

# “钻石模型”视域下我国冰雪体育产业竞争力评价

## An Analysis of the Competitiveness of China's Ice and Snow Industry under the Viewpoint of "Diamond Model"

李海霞<sup>1</sup>, 吕吉勇<sup>2</sup>, 李国龙<sup>2</sup>, 胡光义<sup>3</sup>

LI Hai-xia<sup>1</sup>, LV Ji-yong<sup>2</sup>, LI Guo-long<sup>2</sup>, HU Guang-yi<sup>3</sup>

**摘要:**采用文献资料、专家访谈和逻辑分析等研究方法,在“钻石模型”视域下对冰雪体育产业竞争力进行理论分析,分别从生产要素条件、市场需求条件、关联产业支持力和企业竞争力以及政府调控和机遇六个方面对冰雪体育产业的竞争力以及竞争原理进行分析,找出我国在冰雪体育产业竞争力方面存在的问题点,分别从完善冰雪体育产业生产要素,夯实产业竞争力的基本条件;充分了解市场需求力,积极调整冰雪体育相关产业产品的多样性;完善冰雪体育市场体系,提高企业竞争能力;积极落实国家冰雪体育产业政策,实现冰雪体育产业法制化几个方面提出提高冰雪体育产业竞争力的解决对策,以期为我国冰雪体育产业的发展提供理论参考。

**关键词:**钻石模型;冰雪体育产业;竞争力

**中图分类号:**G80-05 **文献标识码:**A **文章编号:**1008-2808(2021)04-0053-06

**Abstract:** By using the research methods of Literature, Expert Interviews and logical analysis, the competitiveness of ice and snow sports industry is analyzed theoretically in the perspective of "Diamond Model", this paper analyzes the competitive power and competitive principle of the ice and snow sports industry from six aspects: the production factors, the market demand conditions, the supporting power of related industries, the competitive power of enterprises and the government regulation and opportunity, to find out the problems in the competitiveness of the ice and snow sports industry in China, from perfecting the production factors of the ice and snow sports industry, tamping the basic conditions of the industrial competitiveness, and fully understanding the market demand, we will actively adjust the diversity of ice and snow sports related industry products, improve the ice and snow sports market system and enhance the competitiveness of enterprises, and actively implement the national ice and Snow Sports Industry Policy, to realize the legalization of ice and snow sports industry, this paper puts forward some countermeasures to improve the competitiveness of ice and snow sports industry, in order to provide theoretical reference for the development of ice and snow sports industry.

**Key words:** Diamond Model; Ice and Snow Sports Industry; Competitiveness

收稿日期:2020-08-18;修回日期:2021-03-15

基金项目:2020年哈尔滨体育学院冰雪运动学特色学科专项研究项目(名称:“钻石模型”视域下我国冰雪产业竞争力提升研究;编号:BXQN2017)。

作者简介:李海霞(1984-),女,讲师,在读博士研究生,研究方向为冰雪产业发展。

作者单位:1. 哈尔滨体育学院 冰雪体育产业发展(设计)研究中心,黑龙江 哈尔滨 150008;2. 哈尔滨体育学院 民族传统体育学院,黑龙江 哈尔滨 150008;3. 韩国龙仁大学 一般大学院,京畿道 龙仁 16882

中国自获得 2022 年第 24 届冬奥会主办权以来,冰雪体育产业呈现出蓬勃发展的态势,随着冰雪体育产业市场的不断壮大呈现出明显的竞争张力,为我国冰雪体育运动带来了重大的发展机遇。全球冰雪体育产业规模已超过 1 万亿美元,我国受举办冬奥会、政策出台、基础设施建设供给不断增加,冰雪人口数量提升等一系列因素的影响,2018 年我国冰雪体育产业整体规模达 4 517 亿元,到 2022 年将超过 8 000 亿元,随着 2022 年北京冬奥会的来临,冰雪体育产业规模将继续保持快速增长<sup>[1]</sup>。为积极履行“3 亿人参与冰雪运动”的承诺,中国申办冬奥会成功后制定出台了一系列的相关政策文件,旨在通过合理的相关政策驱动,为中国冰雪体育产业的发展引领方向。但是,冰雪体育产业在外部环境、支持体系和政策能力等方面仍存在诸多薄弱之处,从而导致冰雪体育产业市场发育不成熟,资源市场化配置程度较低等问题。“钻石模型”是一个具有系统性和规范性的成熟的理论体系,在其他产业研究中不断被应用,经过实证研究证明此模型具有一定的合理性。由于冰雪体育产业发展历程较短,尚属于新兴的体育产业,相关的指标和统计数据较少,运用“钻石模型”分析框架较为符合中国冰雪体育产业发展的实际。本文借助波特“钻石模型”理论对我国冰雪体育产业的竞争力以及竞争原理进行分析,探索出提升冰雪体育产业竞争力的措施,以此推动冰雪体育产业结构优化升级,旨在为加快冰雪体育产业的发展提供理论参考。

