

广州建设国际体育名城的现实困境与多维路径探析

吴欣, 彭国雄*

暨南大学体育学院, 广东 广州 510632

DOI: 10.61369/RTED.2025290019

摘 要 : 建设国际体育名城是广州提升城市能级的重要战略。通过文献与政策分析, 指出广州当前面临四大困境: 顶级赛事资源不足, 赛事体系国际竞争力不强; 体育产业结构需优化, 服务业比重与产业链高端环节集聚不足; 体育文化软实力薄弱, 岭南特色文化创新与国际传播能力欠缺; 体制机制创新与区域协同待深化, 粤港澳大湾区体育资源整合存在制度障碍。研究建议广州从构建常态化顶级赛事体系、优化体育产业结构、创新体育文化表达、深化区域协同机制等方面着手推进。

关键词 : 广州; 国际体育名城; 体育赛事; 体育产业; 体育文化; 粤港澳大湾区

Exploring the Practical Challenges and Multidimensional Pathways for Guangzhou to Build an International Sports City

Wu Xin, Peng Guoxiong*

School of Physical Education, Jinan University, Guangzhou, Guangdong 510632

Abstract : Building a world-renowned sports city is a crucial strategy for Guangzhou to enhance its urban competitiveness. Through literature and policy analysis, this paper identifies four major challenges currently faced by Guangzhou: insufficient resources for top-tier events and weak international competitiveness in the event system; the need to optimize the sports industry structure, with inadequate service sector proportion and concentration of high-end industrial segments; weak sports cultural soft power, lacking innovation in Lingnan cultural characteristics and international dissemination capabilities; and the need to deepen institutional and regional collaboration, as well as address institutional barriers in the integration of sports resources within the Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area. The study proposes that Guangzhou should advance efforts in several key areas, including establishing a regularized top-tier event system, optimizing the sports industry structure, innovating sports cultural expression, and deepening regional collaboration mechanisms.

Keywords : Guangzhou; international sports metropolis; sports events; sports industry; sports culture; Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area

在全球城市竞争日益激烈的背景下, 建设国际体育名城已成为世界级都市提升文化软实力、驱动经济增长、塑造全球形象的关键战略。广州作为国家中心城市和粤港澳大湾区的核心引擎, 依托深厚的历史底蕴、活跃的经济基础及2010年亚运会的成功经验, 明确提出建设“国际体育赛事中心、国际湾区体育中心和国际体育消费中心”^[1]的宏伟蓝图。近年来, 广州在举办世界田联接力赛、广州马拉松等赛事方面成绩斐然, “体育产业总规模连续四年超过2000亿元”^[2], 展现了雄厚的发展潜力。然而, “对比伦敦、纽约、东京等公认的国际体育名城, 广州在赛事能级、产业结构、文化传播与区域协同等方面仍存在显见差距与深层次困境”^[3]。本文旨在系统剖析这些现实困境, 以期在广州体育高质量发展提供理论参考与实践镜鉴。

一、顶级品牌赛事不足, 赛事体系国际竞争力有待提升

常态化、具有全球影响力的顶级体育赛事是国际体育名城的核心标志与流量引擎。它不仅能提升城市的知名度与影响力, 而

且能推动城市经济、促进产业转型、塑造城市形象。广州在2010年11月成功举办亚运会, 2012年11月举行首届马拉松赛, 在十三五期间提出积极举办国际马拉松赛、国际龙舟赛等, 2025年举办世界田联接力赛、2025年举办粤港澳大湾区全运会, 已经有

基金项目: 广州市哲学社会科学“十四五”规划基金项目(2022GZGJ318)。

作者简介: 吴欣, 博士, 副教授。研究方向: 体育人文社会学、广场体育艺术。

通讯作者: 彭国雄, 教授。

较大突破，但缺乏与奥运会、世界杯足球赛齐名的品牌赛事，国际影响力不够。回顾广州办赛历史，尽管已构建了涵盖国际、职业、自主品牌与群众体育的赛事体系，并成功举办了2019年国际篮联篮球世界杯广州赛区比赛、世界田联接力赛等高水平赛事，但与国际顶尖城市相比，其赛事资源的“顶级性”与“常态化”仍显不足。

