



塑造国际一流的上海体育文化环境

王自清, 蔡 皓, 夏菊锋

摘要: 在对国际文化大都市构建良好体育文化环境经验总结的基础上, 从上海体育文化的战略定位、环境建设目标等角度进行战略思考, 对上海体育文化环境的现状进行评估, 并提出构建和完善上海体育文化环境的对策。

关键词: 上海市; 体育; 文化; 环境

中图分类号: G80-05 文献标识码: A 文章编号: 1006-1207(2011)02-0045-05

Creating a World First-Rate Sports Culture Environment in Shanghai

WANG Zi-qing, CAI Hao, XIA Ju-feng

(Shanghai Normal University, Shanghai 200234 China)

Abstract: Summing up the experience of creating an ideal sports culture environment by world cultural metropolis, the article discusses the strategic orientation of the sports culture in Shanghai and the target of environment construction. It assesses the status quo of the sports culture environment in Shanghai and puts forward some suggestions on creating and perfecting Shanghai's sports culture environment.

Key words: Shanghai; sports; culture; environment

城市文化以城市经济社会发展为沃土, 是历史与现实的有机融合、城市精神与品质的高度凝聚的产物, 深刻影响和改变着城市发展的竞争力。体育文化是人类体育运动的物质文明及精神文明的总和, 城市体育文化是城市文化不可或缺的重要组成部分。改革开放以来, 上海的社会经济保持着快速发展的势头, 市民生活水平显著提高, 精神文化需要越来越强烈, 因此建设和发展国际一流的社会文化对于满足市民精神需要, 为上海经济和社会发展提供有力支撑具有十分重要的现实意义。

随着资本的全球配置, 世界范围内人们的经济联系越来越紧密, 城市发展正处在一个全球化的崭新时代。全球化进程打破了人们在地域、民族、国家间相互隔绝的状态, 开始走向全球性社会变迁之路, 文化也随着全球化浪潮突破地区壁垒在世界范围内传播、辐射。面临全球化的浪潮, 西方体育文化在世界各地广泛传播, 发展中国家的体育文化正遭遇剧烈的冲击, 上海的体育文化建设必须积极顺应全球化的文化竞争趋势。只有通过不断的创新, 上海体育文化才能提高自身的竞争力, 保持其独特性和生命力。建设具有国际竞争力的体育文化需要提高体育文化创新的水平, 而推动体育文化创新离不开良好的体育文化环境。通过研究和分析国际大都市构建体育文化环境的有益经验, 总结上海体育文化环境构建过程中的得失, 从而制定有力对策, 塑造国际一流的体育文化环境, 为上海建设国际体育文化中心奠定坚实的基础。

1 国际文化大都市构建良好体育文化环境的经验总结

1.1 国际大型体育赛事引领

国际著名文化大都市如纽约、伦敦、巴黎、柏林、东京等都曾经举办过奥运会等全球顶级体育赛事(见表1),

其中英国伦敦举办奥运会的次数最多, 进一步强化了伦敦作为“世界文化之都”的国际形象。此外国际大都市每年举办的体育赛事数量多, 项目纷繁, 即使一些国内赛事的影响力已经超出一国疆域, 辐射全球, 有效提升了城市的国际形象。2010年法国巴黎所举办的国际体育赛事数量最多, 达到11项(见表2)。国际体育组织、职业体育俱乐部是西方发达国家城市体育文化创新的主体, 国际著名城市无一例外都拥有享有国际盛誉的职业体育俱乐部, 如伦敦拥有5支英超著名球队, 成为名符其实的国际性足球城市。由此可见, 国际化大都市对于举办国际体育赛事不遗余力, 极大丰富了城市的文化内涵, 有力提升了城市的国际声誉。

表1 国际著名城市举办奥运会的次数统计

Table I Number of the Olympics Hosted by World-Renowned Cities

城市名称	柏林	伦敦	巴黎	东京	洛杉矶
举办次数	1	3	2	1	1

表2 2010年世界著名城市国际重大赛事数量对比

Table II Comparison between the Numbers of the Major World Events Hosted by World-Famous Metropolitan Cities