## 1 冰雪体育产业概念及波特的“钻石模型”理论基础

### 1.1 冰雪体育产业概念

冰雪体育产业作为新兴的一种产业是体育产业的重要分支,其概念的界定基本遵照体育产业的内涵,只是在研究对象上有所区别而更具有针对性,主要表现为冰雪体育以及相关产业独特的特点。本文研究的冰雪体育产业主要指“社会各部门开展的冰雪体育及其相关产业的生产与活动的集合”,是指依托冰雪资源进行冰雪运动,围绕冰雪运动所产生的一系列生产经营活动的总和,主要由冰雪大众休闲健身、冰雪旅游、冰雪竞赛表演、冰雪培训、冰雪装备器材、冰雪咨询等业态组成。

### 1.2 波特的“钻石模型”理论

美国哈佛商学院学者迈克尔·波特(Michael E. Porter)在《国家竞争优势》<sup>[2]</sup>(The Competitive Advantage of Nations)一书中对钻石模型框架进行了阐述,框架结构像由四个基本面构成的钻石,被称为“钻石模型”。波特的钻石模型用于分

析一个国家某种产业在国际上具有竞争力的原因。波特理论认为,一国的产业竞争力有四个主要因素:生产要素,国内需求条件,相关和辅助产业状况,企业战略、结构和同行竞争,同时,机遇和政府两个重要变量也会对国家竞争优势产生重要影响(见图 1)。

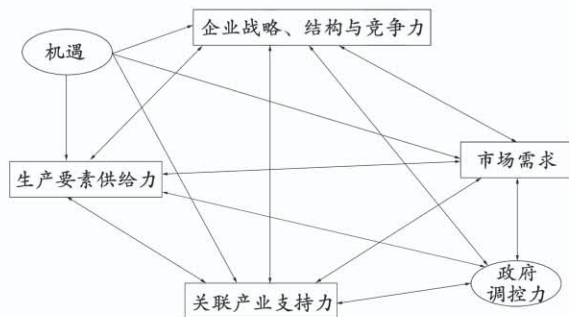


图 1 波特“钻石模型”组织结构图<sup>[2]</sup>

## 2 我国冰雪体育产业竞争力的六要素分析

### 2.1 生产要素

2.1.1 自然资源 冰雪自然资源主要包括地质、地貌、水体、气候、气象等因素。我国幅员辽阔,自然资源丰裕。其中,东北地区属温带大陆性季风气候,冰雪资源禀赋和优势明显,该地地区在一年中能保持长达 120 天雪期,西北地区天然气候及地理条件相对较好,包括阿勒泰地区、秦岭山脉、祁连山脉等在内的区域均为优质滑雪目的地。但目前对冰雪资源的深度挖掘和有效利用不足,西北地区旅游资源优势未能真正转化为产业优势。华北地区的京津冀是我国华北经济规模最大、最具活力的地区,且冬季平均气温约为  $-12^{\circ}\text{C}$ ,降雪充沛,2022 年冬奥会成功申办后,北京和张家口崇礼县作为冬奥会的主赛场地区必将掀起全国性的冰雪旅游热潮<sup>[3]</sup>。我国现有的冰雪自然资源条件较丰富,随着近年来冰雪体育产业的全面发展,大量兴建冰雪场馆,增加基础设施建设,势必会造成自然资源的破坏,怎样能在发展冰雪体育产业的同时尽量不破坏环境是今后需要解决的重要问题。

