

环京津特色体育文化品牌的培育

杨学勤¹, 杨爽², 李立新¹

(1.保定学院 体育系,河北 保定 071000;2.保定学院 教育系,河北 保定 071000)

摘要:京津冀协同发展上升为重大国家战略,京津冀将在交通、生态环境保护、产业升级转移等重点领域率先取得突破。体育产业作为绿色产业、朝阳产业将得到培育扶持。体育作为一种传播文明、健康和先进理念的文化形式,一直发挥着重要的作用。环京津地区体育文化资源特色突出,区位优势明显,国家政策支持有力。因此,环京津各地市培育特色体育文化品牌将对产业结构的转化升级发展,为京津冀协同发展战略的深度实施起到积极的推动作用。

关键词:环京津;京津冀协同发展;体育文化品牌;体育产业

中图分类号: G80-054

文献标志码: A

文章编号: 1674-2494(2016)04-0029-05

国务院《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》(以下简称《意见》)已于2014年10月20日正式印发。《意见》提出,营造重视体育、支持体育、参与体育的社会氛围,将全民健身上升为国家战略,把体育产业作为绿色产业、朝阳产业培育扶持,形成有利于体育产业快速发展的政策体系。《意见》的出台吹响了进一步全面深化体育产业改革号角,发展体育产业、促进体育消费将成为未来推动经济社会持续发展的重要力量。健康是人们最基本的需求,目前,我国经济虽然快速发展,但是也应看到国民体质的下降、亚健康人群的增多、不良生活方式等,已严重影响我国各项事业的发展,引起我国政府的高度重视。十八届五中全会提出了健康中国的概念,李克强总理在2016年两会答记者问上说道:“每天都有人在为健康中国奋斗,请珍惜身边提醒你运动的人。中国健康产业的发展,离不开各体育服务组织。”另外,京津冀协同发展战略是一项重大国家战略,为京津冀经济的转型发展提供了广阔的空间。环京津地区应抓住全民健身上升到国家战略和京津冀协同发展战略的深度实施的大好机会,大力发展体育事业。

体育作为一种传播文明、健康和先进理念的文化形式,一直发挥着其他文化形式不可替代的作用^[1]。国家越来越重视体育文化在社会发展中的作用,政府及相关部门为满足人们对体育文化的不同需求,举办多种形式的体育文化活动,精品赛事、体育节庆、全民健身、民族特色体育文化等广泛呈现,体育文化的形式日益增多。这些体育文化活动丰富了人们的文化生活,增进了身心健康发展,为和谐社会的发展作出了一定的贡献,特别是在全民健身上升为国家战略和京津冀协同发展战略深度实施的大好形势下,对体育文化品牌功能与发展的研究显得尤为重要。通过分析当前形势,挖掘环京津特色体育文化资源,阐述体育文化品牌的功能,提出环京津特色体育文化品牌的发展策略,为环京津地区今后体育文化的良好发展提供理论依据。

一、体育文化品牌的功能

体育是文化的重要组成部分,在社会发展中起着重要的作用。积极向上的体育文化品牌活动能够

收稿日期:2016-05-22

基金项目:2015年度河北省社会科学基金项目“河北省环京津特色体育文化品牌构建研究”(HB15TY035)

作者简介:杨学勤(1963-),女,河北定兴人,教授,主要研究方向为体育社会学、篮球教学与训练。

创造良好的社会价值和经济价值。同时还能够带动体育文化活动的广泛开展,激发人们的创新意识,提升创新能力。因此,打造体育文化品牌,将能更好地发挥体育的文化功能。

1. 教育功能

体育的教育功能是体育最本质的功能,体育是提高全民素质的重要途径。开展体育文化建设能促进人的全面发展,为社会建设培养高素质综合性人才。体育本身就是一个有章可循的社会活动,是在一定的“执法人”的直接监督下有组织地进行,有助于培养人们遵守社会生活中的各种准则,树立良好的道德观念,增强团结合作精神和责任感。体育文化品牌活动能够在社会发展条件下激发人们的事业心和成功欲,树立人生奋斗的追求目标、人生信条和行为准则,形成人们的精神动力和精神支柱,为实现健康中国而努力奋斗。

