

doi:10.3969/j.issn.1674-117X.2023.05.007

# 我国马拉松赛事供给质量治理

周振华<sup>1</sup>, 李志宏<sup>2</sup>, 郭仁旺<sup>1</sup>

(1. 湖南师范大学 体育学院, 湖南 长沙 410012; 2. 湖南城市学院 体育学院, 湖南 益阳 413000)

**摘要:** 马拉松赛事作为一种社会生活消费品, 其供给过程归属城市特殊事件, 其供给质量辐射社会、政治、经济、文化、教育、生态等领域公共治理镜像。马拉松赛事供给质量治理是多维利益博弈、多元主体参与的复杂系统。马拉松赛事供给主体的多元性使得其供给质量受“个域”共同体限制, 存在外在合乎规定性质量评定问题、放射式质量治理权力问题以及反应式逆向质量决策问题等。马拉松赛事供给质量治理应推进治理的公共善意, 实现供给质量治理的“公共理性”, 达成供给质量善治的“公共的善”; 同时, 应构建共担共治共享共赢机制, 建立治理共同体, 明晰治理关系, 调控治理全过程, 以助推马拉松赛事公共领域发展的共生共赢。

**关键词:** 马拉松赛事; 供给质量; 公共理性; 社会共治

**中图分类号:** G822.8

**文献标志码:** A

**文章编号:** 1674-117X(2023)05-0052-09

**引用格式:** 周振华, 李志宏, 郭仁旺. 我国马拉松赛事供给质量治理 [J]. 湖南工业大学学报(社会科学版), 2023, 28(5): 52-60.

## Quality Control of Marathon Supply in China

ZHOU Zhenhua<sup>1</sup>, LI Zhihong<sup>2</sup>, GUO Renwang<sup>1</sup>

(1. School of Physical Education, Hunan Normal University, Changsha 410012, China;  
2. School of Physical Education, Hunan City University, Yiyang 413000, China)

**Abstract:** The supply process of marathon events, a kind of social consumer goods, belongs to a special event of the city. The supply quality radiates the mirror image of public governance in social, political, economic, cultural, educational, ecological and other fields. The quality control of marathon supply is a complex system of multi-dimensional interest game and multi-subject participation. The diversity of suppliers makes its supply quality restricted by the community of “individual domain”, and there are issues like external quality assessment, radiative quality control power and reactive reverse quality decision making. The supply quality governance of marathon events should promote the public goodwill of governance, realize the “public rationality” of supply quality governance, and achieve the “public good” of good governance of supply quality. At the same time, it is necessary to build a win-win mechanism of shared governance, establish a governance community, clarify governance relations, and regulate the whole process of governance, so as to promote the symbiotic and win-win

收稿日期: 2023-06-10

基金项目: 国家社会科学基金资助项目“马拉松赛事供给质量主体网络化研究”(19BJY024)

作者简介: 周振华(1972—), 男, 湖南醴陵人, 湖南师范大学教授, 博士, 研究方向为体育教育训练学、体育赛事管理;  
李志宏(1970—), 女, 湖南益阳人, 湖南城市学院教授, 硕士, 研究方向为体育保健与运动康复。

development in public domain in marathon events.

**Keywords:** marathon events; supply quality; public rationality; social co-governance

随着路跑运动在中国的蓬勃发展,从国家到协会层面,在路跑行业的赛事组织、产业扶持、安全监管、行业规范等方面出台了一系列政策,并初步形成体系。为进一步落实国务院对行业管理的“放、管、服”政策精神,提高协会行业治理能力,并以构建更高水平的全民健身公共服务体系、促进全民健康为出发点,以深化马拉松赛事供给质量治理为抓手,中国田径协会修订了《路跑运动管理文件汇编(2022)》(以下简称新《汇编》),以推动中国路跑行业高质量发展。

马拉松赛事是以长跑运动竞赛为主体的体育赛事,作为“消费产品”,其供给过程归属具有广泛公共意义的城市“特殊事件”<sup>[1-2]</sup>。马拉松赛事供给质量治理是多维利益博弈、多元主体参与的复杂系统,涉及赛事组织、策划、裁判、场馆、设备、交通、赞助、医疗、安全、宣传、税收、展览、志愿服务、文化演出等,参与单位众多,关系复杂,需要多元参与主体积极协调配合,因此,实施政府、市场和社会共同参与的马拉松赛事多元主体协同治理势在必行。本研究将按照哲学社会科学思维逻辑,从马拉松赛事供给质量治理内在概念逻辑及内生机理入手,分析治理过程中存在的泛治问题,确立公共思维意识,遵照公共意志,建立公共理性思维,探寻质量治理之道,为有效完善马拉松赛事供给质量治理提供理论参考。