一方面，标志性顶级赛事资源稀缺且未形成固定周期。广州目前缺乏如奥运会、足球世界杯、网球大满贯等具有全球轰动效应和持续影响力的超大型综合性或单项顶级赛事。现有引入的国际赛事，如世界田联接力赛，虽获世界田联主席高度评价——“广州组委会是世界级的”^[4]，但其能否长期落户并形成传统，仍存在不确定性。这种顶级赛事的偶发性与短期性，难以支撑城市在全球体育版图中形成稳定、鲜明的坐标。

另一方面，自主品牌赛事的国际影响力有限。广州马拉松赛（“广马”）虽已成长为“世界田联金标赛事，广州国际龙舟邀请赛也被评为“中华体育文化优秀民俗民间项目”^[5]，但其国际参与度、媒体转播覆盖范围和全球体育迷中的认知度，与波士顿马拉松、温布尔登网球锦标赛等百年品牌相比，仍有巨大提升空间。品牌价值的积累需要时间的沉淀与系统化的全球营销，广州自主IP赛事正处于从国内知名向国际闻名的爬升关键期。

此外，赛事体系的均衡性与市场培育有待加强。广州的赛事活动呈现出“中心片状聚集和外围点状扩散”^[6]的空间特征，中心城区天河、越秀等区赛事密集，而外围区域相对稀疏。这虽然体现了资源集聚效应，但也可能制约体育消费市场的全域发展和人口覆盖。同时，赛事运营对政府支持的依赖度较高，完全市场化、商业化运作并能实现盈利的赛事典范不多，社会资本投入的积极性和可持续性有待进一步激发。

对策上，广州需实施“引进与培育”双轮驱动战略。一方面，需积极对接国际体育组织，争取将更多如田径钻石联赛、游泳世界杯等高端系列赛分站赛落户广州，并探索建立长期合作伙伴关系。另一方面，需集中资源进一步深耕“广马”、“广州国际龙舟赛”、“羊城户外运动节”等本土品牌，注入更多科技、时尚与国际元素，并利用粤港澳大湾区联合承办十五运会的经验，创新打造跨境、跨城品牌赛事体系，提升国际知名度。

赛事类别	广州代表赛事	国际顶级对标赛事	主要差距维度
马拉松	广州马拉松赛（金标）	波士顿马拉松、伦敦马拉松	波士顿及伦敦马拉松赛事的历史底蕴深厚，全球跑者认可度、品牌商业价值比广州马拉松赛高
单项世锦赛	世界田联接力赛（2025）	世界田径锦标赛、游泳世锦赛	世界田径锦标赛、游泳世锦赛赛事频率、项目全面性比广州世界田联接力赛高，且长期落户稳定性高
职业联赛	CBA、中超联赛广州队主场	英格兰足球超级联赛、NBA	英格兰足球超级联赛、NBA联赛全球知名度、球星影响力、转播版权价值比广州同类型比赛高
自主特色 IP	广州国际龙舟邀请赛	牛津-剑桥赛艇对抗赛	牛津-剑桥赛艇对抗赛文化符号的国际通用性、全球媒体传播效果比广州同类型赛事强
区域性综合赛	第十五届全国运动会（粤港澳合办）	亚运会、英联邦运动会	亚运会、英联邦运动会的参赛主体国际多样性及国际或全球影响力比广州举办的全运会高

二、体育产业结构需优化，产业链高端环节集聚效应不足

强大的现代体育产业是国际体育名城的坚实经济基础。“广

州这座千年商都的体育产业总产出连续四年超过2000亿元。2024年，广州市体育产业总规模达2372.28亿元，全市体育消费规模达631.25亿元，人均体育消费3345.51元，稳居全国前列”^[2]。尽管如此，体育产业结构性矛盾依然突出，制约了其全球竞争力的进一步提升。

