 家,个体工商户1 627家。半数以上体育产业单位集中在思明区和湖里区,两区体育产业单位机构数量分别为2 428家和1 710家,分别占全市体育产业单位数的 33.2% 和 23.4%;集美区和同安区分别拥有体育产业单位 1 270家和 946 家,分别占比 17.4% 和 12.9%;海沧区和翔安区占比均不足 10%。

表 1 厦门六区体育产业和法人及个体工商户数量统计

	思明区	湖里区	集美区	同安区	海沧区	翔安区	总计
体育产业单位数	2428	1710	1270	946	526.6	387.2	7307
百分比/%	33.20	23.40	17.40	12.90	7.70	5.30	
法人及其产业活动单位	2053	1458	901	622	407	239	5680
百分比/%	36.10	25.70	15.90	11	7.20	4.20	
个体工商户	375	369	324	252	150	148	1627
百分比/%	23	22.70	19.90	15.50	9.80	9.10	

疫情后厦门体育场地设施建设、体育制造业稳步增长,体育服务业加速发展。厦门体育产业规划,包括 23 公里山海健康步道、市体育中心综合健身馆投入使用;新增 36 个校园体育场地设施对外开放;群众赛事精彩纷呈,全年共举办近千场赛事,参与者超过 100 万人次^[2];厦门申办成为 2023 年亚洲杯足球赛承办城市之一;此外,厦门市体育产业不断壮大,制定出台了促进全民健身和体育消费、推动体育产业高质量发展的“1+7”项政策;策划生成 6 个体育招商项目,落地实施 7 个体育招商项目;新增 2 个国家体育产业示范单位(项目)、2 个省级体育产业示范单位(项目)。截至 2020 年

年底,全市体育产业总产出 410.72 亿元,实现增加值 154.68 亿元、增长 7.9%;实现增加值 154.68 亿元,增长 8.4%,增加值占同期厦门市地区生产总值的比重为 3.23%。

厦门市体育用品制造业是从 2000 年开始发展起来的,经历十年快速成长期,体育用品出口年均增长 18% 以上。从 2009 年开始,厦门已成为中国最大的运动器材制造和出口基地,同时也是中国运动鞋服、运动眼镜、户外用品的最主要出口基地。2009 年运动器材产业被厦门市政府列为重点培育打造的 13 个超百亿产业集群之一^[3]。2015 年厦门运动健身器材出口基地被国家检验检疫总局正

式授予“国家健身器材质量安全示范区”。2018年起被商务部授予“国家级运动健身器材产业升级示范基地”。厦门聚集着一批颇具实力的知名体育用品企业,如钢宇、康乐佳、朗美、群鑫、迈动等大型健身器材生产企业,目前已成为亚洲最大的健身器材生产出口基地,据统计,全球每10台跑步机中就有6台“厦门造”。同时,安踏、特步、361°、乔丹、匹克、鸿星尔克等企业总部和研发中心纷纷落户厦门,形成独具特色的体育总部经济^[4]。2018年厦门体育制造业依旧占据主体,厦门市体育用品及相关产品制造实现总产出275.01亿元,较上年增长6.4%,占全市体育产业总产出的67.0%;实现增加值80.26亿元,增长6.4%,占全市体育产业增加值的51.9%。据统计,厦门体育用品产值约136亿人民币(不含运动鞋服),其中,出口106亿人民币(16.35亿美元),内销30亿人民币。优势产品主要是跑步机、椭圆车、踏步车、健身车、划船器、按摩器具、健身康复器具等运动健身器材,这些产品占据了厦门体育用品出口65%以上的份额。以跑步机为例,全球10台家用跑步机就有6台在厦门制造。厦门的体育用品制造业是在台资企业的带动下发展起来的,台湾先进的运动健身器材制造工艺技术厦门得到了很好的传承。经过多年的发展,奥佳华、钢宇、朗美、群鑫、康乐佳、云中飞、迈动、任和、宇动、凯欣达等一批运动健身器材龙头企业均已具备较强的研发能力和较高生产工艺技术水平。企业步入产业升级发展阶段,逐步由“OEM”向“ODM”和“OBM”转变。

2 现阶段厦门体育产业发展中存在的问题

2.1 厦门体育产业的升级“瓶颈”