## 一、马拉松赛事供给质量治理内生机理

### (一) 供给与需求耦合

马拉松赛事在新《汇编》指引下,其已不仅是指一种运动竞赛,而是上升为推动全民健身的城市特殊事件,演变成为一种社会生活消费品,其融合科技、文化、传媒、会展、培训、医疗、保险、旅游、互联网等行业发展的,以马拉松+科技、马拉松+旅游、马拉松+健康、马拉松+休闲等产品形态得以表征。产业经济学视域下,体育赛事既属服务型消费品,也是一种“生产经营活动”<sup>[2]</sup>,这种“生产经营活动”需具备赛事设计、行政管理、

赛场组织、风险防控、市场营销等领域的知识与技能<sup>[3]</sup>。因此,马拉松赛事可界定为主体责任方通过资源投入,生产经营可供人们观赏和消费的马拉松运动竞赛表演产品,以及在此基础上衍生出来的聚众性活动,其包括赛事设计、行政管理、赛场组织、风险防控、市场营销等技术环节。

体育赛事是由体育劳动者创造的,向社会、个人提供用于满足改善和提高人的素质需要的非实物形态的劳动成果<sup>[4]</sup>。由于竞赛表演能吸引消费者注意,主办方往往将消费者注意力资源销售给开发商,通过转让赛事所有权、冠名权、广告权、转播权和标记使用权等资源开发衍生品。与一般商品比较,体育赛事具有可欣赏性、可参与性、可感知性、有实用性、可再生性、非实物形态等属性<sup>[5]</sup>。可欣赏性指马拉松运动竞赛及配套活动具有美学欣赏价值,通过观看比赛,观众可欣赏自然、社会、艺术和运动之美;可参与性是指马拉松赛事大众皆可参与,且赛事具有可靠性和维护性,如安全、适应、适时等;可感知性是指赛事给消费者带来的情感体验,如满足、幸福、自信等;有实用性是指其能给赛事参与者带来积极作用或实现投资增值,如健身、城市发展等;可再生性指通过转让赛事所有权、冠名权、广告权、转播权、标记使用权等,可获取消费者注意力资源,获得开发衍生品收益。综上,马拉松赛事供给质量意味着将顾客需求转化为一组供应链技术特性,最终实现马拉松赛事功能价值以满足顾客要求。其内生机理表现为供给域供应技术同时满足需求域质量要求的“供需耦合”结构,如图1所示。

### (二) 管理与治理共存

治理是个人与机构、公共与私人管理共同事务时诸多方式的总和,包括集体和个人层面决策的纵横模式。治理可使对立的或各异的利益彼此适应,既可以是服从的正式制度和规则,也可以是同意或符合利益的非正式安排。“治理”与“管理”相比,虽仅一字之差,但二者之内涵却有质的差异<sup>[6]</sup>,具体表现在如下方面:(1)主体上,管理

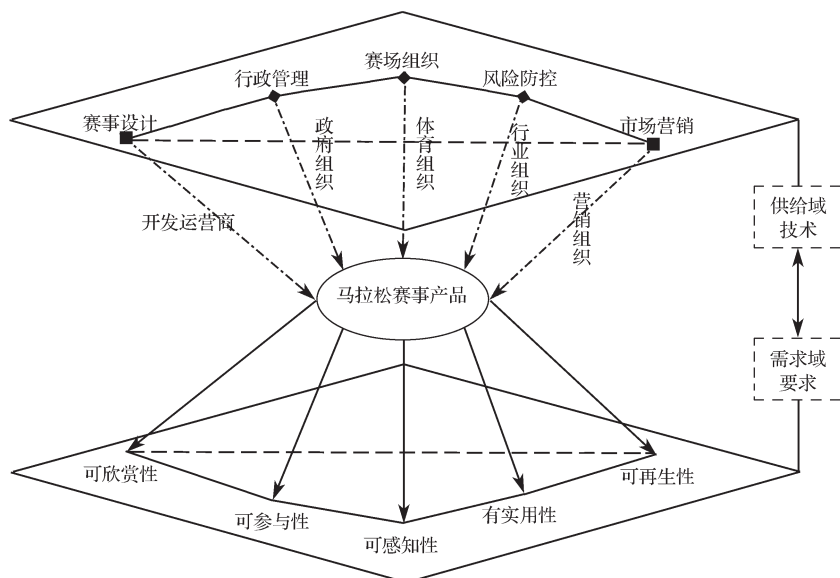


图1 马拉松赛事供给质量的“供需耦合”结构

的主体是单一的，通常指政府或其他国家公共权力组织，而治理的主体是多元的，包括政府、社会与市场组织等；（2）结构上，管理是从上到下的垂直型结构，治理是多元主体基于合作与分工而形成的网络型结构；（3）协同度上，管理更多的是政府单一部门的封闭式行政，治理更多的是多部门协同式行政；（4）权威性上，管理强调人治，