核心问题体现在一高一低一弱。一高是指体育用品制造等传统环节占比仍相对较高，“占体育产业总规模的7成”^[8]。广州及周边珠三角地区是传统的体育用品生产基地，但高端体育装备研发、智能运动器材制造等价值链上游环节竞争力不足。一低是指体育服务业比重仍有较大提升空间，“仅占体育产业总规模的3成”^[7]，占比偏低。竞赛表演、健身休闲、体育培训、体育经纪等高附加值服务业的产业主导地位尚未完全确立。尽管广州致力于构建文商旅体融合新格局，开展“体育赛事进景区、进街区、进商圈”^[9]活动，但服务业的内在创新力和产出效益有待深度挖掘。一弱是指产业链高端环节的集聚效应弱。体育科技、体育金融、体育传媒、体育智库等知识密集型、资本密集型环节发展相对滞后，尚未形成类似硅谷体育科技群、纽约麦迪逊大道体育营销群那样的产业集群效应。广州在体育大数据分析、赛事转播技术、运动康复医学等前沿领域虽有个别亮点（如十五运会开幕式运用的本土灯光音响技术），但系统性的产业生态和创新集群尚未成型。

体育消费的潜力释放亦面临瓶颈。广州人均体育消费已居全国前列，但消费场景较为传统，基于数字技术、虚拟现实、沉浸式体验的新兴体育消费供给不足。同时，体育场馆作为重要的产业载体，其运营效能有待提高。大量场馆存在赛后利用不足、功能单一、运营成本高等问题，绿色化、智能化改造进程亟待加快。研究表明，推动既有体育场馆的绿色改造与功能复合利用，对于盘活资产、服务全民健身、降低运营成本至关重要。

未来优化路径在于推动体育产业向“服务化、高端化、融合化”升级。具体而言：一是实施“体育+”战略，深化体育与文化、旅游、商贸、科技、医疗等产业的交叉融合，创造智慧观赛、数字健身、体医结合等新业态、新场景。二是培育本土体育龙头企业与“独角兽”企业，特别在体育科技、赛事运营、体育经纪等领域，争取产生具有全国乃至国际影响力的市场主体。三是利用广州作为国家促进体育消费和赛事经济试点城市的政策优势，创新消费机制，打造体育主题消费区，并将体育场馆改造为多功能城市活力空间。

三、体育文化软实力亟待加强，岭南特色文化创新与国际传播能力不足

体育文化是体育名城的灵魂与独特标识。广州的体育文化建设在弘扬冠军文化、开展传统体育项目上取得了进展，但如何将深厚的岭南文化底蕴转化为具有全球吸引力的现代体育文化叙事，仍是严峻挑战。当前困境主要表现在两个方面。

一是基于岭南特色的体育文化创新转化能力不足。当然，不排除存在关键时期的突破。譬如“十五运会开幕式上，工业人形

机器人奏响两千年前的‘青铜句鑼’，三地粵剧名家唱尽风雅，鳌鱼灵动游弋破空而来，醒狮在AIGC里蹦迪，英歌锣鼓撞上全息投影，龙舟竞渡通过AR技术划入观众席……”^[2]，高端科技将岭南非遗与传统体育文化通过创新表演手段展现在十五年会同心圆水舞台，使粤港澳三地文化融合交织，其意境宏阔深邃，完美体现了岭南文化“海纳百川、有容乃大”的磅礴气度。尽管十五运会开幕式成功地将岭南非遗与前沿科技融合，但这仅是项目式、阶段性的创新实践，尚未形成可持续、可复制、可产业化的常态化体育文化产品体系。龙舟、舞狮、武术等传统体育项目蕴含丰富的文化价值，但其现代表达形式、参与体验设计以及与顶级赛事结合的深度不够。如何让传统体育“活”在当下日常，而不仅是“秀”在特定舞台，是文化创新的关键。