城市名称	柏林	伦敦	巴黎	东京	洛杉矶
举办次数	5	7	11	6	7

1.2 遵循商业化机制, 大力提升体育文化产业化水平

文化偏好商业, 西方体育文化源于地中海沿岸的工商文明, 将身体运动文化与商业文化有机融合。在体育文化建设过程中, 西方发达国家的一些国际大城市都以开放性、规范性为价值取向, 遵循市场经济规律, 运用商业化、产业化机制, 创造出了高水平、极具观赏性的职业体育文化, 成为衡量现代体育文化竞争力的重要标志, 席卷全球各国。在西方发达国家, 市场经济和社会自我调节已经渗

收稿日期: 2011-01-27

基金项目: 2010年上海体育社会科学、决策咨询课题(TYSKYJ2010090)

第一作者简介: 王自清, 男, 讲师。主要研究方向: 体育社会学。

作者单位: 上海师范大学 体育学院, 上海 200234



透到社会发展的各个领域。对于西方体育文化而言, 社会化、商业化是推动其发展的主导机制, 政府通常不会直接介入和干预, 使得体育文化产业保持充分的活力, 成功培养出如 NBA、欧洲五国足球职业联赛等著名赛事。

1.3 有效促进公众参与

在体育文化建设过程中, 注重公众参与, 如举办体育赛事时, 充分考虑市民的消费承受力, 制定合理的价格, 吸引更多市民到现场观看比赛, 让普通民众欣赏高水平的赛事, 感受体育文化的魅力。通过发展体育文化产业, 吸纳社会就业, 有力推动了城市经济发展, 也提升了城市居民的生活品质, 使民众普遍得益, 从而使体育文化发展获得了公众支持的强大的动力源泉。

1.4 积极保护体育文化资源、遗产

国际一流的大都市对于文化建设可谓不遗余力, 对于体育文化建设也着力颇多。如希腊雅典作为国际奥林匹克文化的发源地, 大力加强对古代奥林匹克文化相关设施的保护与挖掘, 通过立法严格保护奥林匹克文化古迹, 通过展示、旅游让人们了解体育文化设施的历史价值, 在世界范围内树立了一个弘扬奥林匹克体育文化的典范。相关国际大都市体育文化建设的经验表明, 文化建设要有连续性, 体育文化也是如此, 只有保持了连续性, 文化才能融入人们的生活, 成为连绵不断的传统。

2 关于上海体育文化环境建设的战略思考

2.1 上海体育文化的战略定位

2.1.1 国际一流

国际一流是上海体育文化的内核。上海以建设国际一流的现代化大都市为既定战略目标, 体育文化的战略定位应与此相适应、相匹配, 为实现上海城市建设的总体战略目标发挥应有的作用。国际一流的大都市要有国际一流的文化, 国际一流的体育文化城市需要拥有国际性的体育赛事、国际一流的竞技体育水平、国际性的职业体育俱乐部、具有国际影响力的体育明星。

2.1.2 中国特色

中国特色是上海体育文化的根基。我国体育文化源远流长, 创造出璀璨夺目的优秀文化成果, 拥有丰富的民族体育文化资源, 如我国的武术、气功等传统项目理念博大精深, 样式独具一格, 是世界范围内鲜明的中国文化符号, 因此, 上海体育文化的战略定位要从中国体育文化的大系统出发, 成为向世界展示我国体育文化的重要窗口。

2.1.3 海派风格

海派风格是上海体育文化的独特气质, 是对上海城市文化地域性的形象概括, 海派文化精致高雅, 独具浪漫的气质。因此上海体育文化的战略定位要以发展具有高端品位的体育赛事为重点, 避免面面俱到, 有所为有所不为。

总之, 上海体育文化发展的战略定位应为国际一流、中国特色、海派风格, 体现体育文化的国际性、民族性、高端性、精致性, 将上海建设成为展示、推介国际一流体育文化、优秀民族体育文化的重要舞台, 使上海成为东西方体育文化荟萃、交流、融合的重要窗口。