治理强调法治。具体到质量管理领域，供给质量管理可界定为单方面通过系列强制性或刚性的政策规制，使一组供应链技术满足质量要求的控制活动；供给质量治理可界定为公共组织基于特定标准或规则，通过一系列制度安排和结构设计，使一组供应链技术满足公共利益诉求而进行的持续质量管理活动。二者的内涵比较如表1所示。

表1 供给质量管理与供给质量治理的内涵比较

内容	供给质量管理	供给质量治理
运行目标	官本位思维，管控质量目标	人本位思维，共治公共利益诉求
运行权力	单方面单向垂直封闭行政	多元主体多维权力互通和监督
运行模式	强制性、刚性政策规制	标准化民主合作目标自治
运行机制	层级碎片化管理机制	多元主体网络化协同共治机制
运行过程	短暂性、临时性“管制”	持续改进中精益求精
运行决策	基层维稳，民主程度有限	标准化自治，民主程度较高

由表1分析可知，供给质量管理与供给质量治理在内涵上具有显著区别：（1）目标上，前者主要实现既定质量目标，以官本位管控思维为主；后者以人本位思维为主，共治公共利益诉求，兼顾目标实现与利益均衡。（2）权力上，前者偏重“管”和“理”的权力逻辑，在“理”的基础上进行“管”，在“管”的支配下更好地达到“理”，自上而下垂直封闭行政；后者偏重多元主体多维权力互通与监督，力图在“理”的指引下更好地进行“治”。（3）模式上，前者重在“管”，通过强制、刚性的手段达到预期；后者重在“治”，通过民主合作实现共同质量目标<sup>[7]</sup>。（4）机制上，

前者重在层级碎片化管理机制建构；后者重在多元主体网络化共治机制建构。（5）过程上，前者具有短暂性、临时性特征，目标达成即可停止；后者具有持续不间断性特征，重在公共利益最大化，在持续改进中精益求精。（6）决策上，前者取决于单方面意愿，民主性相对有限，重于基层维稳；后者基于公共利益进行民主协商，重于标准化自治。二者虽属不同概念系统，但共生共存，构成马拉松赛事供给质量又一内在机理：供给质量管理是基础，供给质量治理是发展目标。

### （三）共治与善治递进

马拉松赛事供给质量是马拉松赛事“自系统”



与“超系统”共同作用的结果。“自系统”指马拉松赛事内部组织管理系统,“超系统”指通过社会共治而形成的马拉松+科技、文化、传媒、会展、培训、医疗、保险、旅游、互联网等领域的外部系统。显然,马拉松赛事供给质量是一个开放性的“跨界融合”系统,其开放性为供给质量共治提供了契机。这不仅决定了政府、企业、体育组织、营销组织及其他社会力量能够以治理主体身份参与质量治理,成为“治理”与“供给”的重要构成体,也决定了民众、运动员、企业、媒体、政府及其他社会组织或个人能够成为赛事价值“体验”的重要构成体。

马拉松赛事供给质量共治是多元主体以特定标准和规则为基础,为使马拉松赛事能够满足公共利益而共同实施的持续质量管理活动。马拉松赛事供给质量善治是指多元主体通过协同合作,提升质量治理效率和效益,以实现治理者互利共赢。共治是善治的基础,善治是共治的更高层次,两者构成基础与高层的关系;共治是善治的手段,善治是共治的目标和理想状态,两者构成手段与目的的关系,通过共治可以更好地实现“善治”。马拉松赛事供给质量共治与善治的关系见图2。

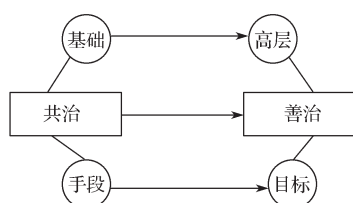


图2 马拉松赛事供给质量共治与善治之关系

## 二、马拉松赛事供给质量个域泛治之困

马拉松赛事供给主体的多元性使得马拉松赛事供给质量受“个域”共同体限制,产生个域泛治之困,其主要表现为外在合乎规定性质量评定问题、放射式质量治理权力问题以及反应式逆向质量决策问题。

### (一) 外在合乎规定性质量评定问题

外在合乎规定性质量评定问题体现为“由外至内”各级政府作为马拉松赛事供给质量的主要责任者,享有对供给质量管理的绝对权力,其通过对属地人、财、物、组织与活动等要素的外在介入,干预并影响赛事开发运营。以各级田径协会为主

