

生产·生活·生态: 我国冰雪体育产业融合发展的三维结构解析

邵桂华, 郑冠杰

(吉林体育学院, 吉林 长春 130022)

【摘要】: 冰雪体育产业的融合发展对于促进冰雪体育产业的高质量可持续发展具有重要的现实价值和决策意义, 而融合发展能否实现, 还依赖于冰雪产业系统科学的系统结构来有效引导和推动。在明确冰雪体育产业融合发展的形成逻辑和本质特征的基础上, 立足于生产、生活、生态, 构建冰雪体育产业融合发展的三维结构, 对其要素构成、功能作用、性能表现进行解析, 并提出相应的建议。研究认为: 在要素构成上, 三维结构包含了相互支撑、相互配合、有机衔接的生产维、生活维、生态维等3大核心要素及其15个基本要素。在功能作用上, 生产维为生活维提供消费资料, 影响生态维的空间格局; 生活维为生产维提供劳动力、资本、技术、信息等资源, 对生态维进行保护、修复、治理、丰富; 生态维为生活维提供生态产品, 为生产维提供生产资料。在性能表现上, 三维结构具备高效度、协调度、持续度、融合发展度。在此基础上, 从利用市场机制、优化供给侧、统筹消费需求、保护和开发生态资源等4个方面提出了助推冰雪体育产业融合发展三维结构健康运行的相关建议。

【关键词】: 生产·生活·生态; 三生一体; 冰雪体育产业; 高质量发展; 产业融合

【中图分类号】: G86 **【文献标志码】:** A **【文章编号】:** 2096-5656(2022)03-0035-11

DOI: 10.15877/j.cnki.nsic.20220427.001

中共中央办公厅、国务院办公厅于2019年3月印发的《关于以2022年北京冬奥会为契机大力发展冰雪运动的意见》中明确提出:“加快发展冰雪健身休闲产业, 推动冰雪旅游产业发展, 促进冰雪产业与相关产业深度融合, 提供多样化产品和服务”^[1], 旗帜鲜明地将创新冰雪体育产业新格局、提升冰雪体育产业新品质、融合冰雪体育产业新业态定义为冰雪体育产业的未来发展主题。因此, 冰雪体育产业能否形成融合发展之势, 不仅是产品与服务多元化、高端化的内在需求, 而且是延长产业价值链、提升冰雪体育价值、促进形成冰雪体育产业新格局的有效途径, 更是冰雪体育产业转型升级和高质量发展的内生动力, 是当前应该重点关注的核心议题。

目前, 冰雪体育产业的发展问题已成为学界的研究焦点之一。随着研究的不断深入, 我国冰雪体育产业的相关研究在经历内涵界定^[2]、价值意义^[3]、域外经验借鉴^[4-6]、产业发展路径^[7-9]等阶段后, 逐渐从表层的现状发展研究转向深层的产业运行机理机制研究。相关研究的不断推进和扩展为研究冰雪体

育产业融合发展提供了有益启示。虽有部分国内学者通过创新融合^[10]、产业链融合^[11]、融合效率^[12]等视角来探讨冰雪体育产业的融合发展问题, 但总体仍偏向于中观层面的技术、产业等方面的研究, 对基于融合发展的冰雪体育产业系统的内涵特征、系统结构等一般性、整体性、宏观性研究涉及较少。若缺乏这样的引导性、奠基性研究, 无疑会导致在冰雪体育产业融合发展问题上缺乏根基性的指导思想和统筹性的规划, 无法形成整体的逻辑机理与作用机制, 进而造成在冰雪体育产业高质量可持续发展问题上各自为战、难以形成合力。因此, 探析冰雪体育产业融合发展的内涵、构建起基于融合发展的冰雪体育产业系统结构, 是一个无法回避的现实课题。

鉴于此, 本研究在厘清冰雪体育产业融合发展的形成逻辑和本质特征的基础上, 尝试立足生产、生

收稿日期: 2022-03-02

基金项目: 国家社会科学基金一般项目(19BTY056)。

作者简介: 邵桂华(1972—), 男, 山东泰安人, 博士, 教授, 博士生导师, 研究方向: 体育系统科学。

活、生态来构建我国冰雪体育产业融合发展的三维结构,对其要素构成、功能作用以及性能表现进行解析,重点挖掘三维之间的内在联系和规律,并通过创新要素的组合形式或关系模式来调整系统结构、协调要素间的关系,从而发挥系统功能,使系统性能达到整体最优,旨在为我国冰雪体育产业融合发展提供理论参考依据。

1 冰雪体育产业融合发展的内涵解读

就系统科学的角度而言,冰雪体育产业融合发展可视为一个系统,其内部的系统结构是由诸多要素相互作用而构成的,是系统功能实现的前提,对于整体系统而言至关重要。然而构建冰雪体育产业融合发展结构需建立于本质特征明晰的基础上,若对其本质特征认识模糊,那么结构功能的发挥就成了无源之水、无本之木。因此首要步骤便是凝练出冰雪体育产业融合发展的本质特征,以此来重新审视冰雪体育产业融合发展,分析其功能边界与作用范围,进而逐级构建冰雪体育产业的融合发展结构。

1.1 冰雪体育产业融合发展的形成逻辑

冰雪体育产业融合发展的本质特征需要科学的、合乎规范的逻辑范式来辨析、推理和提炼。回顾和展望冰雪体育产业融合发展的历程和未来前景,发展模式的改变形成了一条或隐或现的理论和实践逻辑脉络。因此通过理论和实践两方面来分析冰雪体育产业融合发展的形成逻辑,不仅能够解答冰雪体育产业融合发展的本质特征是什么的理论迷思,而且还能如何规避冰雪体育产业融合发展过程中

的现实掣肘提供思路。

就冰雪体育产业融合发展的形成理论逻辑而言,一是,源于要素资源整合的动态化,冰雪体育产业的内部要素发生渗透、重组以及整合行为,原有产业之间的边界逐渐模糊或者消失,催生出新的产业结构组合,产生了强大的产业叠加效应,赋予原产业新的功能和更强的竞争力;二是,源于产业价值创新的互补化,冰雪体育产业通过融合来进行功能重组与价值创新,建设新型的冰雪体育产业价值链,延伸冰雪体育价值,以便推动冰雪体育经济适应新常态发展的要求;三是,源于产业结构优化的动态化,产业结构优化是产业融合的重要一环,冰雪体育相关产业在其内部结构的各环节都表现出一定的差异性,而自身优化和相互磨合的过程实际上就是冰雪体育产业融合发展的过程。