2. 凝聚功能

体育运动可以提高国家和民族的威望,可以服务国家外交,还可以增强民族团结,树立民族自尊。从中国女排的“五连冠”到全国各行各业掀起的“学习女排、振兴中华”热潮,体现出强烈的民族精神和民族自尊。2015年北京国际马拉松赛有6万多选手预报名,来自45个国家和地区的3万名选手参加了比赛,也只有体育文化活动,才能将这么多的人凝聚在一起,为了共同的理想和信念而努力。因此,体育文化活动能够增强凝聚力和感召力,增强集体荣誉感。

3. 促进身心健康功能

2016年3月召开的“两会”,健康成为“两会”期间的热点话题。在十八届五中全会的公报中,健康中国升级为国家战略。健康离不开体育,而体育作为一种传播文明、健康和先进理念的文化形式,一直发挥着其他文化形式不可替代的作用。身体活动是体育文化品牌活动的重要活动内容之一。例如:抖空竹、登山、轮滑、滑雪、武术、广场舞、步行走、马拉松等,人们在参加这些活动中,身体承受一定的运动负荷,能够提高身体机能水平,提高身体素质,增强运动能力,对外界环境的适应能力和抵抗疾病的能力大大增加;体育活动不仅能够锻炼身体、增强体质,同时,体育活动也具有较强的娱乐性,人们在体育活动中,通过合作、交流、展示、竞技等形式能够体验各种乐趣,愉悦身心,缓解生活和工作压力,具有很好的促进身心健康发展的作用^[9]。

4. 经济功能

体育文化的经济功能主要表现在两个方面:一是体育文化能创造一种好的氛围,能够形成有效的精神约束,协调人际关系,能充分挖掘和发挥个体的潜能,提高人们的素养,使人们以饱满的精神状态投入到各项工作去,从而提高工作效率,创造更大的价值;二是伴随着体育社会化、娱乐化和终身化程度的不断提高,为满足体育人口不断扩大的需要,各种运动器材、体育场地设施、体育用品、全民体育健身、体育娱乐、体育赛事、体育服务和体育旅游业等都在迅速发展。特别是在我国将全民健身上升到国家战略,大力发展体育产业,推动产业结构升级转换的大好形势下,体育将在国民经济发展中起到重要作用。因此,体育文化的经济功能,不仅能推动体育运动的迅速开展,还为社会创造了物质财富,对我国经济转型发展起到积极的推动作用。

二、环京津地区体育文化资源优势

1. 国家相关政策的支持

中共中央政治局于2015年审议通过了《京津冀协同发展规划纲要》,指出:推动京津冀协同发展是一个重大国家战略,核心是有序疏解北京非首都功能,京津冀要在生态环境保护、产业升级转移等重点领域率先取得突破。体育在生态环境保护、产业升级转移等方面将起到重要作用。在产业转移方面,根据京津冀产业转移指导目录,津冀将承接八大产业,其中包括:健康养老、文化创意、体育休闲等产业。因此,环京津地区体育文化资源的作用将得以发挥。2014年京津冀三地体育部门签署了《京津冀

体育产业协同发展议定书》，成立了京津冀体育产业协会，京津冀三地将实现体育产业三地共赢的局面。同时，北京与张家口联手承办2022届冬奥会也将激活环京津体育产业的发展并推动京津冀一体化战略的深度实施。首都体育学院院长钟秉枢在“2015世界休闲运动娱乐教育协会国际学术大会暨休闲体育北京论坛”上指出：根据北京的康体健身需求量大、休闲放松的理想场所相对缺乏的状况，可以通过京津冀体育事业的协同发展来缓解北京的压力。

