



我国度假体育发展初探

杨 明, 李建国

摘要: 通过对我国度假体育基本内涵和发展背景的分析, 发现我国度假体育发展存在的问题: 理论研究尚待形成; 度假体育观念尚未深入人心; 度假体育供给失衡, 消费观念滞后与异化; 度假体育的发展可能存在不均衡等。在此基础上认为发展度假体育的基本理念是强调以人为本, 彰显文化品味, 规避度假体育消费中的异化。提出了选择适宜的发展模式; 走非均衡的发展战略; 形成市场主导、政府调控的发展路径; 合理设计度假体育产品等发展度假体育的战略举措。

关键词: 度假体育; 发展; 模式

中图分类号: G80-05 文献标识码: A 文章编号: 1006-1207(2009)03-0040-04

Research on the Development of Vacation Sports in China

YANG Ming, LI Jian-guo

(Shanghai University of Sports, Shanghai 200438 China)

Abstract: Through the analysis of the basic connotation and development background of the vacation sports in China, the author discovered the problems in the development of China's vacation sports, such as not-yet-formed theoretical studies, limited cognition of vacation sports, unbalanced supplies of vacation sports, lagged and alien consumption concept, unbalanced development of vacation sports, etc. The article holds that the basic concept of developing vacation sports is to insist on people-oriented development, highlight cultural taste and avoid alienation in vacation sport consumption. It puts forward the strategic measures of selecting appropriate development mode, carrying out unbalanced development strategy, forming a market-oriented and government controlled development path, reasonably designing the products of vacation sports, etc.

Key words: vacation sports; development; mode

中国改革开放30年以来, 无论是社会经济发展速度与水平、国民生活质量价值观念与体育意识, 抑或人们生活水平与消费观念、开展体育活动的基础设施与条件等都发生了深刻变化, 许多新的体育形式出现在人们的生活之中, 其中就包括度假体育。笔者通过查阅大量文献资料发现目前国内对“度假体育”的研究极少, 而在现实中度假体育的实践正在兴起, 体现出蓬勃的生命力, 探讨度假体育的发展问题具有现实意义。

1 度假体育的基本内涵

据文献检索, 既有关于度假体育的介绍和研究实际上并不是学术性的, 而是一种观念的推介和推广, 学术界尚未对度假体育进行清晰明确的界定。本研究认为度假与体育相结合形成度假体育(见图1), 因此需要从“度假”和“体育”出发对度假体育进行推导与界定。“度假”在《现代汉语词典》中是指过假日^[1]。国家旅游局规划发展与财务司司长、博导魏小安指出, “度假”是一种积极休闲, 即人们对闲暇时间的积极利用方式^[2]。董媛媛认为: “纯粹的度假是一种令精神和身体放松的休闲方式, 度假不同于‘利用假期的旅游’, 一般意义的度假逗留时间较长, 对各种娱乐康体设施和服务的综合配套要求较高, 日程安排较为宽松, 选择的自由

度和随意性大^[3]。”“体育是指人类通过专门设计的身体运动和游戏, 达到增强体质、提高竞技水平和丰富社会生活为目的的一种独特的社会文化现象”^[4]。由此, 度假体育是指人们利用假期为获得身心放松在常住地以外所进行的各种体育生活方式。

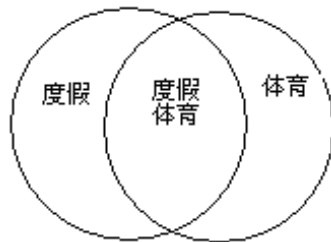


图1 度假、体育及度假体育三者之间的关系示意图
Figure 1 Relationship between Vacation, Sports and Vacation Sports

对度假体育的内涵可以从以下几点进行把握: 其一, “度假体育”以“度假”为限定词, “体育”为核心词, 侧重点在于“体育”, 是体育概念系统中的一部分; 其二, 度假体育是对假期闲暇时间的积极利用方式。从时间