厦门市体育服务业总产出和增加值实现稳步增长,尤其是与公众直接相关的竞赛表演业和健身休闲业一直保持两位数的增长速度。至2020年厦门体育服务业实现总产出143.85亿元,较之前相比增长11%,实现增加值73.91亿元。体育服务业总产出和增加值占厦门体育产业总产出和增加值的比重分别为32.6%和47.8%,分别提高了0.9个百分点和1.0个百分点。厦门市体育健身休闲活动业实现总产出4.52亿元、增加值2.83亿元,较上年度相比增长24.7%。作为中国最大的体育用品制造和出口基地,在产品制造环节拥有较完整的产业配套。目前,厦门体育用品产业正处在产业升级发展过程中。未来是否能继续在国内国际处于领先地位,主要取决于能否顺利完成产业升级。

2.1.1 创新体系整体效能不足,产品自主创新能力短板犹存 智能制造、大数据、人工智能等新兴技术在体育制造领域应用不足,体育企业与高校、科研院所联合创建体育用品研发制造中心,并联合申报国家、省级科技计划项目相对一线城市有差距。体育用品制造企业申报国家、省级高新技术、科技小巨人领军企业的数量不足支撑体育产业发展。企业争创省级、市级智能制造示范企业的创新动力不够;企业实施生产线自动化和智能化改造,推广应用智能技术与装备,开发和生产智能体育产品的技术创新人才缺乏,导致技术无法突破“瓶颈”。

2.1.2 对标国内国际市场,未能形成企业自主的特色品牌 厦门市目前涉及体育产业的部分企业因为品牌小,实力和资本不够雄厚,加上还未能形成像一线大品牌一样的口碑,带来的就是对人才、市场及消费群体的低吸引力。而他们的体育品牌在世界级体育品牌面前有很大差距,同时面临着严峻形势。主要是在特色品牌的定位不够清晰,个性不鲜明和消费的对象也模糊。再者,品牌的质量和科技含量水平也无法同世界一流品牌相比,层次较低。对于营销策略上无法自行培养或招聘到有关方面的创新人才,在创新力上无法形成优势。最后,还未根据地域特色形成自己独有的品牌文化,没能形成特色。

2.1.3 专门的体育用品产业园区设施有待持续扩充和完善 目前,厦门市没有具体规划体育产业园区,虽然是中国最大的体育用品制造和出口基地,但并没有规划体育用品的专业工业集中园区。正因为如此,厦门的体育用品企业大都分散在厦门市的各个行政区,在整个生产制造产业链配套方面,因为集中度不够,影响了配套的效率,无形中提高了产业配套整合的物流成本。再有,企业的发展和产能提升也受到了用地的限制。因为没有专门的体育用品产业园,也无法对外招商。短期解决办法是对有发展需求的企业,想办法解决其发展用地需求,相对来说制造业企业比较分散,其中制造业主要依靠同安的工业园区(运动器材)70%出口外贸为主。

2.2 厦门体育产业的服务“制约”

目前,厦门体育产业中面临服务业制约体育产业发展的制度性、体制性痛点、难点和堵点,只有深化“放管服”改革、完善产业政策、促进体育消费、建设场地设施、加强平台支持、改善产业结构、优化产业布局、促进融合发展、强化示范引领、夯实产业

基础,厦门体育产业的服务空间布局才能进一步完善,发展潜力才能得到充分挖掘。

2.2.1 全民健身公共服务体制限制体育市场化

据统计市、区两级建立的体育总会,登记注册的体育社会组织共 231 家(其中,市级体育类协会 51 个,市级体育类民办非企业单位 63 个,区级体育组织 117 个),建立了基层组织 800 多个,健身辅导站百余个,会员数量 10 万余人。全市拥有各级社会体育指导员 8 550 人,每千人拥有 2.17 个社会体育指导员。虽已基本形成市、区两级体育行政部门为主导,各部门协同配合,体育协会为纽带,但以社会体育指导员为骨干的全民健身服务体系还仍在不断提升。同时,学校体育设施逐步向社会开放的数量不足以缓解群众健身场地不足的矛盾,目前还仍在继续调整尝试中。

2.2.2 场地设施服务和手续机制无法满足大型赛事活动需求

除通过财政投入和体育彩票公益金引导,带动社会资金投入全市全民健身活动场地设施外。新建市运动训练中心、市水上运动中心、海沧体育中心等大型体育设施,启动市体育中心综合健身馆建设,由于无法一下开放投入使用造成利用不足。据第六次全国体育场地普查,厦门市共有各类体育设施 5 501 个,体育场地总面积 741 万平方米,人均体育场地面积 2.02 平方米,能够承办规模较大的国际级赛事场所还待增加。