2. 毗邻京津的区位优势

位于京西南的保定是国务院命名的中国历史文化名城，与北京、天津构成黄金三角，也是国家历史文化名城，集多种自然资源与多个红色教育基地和革命遗址于一身，体育文化资源丰富，特色的体育项目众多，同时也是众多体育冠军的摇篮。承德作为首批国家历史文化名城，是满汉民族交融聚集地，有着丰富的多民族历史文化内涵，集山川、草原、坝地于一身，拥有古代皇家园林、避暑胜地，体育文化资源丰富。秦皇岛处于环渤海经济圈腹地，是全国重点海滨旅游城市，是中国唯一协办过奥运会和亚运会的地级市。作为2008年奥运会足球预赛地，秦皇岛拥有着重要的体育文化资源优势。廊坊市地处北京、天津两大直辖市之间，拥有毗邻京津的区位优势，廊坊的体育场地众多，如市体育场、大学城体育中心、省健身中心等多个健身休闲中心，是现代商务、民居、休闲娱乐的热点新城。唐山位于河北省东部、华北平原东北部，南临渤海，北依燕山，毗邻京津，是京津冀城市群东北部副中心城市，拥有丰富的体育文化资源和群众体育基础，能够承办大型体育赛事和全民健身休闲活动。张家口东南毗连北京市，这里是现有长城最多的地区，素有“长城博物馆”的美称。崇礼、赤城是华北地区最大的天然滑雪场，被誉为东方达沃斯。2015年7月31日，国际奥委会主席巴赫宣布北京携手河北省张家口获得2022年冬奥会举办权。沧州市地处河北省东南，东临渤海，北靠天津，是国务院确定的经济开放区、沿海开放城市之一，是环渤海经济区和京津冀都市圈重要组成部分。沧州还是世界著名的杂技之乡，杂技历史悠久，技艺精湛，被誉为“世界杂技的摇篮”。石家庄市虽然没有毗邻京津，但作为省会城市也被列为河北省“环京津体育健身休闲圈”的城市，石家庄作为河北省省会是重要的交通枢纽、红色摇篮，是革命圣地西柏坡的所在地，作为历史文化名城，正定常山战鼓队曾经参加亚运会艺术节的开幕式表演，奥运期间3次进京进行奥运活动演出，受到国内外人士一致好评。

3. 河北省环京津地市体育文化各具特色

河北省环京津地市各有自己的资源优势。例如：保定在推进体育竞技水平的同时也在加快体育健身娱乐、体育竞赛表演、民间体育项目开发的进程，建设了若干体育设施，开发了许多特色的体育项目，如安新白洋淀水上文化运动中心，开设了狼牙山、野三坡、白石山等太行山脉的野外生存和拓展训练等项目，如“京津冀”大学生狼牙山登山节、中国保定空竹艺术节及野三坡健身旅游节，民俗体育艺术节等各种体育休闲健身项目。石家庄体育文化资源丰富，正定新区作为乒乓球国际培训中心，承担着国家乒协的训练和对外交流任务，即将成为一个为国内外乒乓球俱乐部服务的文明窗口；革命圣地西柏坡开发了各种“忆前辈”系列活动，如徒步行走、登山等活动。截止到2015年张家口已举办了15届崇礼国际滑雪节，滑雪节期间的活动内容更加丰富，各大雪场赛事不断，各类雪上体验等群众性滑雪活动也将精彩上演。此外，张家口的草原休闲健身带还开发了赛马、射箭、狩猎等具有少数民族特色的体育休闲健身项目。承德依托文化旅游资源优势与体育相结合促进了体育健身、休闲度假、体育节庆及体育赛事的发展，如举办冰雪节、龙舟赛、登山节等标志性节庆活动。此外，承德的“山庄体育”和“民族体育”利用山庄场所，民族传统特色体育项目，发展民族、民间和现代体育活动项目，如木兰扇、独轮车、武术、风筝、健身操、健身球、登山、腰鼓、跑步、秧歌等。秦皇岛借助奥运影响，开展了各种大型群众体育活动，加快落实比赛场馆及设施的建设等，结合滨海旅游资源优势，建设高档次娱乐项目及设施，开办了北戴河轮滑节等体育文化活动。唐山利用本地优势筹建了大型体育场馆设施，积极承办各种赛事，深度挖掘民间传统体育项目等。沧州具有独特的民俗文化资源，沧州武术院、八极拳国际培