就冰雪体育产业融合发展的形成实践逻辑而言,一是,源于资源禀赋的整合,中国冰雪项目历史悠久、冰雪文化博大精深,漫长的历史积淀催生了丰厚的物质和精神文化,是我国冰雪体育产业得以持续发展的坚实基础。二是,源于技术手段的整合,大数据、5G技术、物联网、VR技术等广泛应用,为冰雪体育产业的融合发展提供新思路和契机。运用技术手段能够精准捕捉消费者需求,继而提供个性化服务,还能为冰雪体育产业的资源开发与应用提供数字化支持。三是,源于市场需求的整合,冰雪体育产业是以冰雪体育活动为核心而开展的一系列经济活动,其产业链是围绕市场需求构建的。全民健身、文化娱乐、休闲旅游等第三产业的蓬勃发展,为冰

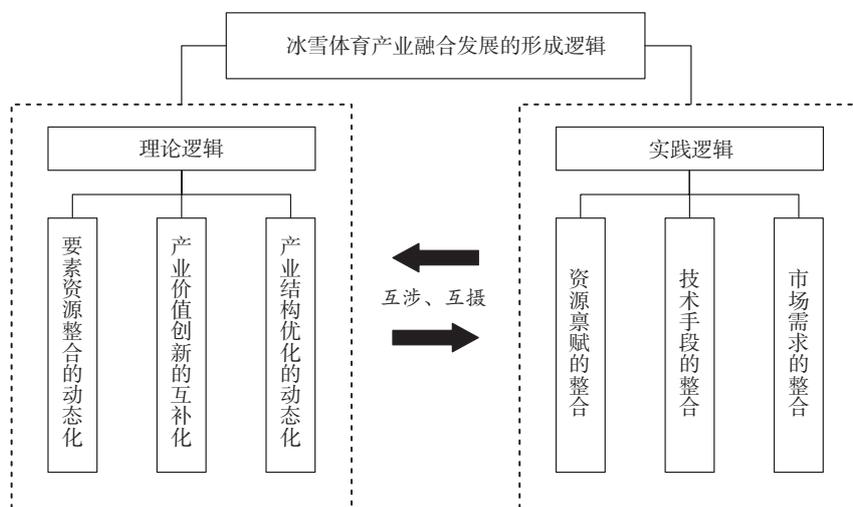


图1 冰雪体育产业融合发展的形成逻辑图

Fig.1 Formation logic diagram of integrated development of ice and snow sports industry

雪体育产业创造了巨大的市场需求^[13],成为了拉动冰雪体育消费增长的驱动力,同时又倒逼冰雪体育产业进行融合,生产更多符合消费者需求的产品和服务。

事实上,理论逻辑与实践逻辑是以共存、共生为特征的“互涉”和“互摄”关系,“互涉”是指二者相互蕴含、交叠缠绕的共存关系,“互摄”是指二者相互催生、彼此摄入的共生关系^[14]。通过上述冰雪体育产业融合发展形成逻辑的分析可见,冰雪体育产业融合发展的核心目标是产业各资源要素的互换互补和统筹配置,最终目的则是回归到满足人们物质和精神文化生活需求的本位上。

1.2 冰雪体育产业融合发展的本质特征

关于冰雪体育产业融合发展本质特征的理解不能囿于传统冰雪体育产业的思维。因此在厘清冰雪体育产业融合发展形成逻辑的基础上,还应深谙新时代发展背景下的核心要义,结合新时代产业发展要求来加以认识和分析。

一是,融合发展推动了生产方式的演变,产业融合打破了传统产业的协作分工生产的形式,对既有产业的固定边界进行调整,逐渐演变为产业内部分工,即原来需要两人或多人(组织)完成的工作,现仅需一人(组织)便可完成^[15]。而在调整生产过程中,那些具有强联系、强互补关系的产业容易产生融合行为,这又会持续加深和扩大冰雪体育产业及企业之间的横向联系和竞争范围,整个发展规模持续扩大,使得市场竞争趋向完全竞争^[16]。实际上,产业融合正是克服体育产业生产特性缺陷的必然趋势^[17]。二是,融合发展契合了大众消费的诉求,随着中国经济社会的高速发展,人们在物质生活富足的基础上,消费观念不断转变,大众的消费结构和方式开始逐渐转型和升级,创造更多的消费新需求。冰雪体育产业融合发展恰是契合了新时代背景下大众冰雪生活消费需求多元化与产品服务供给不足相矛盾的现实痛点,以消费者为中心,将分散的大众冰雪生活消费需求进行集中和满足,进而促使大众冰雪生活消费方式从个体化、分散化、封闭化逐渐转移至社会化、集中化、开放化,这一特征随着大众冰雪生活消费需求的高涨和消费能力的提高越发明显。三是,融合发展强调了产业生态环境的统一,广义的冰雪体育产业生态环境不单单包含自然生态,还包

含带有冰雪特色的人文生态。在新时代生态文明发展理念下,实现高质量发展需要将生态成本、生态要素、生态产品纳入整个经济社会系统^[18],这也就意味着自然生态理念必然落实到冰雪体育产业融合发展的各个环节中。此外,冰雪体育产业在融合发展的过程中孕育了符合现代大众需要的人文生态,促使了自然生态与人文生态相互适应、融合、统一。

综上所述,冰雪体育产业的融合发展不仅仅是简单的业态或产业融合行为,而是从生产方式到大众日常生活消费,再到生态环境,都体现出环环相扣、步调一致的理念,其本质上就是通过以“生产”为核心的产业资源要素互换互补和统筹配置,坚持以生态优先、绿色发展的新时代“生态”文明建设理念,最终实现以满足人民物质和精神文化“生活”需求为目标的进程,是始终贯穿生产、生活、生态的动态化创新过程。

2 冰雪体育产业融合发展三维结构的构建与解析

2.1 冰雪体育产业融合发展三维结构的构建思路

依据此前分析冰雪体育产业融合发展的本质特征可知,冰雪体育产业融合发展是指在产业维度之上,融合了生产、生活、生态的宏观发展,这与党的十八大提出的“促进生产空间集约高效、生活空间宜居适度、生态空间山清水秀”三生协调发展目标相互契合。因此,研究立足于我国冰雪体育产业发展的现实条件和社会价值目标,借助生产、生活、生态的结构与格局来构建冰雪体育产业融合发展三维结构。

2.2 冰雪体育产业融合发展三维结构的系统构建

冰雪体育产业融合发展三维结构是在一定时空范围内、相关要素与外界环境的相互作用下,以整合冰雪体育产业链、实现冰雪体育产业内涵发展和延伸为基本职能,以优化产业结构、协调要素资源和生态环境为手段,以追求整体效益最大化为目标的一个具备高效经济与和谐生态功能的系统。由于冰雪体育产业具有较高的复杂性和关联性,其融合发展过程中涉及的要素繁杂多样。事实上,在整体融合发展过程中只有部分要素发挥了关键作用,而正是这些要素决定了冰雪体育产业的融合发展程度,因此本研究将重点围绕关键要素来进行解析。