体的评估机构作为一种外部力量,通过评估一定程度地参与马拉松赛事供给质量管理。这种以外在指令性规定或刚性标准作为质量判定参照的做法势必导致马拉松赛事供给质量管理上程序化、合作上排他化、输出上脱节化等,甚至使得中国田径协会颁布的管理文件都难以得到实质性落实。如此一来,相关方面虽然名义上取消了赛事审批程序,降低了赛事承办准入门槛,将赛事承办权交给社会和市场,但在实际操作中,赛事各级主体仍按原有程序操作,层层报批,组织竞赛,总结汇报,主体之间各自为政,协同治理流于形式,使得赛后成效低于赛前预期,甚至出现意外情况。

马拉松赛事供给质量治理的内核在供应链技术“自系统”,而非外力作用的结果,这种“由外及内”外在合乎规定性供给质量评定,实属一种非理性发展逻辑。

### (二) 放射式供给质量治理权力问题

马拉松赛事供给质量受“个域”理性有限性限制,行政管理机构在质量治理中以“自上而下”层层放射式逻辑向供应链技术系统进行权力延伸,使得马拉松赛事供给系统形成一种底部责任沉重、组织松散的构成体。这种自上而下的治理权力逻辑,无形中加剧了权力失衡:短期内政府行政惯性难以转变,社会力量发育不足,平等的对话机制难以形成,政府行政职能仍有意无意影响其他主体作用发挥。

具体而言,其冲突主要表现在:第一,行政权力对企业及组织开发运营权力的制约。行政机构主导、整齐划一安排与程序化管理,一定程度上制约了企业及组织开发运营权力及其作用的发挥。第二,行政权力对民主权利的排挤。权力与权利关系中,权力来源于权利,权力是手段,权利是目的,权力具有权利性这一内在属性<sup>[8]</sup>,保证了权力行使的合理与正当。事实上,马拉松赛事时有行政权力压制运营组织民主权利的情况,代表民主权利的协会或竞委会等通常流于形式,难以发挥其监督权力。第三,公权力与私权利的冲突。马拉松赛事供给多元主体之间易产生分歧,从而引发权力和权利的矛盾冲突。

权力失衡,对内阻滞马拉松赛事供应链技术系统形成一致合力,对外造成治理主体排他化,使得“超系统”力量很难融入供给质量治理体系中

并形成稳固、高效的治理结构。

### (三) 反应式逆向供给质量决策问题

受反应式质量决策及外在合乎规定性质量评定的双重影响,马拉松赛事供给质量治理决策呈现出评估机构基于输出质量而作出反应式判断等问题。尽管政府职能已从管理转变为服务,但实际上政府仍有很强的话语权,其控制着如赛事决策权、管理权、监督权、处罚权,甚至包括赞助除外的赛事经费划拨与使用权(主要指政府行政部门组织的赛事),使得市场和社会组织处于被动参与者的角色<sup>[9]</sup>,从而导致政府常常依据评估结果决定赛事投入,过程质量治理决策处于从属地位。这种反应式逆向供给质量决策逻辑,往往忽略供给系统自身发展实际,导致质量输出滞后于经济社会发展,严重影响主体办赛的积极性。

马拉松赛事供给过程质量治理是保证供给质量输出的关键,应从供应链技术过程出发,将供给质量治理与经济社会发展的阶段性需求对接。以需求为导向建构“输入-过程-输出”的“预防式”正向供给质量治理决策逻辑,强化供应链技术“个域”与需求域的质量要求对接,从而实现供给质量治理与经济社会发展同步。

## 三、马拉松赛事供给质量治理公共之道

### (一) 逻辑起点:推进马拉松赛事供给质量治理的“公共意志”

马拉松赛事供给质量治理的逻辑起点是推进治理的公共善意。马拉松赛事关涉私人领域与公共领域、个体与集体、私利与公利、道德与政治等个人和公共层面意志与利益等复杂问题,要有效实现马拉松赛事供给质量治理,须从公共、普遍的意志出发,全过程贯彻公共意志,使供给质量符合最广泛的公共利益,从而在整体上奠定供给质量治理的公共性基础。由此,马拉松赛事供给质量治理的逻辑起点便落到赛事供给的公共性问题上。新《汇编》以构建更高水平的全民健身公共服务体系、促进全民健康为出发点,强调路跑行业应坚持以人民为中心,以提高全民健康水平为根本目的。据此,推进马拉松赛事高质量发展涉及的公共性问题关涉社会、政治、文化、教育等领域的交互作用,这也使得马拉松赛事供给质量治理涉及的公共性问题涵盖其所辐射的社会、政治、文化、教育等方面的属性和关系,并围绕“公共性”形成如图3所示的结构。

