

对闽台合作行销民俗体育文化创意产业的思考

谢 军

(集美大学体育学院,福建 厦门 361021)

摘 要:运用问卷调查法、访谈法、文献资料法、德尔菲法以及层次分析法,对闽台合作行销民俗体育文化创意产业的制约因素进行调查。结果认为:影响闽台合作行销民俗体育文化创意产业的因素主要包括两岸政策、民众意识形态、价值认知、区域发展不均衡、普及与推广路径弱化、产业结构不平衡、人才规模小等。同时提出了加强举措、高起点规划、打造平台、拓展路径、营造环境、建立统计系统的对策思路。

关键词:闽台;民俗体育文化;创意产业;影响因素;对策思路

中图分类号:G80-05

文献标识码:A

文章编号:1007-7413(2018)03-0001-08

On the Cooperation between Fujian and Taiwan Folk Sports Cultural Creative Industry Marketing

XIE Jun

(College of Physical Education, Jimei University, Xiamen 361021, China)

Abstract: By using questionnaire survey method, interview method, literature data method, Delphi method and analytic hierarchy process, the restrictive factors of the cooperation between Fujian and Taiwan in marketing folk sports culture and creative industry were investigated. Results show that cooperation between Fujian and Taiwan folk sports cultural creative industry marketing factors mainly include the cross-strait policy, people's ideology, value cognition, unbalanced regional development, popularization and promotion path to weaken, imbalance of industrial structure, personnel and small size. At the same time, six countermeasures are put forward, including strengthening measures, high-starting planning, building platform, expanding path, creating environment and establishing statistical system.

Key words: Fujian and Taiwan; folk sports culture; creative industries; influencing factors; countermeasures

对属于中华体育文化的闽台区域民俗体育文化而言,其卖点就是文化创意,如何把一个平淡无奇的内容变得生动有趣,这就需要加入创意。文化创意产业不仅是福建文化产业的核心力量,同样也是台湾文化产业的重要力量。目前闽台的制造业、电子业、动漫业等都已经有一定的提升,加之中国大陆倡导、创建了“一带一路”的平台,为闽台各领域合作发展提供了广阔的空间。但是闽台双方在现实的合作中,并不尽如人意,受到诸多因素的影响,为能准确地把握这些阻碍因素,寻找到可行性的对策,以便深入推动闽台民俗体育文化创意产业发展,我们运用问卷、访谈、文献法,综合统计分析得出22项影响因子,再采用德尔菲法和层次分析法筛选出6项影响闽台合作行销民俗体育文化创意产业最为相关的制约因素,并提出了相应的对策建议。现就调查结果进行分析。

1 闽台合作行销民俗体育文化创意产业的影响因素分析

1.1 台湾岛内政党恶斗操弄台湾民众意识形态

由于两岸历史遗留问题,“台独”分子长期引导台湾民众“仇中、反中、去中”的险恶用心,加之以美国为首的西方反华势力,利用台湾来阻扰两岸的统一,延缓中华民族的伟大复兴。同时,我们也看到台湾岛内各政党恶斗,破坏了两岸关系的基础,不承认两岸同属一个中国,给两岸的统一铐上枷锁,而逐步滑向“台独”的边缘,使得闽台合作逐渐丧失了政治基础。台湾岛内政党恶斗、裹挟民意,导致台湾民众在对中国传统体育文化认同上也出现了偏颇。这使得一些被蒙蔽的台湾民众在台湾人就是中国人的国家认知上存在偏差,从而造成政治态度不同,也影响

收稿日期:2018-04-20

基金项目:2016年福建省社科重点项目(FJ2016A019);福建省教育厅重点基金项目(JA13171S)

作者简介:谢军(1964—),男,福建建瓯人,教授。研究方向:体育人文社会学、区域体育比较研究。

了部分台湾文创业者的思维。正如接受调查的文创业者(计 161 人,其中台胞 72 人),有 96% 的人认为:“文化创意若失去了祖根文化之源,犹如无水之源,产品既无卖点,也无市场。”此外,大陆传媒和有着正义感、反独促统的台湾传媒在台湾岛内的传播能力欠佳且受限,中国大陆形象往往被台湾“绿营”媒体所扭曲,大多数台湾民众仅仅是从“台湾民粹”所描述的中国大陆形象中去认知中国大陆,也导致台湾民众容易出现认知偏差。这种偏差可以从以下几个历史时期观察。

一是在 1949—1989 年,国民党退据台湾岛后,为了维护自身的法统地位,一方面高压管治、肃清日据时期的“皇明化”毒瘤,大力推广中华传统体育文化;另一方面又以仇视大陆的不正当宣传等,使得台湾民众对两岸同属一个中国产生认知偏差。这一时期,台湾民众总体是认同中华传统体育文化的,但在高压推广中华传统体育文化的过程中,将原本就是中华传统体育文化的闽台地方民俗体育——“拜拜体育”,^①误认为日据时期的余毒而取缔,导致具有 70% 以上人口崇尚民间信仰的台湾民众对国民党所推崇的正宗中华传统体育文化产生了认知上的偏差。