收稿日期: 2009-02-25

基金项目: 上海体育学院研究生教育创新基金资助项目 (YJSCX2009B01)

第一作者简介: 杨 明(1977—), 男, 讲师, 主要研究方向: 体育人文社会学。

作者单位: 上海体育学院 体育人文学院, 上海 200438



长短角度看, 闲有3类。一类叫做大闲, 时间比较长一点, 其概念是落实之后的带薪休假制度。一类叫做中闲, 基本上是目前黄金周的概念。第三种是小闲, 大周末。度假对应的主要是中闲和大闲^[2]。由此可认为度假体育对应的假期闲暇时间主要是带薪休假和黄金周。人们能够在充裕的假期闲暇时间里, 结合个人情况, 自主选择参与体育活动; 其三, 度假体育集休闲、康体、健身、娱乐、放松、体验、观赏为一体, 但主要是使参与者得到有效的生理、心理放松, 从而恢复正常的生理机能和心理平衡, 进而达到心理和精神的最佳状态; 其四, 度假体育参与者的行为特征是离开常住地前往某处如度假村、度假地进行体育活动, 较少流动且逗留时间较长; 其五, 度假体育是高层次、体现积极休闲的体育活动方式。度假体育较之其他体育活动方式所消耗的时间更长, 对各种娱乐康体设施和服务的综合配套要求较高, 所以参与度假体育所付出的成本及获得的收益(体验质量、需求满足度)高。其六, 度假体育需求常常是周而复始的, 并非一次性消费; 其七, 度假体育一般是以家庭为基本单位进行。

2 我国发展度假体育的社会背景

2.1 度假体育是我国社会变迁、经济发展趋势的反映

据专家预测, 中国的经济形态正在从“劳动生活型经济向闲暇生活型经济”转变^[5]。经济形态的转变也带来了人们消费水平、观念的转变。因此, 国内的一些学者提出了中国进入“双康”即“小康”+“健康”时代的概念。党的十六大报告也指出, 在未来20年中我国将致力于全面建设小康社会。全面小康必然是全体国民的整体性富裕, 必然会在富裕的基础上产生新的生活方式。人们更多地关注精神的需要, 注重个体的全面发展和人的生存质量, 对文化、旅游、体育、娱乐方面的需求成倍增长, 具有健康、休闲、娱乐功能的体育越来越成为人们现代生活方式中的重要内容。全面小康社会中的创新型体育健身方式——度假体育将成为现代生活方式中重要的组成部分。小康社会将比现今社会竞争更激烈, 人们也更追求生活质量, 在健身时必然要求其项目能够符合其个性需求, 符合时代精神。作为小康社会生活方式组成部分的度假体育将成为人们趋之若鹜的新宠。将目光触及深远, 我们发现度假体育是休闲时代的必然产物。1999年12月著名未来学家格雷厄姆·莫利托在英国《经济学家》杂志发表了《全球经济将出现五大浪潮》一文, 文章提到2015年人类将走过信息时代的高峰期而进入休闲时代。作为人们休闲方式之一的度假体育必将会成为休闲时代的一种大众化的生活方式。因此可以预测, 伴随着我国经济、社会的快速发展, 与休闲产业密切相关并集休闲、康体、健身、娱乐、放松、体验、观赏于一体的度假体育将逐渐受到人们的青睐。

2.2 度假体育是我国旅游发展拐点之后的道路

按照经济学的认识, 人均GDP达到1 000美元, 进入国内旅游的需求增长期, 此时的旅游形态主要是观光旅游; 当人均GDP达到2 000美元, 旅游形态开始向休闲旅游转化, 进入出国旅游的增长期; 当人均GDP达到3 000美元, 旅游形态开始向度假旅游升级; 达到5 000美元则开始进入成熟的度假经济时期^[6]。本研究认为目前我国旅游发展步入到一个拐点, 即进入到观光旅游向度假旅游方向转化的转折