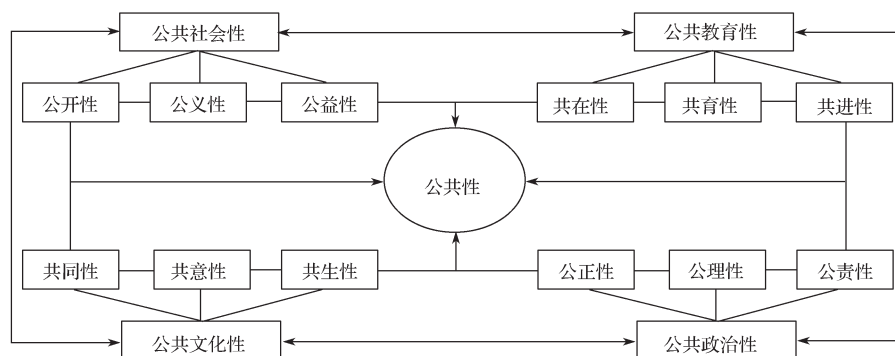


图3 马拉松赛事供给质量治理的“公共性”结构

首先是社会性。全民健康视域下,马拉松赛事作为一种消费品,以非排他性为标准,可分为具有可欣赏性、可参与性、可感知性、有实用性、可再生性等产品属性的私人产品(运动表演)、准公共产品(健身服务)和纯公共产品(健康促进)三种。复杂的产品属性决定了马拉松赛事兼具公共性和私人性。公共性即体现为社会性,各主体和谐统一、共存共处。

其次是教育性。教育性是指马拉松赛事具有服务全民健身、促进全民健康的健康教育功能。公

共性是治理主体在健康教育过程中体现的一种共在性、共育性与共进性。共在性是健康教育形成的基础,共育性是健康教育的外化表征,共进性是健康教育的存在方式。马拉松赛事供给质量治理效能发挥是一个长期过程,可通过健康教育质量效益的回馈促进治理主体“共进”发展,形成一种相对稳定的治理结构。若将共进性视作起点和动力源,则更能有效推进赛事供给主体的共在和共育,形成体卫融合、体教融合、产教融合等形式的治理共同体。

再次是政治性。“治理”自其诞生起便与政治联系在一起,通常是指国家治理,即政府如何运用国家权力(治权)来管理国家和人民;延伸到商业领域(公司治理),指公司等组织中的管理方式和制度等。治理是持续的互动,是对关系的协调,其强调一种优于“统治”的控制、引导和操纵。马拉松赛事供给质量治理主体在长期互动沟通及其作用发挥过程中形成了一种治理结构,若要保持这种治理结构的稳定与长效,就要重视主体间的公共政治关系治理,其包括权力与权利、责任与义务等关系的确定与责权的明晰等,如此,才能实现供给质量治理的公正性、公理性和公责性<sup>[8]</sup>。

最后是文化性。马拉松运动的内在机理表现为其文化认同<sup>[10]</sup>。当马拉松赛事供给质量治理形成特有的主体间性结构后,治理贡献的相互交错衍生赛事治理文化,这种文化是供给主体在共同行动中缔结的治理关系文化,以特色马拉松文化形态表征其包含共同性、共意性和共生性等在内的公共性。共同性是公共文化性外化表征的前提,是共同活动和共同关系的总体概括,是保证治理者的“共在”,确保治理行动保持相同的性质、内容、目标、文化特质;共意性是公共文化性内在一致性的基础,是治理主体通过特色马拉松文化形成共同的观念、意识和公共意志;共生性是公共文化性持续生成的核心,是通过质量治理形成的马拉松赛事文化生态,如大满贯、奔跑中国、健康中国、韵动中国、一带一路、特色小镇、奥跑中国、社区跑、花园跑、校园跑等主题概念赛事。

## (二) 逻辑向道: 实现马拉松赛事供给质量治理的“公共理性”

马拉松赛事供给质量治理的逻辑向道即实现治理,是推进供给质量从治理到善治的路径和“理性”指引。霍布斯认为,理性是向他人展示自己的善,属个体理性<sup>[11]</sup>。为满足大多数需求,公共领域治理必然推进“公共理性”指引。政治哲学家罗尔斯指出:“公共理性是一种公民的理性,是那些共享平等公民身份的人的理性,而这种理性的目标是追求一种公共的善,此乃政治正义观念对社会之基本制度结构的要求所在,也是这些制度所服务的目标和目的所在。”<sup>[12]</sup>公共理性之所以区别于个体或私人理性,是因为公共理性是一种公共意义上的理