2.1.2 人力资源 人才是第一资源,是产业发展的源泉。2022 年冬奥会的成功申办,给我国冰雪体育产业带来了空前的发展机遇,冰雪体育的发展将进入加速期,同时冰雪体育产业人才的需求更加迫切。WSTOPS 冰雪智库分析,至 2025 年,我国冰雪专业人才缺口将达到十万人,其中,滑雪、滑冰体育指导员需求近万人;冰雪场地设施操作人员每年至少增加 350 人。目前,我国滑雪场地中级及以上管理人才不足 600 人。冰雪运动人才培养方面,现有 19 支专业运动队,主要由国家运动队、地方运动

队和体育院校负责培养<sup>[1]</sup>。由此可见,冰雪体育产业人才的缺乏严重阻碍了我国冰雪体育产业的发展,直接导致我国冰雪体育产业竞争力不足。

根据《北京 2022 年冬奥会和冬残奥会人才行动计划》的分析,本文认为发展冰雪体育产业应大力发展以下专业人才(见表 1)。

| 表 1 冰雪体育产业人才需求类型和人才职位情况 |                                                |
|-------------------------|------------------------------------------------|
| 人才类型                    | 人才职位                                           |
| 冰雪体育产业管理人才              | 冰雪场地管理人才、冰雪场地发展规划及经营战略人才、冰雪旅游相关人才、冰雪体育产业经营管理人才 |
| 冰雪运动人才                  | 专业运动队的相关人才(运动员、教练员、裁判员)                        |
| 冰雪场地技术人才                | 滑雪场地索道、造雪、压雪等领域技术人才、滑冰场地制冰、磨冰等领域技术人才           |
| 冰雪体育产业研发人才              | 冰雪装备器材研发人才、冰雪体育产业产品设计人员、冰雪体育产业传媒人才             |
| 冰雪进校园人才                 | 冰雪校园教学人才                                       |

2.1.3 基础设施资源 冰雪体育基础设施的完善程度是冰雪体育产业竞争力提高的重要保障。据统计,到 2022 年,全国滑冰馆数量不少于 650 座;滑雪场数量达到 800 座、雪道面积达到10 000万平方米、雪道长度达到3 500千米。全国冰雪场地设施有效供给极大提升,初步形成布局合理、类型多样、基本满足需求的冰雪场地设施网络,经济社会效益明显提高<sup>[4]</sup>。我国冰雪体育基础设施场馆建设方面,北京冬奥会成功申办以来数量上快速增长,这就涉及到后期冰雪场馆经营模式的转变,现阶段我国冰雪场馆存在经营模式单一,在前期规划、设备设施配备等方面都相对落后,不重视安全问题,市场操作不规范等都直接影响行业的进一步发展。雪场方面,因为受到季节性的影响,非雪季时期的经营方式转变较差,严重缺乏夏季项目的开发,这将直接降低了盈利空间。冰场方面,建设初期投入较大,后期的维护人员、物力成本较高,滑冰场建成后也很难再重新改建。冰雪体育设施资源的后续经营与维护也是影响冰雪体育产业发展的重要因素。

综上,由冰雪自然资源、人力资源和基础设施构成的冰雪运动生产要素是冰雪体育产业发展的基础,对冰雪体育产业竞争力的形成具有基础作用,冰雪资源从创造参与竞争条件及提高竞争优势方面影响冰雪体育产业竞争力;人力资源从数量和素质两方面影响冰雪体育产业竞争力;基础设施则

从数量及创新性上对冰雪体育产业竞争力产生影响。它们对冰雪体育产业竞争力的影响机理表示见图 2。

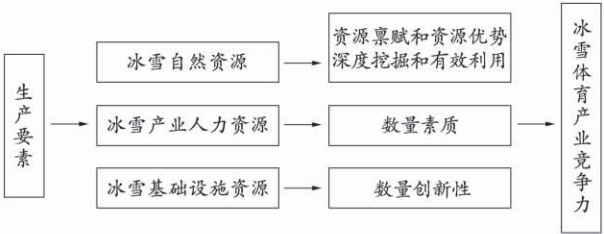


图 2 生产要素对冰雪体育产业竞争力影响机理图

2.2 市场需求力

在市场经济条件下,“产业的竞争最终体现在市场需求的竞争”。市场提供的服务的能力,是一个国家一项产业发展的前提。对任何产业来说,竞争力是在市场依托下进行的,没有市场需求也就无所谓竞争力。冰雪体育产业市场需求力主要包括冰雪体育消费和冰雪体育人口两个因素,而冰雪体育消费水平的高低则与国家宏观经济发展水平、恩格斯系数以及人们对冰雪运动的个性化与差异化的需求有关。