期。2003年, 中国人均GDP超过了1 000美元, 2005年达到1 700美元, 由于人民币的升值, 2006年中国人均GDP已接近2 000美元, 而目前长三角的人均GDP超过3 000美元, 珠三角超过4 000美元, 京津唐也已接近3 000美元, 表明中国已经产生了一批潜在的度假旅行者^[6]。随着带薪假期制度的逐步完善以及汽车保有量的逐年增加, 度假旅游必然成为高收入地区人群的首选出游方式。度假体育作为与度假旅游密切相关、互为补益的联动系统, 必将获得巨大的发展空间, 度假体育是我国旅游发展拐点之后的道路。

2.3 度假体育符合健身层级跃升的现实

在国际流行的“金字塔”健身理论里, 把健身分为4个层次: 基因——自然——保健——最佳运动状况。全民健身活动本身就是一个流动的、动态的发展过程。目前我国出现了许多新的体育形式, 如休闲体育、娱乐体育、极限运动、趣味体育、体育旅游、时尚体育、轻体育等, 这些新型的体育形式适应了全民健身活动发展的趋势, 极大地完善了我国的健身结构层次。按“金字塔”健身理论分类, 度假体育恰恰从属于处于金字塔尖端的“最佳健康状态”层次。度假体育对于其参与者而言能够满足其多方向、深层次、宽领域的身心健康需求, 它既可以让参与者通过参与度假体育让自身体质、体能可以长期处于最佳状态, 与此同时, 度假体育也能使参与者得到有效的生理和心理放松, 从而恢复正常的生理机能和心理平衡, 从而达到心理和精神的最佳状态。现代社会蕴含时代精神的各种创新, 度假体育迎合了人民群众“求新、求变、求乐、求效”的要求。把度假体育这种被社会发展和全民健身计划呼唤出来的创新体育形式加以归纳总结, 并顺势纳入到全民健身计划新的发展规划之中, 将为新时期推行全民健身计划构建了一个崭新的平台。因而从健身层级跃升的角度来看, 度假体育在未来具有良好的发展前景。

2.4 带薪休假制度的颁行使度假体育获得发展空间

带薪年休假的制度是现代文明的一项具体内容, 年度带薪休假制度和错开休假日期是世界各国提升国民休闲品质、完善人权制度的共同走势, 是保障公民休闲权的一种国际惯例。我国宪法早就确定了职工的“休假制度”, 1994年颁布的《劳动法》规定“国家实行带薪休假制度, 劳动者连续工作一年以上者, 享受带薪年休假”。但由于缺乏带有法规性的实施细则和具体的落实措施, 带薪休假制度没有得到全面实施。《中华人民共和国国民经济和社会发展第十个五年计划纲要》提出:“推行职工带薪休假制度, 合理调整居民工作和闲暇时间, 扩大服务供给, 鼓励居民服务性消费”。2007年12月7日, 国务院常务会议审议并原则通过了《国务院关于修改〈全国年节及纪念日放假办法〉的决定(草案)》和《职工带薪年休假条例(草案)》。会议决定, 上述法规草案经进一步修改后, 由国务院公布施行, 并将于2008年1月1日起正式施行^[7]。从长远看, 从蜂拥式的节日休闲向休憩型的全年休闲度假提升, 从假日经济向休闲经济、休闲产业提升的必由之路。由此可以认为我国度假发展步入到有制度保障并与国际接轨、全面发展的新阶段, 度假体育也将会获得极大的发展空间。

总之, 在市场需求层面, 由于生活方式、消费水平及观念的转变, 集休闲、健身、娱乐、社交、体验、发展于一体, 符合健身层级跃升的度假体育正逐渐受到人们的青睐, 将会被