训中心机构,以中国吴桥杂技大世界为龙头开展各种杂技观赏、游乐、表演等活动。廊坊体育文化资源丰富,新奥高尔夫球场、燕郊高尔夫球场、燕龙马术培训基地和东方大学城高尔夫场等设施,能够为京津冀居民提供良好的体育休闲服务和承接各种不同的体育赛事^[3]。

4. 京津冀协同发展的契机

北京和张家口联合申办冬奥会是继北京奥运会和上海世博会后申办的又一个顶级国际盛会。申办2022年冬奥会可以对京冀的可持续发展特别是体育事业的发展注入新的生机和活力,这一系统工程的各项工作的也将融入“中国梦”的伟大实践。张家口作为第24届冬奥会举办地,拥有华北区最大的滑雪基地,将承办除雪车、雪橇大项和高山滑雪以外的所有雪上比赛。届时,张家口将迎来世界各地的朋友,将为张家口的经济、体育、文化等发展注入活力。因此,为认真贯彻落实京津冀协同发展这一重大国家战略,大力推进京津冀体育事业优势互补、共同发展,京津冀三地体育局于2014年签订了《京津冀体育协同发展议定书》。三地将在共同打造体育服务业重点项目、联合申报国家级区域体育产业重点示范项目、成立京津冀体育产业协会、联合申办和承办高水平体育赛事活动、促进体育用品制造业发展、建立京津冀体育产业工作联席会议制度等方面展开合作,共同推动京津冀体育产业互补发展、联动发展。

三、环京津特色体育文化品牌的培育

1. 各地应以体育文化品牌为引领

李克强总理在2016年3月16日的答记者问上,针对健康中国的看法提出:“每天都有人在为健康中国奋斗,请珍惜身边提醒你运动的人。中国健康产业的发展,离不开各体育服务组织,特别是健身行业从业者。”“希望有更多年轻人选择健身,选择健身行业”,这是体育事业发展的利好消息。伴随着全民健身活动的蓬勃开展,全民健身上升到国家战略,人们的生活观念发生巨大变化。为健康而消费成为新时代提高生活质量的一种时尚,人们的健身意识逐步增强。各级政府及企事业单位必须转变观念,打造“环京津体育健身休闲圈”体育文化活动品牌,以体育文化活动品牌引领相关体育产业的发展,实施项目带动战略,推动各项事业的全面发展。

2. 各地应以多形式营造体育文化氛围

所谓“三分赛事,七分宣传”,在体育文化品牌开发过程中,除了要有好的项目与定位外,媒体的包装和宣传也很重要。要充分利用各类新闻媒体,宣传各项体育文化活动,大力提高社会大众的关注度,尤其是在全国范围内扩大知名度与关注度。同时还可通过传统运动品牌的评选、传承体育运动突出贡献人物和集体的评选、优秀体育媒体的评选、优秀运动员和运动团队的评选、体育旅游项目的评选、全民健身活动的评选等,在全社会范围内营造体育文化氛围,推动体育事业的全面发展。

3. 各地应至少打造一项特色体育文化品牌

河北省拥有丰富的自然资源和文化资源,是我国唯一一个包含平原、草原、海滨和山地的大省。因此,各地各部门要积极挖掘特有的体育文化资源,突出地域体育文化特色,至少打造一项体育文化品牌,营造良好的文化环境,让体育文化品牌活动为当地代言,以提高当地的知名度,吸引更多的人来旅游、投资建设等,促进当地经济的发展。例如打造专项特色的杂技、空竹、武术、太极拳、高尔夫、赛马等体育活动项目;打造滨海特色的游泳、滑水、海水浴、垂钓、潜水、划船、帆板、冲浪、帆船、漂流等水上体育活动项目;打造雪域特色的滑雪、滑冰、雪橇等雪上或冰上体育活动项目等。