体育赛事安全许可及道路、水域等行政审批流程,定期公布赛事目录,制定办赛指南,明确举办基本条件、标准、规则的行政手续审批和各相关主管部门责任对接较为繁琐,大型赛事多部门“一站式”服务机制无法直接同负责部门进行直接办理,造成时间和成本增加。公共安全服务体系,赛事安保社会化、市场化、科技化,落实承办者安全主体责任和经营场所安全责任无法按要求到位,体育赛事活动安保成本较高,体育场馆安保专业和执行力不够完善。

2.2.3 体育机构和健身市场统一完善管理的体制尚未形成

对于社会体育指导员及体育健身市场的规范,社会体育指导员的培训和培养的严格选拔,积极培养和发展医学、体育交叉型人才的措施还不足以支撑体育产业的高质量发展;如何通过严格的组织管理、明确的工作监督和奖惩制度,保障社会体育指导员的健康发展及体育健身市场的质量和服务水平,使其服务能力满足工作发展的要求,其服务水平向专业化、科学化迈进,这也是促进公共体育事业的发展需要尽快解决的重点。

3 新时期厦门体育产业高质量发展定位目标聚焦

3.1 热门大型赛事的推动

厦门因地制宜,拥有得天独厚的环岛路、沙滩、海域等资源,于是政府有意识地引进或培育路跑、水上、沙排等体育赛事。这些赛事为区域自然资源赋予了新的体育内涵和产业价值。近年来,厦门积极培育和引进大型赛事,如国际排联世界沙排巡回赛、世界杯攀岩赛、世界(半程)铁人三项赛、F1 摩托艇世界锦标赛、亚洲大满贯拳王赛、海峡两岸帆船赛等,取得了良好反响,也直接带动产业链的完善。摩托艇、帆船等赛事的举办,吸引了游艇帆船制造企业落户厦门。马拉松形成赛事市场化运营模式,引领带动各层级、多元化的其他赛事的举办,这些赛事又吸引更多行业资源落地,促进产业链完善,辐射带动旅游业等其他行业发展。作为享有美誉的中国著名城市马拉松赛事之一,厦门马拉松从第一届开始,就拟定“通过市场化运作筹措办赛资金”的思路,推行“政府主导、市场运作”的模式。通过市场化运作,厦门马拉松在短短 5 年时间内成为知名的国际赛事品牌。厦门马拉松的成功运营,为其他大型赛事市场化运作积累了经验。

3.2 社会力量打造海峡两岸品牌

充分调动当地社会力量参与赛事举办和产业发展,是厦门体育产业快速发展的另一大特点。国企深耕体育产业,这是厦门体育赛事扎堆、体育产业发展势头强劲的重要原因,已经形成“厦门经验”。而在国企助推体育产业发展,体现的是厦门“调动社会各界力量办体育”的思路。厦门建发集团作为厦门马拉松冠名赞助商,已经被广大厦马跑友所熟知。阮敦梁透露,厦门建发集团近年来在各项体育赛事中累计投入超过 1 亿元。在厦马举办的同时,举办了厦门马拉松博览会,为体育全产业链对接和多产业融合提供了平台。依托赛事和展会平台集聚更多的体育产业资源。除此之外,融合发展提升厦门体育产业活力,加快“体育+”和“+体育”产业融合发展,加大厦门体育产业与健康休闲、生态旅游、培训服务、商务会展等形态的融合力度,帆船游艇、高尔夫、沙滩排球、户外露营、汽车越野、拓展训练、体育传媒策等新型业态发展迅速,体育产业内生发展动力不断增强,产业发展更加活跃多元,焕发出新的蓬勃生机与活力。

“体育+旅游”打造城市品牌,厦门马拉松获评 2018 年中国体育文化博览会和中国体育旅游博

览会“中国体育旅游精品赛事”和“中国体育旅游十佳项目”,厦门凯歌体育健康城获评2018年福建省体育旅游休闲基地,体育产业与旅游业实现双赢发展。“体育+会展”拓展消费空间,成功举办第十一届中国(厦门)国际游艇展览会等展会,打造产业聚合效应,融合发展成效显著。首届厦门体育产业博览会暨“中国厦门移动电子竞技产业博览会”吸引了中外300多家参展企业,设有980多个标准展位,展览会规模近2万平方米,为体育产业全产业链对接和多产业融合提供了很好的平台。