2.2 上海体育文化战略定位的相关依据

2.2.1 历史依据

1843 年开埠以来, 上海就成为中西文化的交融、汇聚之地, 在民间, 武术、棋类等传统体育活动源远流长。19 世纪中叶, 西方体育文化传入上海, 各种现代体育项目如田径、足球、篮球、网球等纷纷兴起, 再经上海向全国其他地区辐射。新中国成立后, 体育事业得到人民政府的高度重视, 群众体育蓬勃开展, 竞技体育成就斐然, 田径、乒乓、游泳、体操等项目屡创佳绩, 涌现出徐寅生、李富荣、朱建华等一大批世界级优秀运动员。改革开放以来, 上海的体育事业加速发展, 多次承办世界顶级赛事, 涌现出姚明、刘翔等国际体育巨星, 显现出来自东海之滨的国际体育中心城市的魅力与风采。通过追寻上海体育文化变迁的历史轨迹, 可以发现, 国际化、开放性是上海城市文化的基因, 海派文化传统就是得益于上海向全世界敞开胸怀, 融入世界。因此上海体育文化的战略定位当然要继承海纳百川的城市精神, 秉持对外开放的方针, 对各种优秀的外来体育文化兼收并蓄。

2.2.2 现实需要

至 2009 年, 上海市实现国内生产总值 14 900 亿元, 按常住人口和当年汇率折算, 上海人均国内生产总值已达到 11 529 美元, 相当于中等国家的经济发展水平。今后上海市民的社会需求结构将进一步升级, 对自身生活质量水平的提高更为关注。市民不断增长的物质和精神需求给政府的公共服务能力、管理水平提出了更高的要求, 因此作为我国特大型城市, 上海的经济与社会发展正进入一个新的发展阶段。当前上海乃至全国经济发展所面临的最迫切的任务就是调整经济结构, 转变发展方式。在美国, 文化产业占 GDP 的 20%, 400 家最富有的美国公司中, 有 72 家是文化企业, 因此有西方发达国家“卖文化”, 而中国“卖产品”的说法。在对外贸易中, 我国的文化贸易逆差较为严重, 文化输入远大于文化输出。因此促进体育文化产业的发展, 提高其在 GDP 中的比重, 对于上海调整经济结构, 切实转变经济增长方式, 提高经济增长的质量、促进城市人口就业等具有十分重要的现实意义。

2.2.3 长远发展

国际文化大都市建设是一个长期的过程。城市文化经历较长时间的社会变迁而积淀下来, 融入人们的生活, 成为人们日常生活的重要内容, 形成人们长期沿袭的传统。从长远来看, 促进上海的城市体育文化水平的提升, 与上海国际文化大都市的战略目标相一致, 其终极目标就是要建设和发展具有国际竞争力的城市体育文化, 大力促进人们对民族文化、市民对上海城市文化的亲近和认同, 促进上海市民对居住城市的自豪感和自信心, 为上海的经济与社会发展增添源源不断的动力, 增强上海社会和经济可持续发展的能力。

2.3 上海体育文化环境建设的目标

上海要建设国际性的体育文化城市就要拥有国际一流的体育文化环境。体育文化环境是一个有机的系统, 包括政府、企业、体育组织、体育社团、市民、资源等要素。凭借国际一流的体育文化环境作为基础条件, 上海才能实现



资本、人才、企业、高水平赛事等要素的流入和集聚，国际体育文化中心城市建设才有实现的可能。

2.3.1 提高对外开放的水平，增强体育文化发展活力

开放的文化系统才能促进创新，孕育有生命力的文化，才能获得持续发展的动力。因此为建设国际一流的体育文化，上海要逐步提高体育文化产业对外开放的水平，在体育赛事产业、体育经纪服务产业、竞技体育人才培养产业、场馆运营、政府出资项目等领域向民资、外资开放，引进资金、人才、先进的管理理念、产业模式、信息传播模式，提升上海体育产业水平和国际竞争力。

2.3.2 构建体育文化要素市场，完善体育文化市场体系

培育统一完善的市场要素体系，使企业能够根据市场需要组织经营活动，从而促进资源的优化配置程度，提高经济活动的效率。从市场发展的规律来看，要素市场发育滞后的状况已经制约着体育文化市场体系的整体发展，通过构建人才、资金、技术、产权等体育文化要素市场，形成统一完善的体育文化市场体系，发展和繁荣上海文化产业，提升上海作为中心城市的综合竞争力。