二是城市体育形象的国际辨识度与认同度不高。“千年商都”是广州的固有标签，但“国际体育名城”的新形象在全球范围内的认知仍不清晰。广州缺乏一个像纽约（马拉松之城）、墨尔本（体育之都）那样深入人心且与城市精神紧密相连的体育文化符号。国际传播多以赛事成果报道为主，缺乏系统性的、触及情感和价值层面的城市体育故事讲述。虽然世界田联主席等国际人士给予了高度评价，但这些赞誉尚未通过有效的国际传播链条，转化为广泛而持久的国际公众认同。

提升软实力，需实施“内容创新”与“传播革新”并举。在内容上，应深度挖掘岭南文化中的体育元素（如商埠文化中的协作精神、海洋文化中的冒险精神），并将其融入赛事策划、场馆设计、城市景观乃至市民生活方式中，打造“体育魂、岭南味、国际范”三位一体的独特气质。在传播上，需超越单纯宣传思维，转向共情叙事。要善用社交媒体、短视频平台，发动运动员、市民、海外友人成为广州体育故事的共同讲述者；利用举办重大赛事的机会，策划如“十五运·十五城”等具有话题性和互动性的国际传播活动，将赛事流量转化为城市品牌资产。

四、体制机制创新与区域协同需深化，粤港澳大湾区体育资源整合面临障碍

国际体育名城建设非独立的一城之事，尤其在粤港澳大湾区国家战略背景下，深化区域协同是广州放大格局、提升能级的必然选择。党的十九大正式提出城市群是促进经济增长的引擎。粤港澳大湾区城市群在体育赛事、体育产业、群众体育等方面拥有无与伦比的资源整合优势，但目前湾区体育事业诸方面的整合处于起步阶段，湾区城市群的独特资源所蕴含的内生潜力未充分发挥。虽然粤港澳联合承办十五运会探索了“一事三地、一策三地、一规三地”的创新协作机制，在跨境赛事组织、规则衔接上取得突破，但大湾区体育资源整合仍处于起步阶段，深层次协同面临诸多障碍。

制度性与操作性障碍是主要瓶颈。首先，三地规则衔接尚不充分。尽管在十五届全运会中，“在赛事协同方面，三地共同打造串联粤港澳的跨境自行车赛以及横跨深港的马拉松赛。这些赛事首创了‘前置查验、封闭运作、无感通关’的新模式，通过人

脸识别、前置查验等技术，实现了人员、物资、信息等关键要素的高效便捷流动。在规则衔接方面，三地共同制定了《民间龙舟竞赛组织管理规范》等湾区标准，统一了竞赛规则与服务流程。此外，三地初步建立了运动员、教练员和裁判员等专业人才的共育机制。这些在体制机制、赛事协同与人才共育层面的先行先试与成功实践，为粤港澳大湾区跨境合作提供了可复制、可推广的宝贵经验”。但在更广泛的体育产业准入、行业资格互认、体育法律服务、知识产权保护、数据跨境流动等方面，因法律法规、行业标准的差异，仍存在大量现实障碍。例如，港澳的体育经纪公司、体育营销机构进入内地市场开展业务仍面临限制。

其次，产业协作层次较浅。目前合作多集中于联合申办和举办单项赛事，而在共建体育产业园区、联合开展体育科技研发、打造贯通三地的体育旅游精品线路、构建统一的体育要素市场等方面，实质性进展有限。体育产业协同尚未形成“研发-制造-服务-消费”的完整闭环。

最后，常态化协同机制有待巩固。“十五运会期间为了破解跨境协作难题，创新建立了‘1+4’机制。在国家层面，设立组委会港澳工作协调部，承担顶层统筹、跨区域资源调配的关键职能；在粤港澳层面，建立联席会议、首席联络官、联络员、联合工作组等常态化机制，形成‘分层对接、全域覆盖’的沟通网络”^[9]。十五运会期间建立的“1+4”联络机制等是宝贵的临时性创新，但赛后如何将其转化为服务大湾区体育日常交流与产业合作的可持续的长效机制，避免“赛时启用、赛后丢弃”，仍需制度性安排。