生产维、生活维、生态维共同形成了具有强支撑

关系的冰雪体育产业融合发展三维结构,充分反映了新时期我国冰雪体育产业融合发展的全新思路(图2)。生产维是指支撑冰雪体育产业发展壮大的生产,包含了冰雪竞赛表演业、冰雪健身休闲业、冰雪体育旅游业、冰雪体育传媒业、冰雪运动培训业、冰雪装备制造制造业、冰雪场地设施建设业等7个基本要素;生活维是指与人民息息相关的、被大众冰雪生活消费领域所接受的、嵌入到冰雪体育相关产业乃至整个社会发展过程中的维度,包含了人口基数、年龄结构、消费支出结构、居民可支配收入、休闲旅游需求、冰雪运动需求等6个基本要素;生态维则

是指符合当今时代生态文明建设要求的、能体现冰雪体育产业赖以生存和发展的自然生态和人文生态的一切有价值的维度,包含了冰雪体育自然资源和冰雪体育人文资源。此外,生产维、生活维、生态维以及冰雪体育产业融合发展之间存在着双向的关系,蕴含了两层含义:一是,生产维、生活维、生态维三者之间的相互关系;二是,冰雪体育产业融合发展与生产维、生活维、生态维的适应性关系。

2.3 冰雪体育产业融合发展三维结构的系统解析

2.3.1 冰雪体育产业融合发展三维结构的要素解析

第一,生产维的基本要素。①冰雪竞赛表演业。

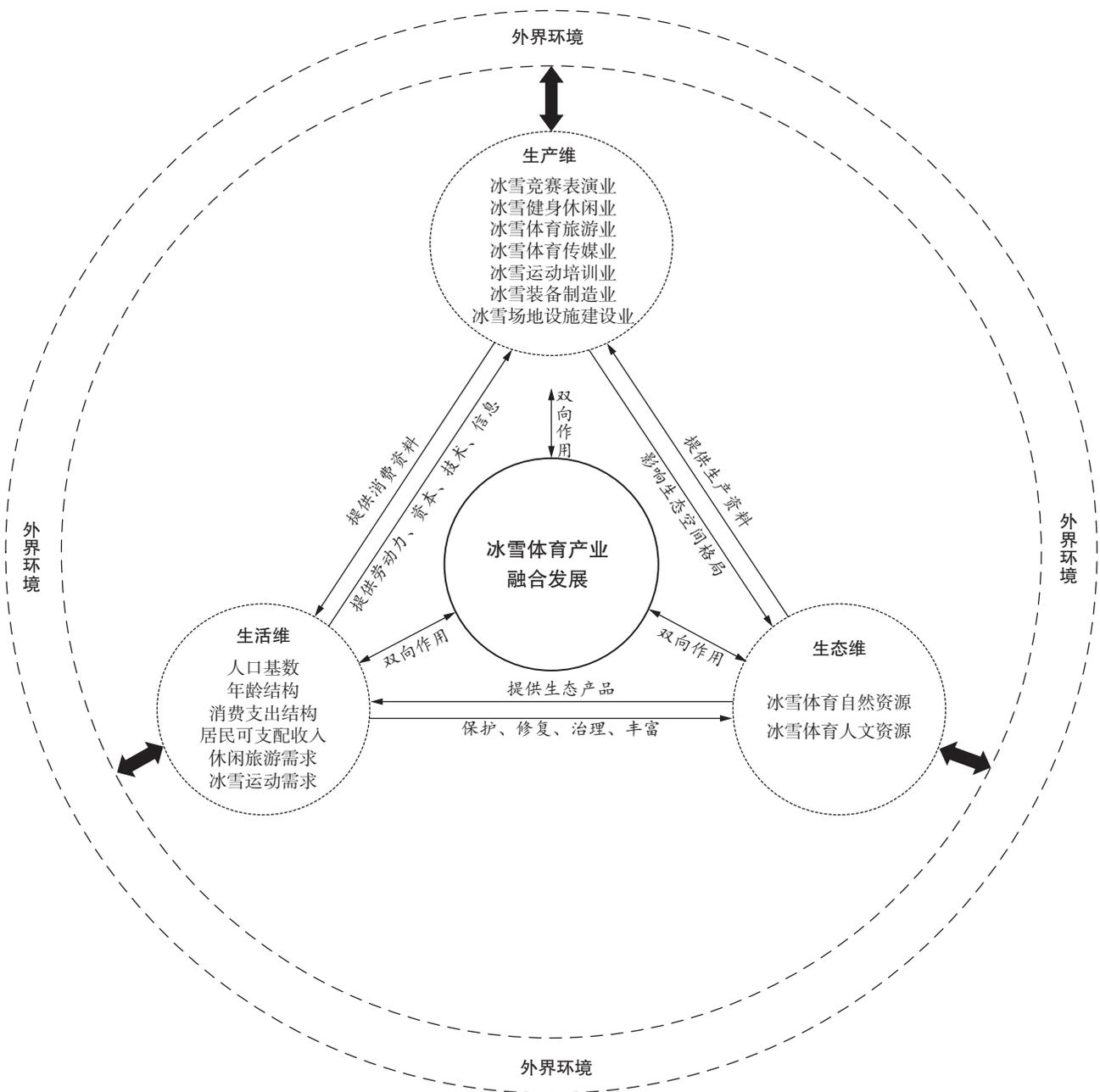


图2 冰雪体育产业融合发展的三维结构图

Fig.2 Three-dimensional structure diagram of integrated development of ice and snow sports industry