2.3.3 健全法律法规，使体育文化活动有章可循

健全的法律法规体系是市场经济的基石。通过健全法律法规体系，塑造公正、透明的市场环境，使政府、体育文化经营企业、消费者等权利与义务清晰明确，经营活动能够有章可循，使体育文化市场形成规范、健康的秩序，切实维护体育文化消费者的权益，促进体育文化市场的可持续发展。

2.4 塑造国际一流的上海体育文化环境的意义

2.4.1 促进上海体育文化的创新发展，提高国际竞争力

体育文化创新的动力就是来自于人们对体育文化的需要。随着我国工业化进程的加快，社会生产方式的转变，社会经济的快速发展，国民生活水平也有了显著提高，人们通过参与体育活动满足健身、交往、休闲娱乐的需求越来越强烈。因此促进体育文化创新的根本目的就是满足人们对体育文化的需要，让人们在参与体育活动的过程中能够有多样化、个性化的选择，更加满足个人发展的需要。促进上海体育事业的可持续发展。在全球化的世界舞台上，各种不同类型的体育文化同台竞技，多样性是全球体育文化生态的典型特征，人们对文化的选择有着自己的标准和喜好。发展有竞争力的体育文化必须进行文化创新，有利于提高上海城市体育文化有效应对全球化浪潮的能力，促进体育事业的可持续发展。

2.4.2 提高市民生活质量，建设宜居城市

城市建设的根本出发点就是以人为本，满足人民群众的根本利益需要。上海国际体育文化中心建设有利于提高人们的生活品质，建设宜居城市，增进上海市民的幸福感和促进身心健康，缓解城市生活中的巨大压力。

2.4.3 促进民族文化认同，切实保障我国文化安全

促进体育文化创新，有利于促进人们对民族文化的认同。中华民族特性是在接受、学习、运用、认同中国文化的基础上形成的。体育文化是文化的重要组成部分之一，通过体育文化创新，发展体育文化的新观念、新内容、新样式、新手段，让人们更好地欣赏、接受、认同上海城市文化，促进人们对城市的认同感、归属感。

改革开放后的中国面临西方文化大潮的冲击，建立在成熟的商业化机制基础上的西方体育文化对人们具有较强的吸引力。在学习吸收西方体育文化成果的同时，西方体育文化中的某些消极因素也在冲击人们的价值观念、道德规范，对我国的文化安全造成威胁。文化安全，是指反映一国政治、经济生活的文化免于外部威胁、侵害与内部的混乱、失序，保持本民族文化的独立、生存和发展，在世界文化交流与融合中保持强大的民族精神动力。因此促进体育文化的创新、发展，也是保障我国文化安全的必然要求。

3 对上海体育文化环境现状的评估

3.1 上海构建一流体育文化环境的经验总结

3.1.1 多次成功举办国际大型赛事

2008年上海共举办国际赛事26项。其中包括网球大师杯、F1中国大奖赛、国际田联黄金大奖赛、上海国际马拉松赛、世界斯诺克大师赛、国际高尔夫球公开赛等六大国际品牌赛事。在较短时间内快速提升了上海的国际形象，丰富了上海城市文化的精神内涵，也积累了成功举办大型体育赛事的丰富经验。

3.1.2 拥有国内著名职业体育俱乐部

伴随着中国体育职业化改革，一批职业体育俱乐部在上海应运而生，包括申花足球俱乐部、大鲨鱼篮球俱乐部、圣雪绒男子乒乓球俱乐部等，成为体育文化发展与创新的主体，这不仅是竞技体育商业化的崭新变革，也极大地激发了上海市民参与体育的热情。

3.1.3 体育产业发展成效显著

体育消费的增加可以给城市经济发展带来新的空间。截至2009年上海人均体育消费就达650元，名列全国前茅，体育产业存量总规模153.5亿。涌现出诸如东亚集团等综合经济实力较强的龙头企业，上海的“红双喜”、“申康”、“乔山”等成为我国著名的运动器材品牌。上海目前已拥有如希望国际体育经纪有限公司等为代表的31家体育经纪公司，为体育文化市场带来了活力。