越来越多的人所接受。在产业基础层面,由于社会经济发展,国民经济收入的提高,我国旅游发展步入到一个拐点,即由单纯的观光旅游向度假旅游方向转化。度假体育作为与度假旅游密切相关的联动系统,必将获得巨大的发展空间,度假体育是我国旅游发展拐点之后的道路。在制度保障的层面,职工带薪休假制度的确定与实施,使我国度假发展步入到有制度保障并与国际接轨、全面发展的新阶段。综上所述,可以认为在不久的将来度假体育将会获得极大的发展空间。

3 我国度假体育发展存在的问题

3.1 理论研究尚待形成

度假体育作为一项社会实践其发展依赖于理论的引导。但就目前而言,存在一些问题:一是国内度假体育理论体系的构建尚属空白,相关领域的研究人员对此方面的研究敏感性不够;二是存在国外先进的度假体育理论学习、引入后的本土化问题。三是容易产生度假体育理论研究过分工具理性倾向。马克思·韦伯认为,工具理性是“通过对外界事物的情况和其他人的举止的期待,并利用这种期待作为‘条件’或者作为‘手段’,以期实现自己合乎理性所争取和考虑的作为成果的目的”^[8]。度假体育理论的发展能推动度假体育实践的发展,从而提高度假体育当地社区居民的生活水平,推动社会的进步和经济的发展。但出于工具理性,有可能出现对度假体育的理论研究多集中于实现度假体育工具理性的度假体育资源的开发、度假体育市场发展的策略与模式等方面,而对于度假体育的可持续发展,度假体育文化等方面的研究投入较少的局面,不利于度假体育整个理论体系的建构。

3.2 度假体育观念尚未深入人心

一是作为一项新兴事物,度假体育推广与发展是需要时间的积淀,度假体育在短期内不可能深入人心。二是特征误读。符号,是具有一定表现形式,用来传达特定意义、信息的某种客观事物,它既具有实在的客观属性(能指, signifier),也具有主观的意向属性(所指, signified)^[9]。现代人崇尚新颖,追求时髦,渴求前卫,只有一些新颖独特的体育项目才能形成更大的号召力和冲击波,产生更大的体育注意力集成^[10]。度假体育在发展的早期为了获得更多大众的认同,将其新颖独特予以符号化的传播无可厚非,但是这一过程容易产生误读,受众容易以点带面,将新颖独特作为度假体育的整个符号表征与结构体系,对其完整的符号表征与文化特质形成结构性的破坏,从而导致度假体育观念难以深入正确的传播到大众。三是度假体育文化尚未建构。发展度假体育具有决定性作用的因素是大力提升度假体育的文化内涵。但就目前而言,在许多需要文化融入的事业如旅游、休闲等都缺乏文化的情况下,我们很难期待与它们相关的度假体育在文化上建构上有所突破,缺乏文化将导致度假体育观念难以深入人心。

3.3 度假体育供给失衡,消费观念滞后与异化

在供给方面,一是传统的体育旅游、度假旅游等产业升级迟缓,造成供给调整缓慢,经营转变滞后,不能构建完整系统的度假体育产品体系并促成基于市场细分的灵活的度假体育经营模式。而是,度假体育发展缺乏创意思维,

在某种程度上,度假体育的发展依赖于创意的先导,即积极创造出能使参与者发挥能动性和创造性的氛围,创意谋划度假体育主题,营造完整的体验氛围,从而使度假体育的参与者的体验由感受的浅层次流向享受的高层次。由于在我国创意的知识产权保护意识和法律制度建设薄弱,有可能形成度假体育产品开发对模仿与抄袭的“路径依赖”,容易导致度假体育产品单一,缺少特色,造成供给的结构性失衡。在消费方面,就目前而言,大众对于传统的观光旅游消费、体育旅游消费等存有偏好形成了消费惯性,进行转变需要时间和有效措施的诱导。先行对度假体育进行消费的大众容易将度假体育消费转化为斗富、显示面子、声望和地位的炫耀性消费,不计自身的经济承受能力,非理性地进行消费活动。