3.3 国际精品赛事基地助推体育产业发展

2016年福建省体育局关于印发《福建省体育产业发展“十三五”规划》的通知中把厦门市作为体育产业核心区。以厦门市为核心区,依托国家体育产业联系城市,联动漳州、龙岩等地区,以厦门国际马拉松等精品赛事为龙头,以滨海、山水生态环境为支撑,重点发展竞赛表演业、体育旅游业和体育健身休闲业,推进体育场馆服务、体育中介、体育培训和体育文化创意等业态发展^[6],近三年“厦马”顶级品牌赛事反馈中,也可以看出由厦门政府积极主导,配合厦门市社会力量,利用厦门滨海城市环境优势,国际级品牌赛事,成熟可复制的运营模式,裂变更多其他赛事带动其他产业多元化发展。地方体育事业要迈上新的台阶,需要调动起一切可用的资源。厦门体育产业的发展,集聚了当地自然资源、企业资源以及社会各界资源的力量,而体育又能够提升城市影响力和国际形象,反哺企业发展、地方经济转型升级。在厦门经济高质量发展的蓝图中,体育大有可为。但是厦门近年的赛事都是引进国际高端赛事,缺乏本土IP赛事,从模仿到超越,再到卓越,这是需要提高的过程。

4 新时期厦门体育产业高质量发展的对策

4.1 创新体育产业种类,深化跨界融合发展

围绕建设“体育强市”目标,按照高质量发展的新要求,提升核心竞争力,扎实推进体育产业持续健康发展。首先,促进体育产业与旅游、研学旅行、营地教育、城市众创空间等深度融合。结合时代背景,打造体育同“互联网+”结合的创新发展模式,进一步增强体育服务的能力和水平。从不同产业出发,对文化和旅游,还有健康和互联网等重点行业实施跨界、跨区域和跨行业发展,创新体育产业种类发展。其次,促进体育消费,增强发展动力。积极推动体育与其他产业融合发展,如大力发展运动休闲、康体度假、赛事观赏、山野户外、体育

节庆等体育旅游项目,通过厦门马拉松等品牌赛事的吸引力与辐射能力,形成“一日比赛、多日停留,一人参赛、多人旅游,单人竞赛、多人消费”的模式,拉动体育消费,做大做强体育产业。此外,强化产品创新,以新产品、新体验带动新消费。

4.2 提升本地特色体育品牌创新力的优势

清晰的品牌识别必须有深度、有条理,才能指导品牌的传播和推广活动的制定与实施,才不会把矛盾和模糊的信息传达给消费者,同时挖掘和加强品牌识别,以使品牌战略更加有效。发挥本土企业的文化地缘优势,兼并、重组体育用品企业,增强国内市场集中度,积极参与国际竞争,进行系统的品牌规划就是静心研究市场的需求、分析竞争者的优势、寻找自身的市场机会。加快打造世界一流的体育用品制造企业和自主品牌,形成较强创新能力和市场竞争力的优势品牌。

4.3 拓宽发展空间,促进新兴服务业发展

一是有效做大体育服业务。支持打造一批国家级和省级体育服务业标准化示范项目,有效做大体育服务业。二是扩大体育服务业发展空间。强化各部门、各领域的协同配合,树立大产业发展理念,加快“体育+”新兴体育服务业发展步伐。三是积极扶持打造体育服务业集聚区,积极打造诸如厦门大唐中心的城市健身休闲服务综合体,增强体育服务业综合配套功能,带动体育消费升级,延伸产业链、提升价值链,形成集聚效应,提升体育服务业发展后劲和发展质量。

4.4 疫情后点对点的定制化扶持

当前,由于受到新冠肺炎疫情的影响,对体育制造业、销售行业和体育赛事等方面带来不利影响,强势发展的体育产业速度放缓,从厦门市服务业运行情况的报告中分析得知,文化、体育和娱乐业受疫情冲击最大。体育因聚集性强,是疫情管控最严的行业,所以复工率依然较低。厦门市部分规模较大的文化、体育和娱乐业营业额收入较之前相比下降36%。其中,体育业营业收入均大幅减少57.4%。体育和娱乐业等行业营业利润均为负。体育服务业由于人群不能聚众,许多健身房、体育教育培训等机构都受到影响,很多企业倒闭。经过近半年的抗疫和防疫,为了最大程度降低新冠肺炎对体育产业造成的不良影响,2020年5月,国家体育总局发布《关于有序恢复体育赛事活动的指导意见》,体育赛事即将回到正常发展轨道^[7]。厦门市体育赛事也出台相关政策恢复活动,但担心人员密集造成疫情的复发而导致体育产业无法恢复原