冰雪竞赛表演所具备的强互动性、参与性以及社会资本支持等特点在冰雪体育经济中发挥着重要作用。大力发展冰雪竞赛表演业能够很好地发挥市场机制的作用,培育大众冰雪体育消费习惯,从而扩大冰雪体育消费市场 and 经济发展空间,对推动冰雪体育产业结构演进具有重要意义。②冰雪健身休闲业。随着国民健康意识逐渐提高,健身休闲需求越来越大。北京冬奥会的成功举办使得冰雪运动在大众运动中再次升温,成为时下冬日的休闲常态,促使冰雪运动的健身休闲属性在“健康中国”背景下得到全方位诠释。与此同时,国家还出台了众多相关政策来进行积极引导、大力推动冰雪健身休闲业快速发展,可见其作用和地位之重要。③冰雪体育旅游业。就现今服务业而言,高品位、高技术的人力资源结构、高情感体验和高精神享受的消费服务质量是最突出的特征^[19]。冰雪体育旅游业凭借稀缺性、文化主体性、可参与性与观赏性等特点而异军突起。加之冬奥会的成功举办又再次助推了其发展,影响力日渐扩大,备受社会大众的青睐和重视。④冰雪体育传媒业。在媒体横向拓宽、纵深延伸的融合发展趋势下,现已进入全媒体传播的新时代。冰雪体育传媒业作为专门向社会大众传播冰雪体育信息的中介性社会组织,同时又是冰雪体育营销的活水源头。其在体育赛事、休闲旅游、健身运动等方面的应用,不仅能够推广冰雪体育相关活动,塑造社会焦点,还能带来巨大的商业价值。⑤冰雪运动培训业。冰雪体育人口的快速增加,势必会促使冰雪运动培训业的蓬勃发展。随着社会对冰雪体育运动专业人才的需求不断攀升,冰雪运动培训业发展潜力巨大,逐渐成为体育产业的热门产业。国家对冰雪运动培训业的支持导向也非常明确^[9],旨在构建一套具有中国特色的冰雪运动培训服务体系,多方位、多渠道、多层次地推动冰雪运动培训业发展。⑥冰雪装备制造业。冰雪装备制造业依托于我国体育发展和引导冰雪运动发展的政策基础,现阶段已形成了具有一定发展规模的产业体系和产业链。随着国内冰雪消费市场日渐扩大、人力资源不断丰富,全球冰雪装备制造业向我国集聚的发展趋势越来越明晰。⑦冰雪场地设施建筑业。全国冰雪体育场地设施增长势头虽凶猛,但在规模标准化方面还处于初级阶段^[20],难以满足日益增长的多元化大众冰雪消费需

求^[21]。可见,冰雪场地设施建设业的发展与我国冰雪体育产业高质量发展的需要极为契合,拥有广阔的发展空间。

第二,生活维的基本要素。①人口基数。对于冰雪体育产业而言,缺少冰雪体育人口,谈其发展犹如空中楼阁。近年来人口基数的不断增加,以及国家出台推动冰雪运动发展的相关政策,使得参与冰雪体育的人口增加,这种强烈的带动作用形成了连锁效应,既夯实了冰雪体育消费升级的基础,又为冰雪体育产业乃至体育领域产生长期的持续效应。②年龄结构。冰雪运动比一般体育运动对场地设施和参与者身体的要求更高,年轻群体在身体素质上更具备参与冰雪运动的条件,并更愿意参与到冰雪运动中^[22]。在冰雪消费人群年龄分布中,40岁以下占86.26%,24岁以下占61.35%,这反映出各年龄段的比例关系不够合理,具有一定经济实力的中青年消费人群的内部需求尚未得到充分释放^[23]。冰雪体育运动的推广除了重视横向的职业、地域、阶层等因素,纵向的年龄因素同样是重要的关注点^[24]。③消费支出结构。就近年来居民的教育文化娱乐消费支出占比缓慢增加的趋势而言,人们越来越重视个人享受和发展消费,个人消费需求也逐渐趋向多元化和多层次化。消费支出结构的变动既驱动了作为消费型产业的冰雪体育产业结构递进、优化,也对冰雪经济具有重要的指向作用。④居民可支配收入。伴随着全国居民人均收入的提高,预算线向上平移,消费者购买商品的数量随之增加,在促进消费水平提升的同时,有效拉动经济的发展。国民经济进入新常态后,居民可支配收入稳步提升,生活方式发生改变,大众消费逐渐从基本生活需求向个性化、品质化、享受化的商品和服务需求转移,为冰雪体育产业发展提供了肥沃土壤。⑤休闲旅游需求。社会经济水平的跨越式发展、收入的提高以及幸福指数的上升,有效带动了人民群众的旅游意愿^[25]。虽然现阶段旅游活动开展和国内外旅游消费者的需求因新冠肺炎疫情而受到较大程度的抑制,但是得益于国内旅游消费能力的升级以及经验的积累,在疫情防控常态化背景下开始逐渐出现新形态的旅游产品^[26],侧面说明了现阶段休闲旅游需求越来越旺盛。⑥冰雪运动需求。自我国2015年成功申办2022年北京冬奥会以来,冬奥会的巨大的影响力进一步激发了

我国冰雪运动的热潮,引导了更多人参与到冰雪运动之中,冰雪运动参与的多层次、多样化、差异化需求也随之高涨。冬奥会点燃的冰雪运动热情所折射出的巨大市场消费需求,为冰雪体育产业的融合发展提供了合理性与可能性。

第三,生态维的基本要素。①冰雪体育自然资源。气候、冰雪、地形、植被、空气等自然资源是冰雪体育产业运行和发展的重要自然前提。如降雪量和雪质是影响冰雪运动、冰雪体育旅游活动开展的重要因素;坡度和高度适宜的地形地貌、植被覆盖良好的陆地植被将为开展冰雪运动、冰雪体育旅游提供得天独厚的条件;就生理特征和心理需求而言,良好的空气质量是冰雪体育消费者最为关注的因素。以优质的自然资源作为本底,合理开发、优化配置冰雪体育服务资源和综合提升冰雪体育服务的供给水平,是我国冰雪体育产业融合发展的根本保障。②冰雪体育人文资源。冰雪体育人文资源是指人类社会活动中的冰雪体育元素经过开发后成为吸引冰雪体育消费者的人文资源,包含了历史冰雪文化资源、民族冰雪体育资源、当代冰雪体育文化资源等。《阿勒泰宣言》证实中国新疆阿勒泰既是中国滑雪文化的起源地,又是世界滑雪文化的发源地。在如此深厚的冰雪文化底蕴下,我国民族传统体育中也存有大量冰雪特色的体育项目,形成了多姿多彩的民族冰雪体育文化。现今开展的冰雪体育活动相关建设,如各类型冰雪体育赛事、体育场馆等也是冰雪

体育人文资源。纵览全局,我国冰雪体育人文资源由古至今呈现出一幅恢弘壮阔的历史画卷,一直都是我国冰雪体育产业发展的重要文化生产力。

2.3.2 冰雪体育产业融合发展三维结构的功能解析

第一,生产维的结构功能。根据产业经济学对“产业链”概念的界定,并结合冰雪体育产业所形成的市场机制架构规律,将冰雪体育产业融合发展三维结构的生产维各要素整合成一条完整的产业链(图3)。冰雪竞赛表演业、冰雪健身休闲业、冰雪体育旅游业等服务主体处于上游端,冰雪体育传媒业作为中介组织处于中游端,冰雪运动培训业、冰雪装备制造制造业、冰雪场地设施建设业等具有衍生价值的业态则处于下游端。相对而言,上游端的产业盈利空间更大,产业整体效益更高^[27],也符合现阶段不断升级的冰雪体育市场消费需求。