3.4 度假体育的发展可能存在不均衡

度假体育的发展与国民收入水平及居民消费水平有关。由于历史的原因,我国经济发展水平和家庭收入存在明显的地区差别、城乡差别和贫富差别。造成各地发展度假体育的经济基础和需求状况、政策环境、观念意识也各不相同、存在差异。三大差别不会在短期内出现重大转变,必将导致我国度假体育发展存在不均衡。

4 发展度假体育的基本理念

4.1 强调以人为本

胡锦涛同志曾反复强调“我们坚持以人为本,就是要坚持发展为了人民、发展依靠人民、发展成果由人民共享,关注人的价值、权益和自由,关注人的生活质量、发展潜能和幸福指数,最终是为了实现人的全面发展”^[11]。在提高人们生命质量、生活质量、发展潜能和幸福指数的过程中,度假体育作为其重要内容将发挥着越来越大的作用。我们认为,和谐社会中以人为本的度假体育是为了提高人的生活品质,包括身体和精神上的愉悦,是一种和谐人的和谐生活方式。

4.2 彰显文化品味

度假体育在本质上是一种关系到人的身心发展的高层次的文化活动,强调人们文化品位的提升以及人们在文化欣赏、文化交流、文化创造、文化建构过程中精神生活的满足。度假体育以其丰富的文化内涵和多元的文化形态满足人的各种生存与发展需要,其价值不仅在于休息、放松、康复等生理实用价值,更在于它使人在精神的自由中历经审美的、道德的、创造的、超越的生活方式,它赋予我们一种文化底蕴,支撑我们的人文精神,也是一种对社会发展的进程具有校正、平衡、弥补功能的文化精神力量。

4.3 规避度假体育消费中的异化

度假体育消费是指人们对度假体育产品的直接消费以及间接消费行为。度假体育消费却有可能出现消费异化的现象:一是度假体育消费转化为斗富、显示面子、声望和地位的炫耀性消费;一是表现为盲目超前,不是从整体、长远的利益而是从个体、局部、短期的利益出发,不计自身的经济承受能力,非理性地进行消费活动。度假体育消费是建筑在具有普遍意义的大众消费文化的基础之上,脱胎于



有闲阶级的消费行为,具有改变工业社会炫耀性消费、极端感性消费的作用,能够隐去或淡化消费符号化现象,有助于实现人的自我完善、自我回归。和谐社会的度假体育消费应是对消费主义、享乐主义等错误文化价值观的批判和扬弃,应当体现出社会主义市场经济建设与精神文明建设协调发展的精神。

5 发展度假体育的战略举措

5.1 选择适宜的发展模式

发展模式是指在一定社会经济背景下,可供选择的能使经济社会整体或局部要素动态演进运行的某种样式、路径或解决方案。发展模式一般包括发展目标、发展机制、发展进程、发展路径与发展的保障等^[12]。度假体育作为一个新生事物,其发展与我国的经济水平,国民健康意识,相关基础设施建设,国家政策扶持与引导等有关,不可能用一种模式塑造其发展水平和发展速度。度假体育也存在起步、发展、成熟到价值再造的过程,因而不可能在其动态发展过程中运用一个模式来适应任何变化的情况,更不可能也不应该长时间、宽空间、高程度地稳定在一种模式上。

5.2 走非均衡的发展战略

从社会发展的角度来看,目前我国是一个集“农业社会、工业社会和后工业社会”的“三位一体”的共时态的发展中国家,各个地区的发展程度的差距非常显著,2004年,我国东中西部地区平均收入能力指数分别为1.72、0.56和0.51,中、西部地区仅为东部的33%和30%^[13]。因此度假体育的发展只能是一个渐进的过程,不可能在短期内迅速全面推进,应采用非均衡发展战略。通过以北京、上海、广州等发达城市为增长极带动度假体育的发展,同时对不同度假体育的目标消费群体进行细分,以重点带一般,来发展度假体育。