有水平,首先,厦门市根据疫情时期特殊性基于场馆租金减半、物业不减的文件,及时根据疫情变化情况 & 企业最新问题,研究制定更符合企业需求、更有力度 的优惠扶持政策,实施“一业一策、一企一策”的“点对点”定制化措施。再者,积极扩大需求推动市场复苏。文化体育娱乐业、旅行社等行业后续应积极扩大有效需求,着力促进消费回补和潜力释放。在保证安全的前提下,政府应协调好上下游产业对接,通过发放消费券等举措,刺激服务业市场需求,提振消费信心,积极推动市场复苏。最后,加快体育服务业新业态新模式产业培育。针对当前服务业市场表现疲软和部分行业经营状况不佳的情况,可从加快新业态新模式产业培育入手,引导部分企业转型升级,主动迎合当前消费需求的变化,在开拓新市场同时,带动体育服务业实现更加多元化的发展。

5 结 语

新时代经济发展促使体育产业按照高质量的要求发展,同时也是社会发展必经之路,对市场资源优化配置进一步加强,建立健全机制体系和市场规模效应不断扩大,还要突破发展的速度规模限制,实现质量效益的转型发展。厦门市作为国家综合配套改革试验区和多个示范服务区,将围绕建设“体育强市”的目标,把握体育产业 2.0 发展的历史机遇,将体育产业同国民经济的社会发展大局中相结合,坚持以高质量发展理念引领发展。激发市场活力和消费热情作为强化厦门体育产业的要素保障,积极实施全民健身行动并落到实处,把体育锻炼变为一种生活方式。厦门在积极建设成为体育产业结构合理、门类齐全、品牌聚集、机制完善、竞争力强的示范城市,并在未来的体育产业发展过程中带动不同产业共同融合发展。

参考文献:

- [1] 周思明. 福建体育产业总产值占全国近五分之一[N]. 福建日报, 2019-12-02.
- [2] 赵钧天. 绘就厦门体育发展新蓝图, 2020 厦门市体育工作会议召开. [EB/OL]. (2020-03-27) [2020-11-27]. <http://news.xmnn.cn/xmnn/2020/03/27/100694520.shtml>.
- [3] 李晓平, 陈锦昀. 厦门运动器材出口超 14 亿美元[N]. 厦门日报, 2015-09-02.
- [4] 厦门日报. 国内体育界大咖聚厦共商产业发展. [EB/OL]. (2018-01-12) [2020-11-29]. http://blog.sina.com.cn/s/blog_69415c6e0102x2g2.html.
- [5] 李素珍, 庄苗茵. 闽南文化在校园景观中的应用——以华侨大学厦门校区为例[J]. 绿色科技, 2016(7): 48-51.
- [6] 东南网. 福建省体育产业发展“十三五”规划. [EB/OL]. (2016-12-09) [2020-11-27]. http://fjnews.fjsen.com/2016-12/09/content_18815336.htm.
- [7] 蒋金鑫. 新冠肺炎疫情下我国体育产业发展的影响、机遇及策略[J]. 哈尔滨体育学院学报, 2020, 38(6): 57-61.
- [8] 张莹, 王飞, 叶海波, 等. 供给侧改革目标下黑龙江省冰雪体育产业升级路径研究[J]. 哈尔滨体育学院学报, 2019, 37(2): 40-45.
- [9] 童建红, 曾丽芳. 广西体育产业发展战略研究[J]. 山东体育科技, 2010(4): 63-65.
- [10] 肖榕. 我省再添四家体育产业“国家队”[N]. 福建日报, 2019-05-09.
- [11] 路鹏宇. 围绕“以人民健康为中心”激活体育[N]. 厦门日报, 2019-10-22.
- [12] 沈毅容. 厦门城市品牌与体育产业发展关联研究[D]. 福建: 福建师范大学, 2017.
- [13] 隋明君. 关于促哈尔滨市体育旅游产业融合发展及升级路径[J]. 决策咨询, 2021(1): 78-83.
- [14] 刘莹. “供给侧改革”视角下保定市社区全民健身公共服务体系研究[D]. 吉林: 吉林体育学院, 2018.
- [15] 吴柏慧. 福建省各设区市体育服务业竞争力研究[D]. 福建: 福建师范大学, 2018.
- [16] 赵东明. 新时期我国体育经济产业发展现状与对策研究[J]. 当代体育科技, 2020, 10(16): 189-190.
- [17] 郑和明, 尚志强, 薛林峰. 日本的体育产业发展现状、发展方式及启示[J]. 首都体育学院学报, 2020, 32(2): 116-121, 145.
- [18] 张擎, 柴王君. 体育产业高质量发展面临问题与实现路径[J]. 湖北体育科技, 2020, 39(5): 398-401.
- [19] 赵东明. 我国体育产业发展存在的主要问题及其解决策略研究[J]. 当代体育科技, 2020, 10(14): 199, 203.