另外,体育竞赛、体育表演、体育用品业、体育服务贸易、体育旅游、体育出版、体育媒介、体育广告、体育会展、体育影视等文化市场的出现,能够提供更多的就业机会,促进体育消费,拉动经济的增长,因此,这些业态的品牌打造也不容忽视,将对河北省经济的发展起到积极的推动作用。

4. 各地相关部门应提供良好的发展环境

环京津特色体育文化品牌的建设可以拉动新的经济增长点,需要政府部门的扶持与帮助,制订切

实可行的体育文化品牌发展规划,文化行政部门要对传统的非物质文化遗产品牌进行宣传、保护。此外,相关部门要在政策方面进行引导,为环京津特色体育文化品牌的发展提供优惠政策,并广开门户,提供公平、公正、公开的市场环境,吸引外资进入地方体育文化品牌的建设^[4]。政府应组织经济、文化、体育等相关学科的专家组成工作团队,设置专门的科研机构,制订相应的科研方案,对环京津民俗体育项目进行深入研究,发掘现有的民俗体育形式和文化的同时,充分挖掘其所附带的体育、经济和文化的价值。

5. 高校应率先垂范,提供科研和人才保障

2015年李克强总理在政府工作报告提出“大众创业,万众创新”的号召,让国人在创造物质财富的过程中同时实现精神追求。河北省拥有近百所高校,高校具有良好的文化环境,大学生接受新生事物和创新能力较强,高校具有一批科研能力较强的教师队伍。因此,高校应率先垂范,创新发展,利用高校的资源优势,打造高校特色的体育文化品牌,提升高校的知名度,使高校体育文化品牌成为一道亮丽的风景。

河北省环京津地区体育文化资源丰富,区域特色鲜明,各地应利用其山、水、林、坝、草、冰雪等自然资源,开发具有当地文化底蕴和民俗基础的群众体育特色项目,多渠道、多途径打造各地自己的体育文化品牌,以品牌带动全省体育文化活动的蓬勃开展,营造优良的环境,强化环京津特色体育文化品牌知名度,为河北省产业结构调整和经济转型作出一定的贡献。

参考文献:

- [1]梁华伟.地方特色体育文化资源开发与品牌战略研究——兼论焦作市太极文化产业发展[J].广州体育学院学报,2011,31(2):44-47.
- [2]宋和平.论高校体育文化与校园精神文明建设[J].渭南师专学报,1999(5):42-44.
- [3]刘博.河北省体育旅游发展策略研究[D].石家庄:河北师范大学,2013.
- [4]陈胜容.环京津休闲旅游产业带特色品牌的构建[J].唐山师范学院学报,2012,34(1):96-98.

Cultivation of Featured Sports Culture Brand Around Beijing and Tianjin

Yang Xueqin¹, Yang Shuang², Li Lixin¹

(1. Department of Physical Education, Baoding University, Baoding, Hebei 071000, China;

2. Department of Education, Baoding University, Baoding, Hebei 071000, China)

Abstract: With the coordinated development of Beijing, Tianjin and Hebei which has become a major national strategy, there will be breakthrough in key areas such as transportation, environmental protection and industrial upgrading. Sports industry will be supported as a green and energetic industry. Sports, as a cultural form of spreading civilization, health and advanced concepts, have been playing an important role. Sports culture resources in Beijing and Tianjin have outstanding features, with regional advantages and strong national policy support. Thus, in cities around Beijing and Tianjin, it will play an important part in upgrading the industrial structure and the deep implementation of the integration of Beijing-Tianjin-Hebei to cultivate featured sports culture brand.

Key words: around Beijing and Tianjin; coordinated development of Beijing, Tianjin and Hebei; sports culture brand; sports industry

(责任编辑 陈 静)