性,是由公共意愿决定的,体现在目的上的公共性的善和过程上的理性的善<sup>[13]</sup>。

基于理性与善的关联逻辑,供给质量治理共同体中,政府、企业、社会组织等主体进行决策时,是着眼于眼前经济利益还是着眼于“服务全民健身、促进全民健康”来开发马拉松赛事品牌,便是其是否实行“善治”的体现。公共理性全过程指引下的理性善治需要确保治理共同体之间维系长期合作关系并形成稳固的治理结构,从长远战略上着眼于公共利益最大化。

## (三) 逻辑终点: 达成马拉松赛事供给质量善治的“公共的善”

马拉松赛事供给质量治理的逻辑终点是达成善治,其包括公共“善者”生成、公共“善意”调节和公共“善性”彰显。

首先是公共“善者”生成。马拉松赛事供给质量治理是供给主体共同参与赛事活动,体现公益、公利性质的供应链技术过程治理。通过共治生成的“善者”,包含具有公益之善举的“善举者”和擅长治理之“善治者”。“善举者”可以是将马拉松赛事当作公益事业的“善者”,也可以是供给过程中舍“小我”利“大我”的“善者”;而“善治者”是治理活动中擅长治理的“善者”,其包括政府、企业、社会组织及个人,并通过实践磨合形成相对稳定的治理共同体。

其次是公共“善意”调节。马拉松赛事供给质量治理是一个多元主体长期协作过程,需要公共“善意”协调主体参与和调和利益关系,实现“服务全民健身,促进全民健康”的公共意志。

最后是公共“善性”彰显。供应链技术对接赛事质量要求,在事前、事中和事后全过程贯彻“善治”性,确保供给质量的全过程生成与提升。

## 四、马拉松赛事供给质量治理理性之路

马拉松赛事供给质量治理是一种以多元主体“协同共治”求“共赢善治”的发展方式。在此过程中,各主体间具有不同的权责利,导致各种个域治理问题频现。故要实现善治,须针对个域泛治引起的问题,构建共担共治共享共赢机制,寻求多元主体公共的善,建立治理共同体,明晰治理关系,调控治理全过程,最终达成治理目的。马拉松赛事供给质量治理理性之路实践模型见图4。



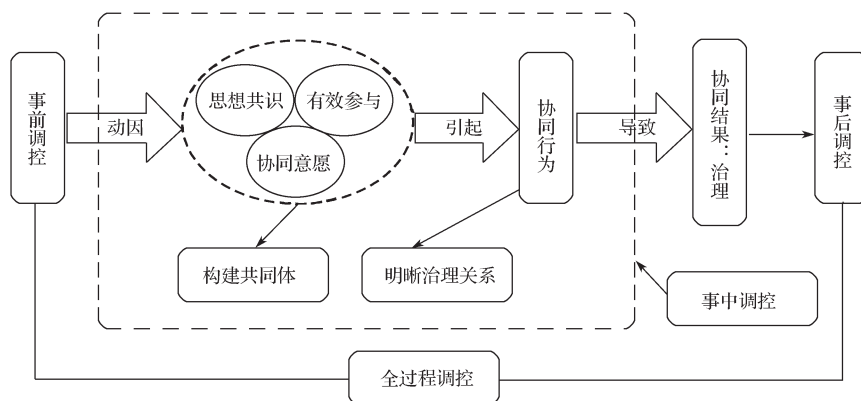


图4 马拉松赛事供给质量治理理性之路实践模型

### （一）组建治理共同体

马拉松赛事供给主体包括赛事总策划的城市政府、行政管理的政府组织、开发运营的企业与赞助商、竞赛组织的体育机构、风险防范的监督评估机构、项目创新的科研机构、竞赛表演的运动员及其俱乐部、赛事传播的媒体组织、赛事营销的市场组织、公益服务的志愿者等。从供给主体层面组建马拉松赛事供给质量治理共同体，就是集中赛事关涉的核心主体，在公共理性指引下遵照公共意志组建一种相对稳固的主体间性结构，通过“公域共同体”形式，达成治理关系上的共生合作，实现治理效能上的共治共赢。

其一，建构以“竞赛”为中心的“跨界融合”共同体。该共同体组建主要指向马拉松赛事品牌建设及其治理潜能提升，以马拉松运动竞赛为中心，跨界融合开发赛事品牌，打造中国马拉松名片，推动市场化、规范化、世界化运作。其核心任务包括通过市场驱动，引入多元投资主体开发马拉松+产品，推进马拉松产业结构调整；结合当地民俗、经济、环境、气候等特色，结合康养、旅游等，培育特色马拉松赛事治理文化生态；激发大众跑步运动热情，激励市场推出适合不同消费者的健康服务产品，带动旅游、交通、餐饮、消费、休闲娱乐业发展，打造赛事产业链；规范竞赛组织，加强健康促进、安全保障、科学训练、理性参赛、智慧服务等业务培训，以提高服务水平，确保马拉松赛事的健康、安全生产。