二是在 1990—2008 年,以李登辉为首的“蓝皮绿心”分子及陈水扁为首的深绿分子,在台湾岛内开始搞隐形“台独”,即“文化台独”。以所谓的“固有体育”“乡土体育”“本土体育”或“混合文化说”等来“超越”原有文化源(不承认台湾的文化源自中国)。这些别有用心者将中国文化说成是与“荷兰文化、日本文化、西洋文化”一样的“客体文化”或“外来文化”。为了迎合“本土化”思潮,台湾有关部门竟然不顾廉耻,公然将日本的柔道、剑道等列为“乡土体育”。然而这些学说都是建立在无根基之上,必然走进黑洞,难以拓展,但却给 80 后、90 后的台湾青年一代造成了极大的心灵创伤。正如一位接受访谈的从事文创的台胞刘先生坦言:“当今台湾社会的主流论

述居然演变成‘本土化 = 去中国 = 台独’,而且从政治圈蔓延到学术圈,越来越多的年轻学子在这股潮流的裹挟下迷惘不知所从,这真是一件令人十分悲哀的事。如果我们年轻一代不自己下工夫认真研究历史,而且有正视历史的勇气,而只是求一时的利益与虚荣,则不需要几代我们就会把自己的祖宗历史与文化遗产都一股脑儿丢掉了。台湾在追求本土化的过程中,不仅不应抛弃中国文化,还应该好好地加以维护并发扬,如果硬要切断台湾和中国文化的关系,那分割之处必是血肉模糊。”

三是 2009 年至今,因马英九执政时,在对台湾所谓“乡土体育”“本土体育”的正本清源上,做得不彻底、妥协于绿营。尤其是以蔡英文为首的绿营“独”派执政后,在台湾岛内大肆操弄政治对立,以所谓的“转型正义”,对具有中华文化符号的人和物都千方百计地抹杀除去,即使是被学校广为开展的校本体育教材——武术、醒狮舞龙、宋江阵、八家将、扯铃(抖空竹)、干乐(陀螺)、流民拳(客家人拳种)、高跷、跑旱船等,也提出取消行政经费补助推行的法案,以阻扰台湾青少年儿童对中华传统体育文化的认知与传承。

1.2 闽台民俗体育文化创意产业归属及价值认知

目前文化学界对文化产业的定义是:为提升人类生活尤其是精神生活品质而提供的一切可以进行商品交易的生产与服务。从广义上看,传媒、卡通、影视、娱乐、游戏、旅游、教育、网络及信息服务、音乐、戏剧、艺术博物馆等都是文化产业璀璨的一员。但在统计和发展文化产业指导上,并未考虑民俗体育文化产业。若从体育产业的划分归类统计看,是将其纳入竞赛表演业。根据福建省体育产业“十三五”发展规划,在竞赛表演业中提出:“打造传统品牌赛事。依托海丝和两岸资源优势,积极举办海丝沿线国家和海峡两岸自主品牌赛事及民族传统体育品牌赛事。继续扶持永春白鹤拳国际文化节、中国(莆田)南少林武术文化节、福州全国龙舟公开赛、邵武“三丰故里”

^① “拜拜体育”:是指在闽台区域,民众为祭祀而产生的各种身体动作与表演。它是由民间信仰中孕育出的。在台湾大约有 70% 以上的人口崇尚民间信仰,在福建约 50% 以上的民众崇尚民间信仰。几百年来,闽台的民间信仰转化为生活习俗,宗教观念转化为生活形式,这些强烈的宗教色彩能如此深入而普遍传播于闽台民间的每一个角落,不是没有原因的。因闽台先辈们在蛮荒时代从中原迁徙福建,再由福建渡海来台,需几千里路的山重水复,遭遇瘴疠疾病、猛兽盗贼、黑水沟,让许许多多移民随时都可能客死途中,故原籍的守护神、祖宗牌位等便成为移民者精神支柱。他们到达目的地之后,先盖茅屋,供上神像与祖牌。当村落形成后,即产生公庙或宗祠。在告别了自己的拓荒时代后,由于慰神娱神的原生态身体活动并没有消失,而是转化为民俗体育活动的一部分延续下来,这是闽台社会先后由移民社会成为定居社会的表现,也是“拜拜体育”形成时期。“拜拜体育”也是台湾民众抗拒日本殖民统治、“皇明化”教育,传承中华文化的重要手段(参见谢军发表于《体育科学研究》2008 年第 1 期的《近现代台湾地方体育发展脉络梳理》一文)。