由于生产维主要凸显多元化的供给特征,各要素均对冰雪体育产业融合发展产生了作用关系。冰雪竞赛表演业的日益繁荣,吸引了广大群众参与到冰雪体育行业中,一方面,扩大了冰雪健身休闲、冰雪运动培训和冰雪体育旅游等需求;另一方面,有助于留存和拓展冰雪体育人口,是冰雪体育产业融合发展的核心引擎。冰雪健身休闲业和冰雪体育旅游业作为上游端服务主体的重要组成部分,二者相辅相成,是冰雪体育产业融合发展的基础和带动力量。冰雪体育传媒业为冰雪体育产业融合发展提供了多方联动的传播场域,并衔接了冰雪体育产业的

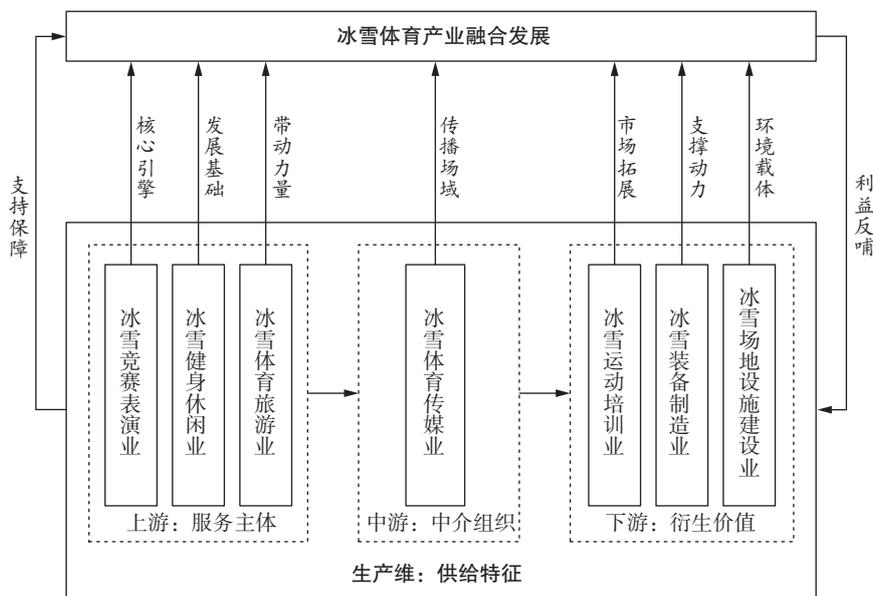


图3 生产维的结构功能图

Fig.3 Structure and function diagram of production dimension

服务主体与衍生价值。下游端是上游端的衍生生态,其体现的衍生价值是指消费者在与服务主体互动过程中产生的市场价值。冰雪运动培训业通过培养冰雪行业的专业性人才、提高大众冰雪体育知识和技能等,能够不断地拓展潜在的冰雪体育消费市场。冰雪装备制造除了为消费者提供冰雪运动器具、配件、服装等轻装备,还为冰雪场地提供造雪机、压雪车、魔毯、冰面打磨机等重装备,是冰雪体育产业融合发展的支撑动力。冰雪场地设施建设是冰雪体育产业融合发展的环境载体,也是冰雪体育产业融合发展得以形成和完善的基础条件。

结合图2和图3来看,生产维为冰雪体育产业融合发展提供了重要的支持保障,而冰雪体育产业融合发展又通过生产维、生活维、生态维深度融合的增值利益来反哺生产维,为生产维赋予新的活力和动力,提高生产维的运行效率,从而再次深化生产维与生活维、生态维的融合交流,提供更多更优质的冰雪体育产品和服务,最终形成彼此回应、相互配合、相互促进的良性循环状态。就三维关系而言,生产维为生活维提供消费资料的同时,还对生态维的生态空间格局产生影响。

第二,生活维的结构功能。由于生活维主要凸显鲜明的需求特征,因此其内部呈现出自下而上、多点推进指向需求端的逻辑关系。

首先,生活维中的需求端由休闲旅游需求和冰

雪运动需求所组成,二者表现出相互适应的关系。一方面,随着国民健康意识的不断增强,运动需求日趋成为休闲旅游的重要内容^[28],而冰雪运动的表现性、运动性、参与性正好适应了旅游消费者的体验性诉求;另一方面,“体育+旅游”是面对国内国际体育旅游形势变化、适应我国新发展阶段特点而做出的战略性选择^[29]。

其次,庞大的人口基数为休闲旅游和冰雪运动需求提供超大体量的消费潜力,进而转为巨大且持续的消费能力,最终产生市场规模消费需求。年龄结构的变动将会推动形成消费分级化趋势^[30],不同年龄阶段的消费者需求存在一定的差异,消费特征和倾向也有所不同,差异化需求将带来差异化发展,这恰好为休闲旅游和冰雪运动需求提供宝贵的发展窗口。消费支出结构的变动能够为需求端提供相应需求信息,如需求种类、数量和意向等。经济社会的快速发展,带动了居民可支配收入持续、稳定地提高,一定程度上能够为休闲旅游和冰雪运动需求带来市场引力。另外,年龄结构与居民可支配收入又分别决定和影响消费支出结构。

结合图2和图4来看,生活维通过需求端诱导激励冰雪体育产业融合发展,加快冰雪体育产业对消费者需求的响应速度,进而有效满足需求端,最终形成“需求促进融合—融合满足需求”的循环反馈回路。“人”作为生活维的核心主体,还应发挥其在