其二，建构以“健康”为导向的“体卫融合”共同体。该共同体组建主要指向全民健身服务、全民健康促进的过程性质量控制。其核心任务是以“健康”需求为导向，将马拉松赛事供应链技

术与科学运动、理性参赛、人身安全、卫生防疫、健康管理等健康教育深度融合，将赛事设计、行政管理、赛场组织、风险防控、市场营销等供应链技术与体质监测、医疗救护、卫生防疫、食品安全、人身保险等健康安全保障对接，建构“体卫融合”共同体。

其三，建构以“教”为支撑的“产教融合”共同体。马拉松赛事需要强大的人力物力财力支撑，需要广泛吸引社会力量办赛事，以健康教育的“教”为支撑，建构“产教融合”共同体。其核心任务是将健身健康教育与马拉松运动产业深度融合，推进马拉松赛事与科技、文化、传媒、会展、培训、医疗、保险、旅游、互联网等行业合作，探索“健康教育性生产经营”或“生产经营性健康教育”模式，打造马拉松健康教育产业集群，优化供给质量治理体系，有效发挥其在经济上的质量效应，真正实现多元主体、多维利益的“共治共赢”。

其四，建构以“旅”为介体的“体旅融合”共同体。马拉松运动竞赛跨域区间广，便于结合地方特色、整合时空资源，通过“体旅融合”模式，打造赛事旅游胜地。该共同体的组建主要指向马拉松赛事旅游的开发与创新，其核心任务是以“马旅相促”为介体，将马拉松赛事与区域旅游资源深度融合，通过项目合作、元素相融、功能互通、平台共建、资源共享等方式，将马拉松赛事供应链技术与旅游产品供应链技术对接，形成“以马促旅、以旅促产、以产养马”的供给质量治理体系，实现马拉松赛事最广泛公共领域的共生共赢。

### （二）明晰质量共治关系

马拉松赛事供给质量共治直至善治，是多元主体经过长期磨合、共同完善而成的，需要多元主

体之间关系明晰、价值认同、利益整合。

第一, 建立质量管理制度。马拉松赛事供给主旨是在“健康中国”建设背景下推进全民健身、促进全民主动运动。这既是马拉松赛事供给必然遵照的公共意志, 也是推进质量治理的基本方针和目标价值认同。多元主体多维利益博弈下需要建立马拉松赛事供给质量治理制度, 规约与保障质量共治行为及其目标价值实现, 从而推进供给质量治理体系和治理能力现代化。

第二, 建构合理的经济补偿与激励机制。为使供给主体主动积极合作, 马拉松赛事供给质量治理应建立经济补偿与激励机制, 采取经济手段或政策手段, 围绕核心主体, 给予其一定的经济奖励和鼓励。

第三, 建构协同共治机制整合利益关系。政府的体育赛事管理方式转变和多元治理主体融合互动等构成了群众性体育赛事治理的动因<sup>[14]</sup>。要想实现马拉松赛事的有效治理, 需要推动利益相关者成为参与协同治理的多元主体, 实现治理主体之间的良性互动, 强化治理理念与治理实践的有机融合, 建构协同共治机制<sup>[15]</sup>。马拉松赛事治理包括外部“超系统”治理和内部“自系统”治理。外部治理侧重经济利益的整合和调节, 推进经济利益或市场份额的合理分配; 内部治理则侧重权力利益的整合和调节, 推进利益分割向利益多赢方向发展。

### (三) 调控质量善治全过程

首先, 建构输入质量治理的共担机制。马拉松赛事输入质量治理应遵照“服务全民健身, 促进全民健康”公共意志, 对应马拉松赛事供应链技术系统输入赛事开发资源、行政管理资源、竞赛组织资源、风险防控资源和市场信息资源, 实现利益共享与责任共担。围绕资源信息, 通过市场调查作出治理行为预测, 如在赛事开发设计上致力有形资源(竞赛表演、赛道场馆、特许产品、开闭幕式、接待等)和无形资源(营销权、冠名权、转播权、标记使用权等)开发与创新; 行政管理上致力政府资源或权利资源(领导者权力、影响力、公信力)开发利用, 优化政策供给; 竞赛组织上致力人流(表演者与消费者)、物流(商品、货物、设施设备)和信息流(人流与物流进行交流的内容与载体)三“流”过程的市场化、规范化运作;

风险防范上可将安全(人员、气象、设备设施及物品、场地、竞技)、疫情防控、赛事组织、应急处理等原始风险委托给第三方机构监督、评估与执行; 市场营销上致力创造竞赛表演产品及经营衍生资源(文化资源、旅游资源、活动经营权、博彩)在合理合规范围内盈利。