根据国家发改委发布的《2017 年中国居民消费发展报告》,2017 年,我国滑雪人次达到1 750万人次,滑雪消费规模达到 720 亿元,同比分别增长 15.9%、78.4%;冰上运动消费规模从 670 万人次增长到2 000万人次左右,滑冰消费总规模达到 610 亿元,占冰雪运动产业总规模的 15.3%。伴随着人均收入的持续增长,大众的冰雪消费需求将进一步激增。

根据《中国滑雪产业白皮书(2018 年报告)》显示,冰雪器材方面:2018 年国内雪场架空索道总数 250 条,同比增长 5.9%,国内脱挂式架空索道 2018 年增长到 54 条,雪场魔毯 2018 年总长度达到176 000 m。全国造雪机数量达到 7410 台,压雪车达到 541 台,滑雪板 2018 年销售量为38 000副,同比增长超过 25%。冰雪装备方面:预计到 2022 年,冰雪装备消费需求达到 300~400 亿元。冰雪赛事商业价值发展空间潜力巨大,冰雪赛事运作企业发展空间逐渐上升,赛事商业价值发展空间巨大,预计 2025 年国内冰雪赛事总规模将达到1 500 亿元。从市场层面分析 2017—2018 我国冰雪旅游收入约合3 300亿元,同比增长 22%,参与冰雪旅游市场规模达到 1.97 亿人次,同比增长 16%,预计到 2021—2022 冰雪季,我国冰雪旅游收入达到 6 800亿元,冰雪旅游人数将达到 3.4 亿人。

按照以上数据的分析,未来几年内冰雪产业市场需求力将大幅度的提升,这将对各相关企业的发

展起到积极的推动作用。各冰雪相关企业要按照以下市场需求力对冰雪体育产业竞争力的影响机理,通过个体差异化以及预期市场需求进行相应提升。

市场需求对冰雪体育产业竞争力的影响机理可以用图3表示:

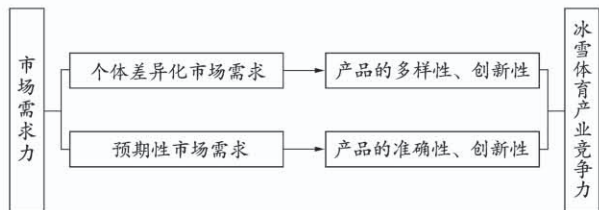


图3 市场需求力对冰雪体育产业竞争力影响机理图

### 2.3 关联产业

波特认为,一国能否提供比其竞争对手更具优势的相关和支持性产业是影响产业竞争优势的第三个关键因素。因此,一个产业的潜在优势直接受相关产业竞争优势的影响。

冰雪体育产业的核心要素具有产业链长、融合度高、综合性强的特点,涉及的行业较为多元,根据冰雪体育产业现状,采用冰雪体育产业链上游、下游和侧游3个方面来描述相关及支持性产业指标。冰雪体育产业的上游产业为冰雪场馆建设、冰雪旅游、冰雪装备制造、冰雪赛事运营、冰雪人才培养等;下游产业为冰雪教育培训、冰雪文创、冰雪信息服务、冰雪传媒等;侧游产业为餐饮、宾馆、交通、购物等。

按照产业链分析关联产业对冰雪体育产业竞争力的影响机理表现在:第一,相关产业的技术创新、产品创新是促进冰雪体育产业发展的重要因素。随着经济社会的发展,需求水平日益提高,所以市场的需求也在不断地发生变化,为了满足市场需求,冰雪体育产业相关的上游相关产业、下游相关产业以及侧游相关产业的相关企业要不断地进行技术改进以及营销理念的创新,努力生产出与市场需求相匹配的冰雪产品,以此来满足大众对冰雪多元化服务的需求。第二,加快冰雪体育产业基础设施建设,促进冰雪体育产业竞争力的提升。冰雪体育产业基础设施建设的状况在冰雪赛事影响上尤为明显,一场大型的冰雪赛事将会给举办城市带来大量的人员数量,这就需要举办地的基础设施无论是在数量上还是质量上都要达到相应的标准。同时冰雪赛事的举办也促进了当地冰雪旅游业已经媒体产业的大力发展。其它产业如住宿餐饮业、交通购物业等的发展也在一定程度上对基础设施的建设产生影响,从而也对冰雪体育产业的竞争产生作用。