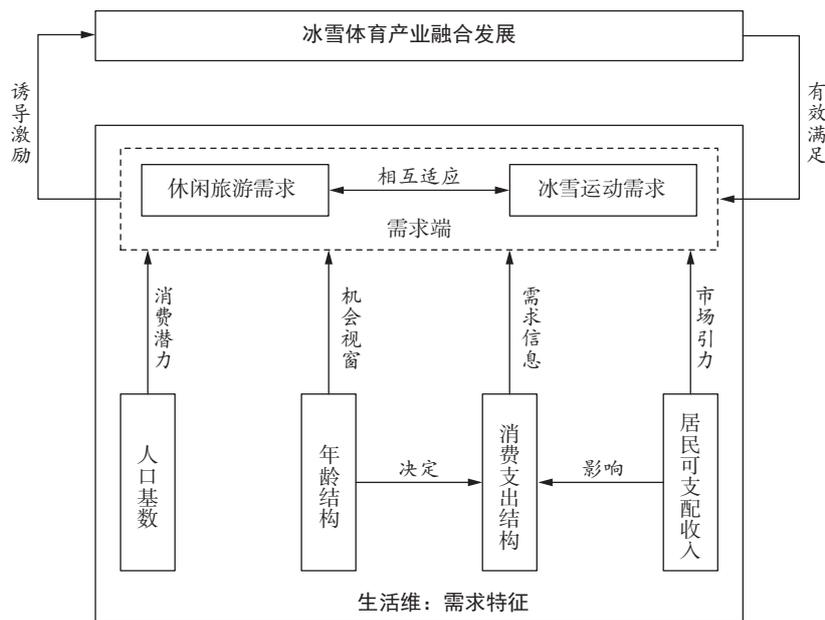


图4 生活维的结构功能图

Fig.4 Structure and function diagram of life dimension

生产活动与生态保护中的主导作用。就三维关系而言,生活维为生产维提供劳动力、技术、资本、信息等资源,同时还对生态维进行保护、修复、治理、丰富。

第三,生态维的结构功能。资源性是生态维最显著的特征,涵盖开展冰雪体育活动所必需的冰雪、土地、森林、空气、淡水资源等自然资源是冰雪体育产业融合发展的空间载体,同时也为冰雪体育产业融合发展提供必需的生产原材料。我国冰雪文化源远流长、博大精深,孕育出了独具特色的冰雪体育人文资源,而底蕴深厚的冰雪体育人文资源为冰雪体育产业融合发展提供了坚实的文化根基,更为当下冰雪体育产业融合发展过程中的业态创新提供了多元可能性。冰雪体育自然资源与冰雪体育人文资源相互依存,冰雪体育自然资源丰富了冰雪体育人文资源,冰雪体育人文资源在自身发展的基础上对冰雪体育自然资源进行综合化保护,使得冰雪体育自然资源得以有效保护、合理利用。

结合图2和图5来看,生态维为冰雪体育产业融合发展提供内生动力,从根本上保障了冰雪体育产业的运行与融合发展。与此同时,冰雪体育产业融合发展又持续地将整体的、更大的效益回馈于生态维,进一步地推进冰雪体育自然资源的协调保护、治理和冰雪体育人文资源的传承、弘扬、发展。就三维关系而言,生态维为生产维提供原始生产资料,为生活维提供众多生态产品,是提高社会生活质量和有序进行生产活动的重要基底。

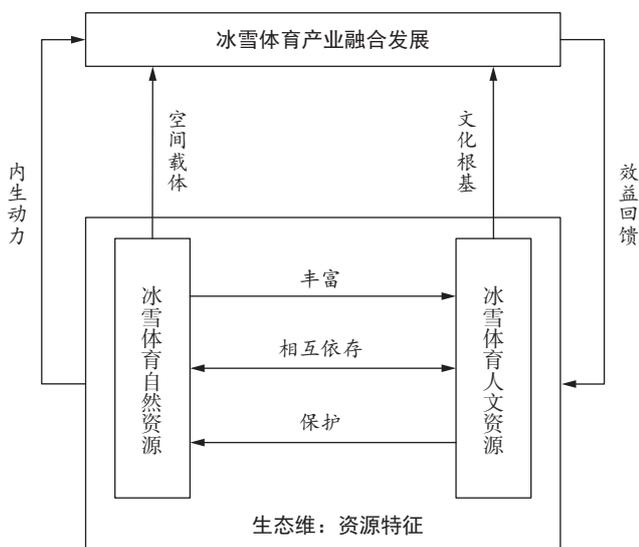


图5 生态维的结构功能图

Fig.5 Structure and function diagram of ecological dimension

2.3.3 冰雪体育产业融合发展三维结构的性能解析

生产维、生活维、生态维之间相互交融协作,使得冰雪体育产业融合发展三维结构形成或具有了单个系统并不存在的全新系统性能。

第一,高效度:生产维与生态维融合。高效度是生产维与生态维融合的结果特征,整体表征为高效生产的冰雪体育产业高质量发展模式,具体体现在产业建设生态化、资源开发产业化方面。①生态化理念贯穿于冰雪体育产业建设的全过程,并且蕴含了两层含义。一是,冰雪体育产业的产业链逐渐由高污染与高能耗向无污染与节能型转变,有利于推动生态环境友好型的冰雪体育产业发展;二是,冰雪体育产业链运行有序、发展协调,即冰雪体育的相关自然生态、产品服务、人文精神等需求与供给保持平衡,并且能不断满足变化着的合理需求。只有在冰雪体育产业的发展决策中全盘考虑生态、经济、社会因素,才不会顾此失彼,实现整体效益最大化。②资源开发产业化是生态资源实现“冰天雪地”变为“金山银山”的价值变现过程。这一过程更关注的是以冰雪体育自然资源和人文资源为内容的开发与拓展,能够盘活冰雪体育的相关生态资源,提高冰雪体育自然资源和人文资源的有效利用率,释放冰雪体育自然资源和人文资源的隐性经济价值,简言之,就是能够平衡人类社会和自然生态之间的利益诉求。

第二,协调度:生活维与生产维融合。协调度是生活维与生产维融合的结果特征,整体表征为冰雪体育产业融合发展行为与美好生活的协调契合程度,具体体现在美好生活新需求、产业供给新动力方面。①在国家经济提升与人民生活大幅度提高的新时代背景下,冰雪体育产业融合发展能够刺激社会大众的消费需求自觉转化为针对冰雪体育消费的复合型、多元化的美好生活新需求,并且这样的转化能力会随着生活维与生产维融合程度的拓宽和加深不断增强。②产业供给新动力包含了两层含义,一是,冰雪体育产业融合发展能够不断驱动和深化供给侧结构性改革,形成结构合理的冰雪体育有效供给,进而更好地满足消费者的实际冰雪体育消费需求;二是,创新冰雪体育产业供给能够促进社会大众美好生活需求的升级,同时美好生活需求升级所拉动的消费需求变化又将动态地反馈给供给端,再次为供

给端的冰雪体育相关业态注入活力,最终形成相互促进的循环关系。

第三,持续度:生态维与生活维融合。持续度是生态维与生活维融合的结果特征,整体表征为冰雪体育产业融合发展行为的长期合理性,具体体现在生活环境生态化、资源统筹生活化方面。①良好的生态化生活环境是人类健康生存的最高追求^[31]。在冰雪体育产业融合发展的引领和产城融合理念的深化下,促进了生活环境生态化,提高了社会大众生活环境的和谐程度,满足了社会大众的物质和精神方面的双重需要。此外,冰雪体育产业融合发展还能够促进社会关注自然环境的合理利用和保护,进而协调冰雪体育产业发展与自然环境的关系。②随着体验经济越发深入,冰雪体育的生活化将成为冰雪体育产业的重要特征。冰雪体育产业融合发展能够统筹规划和合理利用冰雪体育自然资源和人文资源,将相关资源融入到不同区域、不同人群、不同时间的生活风格中,形成贴近大众生活、独具特色的冰雪体育产业样态,更好地服务于社会大众。