其次, 建构过程质量治理的控制机制。马拉松赛事产品是一组供应链技术过程的结果, 其供给质量治理的实质是一种过程控制。马拉松赛事供给质量治理控制过程包括前馈(赛前)控制、现场(赛中)控制和反馈(赛后)控制三个阶段, 并与质量治理过程的质量策划、质量监控和质量改进相对应。对于治理共同体而言, 过程质量治理必须建立一种过程控制机制。前馈控制阶段主要是对共同体按照质量标准和治理准备进行赛前干预的治理, 确保质量生成达成到预期; 现场控制阶段将前馈控制中设定的质量标准和质量控制点或赛事服务接触点<sup>[16]</sup>, 依照计划与标准与现场所表现出的特征进行比较, 对偏离预期的治理行为进行现场纠正和调节; 反馈控制阶段则是共同体根据现场掌握的信息评价实际绩效, 并与预期目标进行对照, 调整和纠正偏差, 完善供应链技术系统。

最后, 建构输出质量治理的回馈机制。马拉松赛事供给质量治理的结果输出主要指马拉松赛事供给主体协同运作的竞赛表演产品、全民健身服务产品和全民健康促进产品与需求域的质量需求对接程度。对于治理共同体而言, 则需收集来自马拉松赛事可欣赏性、可参与性、可感知性、有实用性、可再生性等功能属性的实现信息, 包括普通民众、参赛选手、企业、竞赛组织、旅游组织、安保组织、评估机构、科研机构、媒体、政府部门等主体对马拉松赛事开发运营满意度的反馈信息, 并建立全过程信息回馈系统, 及时发现问题并对治理行为进行实时调节, 以确保供给质量治理的结果输出与预设的质量目标保持一致。

我国马拉松赛事已成为家喻户晓的社会生活消费产品, 马拉松赛事供给市场已基本形成, 马拉松赛事供给质量直接关系到马拉松赛事持续健康有序高效发展。马拉松赛事供给质量治理是多维利益博弈、多元主体参与的复杂系统工程, 因



其供给主体的多元性,各主体之间权责利各异,彼此之间对如何进行治理存在不同程度的分歧,这就导致了外在合乎规定性质量评定问题、放射式质量治理权力问题以及反应式逆向质量决策问题等个域泛治之困。其需要多元参与主体积极协调配合,从公共意志、公共理性、公共善性角度,建立治理共同体,明晰治理关系,监控治理全过程。如此,才能实现马拉松赛事最广泛公共领域发展的共生共赢。

#### 参考文献:

- [1] 柴红年,张林.体育赛事产品质量的概念与评价[J].上海体育学院学报,2007,31(3):8-10,15.
- [2] 陶卫宁.体育赛事策划与管理[M].重庆:重庆大学出版社,2015:9.
- [3] SILVERS J, BOWDIN G, O' TOOLE W, et al. Towards an International Event Management Body of Knowledge (EMBOK) [J]. Event Management, 2005, 9(4): 185-198.
- [4] 曹可强.体育产业概论[M].上海:复旦大学出版社,2004:35.
- [5] 钟天朗.体育经济学概论[M].上海:复旦大学出版社,2004:100.
- [6] 俞可平.论国家治理现代化[M].北京:社会科学文献出版社,2015:2-3.
- [7] 肖俊华.从管理到治理:领导者如何引领单位建设[J].领导科学,2014(7):11-12.
- [8] 吕绍忠.尊重权利与社会和谐[J].山东社会科学,2009(7):146-148.
- [9] 冯加付.我国群众性体育赛事协同治理研究[D].上海:上海体育学院,2021.
- [10] 徐小容,朱德全.职业教育质量治理:公共之“道”与理性之“路”[J].西南大学学报(社会科学版),2019,45(1):90-98,195.
- [11] 王雅慧.文化认同与异化:马拉松“热”与“冷”的辩证思考[J].南京体育学院学报(社会科学版),2017,31(4):82-85,112.
- [12] 谭安奎.公共理性[M].杭州:浙江大学出版社,2011:55.
- [13] 约翰·罗尔斯.政治自由主义[M].万俊人,译.南京:译林出版社,2000:225-226.
- [14] 冯加付,郭修金,陈玉萍.中国群众性体育赛事治理动因、困境与破解[J].成都体育学院学报,2020,46(5):8-14.
- [15] 马迎志.我国城市马拉松赛事治理研究[D].南昌:江西财经大学,2018.
- [16] 李浩浩.基于IPA分析的2019年北京马拉松赛事服务质量研究[D].北京:首都体育学院,2020.

责任编辑:徐海燕