3.2 目前上海体育文化环境的不足之处

目前上海体育文化环境明显的不足主要体现在体育文化产业对外开放不够。文化是一个有机的系统，开放的文化系统才能保持发展的活力、创新的动力，才能具有强大的竞争力，才不致与其他文化之间产生强烈落差。目前上海体育文化尚缺乏国际一流的竞争力，创新能力较弱，在某些领域，上海的体育产业相对比较封闭，行政垄断壁垒并未有效破除。集中表现在以下几个方面。

3.2.1 制约上海体育文化创新的体制、机制因素仍然存在

主要表现在政府职能不够清晰，体育赛事运营过于依赖政府的行政主导，诚然这种操作模式有利于调动各种社会资源，提高效率，短期内推进体育文化建设，快速提升上海的国际形象，但负面作用也日益显现，如重大赛事运营的经济成本较高，不利于社会资源的最佳配置。

3.2.2 本土化的国际大型赛事较为缺乏

与公认的国际知名体育赛事城市，如纽约、伦敦、墨尔本等城市相比存在着差距。根据位于伦敦的国际体育咨询机构Ark Sports的一项最新研究结果表明，2007年世界都市



举办大型体育赛事指数评选排名中，墨尔本第一，巴黎和悉尼并列第二，柏林列第四，接下来依次是：伦敦、马德里、纽约、北京、东京、开普敦，可见上海与这些城市之间仍存在一定差距。国际体育赛事举办权的争夺十分激烈，目前上海的著名体育赛事都是洋品牌，尽管水平很高，但引进的经济成本高昂，不利于后续经营，因此应有步骤地逐步培育本土赛事。国际化品牌体育赛事的培育是一个漫长的过程，如法网、温网等网球大满贯赛事都有百年以上的历史。因此本土体育品牌赛事的培育要有长远的战略眼光，不可半途而废，因噎废食。

3.2.3 已有的职业体育俱乐部水平不高

上海已有的职业体育俱乐部如申花、东方篮球等俱乐部由于受制于国内球类运动整体水平不高、人才匮乏的矛盾，尽管在国内声名显赫，但在国际上影响力极为有限。高水平、具有国际影响力的职业体育俱乐部建设需要较长的时间，与城市的社会经济发展水平有着十分密切的联系。为了促进职业体育俱乐部的发展，体育行政管理机构应主动切断与职业体育俱乐部的行政归属关系，避免束缚俱乐部的手脚，让职业体育俱乐部真正成为独立经营主体，增强其发展活力。

3.2.4 上海体育产业规模及质量与国际大都市相比差距明显

上海体育产业规模较小，仅占GDP的1%，其中体育彩票业所占比重较高，与国际大都市相比差距显著，而在美国，体育产业总值占GDP的比重为3%左右。目前上海的体育产业相对于城市整体经济规模的贡献率相对较低。

3.3 构建城市体育文化环境评估体系

构建城市体育文化环境评估体系（见表3），目的在于了解上海体育文化建设发展的现状，与世界公认的国际体育知名城市之间存在的差距，侧重于评价城市体育文化的国际性、开放性、创新性等特质，选取一级指标4项：即体育赛事、体育产业、公众参与、保障条件等；二级指标如赛事规模、体育产业规模、社会体育发展水平等6项；三级指标如年度国内体育赛事的数量及收益等32项。

城市体育文化环境指标体系的构建是一项相当复杂的工作，仍需开展较为深入的研究，指标体系本身要具有科学性、客观性、前瞻性、可操作性。国际一流的体育文化环境的构建和塑造不仅需要清晰的概念，同时也需要客观、可靠的数据。只有在坚实的研究基础上，才能为政府决策提供可靠的依据，为上海建设国际一流体育中心服务，优化城市体育文化环境，才能创造巨大的社会效益和就业潜力，带来城市文化的持续繁荣和综合竞争力的提高。

4 构建和完善上海体育文化环境的建议

4.1 改变观念，促进体制创新，将体育纳入“大文化”发展格局

4.1.1 解放思想，更新观念，加大改革力度

在发展具有国际竞争力的体育文化的过程中，上海应解放思想，更新观念，加大改革力度，勇于探索，率先垂范，开风气之先，走在全国其他省市体育改革的前列。鼓励体育文化创新，就应直面体育文化全球化的趋势，对创新主体、创新过程、创新成果采取宽容的态度，从而形成促进体育文化创新的良好社会氛围和环境。