第四,融合发展度:三生一体融合。冰雪体育产业融合发展三维结构的性能表现除了包含生产维、生活维与生态维两两融合的结果特征——高效度、协调度、持续度,还包含3个向量的衍生向量——融合发展度。如图6所示,高效度、协调度、持续度是不同方向的向量,X轴、Y轴和Z轴的交点是冰雪体育产业融合发展的最佳契合点,由此点延伸的虚线则是冰雪体育产业融合发展度,它是由三者向量在空间上的发展程度所决定。就宏观视角而

言,融合发展度整体表征为冰雪体育产业融合发展的生产、生活、生态“三生协同”。虽然高效度、协调度、持续度和融合发展度在理论上是无限长的,但是融合发展度受三向量的约束,因此从根本上引导生产维、生活维、生态维协调发展,以及处理好高效度、协调度、持续度的关系是关乎冰雪体育产业融合发展的重要举措。

3 结论与建议

冰雪体育产业融合发展不仅是冰雪体育产业高质量可持续发展的引导性桥梁,更是现阶段我国产业高质量发展实现“双循环”新发展格局的内在要求。在厘清冰雪体育产业融合发展的形成逻辑和本质特征的基础上,构建了由相互支撑、相互配合、有机衔接的生产维、生活维、生态维所组成的冰雪体育产业融合发展三维结构,并通过解析其要素、功能以及性能,为冰雪体育产业的发展带来新的表现,主要体现在生产、生活、生态两两融合和三生一体融合的结果特征上,即高效度、协调度、持续度以及融合发展度。

为了助推冰雪体育产业融合发展三维结构的健康运行,提出如下建议:①利用市场机制促融合,发挥市场机制的指导作用,调整、优化生产维的产业链上中下游端的供需匹配和效率。发挥市场机制的信号作用,指明生活维中消费者的多元冰雪体育消费需求,并引导冰雪体育相关业态优化要素配置。发挥市场机制的引导作用,推动建立由政府主导的以市场机制为主体的长效生态产品价值实现机制,探索“委托品”盈利模式,实现生态环境的社会收益内化,充分调动人们保护和改善生态环境的积极性。②优化供给侧促融合,应持续推进供给侧改革,提高和创新生产维的冰雪体育消费产品和服务链供给水平和模式,引导产品和服务进行拓宽和深化。发挥供给侧改革的“乘法”,挖掘发展新动能,激发冰雪体育产业薄弱领域的供给与需求,引导新领域的消费需求,实现有效供给和有效需求同步提升。对生态领域的供给结构进行优化,纠正生态资源供给错配、过度等问题,实现供需适配。③统筹消费需求促融合,全盘统筹各类人群的冰雪消费需求,运用大数据技术匹配冰雪消费数据,全方位考虑包含年龄、职业、收入、消费习惯与动机等因素对冰雪体育消费的

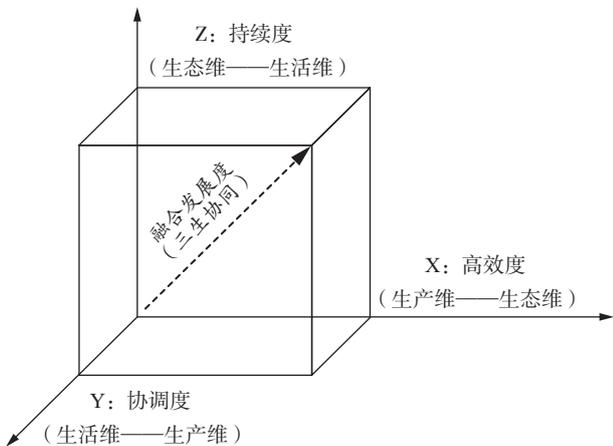


图6 冰雪体育产业融合发展三维结构的性能解析图

Fig.6 Performance analysis diagram of three-dimensional structure of integrated development of snow and ice sports industry

影响,刻画消费场景和消费行为规律,为动态掌握消费者和市场的需求情况提供可能。同时,还应协调社会大众的冰雪体育休闲旅游和冰雪体育运动锻炼等需求,拓展更多的冰雪体育人口。④保护和开发生态资源促融合,在冰雪体育赛事举办、冰雪体育场馆设施建设与后期使用前,应先评估对周边生态环境的影响程度,做到“规划在前,开发在后”,保持生态优先的战略定力,避免对生态环境的威胁、破坏。冰雪体育人文资源的利用还应做到生活化,对特色建筑、民族传统项目、风俗习惯等进行保护、组织、关联与聚合,构建具有系统性、独特性、传承性价值的冰雪体育人文资源体系。

冰雪体育资源的特色化决定了冰雪体育产业在市场竞争中的定位以及目标市场的选择。因此,应引导冰雪体育产业生产维、生活维、生态维中的要素进行跨维度流动,实现资源的最佳配置和价值增值。同时,还应协调好“特色化”与“整体化”的关系,最终形成整体配合、局部特色的冰雪体育产业融合发展新局面。

参考文献:

[1] 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].(2019-03-31)[2021-12-24].http://www.gov.cn/zhengce/2019-03/31/content_5378541.htm.

[2] 孟祺.“冬奥经济”对我国冰雪体育经济发展的促进作用[J].中国商贸,2010(6):198-199.

[3] 闫育东,赵晶.以冰雪体育产业带动东北老工业基地经济增长的战略研究[J].武汉体育学院学报,2006(9):20-22.

[4] 丁红卫,王宇飞.日本冰雪产业的发展经验及借鉴[J].宏观经济管理,2020(7):86-90.

[5] 胡慧璟,郭万超.借鉴日韩经验发展首都冰雪产业[J].前线,2020(6):68-71.

[6] 李艳丽.法国冰雪产业发展经验与启示[J].体育文化导刊,2020(4):1-5.

[7] 姚小林,韩冰.非均衡发展战略视角下我国冰雪体育产业发展对策研究[J].沈阳体育学院学报,2012,31(1):24-27.

[8] 叶文平.供给侧改革背景下我国冰雪运动产业结构的瓶颈及其优化策略[J].南京体育学院学报(社会科学版),2017,31(4):50-54.

[9] 何文义,郭彬,张锐.新时代我国冰雪产业本质及发展路径研究[J].北京体育大学学报,2020,43(1):29-38.