5.3 形成市场主导、政府调控的发展路径

度假体育在国外也属新生事物,但与之相近的度假旅游、体育旅游却早已发展成熟,他国发展度假旅游、体育旅游的经验,对于度假体育发展也具有借鉴价值。目前国外各国政府在促进度假旅游、体育旅游发展方面已经形成了一套行之有效的监督协调手段。这些手段主要包括:正确的发展战略及其规划、策略、项目;推动度假旅游、体育旅游产业的商业化运作;直接参与度假旅游、体育旅游产品和设施供应;开展度假旅游、体育旅游教育。这些监督协调手段的实施既充分发挥了政府在度假旅游、体育旅游发展中的主导作用,又很好地推动和发挥了市场机制在资源配置、产品供应和效率提升等方面的作用,最终促进了度假旅游、体育旅游的发展。可见度假体育的发展并不是一个完全的市场促成的“诱致性制度变迁的过程”,政府的引导与监督、协调也是极为重要的。

5.4 合理设计度假体育产品

度假体育满足人们的休闲、康体、健身、娱乐、放松、体验、观赏等多种需求,因而其产品设计必须具有多样性、复合性、交叉性的特征。但从另一个角度来看,特色和主题是度假体育产品形成独特个性的灵魂。因此发展度假体育应将特色化和主题化理念贯穿于其产品开发始终,走品牌化发展道路。针对我国国情,政府应优先安排和提供与人民群众度假体育需求相吻合的基础性产品和服务。同时,要认真研究大众度假体育消费需要,开发出既能满足大众口味的中档度假产品,又能设计出适合度假高端市场需要的产品,满足消费者的多样化的需求。在开发国际性度假体育产品时,应充分研究客源国的消费需要。深挖度假体育产品的民族文化特质,开发出有特色、有优势的国际化品牌产品。

参考文献

- [1] 中国社会科学院语言研究所词典编辑室. 现代汉语词典(第5版·大字本)[M]. 北京:商务印书馆,2006. 338.
- [2] 魏小安. 中国休闲度假的特点与趋势(一)[N]. 中国旅游报,2005-02-21.
- [3] 董媛媛. 旅游度假地市场定位与项目策划研究[D]. 上海:同济大学,2000.
- [4] 梁晓龙. 体育和体育的功能与作用——当代中国体育若干基本理论问题探讨之一[J]. 体育文化导刊,2003,(4): 3-5.
- [5] 吕树庭. 21世纪:中国社会生活方式与体育的社会学透视[J]. 天津体育学院学报,2001,16(1):1-3.
- [6] 刘松,韩福文. 休闲、度假与中国旅游业发展阶段分析[J]. 北方经贸,2007,(6):117-118.
- [7] 王兴斌. 中国休闲度假旅游的必由之路:从“黄金周”到带薪休假[J]. 旅游学刊,2002,(4): 51-55.
- [8] (德)马克斯·韦伯. 经济与社会(上卷)[M]. 林荣远,译. 北京:商务印书馆,1997. 56.
- [9] 李巍. 象征符号视野中的民族旅游策划与旅游体验[J]. 西北民族大学学报(哲学社会科学版),2008,(4):141-144.
- [10] 王颖,黄泽民. 大众体育注意力集成与时尚体育管理[J]. 体育科学,2006,26(1): 77-79.
- [11] 胡锦涛. 在美国耶鲁大学的演讲[N]. 人民日报,2006-04-23.
- [12] 徐露农. 长江三角洲无障碍旅游区发展模式研究[D]. 上海:华东师范大学,2005.
- [13] 《中国财政年鉴2005》编写组. 中国财政年鉴2005[M]. 北京:中国统计出版社,2006.
- [14] 沈克印,等. 弗洛姆的消费异化论与休闲体育消费[J]. 体育学刊,2008,15(2):28-31.
- [15] 李井平,康建敏,樊炳有. 时尚体育兴起的社会背景及其价值[J]. 体育与科学,2004,25(3):32-34.

(责任编辑:陈建萍)