表3 城市体育文化环境评价指标体系

Table III Index System for Evaluating City Sports Culture Environment

一级指标	二级指标	三级指标
体育赛事	赛事规模	年度国内体育赛事的数量及收益
		年度常驻体育赛事的数量 年度本土体育赛事的数量 年度本土体育赛事 / 占体育赛事的比重
体育产业	体育产业规模	年度国际体育赛事的数量及收益 著名职业体育俱乐部
		体育产业总值 年度增加值 体育产业占GDP的比例 外资占体育产业的比重 民营资本占体育产业的比重
体育产业	体育产业质量	规模企业总值及收益率 体育文化贸易出口总额 / 上海市出口贸易总额的比重 体育文化产业从业人员数量 人均体育文化产值 体育文化产业从业人员占城市总就业人口的比重
		大众体育发展水平
公众参与	体育消费	市民体育素质 体育人口比率 人均体育消费水平 人均体育消费占人均消费的比例 体育服务消费水平 家庭体育消费
		保障条件
		年度政府体育经费投入 人均体育体育场地设施的面积 竞技体育水平 高素质的人力资源 体育健身俱乐部的数量 体育法规体系完善 财税政策支持 城市交通 城市旅馆 城市安保

4.1.2 树立“大文化观”，加强体制创新

在现代社会，竞技体育、体育产业的高度发展越来越依赖于其与传媒业的密切联系。目前我国文化、体育领域的条块管理严重分割，同属于城市文化重要组成部分之一的体育、传媒、演艺、博览等行业分属不同的行政管理机构，部门利益取向严重，不利于文化的整体发展。应着力破除束缚体育文化发展活力的体制性障碍，由市政府牵头，建立联动协调机制，将体育与传媒、出版、科技等因素有机融合在一起。

4.1.3 促进政府职能转变

体育行政管理机构的职能主要应体现在公共政策、法规的制定和执行上，履行公平正义的监督义务，使得体育市



场健康有序发展,增强体育公共服务供给能力,满足市民基本的体育需要。减少对体育组织、社团等具体活动的行政干预,保持公平、超然的态度理念,以开放宽容的态度积极鼓励体育文化创新。真正发挥企业的市场主体作用,增强职业体育俱乐部、体育经纪公司、市区体育协会等社会组织的活力。

4.1.4 积极实施走出去的经营策略,有效利用海外市场

加强对外体育文化交流与合作,促进中西体育文化的交流与融合,在世界范围内大力宣传和推介中国体育文化,展示中国体育文明独特的东方魅力。将上海优质体育文化资源推向国际社会,提高上海体育文化在国际上的辐射能力,改变上海对外体育文化贸易不平衡的状况。上海拥有优质的体育文化资源,如高水平的竞技体育综合实力,优秀运动员在世界体育大赛上屡创佳绩,传统体育文化项目如武术、气功等有着深厚的群众基础,关键在于如何有效运用这些体育文化资源,激发其活力。

4.1.5 加强学术研究,实行产学研结合

研究上海体育文化发展的战略、政策制定等重大问题。设立上海体育文化发展国际咨询理事会,聘请海外专家学者,借助外脑,提供可资借鉴的咨询意见。

4.2 构建和完善促进上海体育文化创新的机制

4.2.1 构建和完善促进我国体育文化创新的社会化机制

通过构建促进我国体育文化创新发展的社会化机制,发挥社会自主调节机制的作用,优化创新的环境,真正释放个体和社会组织的创造热情和创造潜力。

4.2.2 真正发挥市场机制的作用

建立体育赛事承办权交易中心,试行竞买拍卖制度。促进体育赛事运营机制创新,改变政府主导的习惯性做法。促进国有体育场馆的运营模式创新,可实行将大型体育场馆的资产所有权与经营权分离,通过招标的方式吸引社会资本投资。对有条件的体育事业单位转轨改制,使其成为独立的经营主体,体育行政管理机构逐步脱离经营领域,与下属企业逐步脱钩。