[10] 林素絮,黄元骋.冰雪运动产业技术创新与商业模式创新融合研究[J].广州体育学院学报,2020,40(2):20-23.

[11] 车雯,张瑞林,王先亮.中国冰雪体育产业“多链”融合的内

在逻辑、适宜性框架与路径[J].首都体育学院学报,2021,33(1):90-95.

[12] 秦继伟.边缘效应理论视角下冰雪产业与旅游产业融合发展策略研究[J/OL].经济地理:1-15[2022-05-07].<http://kns.cnki.net/kcms/detail/43.1126.K.20211101.1042.002.html>.

[13] 金承哲,金在龙.未来十年我国冰雪体育产业新布局与区域合作[J].吉林化工学院学报,2015,32(10):25-28.

[14] 龙宝新.“互涉”与“互摄”:教育理论与教育实践关系的时代解读[J].教育研究,2012,33(9):32-37.

[15] 涂静.产业融合的经济学分析[J].现代管理科学,2017(8):84-86.

[16] 王长明,赵景峰.新发展格局下出口效率升级的产业战略选择:产业融合视角[J].中国软科学,2021(10):43-52.

[17] 张广俊,李燕领,邱鹏.体育产业融合的动因、路径、效应与策略研究[J].武汉体育学院学报,2017,51(8):50-56.

[18] 郭晗,任保平.黄河流域高质量发展的空间治理:机理诠释与现实策略[J].改革,2020(4):74-85.

[19] 任婷婷.服务营销视角下山西冰雪体育旅游现状及提升路径[J].体育文化导刊,2020(4):85-90.

[20] 阚军常,翟哲,张宏宇.我国冰雪运动发展的战略规划与推进路径[J].上海体育学院学报,2022,46(1):52-59.

[21] 李璟圆.新冠肺炎疫情下推进大众冰雪治理能力现代化研究[J].沈阳体育学院学报,2020,39(6):48-56.

[22] 王忠瑞,李树旺,徐有彬.冰雪运动参与的影响因素及其组织化机制——基于北京市居民的抽样调查[J].沈阳体育学院学报,2018,37(1):1-6.

[23] 腾讯体育.2018年中国冰雪产业白皮书[EB/OL].(2018-01-15)[2022-03-23].https://www.sohu.com/a/217740572_482792.

[24] 杨国庆,王凯,叶强,等.北京冬奥会背景下我国冰雪运动推广与发展研究进展——基于2008—2017年的文献分析[J].北京体育大学学报,2017,40(12):95-100.

[25] 张九月,胡希军,朱满乐,等.长株潭城市群3A级及以上旅游景区空间分布特征及影响因素[J].西南大学学报(自然科学版),2021,43(9):162-172.

[26] 冯晓华,黄震方.新时代旅游美好生活内涵建构与实现路径[J].社会科学家,2021(7):34-39.

[27] 赵雯婷,张冰,张锐.国际视阈下体育产业研究热点与启示[J].体育学刊,2022,29(2):72-78.

[28] 赵承磊.新时代我国户外运动产业发展现状、问题与对策[J].北京体育大学学报,2020,43(8):32-40.

[29] 陈春平,翟丰.新发展格局下体育旅游高质量发展的机遇与措施[J].体育文化导刊,2021(6):1-6.

[30] 朱雅玲,张彬.人口结构变动下中国消费的未来趋势——基于第七次全国人口普查数据的分析[J].陕西师范大学学报(哲学社会科学版),2021,50(4):149-162.

[31] 白志礼.生态和谐社会:社会观的创新[J].生态经济,2010(1):191-195.

作者贡献声明:

邵桂华:设计论文框架、撰写论文;郑冠杰:收集整理资料、绘制图表。

Production, Life and Ecology: Three-dimensional Structure Analysis of Integrated Development of China's Ice and Snow Sports Industry

SHAO Guihua, ZHENG Guanjie

(Jilin Sport University, Changchun 130022, China)

Abstract: The integrated development of ice and snow sports industry has important practical value and decision-making significance to promote the high-quality and sustainable development of winter sports industry, and whether the integrated development can be realized depends on the effective guidance and promotion of the sound system structure of ice and snow industry. On the basis of defining the formation logic and essential characteristics of the integrated development of ice and snow sports industry, with a focus on production, life and ecology, the three-dimensional structure of the integrated development of ice and snow sports industry is constructed, its element composition, function and performance are analyzed, and corresponding suggestions are put forward. The research holds that: in terms of element composition, three-dimensional structure contains three core elements of production dimension, life dimension and ecological dimension and fifteen basic elements, which are mutually supported, coordinated and connected organically. In terms of function, production dimension provides consumption data for life dimension and affects the spatial pattern of ecological dimension. Life dimension provides labor, capital, technology, information and other resources for production dimension to protect, repair, govern and enrich ecological dimension; Ecological dimension provides ecological products for life dimension and means of production for production dimension. In terms of performance, three-dimensional structure is of high efficiency, coordination, durability and fusion development. On this basis, relevant suggestions are put forward to promote the healthy operation of three-dimensional structure of integrated development of ice and snow sports industry from four aspects: utilizing market mechanism, optimizing supply side, coordinating consumption demand, protecting and developing ecological resources.

Key words: production·life·ecology; integration of production, life and ecology; ice and snow sports industry; high-quality development; industrial convergence

《体育学研究》编辑部郑重声明

近日,有读者向本刊编辑部反映,有不法分子“冒用《体育学研究》杂志编辑部开设虚假投稿邮箱网站”“谎称编辑部工作人员”“编造与编辑部人员有合作关系”等名义,向作者收取审稿费、版面费、联系费等,还形成一些所谓的“口头协议”,付费后便无下文。这种不法行径,欺骗了作者,损害了《体育学研究》的声誉。为此,本刊编辑部郑重声明:

1. 《体育学研究》实行官方网络采编平台投稿,系统外不接受任何投稿。在投稿、审稿、录用过程中不以任何形式向作者收取审稿费、版面费等,并通过财务转账的形式及时支付稿酬。
2. 《体育学研究》没有在外设立任何分支机构及委托他人为本刊组织稿件,如有此类事件,均属非法行为。请作者注意识别,谨防上当受骗。
3. 如需投稿及相关事宜咨询可通过以下方式直接与本刊编辑部联系。

投稿网址: <http://ntxb.nipes.cn/tyxyj/njtyxyxbsk/home>

联系电话: 025-84755175

电子邮箱: ntxuebao@vip.163.com

通信地址: 江苏省南京市玄武区灵谷寺路8号《体育学研究》编辑部

邮政编码: 210014