### 2.4 企业竞争力

波特理论认为:企业的竞争优势是影响一国产业竞争力的第四个主要的因素。主要体现在企业是如何创立、组织、管理的以及竞争对手企业的状况。结合波特的观点以及产业经济学的产业竞争优势理论,认为国家的竞争优势取决于产业的竞争优势,产业竞争优势取决于企业的竞争优势,企业的竞争优势主要是通过市场来进行体现。

2019年,包括冰雪旅游、冰雪赛事运营、冰雪场地建设与运营、冰雪装备器材等相关涉及冰雪领域的上市公司有19家。按照我国冰雪产业的需求力市场分析,现有的冰雪体育产业相关的企业数量是无法满足需要的。现阶段我国冰雪体育产业取得了阶段的发展优势,但是相关冰雪产业企业组织结构不合理、不完善、没有形成战略优势等因素致使我国冰雪体育产业并未步入完全市场化运营轨道。

企业竞争力对冰雪体育产业竞争力的影响机理表现为以下几点:第一,提高冰雪体育产业竞争力要扩大企业规模。随着冰雪市场之间竞争的加剧,冰雪企业旨在通过不同方式和途径以赢得市场占有率,在冰雪体育市场占有一席之地。在产业竞争中,要不断扩大企业规模,才能提高产业的竞争优势。第二,企业通过调整企业结构提高冰雪体育产业竞争力。企业的结构较为完整有序,运营业态较为丰富多元是提高产业竞争力的直接体现。随着市场需求的日益更新,很多冰雪体育相关企业通过旅游目的地的升级路径,尝试以冰雪小镇模式吸引更多品牌商加入,打造品牌商街,以提供高度匹配的市场供给,以此获取更多的市场份额来达到提高产业绩效,进而提高冰雪体育产业竞争力。第三,增强冰雪体育产业竞争力不断提升企业营销水平。通过扩大产品销量提高产品的市场占有率是市场营销的基本功能。

### 2.5 政府行为

波特在《国家竞争优势》中指出,政府在提高国家竞争优势中政府的作用比较特殊,政府可以运用经济手段、行政手段和法律手段,通过产业政策为冰雪体育产业的发展创造适当的环境。对于波特钻石模型理论中的生产要素、市场需求、关联产业和企业竞争的四个主要影响因素,政府通过影响产业发展的外部环境,使产业资源得到充分合理、有效地利用,从而形成产业竞争优势。

由于受到“举国体制”的长期渗透与影响,冰雪体育产业的发展难以脱离政府的主导作用,由于这一体制违背市场发展的规律,在一定程度上将限制冰雪体育产业的灵活发展。

2015 年北京申办冬奥会成功后政府对冰雪体育产业的认识逐渐加深,相继出台了一系列的相关政策。相关规划、政策的出台为冰雪体育产业的发展提供了政策上的保障和指导,为我国的冰雪体育产业发展提供了政策环境的支持,但是目前针对冰雪体育产业发展的产业法规不健全,主要以规划与政策为主,这样在实际操作过程中缺少法规上的保护。

总之,政府行为对冰雪体育产业竞争力的影响机理可以用图 4 表示:

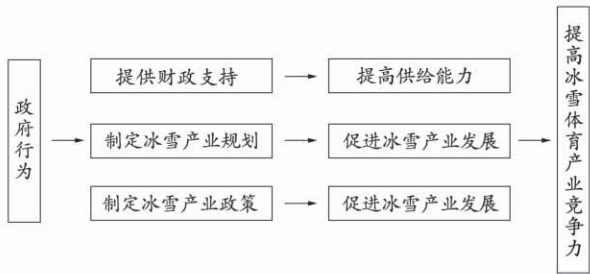


图 4 政府对冰雪体育产业竞争力的影响机理图

2.6 机遇

2.6.1 以 2022 年冬奥会为契机 2015 年成功申办 2022 年冬奥会以后,我国政府部门积极出台相关政策,充分发挥政府的宏观调控能力以及规范的布局,为冰雪体育产业健康有序地发展指引了方向。我国作为 2022 年冬奥会举办的直接受益者,无论是在提高国家影响力上,还是在冰雪场馆建设以及冰雪体育赛事、冰雪旅游、冰雪培训等相关的冰雪体育产业国际竞争力方面都将有大幅提高。所以应以 2022 冬奥会为发展契机不断提高我国冰雪体育产业在国际上的竞争优势。