4.2.3 构建和完善促进我国体育文化创新的商业化机制

遵循市场原则及职业体育规律,注重投入与产出的效率。学习和借鉴美欧先进的职业体育文化成果,提高职业体育比赛的水平,加强对运动员、裁判员、观众等的道德教育,发展文明健康的比赛文化,提高职业体育的水平。

4.2.4 促进体育文化传播机制的创新

构建国际化的体育文化传播机制、交流机制,建立政府、企业、传媒、个人等主体广泛参与的体育文化传播机制以应对文化传播的全球化趋势。加强传统体育文化在观念、内容、规则、赛制、传播模式、商业模式等的现代化改造,以促进其对青少年的吸引力。在中国传统体育文化走向世界的过程中,应该加强体育文化国际传播模式的创新。

4.3 构建和完善促进上海体育文化创新的政策体系

4.3.1 制定体育发展的长远规划

在重视引进和举办国际大型体育赛事的同时,充分运用区级体育场馆资源,举办一些较具国际影响力的赛事,使体育赛事更为丰富,层次更加合理,使上海体育文化高端性和娱乐性兼顾。研究和论证上海举办奥运会或亚运会等综

合性国际赛事的可能性,为申办国际大型体育赛事如奥运会等顶级赛事做好准备。

4.3.2 制定清晰的体育文化产业政策

制定清晰的体育文化产业政策,如优惠的财税政策吸引资本集聚,鼓励社会资本特别是民资参与体育竞赛产业、竞技人才培养产业、政府出资项目等,并适度对外资开放。

4.3.3 有效保护民族体育文化资源、体育文化遗产

通过立法等手段促进对体育文化资源、体育文化遗产的保护,民族体育文化资源经历长期的变迁、积淀,成为城市文化的精髓,因此保护城市体育文化资源实际上也是在保护一个城市的文化命脉,使城市精神生生不息。

4.4 构建和完善国际一流体育文化环境的保障体系

4.4.1 建立资金保障体系

开放社会资本,适度开放外资,承办各种类型的体育赛事。制订金融、财税等配套政策,鼓励有较强盈利能力的职业体育俱乐部上市,增加融资渠道,完善投融资体制。设立体育文化发展基金,为具有发展潜力、体现城市时尚但目前尚不成熟的体育项目或公益体育活动提供一定的资金支持。

4.4.2 建立人才保障体系

建立促进体育文化创新的人才保障机制,增强体育从业人员素质水平,提高体育领域科学管理、规范管理的水平。大力培养和引进具国际化视野、掌握国际经营知识和技能的、创意策划等人才。培育体育文化人力资源,加强能力建设。开放竞技体育人才培养教育市场,可做相关试点,如在足球、篮球、网球、游泳、田径等我国弱势项目吸引海外高端人才或国际体育巨星等兴资办学,积蓄杰出的竞技体育后备人才。

4.4.3 促进公众积极参与

积极促进大众体育的发展,奠定城市体育文化创新发展的雄厚群众基础。在体育赛事承办过程中充分考虑上海市民的体育文化消费承受能力,定价合理,使得相关赛事既叫好又叫座,改变某些赛事观众上座率低的局面。继续完善志愿者参与机制,既提高了市民素质,使其成为体育文化建设的主体。增加大型体育场馆的向社会公众开放时间,让体育明星与普通民众互动交流。将体育与城市旅游有机结合,把著名体育场馆开发成旅游景点。

参考文献:

- [1] 姜玉泽. 民族传统体育文化创新的途径[J]. 体育与科学, 2004, 25(5)
- [2] 孟亮. 大国策: 通向大国之路的软实力[M]. 北京: 人民日报出版社, 2008
- [3] 梁同福, 孙晋海. 中西体育文化研究的兴起的比较研究[J]. 体育文化导刊, 2007(11)
- [4] 熊志冲. 传统体育与传统文化[J]. 体育文史, 1989. (3)
- [5] 课题组. 改革开放30年的上海体育产业[J]. 体育科研, 2009, 30(1)
- [6] 邱伟昌, 王才兴, 等. 上海体育赛事组织管理发展对策研究[J]. 体育科研, 2007, 28(2)

(责任编辑: 陈建萍)