深化协同，关键在于推动“软联通”的机制化与制度化。一是建议在《粤港澳大湾区发展规划纲要》及新签署的《关于加强体育合作、促进融合发展的协议》框架下，推动成立大湾区体育发展协调常设机构，统筹规划、政策与重大项目。二是着力在《内地与香港关于建立更紧密经贸关系的安排》框架下，争取在体育服务贸易领域先行先试，扩大对港澳开放，探索建立大湾区体育市场一体化示范区。三是共同培育大湾区体育品牌，如“粤港澳大湾区城市足球系列赛”、“大湾区帆船联赛”等，并配套开发体育旅游产品，将赛事动线转化为文旅黄金路线，真正实现“跟着赛事去旅行”。通过深化协同，广州方能从“广州的体育中心”升级为“服务湾区、辐射全球的体育枢纽”。

五、结语

综上所述，广州建设国际体育名城是一项长期的系统工程，机遇与挑战并存。其现实困境集中体现在：顶级赛事资源不足，体育产业结构失衡，体育文化软实力不彰，以及区域协同机制不畅。这些困境相互关联，共同制约着广州城市体育能级的跃升。

展望未来，广州需秉持“谋赛”与“谋城”相结合的战略定力。短期内，应牢牢把握十五运会遗产利用和入选国家体育消费试点城市的契机，重点引进或培育一两项标志性顶级赛事，并大力推动体育消费场景创新。中长期，必须坚持改革创新，着力优化体育产业结构，构建以体育服务业为主导、体育科技为驱动、

体育文化为灵魂的现代体育产业体系；同时，以更大的魄力推动粤港澳大湾区体育领域的规则“软联通”与市场一体化，将制度差异的挑战转化为制度创新的优势。唯有通过持续优化顶层设计、积极培育市场主体、务实推进文化创新及区域协同，广州方

能逐步破解现实困境，最终建成具有强大影响力、鲜明辨识度和卓越竞争力的国际体育名城，为体育强国建设和粤港澳大湾区高质量发展贡献广州力量。

参考文献

- [1] 广州市体育局. 迎全运盛会、谋体育发展、绘强市蓝图——《广州市体育强市建设规划（2024—2035年）》[EB/OL]. (2025-07-26) [2025-10-16].
- [2] 黄楚旋, 洪钰敏. 聚力迎盛事全民齐参与 [N]. 南方日报, 2024-11-12(AA4). DOI: 10.28597/n.cnki.nnfrb.2024.006302.
- [3] 粤港澳全运会提升大湾区体育国际影响力研究 [J]. 体育学刊, 2024, 31 (7): 18-22.
- [4] 广州市体育局. 世界田联主席塞巴斯蒂安·科在接受专访时盛赞：“广州组委会是世界级的！”“广州是一座真正读懂体育重要性的城市。”[EB/OL].(2025-05-13)[2025-11-16].
- [5] 广州市人民政府. 广州市人民政府办公厅关于印发广州市体育强市建设规划（2024—2035年）的通知 [EB/OL]. (2025-07-23) .
- [6] 赵少华, 杨响涵等. 基于空间正义的广州市体育设施空间分异及可达性测度分析 [J]. 广州体育学院学报, 2025, 45 (04): 13-24.
- [7] 广州市人大常委会代表工委. 关于推动广州市体育产业高质量发展的建议 [EB/OL]. (2025-07-04) [2025-11-18].
- [8] 中国体育报. 体育赛事进景区、进街区、进商圈——让赛事“流量”变消费“增量”[EB/OL].(2024-03-29)[2025-11-26].
- [9] 程远州. 共赴全运之约，粤港澳三地携手办赛开启新篇——潮涌大湾区 | 体育为媒融合加速 [EB/OL].(2025-11-02)[2025-10-26].