2.6.2 消费水平的升级 据国家统计局调查,我国国内生产总值连年增长,人均 GDP 近 3 万元,达到中等发达国家人均 GDP 的标准。近几年随着我国居民可支配收入的增加,恩格尔系数的不断减小为冰雪体育产业构建了持续源动力。消费升级背景下,居民消费观念已悄然转变,使更多人有更多消费需求,消费结构由单一化转向多元化,从而为冰雪体育产业的发展创造了机会。

2.6.3 全民健身的国家战略的实施 开展全民健身活动,是为了将增强人民体质,提高全民健康愿望落到实处,现阶段国家提出全民上冰雪的号召,冰雪体育运动项目将成为社会各界沟通、交流、参与和分享的平台。冰雪体育产业的消费群体在不断壮大,冰雪体育产业目前面临巨大的发展机遇。

3 冰雪体育产业竞争力结构模型的构建

根据以上对冰雪体育产业竞争力构成要素以及竞争力影响机理的研究得出:生产要素是冰雪体育产业发展的物质基础;市场需求为冰雪体育产业

发展提供了前提;相关产业的发展是冰雪体育产业竞争力提升的源泉;企业之间的竞争是冰雪体育产业竞争力发展的核心;政府起到调控作用,通过制订产业发展规划以及产业政策等在宏观上确保冰雪体育产业顺利的发展;在机会的条件下,2022 年冬奥契机、消费升级以及全民健身国家战略都为冰雪体育产业提供发展机遇。本研究认为:生产要素供给力、市场需求力、关联产业支持力、企业竞争力、政府调控力以及机会共同作用于冰雪体育产业竞争力。冰雪体育产业的发展按照冰雪体育产业竞争力结构模型相关要素的位置,有策略地不断提高冰雪体育产业的竞争力。

基于上述分析,本研究构建出冰雪体育产业竞争力结构模型(见图 5)。



图 5 冰雪体育产业竞争力结构模型图

4 提升我国冰雪体育产业竞争力的路径

4.1 完善冰雪体育产业生产要素,夯实产业竞争力的基本条件

冰雪体育产业生产要素作为该产业发展的基础,其发展的好坏直接影响该产业的发展。影响冰雪体育产业竞争力的生产要素为冰雪自然资源、冰雪体育产业人力资源和冰雪基础设施三个方面。首先在冰雪自然资源方面,虽然我国极具地域与气候特色的冰雪自然资源相对较丰富,但是要将尊重当地冰雪自然资源特色为资源开发前提,立足于区域内的冰雪本土优势,以尽量不破坏环境为前提,充分利用气候资源、地理资源、山体条件等,为冰雪体育产业发展提供必备的基础条件。其次在冰雪体育产业人力资源方面,未解决冰雪体育产业人力资源的匮乏问题,基于我国冰雪体育产业人才发展的需要,借鉴优势国家的经验,不断完善冰雪体育教育体系,完善冰雪体育专业的人才培养模式、学科建设和课程设置,大量培养冰雪市场紧缺的应用型人才。健全冰雪人才流通体系,通过“走出去”和“请进来”的政策不断提高人才质量。最后在冰雪基础设施方面,要不断提高冰雪场馆的发展水

平,在加快冰雪场馆建设的同时,不断提高冰雪场馆的运营水平,加快场馆的转型升级,促进场馆多业态的融合发展,由单一经营向四季经营转换,提升场馆的规范化运营能力。

#### 4.2 充分了解市场需求力,积极调整冰雪体育相关产业产品的多样性

按照波特对内需市场影响产业竞争力的论点,一个国家或者一个地区对体育的需求高于其他国家或者地区,这将刺激冰雪体育产业相关的企业的竞争意识,从而促进相关的冰雪体育产业进行技术的改进与创新,以此来提高企业的竞争能力。2022年冬奥会的成功举办,将带动3亿人参与到冰雪运动中,冰雪体育消费与冰雪体育人口将大幅增加,我国的冰雪体育产业相关企业应该较之国际市场而着眼于国内的需求市场,积极调整冰雪体育产业的相关产品,找出适合国人需求的产品,冰雪企业不断更新冰雪产品以满足个性化和多元化需求。

#### 4.3 完善冰雪体育市场体系,提高企业竞争能力

为提高冰雪体育产业竞争力,要大力培育、调整冰雪体育市场,以发展较为成熟的冰雪旅游业为带动、以冰雪大众休闲健身和竞赛表演为核心,以冰雪装备制造为支撑,加快引导冰雪体育主体产业的市场扩张,同时协调发展冰雪体育相关产业,从整体上完善我国冰雪体育市场体系。从扩大企业规模,调整企业结构,提高企业营销水平方面入手,不断提高冰雪体育产业相关企业的竞争能力。例如,提高冰雪装备制造相关企业转型升级,提升冰雪装备器材的自主创新能力,加大冰雪装备的研发投入,打造冰雪装备生产基地。冰雪竞赛表演业相关运营企业要积极培养冰雪品牌赛事,提高冰雪赛事的公众参与度。冰雪旅游业方面,继续推进“冰雪+”冰雪旅游发展新模式,各旅游目的地根据当地特色不断推出新项目,积极探索融合发展新模式。冰雪培训业方面,相关培训机构要不断与冰雪体育强国进行深度合作,加快引进国际先进的培训体系,不断提高培训市场的规范化程度,完善标准体系。

#### 4.4 积极落实国家冰雪体育产业政策,实现冰雪体育产业法制化

2015年我国申办2022年冬奥会成功以来,国家和地方政府陆续出台多个相关政策,其中国家层面12份,地方层面60余份来支持冰雪体育产业发展。我国冰雪体育产业的发展已经基本完成了顶层的设计,后期政府将应重点指导监测各个地方政府的落实情况,要做到制定的政策能够得到有效的落实,使得冰雪体育产业的政策在国家纵向和地方横向的实施上没有差异性。现阶段实现冰雪体育产业法制化是产业发展需要解决的重要问题。首

先,政府应积极出台相关扶持性政策体系,建立一套包括税收政策、冰雪体育产业项目基本建设投资政策体系。其次,完善我国体育法律体系,加紧制定和出台与《体育法》相配套的体育产业市场管理办法,实行依法治体,确保冰雪体育产业市场的健康发展。

## 5 结 语

本研究在波特“钻石模型”理论的基础上,对我国冰雪体育产业的六要素进行了分析,并构建出了生产要素条件、市场需求条件、关联产业支持力和企业竞争力以及政府调控和机遇对冰雪体育产业竞争力的影响机理图,在此基础上构建出我国冰雪体育产业竞争力结构模型,最终提出了提升我国冰雪体育产业竞争力的路径。由于研究对象的特殊性,本研究主要从六个影响因素层面对冰雪体育产业竞争力进行了分析,未来可以进一步研究更多关键要素的影响作用,以更加全面地揭示我国冰雪体育产业竞争力。

## 参考文献:

- [1] 徐洲,朱东方,张莉.中国冰雪体育产业发展报告(2019)[R].2020.
- [2] 迈克尔·波特.国家竞争优势(第1版)[M].李明轩译.北京:中信出版社,2004:65-72.
- [3] 张正祯,刘兵.钻石模型理论视域下提升我国冰雪体育旅游产业竞争力的路径选择[J].浙江体育科学,2019,41(5):7-12.
- [4] 中国政府网.中共中央办公厅国务院办公厅印发《全国冰雪场地建设规划(2016-2022年)》[EB/OL].[http://www.gov.cn/zhengce/2019-03/31/content\\_5378541.htm](http://www.gov.cn/zhengce/2019-03/31/content_5378541.htm).
- [5] 中国政府网.中共中央办公厅国务院办公厅印发《关于以2022年北京冬奥会为契机大力发展冰雪运动的意见》[EB/OL].[http://www.gov.cn/zhengce/2019-03/31/content\\_5378541.htm](http://www.gov.cn/zhengce/2019-03/31/content_5378541.htm).
- [6] 王玉珍.中国体育旅游产业竞争力研究[D].北京:北京体育大学,2013.
- [7] 王安洪,郭俊清,刘威,等.黑龙江省冰雪体育产业发展战略研究[J].哈尔滨体育学院学报,2014,32(2):30-34.
- [8] 程瑞辉,刘刚.基于SWOT分析的黑龙江省冰雪体育产业发展研究[J].哈尔滨体育学院学报,2016,34(3):44-48.
- [9] 吕婵.“互联网+”时代我国冰雪体育产业发展新趋势[J].哈尔滨体育学院学报,2016,34(4):52-56.