传统武术大赛、厦金海峡横渡挑战赛、海峡两岸中国百城冬泳锦标赛、海峡两岸气排球挑战赛、海峡两岸速度轮滑邀请赛等赛事的发展。到2020年,打造20项以上具有自主品牌的海丝沿线国家和海峡两岸品牌赛事体系。”^[1]可见,武术、龙舟是已成型的比赛项目,成为了体育形态。然而,大多数的地方民俗体育还处于原生态中,与民众的生产、生活、信仰紧密地联系着,尚未脱胎出来,成为体育比赛项目。因此,在“眼球经济”或“受众经济”上未达到地方经济的目标,被排斥在发展扶持的产业之外。此外,在产业发展的经济贡献值的统计上,也未将其纳入统计范畴,而是附属于民俗节庆(如“送船王”“妈祖”“保生大帝”“蜈蚣阁”“端午”等文化节)中。但是,在闽台区

域的各种民俗节庆中,若没有诸多的民俗体育的子弟艺阵(醒狮舞龙、宋江阵、八家将、高跷等)的斗阵参与,那这些文化节就大为逊色了,甚至难以称为什么民俗文化节了。正如322份的民众问卷调查反馈统计结果表明:96%的人认为“端午节,只有吃粽子,而没有划龙舟、抓鸭子、抓猪等,不能称为端午节”。可是一些地方决策层、操作层,则忽视了还处于原生态中的民俗体育的社会新闻、政治、经济、文化等价值。即使是体育的决策层,在打造自主品牌赛事和民族传统体育赛事时,工作思路的重点也是放在现代体育项目上,而非闽台民俗体育。据对福建省的9个地级市的调查结果看(见表1):具有闽台特色的民俗体育赛事约占10%,而现代体育赛事占主导。

表1 福建省9个地级市培育体育品牌赛事情况表

地区	体育品牌赛事
宁德	福鼎“太姥山杯”全国山地自行车越野赛、霍童溪山地自行车邀请赛、屏南白水洋国际水上(皮划艇)极限挑战赛
福州	世界沙滩排球巡回赛福州公开赛、中国羽毛球公开赛、环福州—永泰国际公路自行车赛、国际“铁人三项”赛、全国龙舟公开赛
莆田	“妈祖杯”海上丝绸之路国际羽毛球挑战赛、全国海钓锦标赛、美巡高尔夫球赛、中国(莆田)南少林武术文化节
泉州	环泉州湾国际公路自行车赛、国际南少林五祖拳暨民间传统武术大赛、全国健身健美冠军赛、“郑成功杯”国际男子篮球赛
厦门	国际马拉松赛、海峡两岸帆船赛、嘉庚杯龙舟赛、厦金海峡横渡挑战赛、海峡两岸中国百城冬泳锦标赛、海峡两岸气排球挑战赛、汽车场地越野挑战赛、联发杯海上丝绸之路国际篮球邀请赛
漳州	两岸四地体育舞蹈精英赛、海峡两岸速度轮滑邀请赛、海峡两岸气排球比赛、两岸四地网球精英赛、中国·东山岛国际自行车赛和国际山地马拉松赛、“旅投杯”龙舟大赛
龙岩	环冠豸山自行车大赛、永定环土楼国际马拉松赛、全国举重锦标赛、连城县正月游大龙、“土楼杯”篮球赛、羽毛球公开赛
三明	海峡两岸传统武术大赛、丹霞泰宁山地户外运动赛、国际皮划艇马拉松公开赛、宁化山地自行车越野赛
南平	武夷山国际马拉松赛、武夷山公路轮滑马拉松公开赛、武夷山国际骑游大会、武夷山国际越野赛、武夷山气功健身节、南平气排球赛、邵武“三丰故里”传统武术大赛

1.3 闽台部分区域文化产业欠发达及发展不均衡

重走海上丝绸之路,凝心聚力再创辉煌。在2012—2017年,福建文化产业增加值每年均突破千亿大关,在全国排名第6。^[2]近两年,福建积极推进核心区文化建设和自贸区建设,推动鼓浪屿、海丝等申遗,壮大重点文化产业,加大对台、对美、对非等文化交流力度,推进“文化出海”。同时在文化市场、公共

文化服务、古村落、文化遗产、创意设计、乡村振兴等领域先后下发了不下22个政策文件,促进文化大繁荣大发展。台湾文创产业发展较早于福建,也有较好的基础设施,但是在蔡英文为代表的民进党执政时期,则出现雪崩式的下跌,由2012年的1093亿元(人民币),下跌到2017年的697亿元(人民币)(见表2)。^[3]

表 2 2012—2017 年闽台两地文化产业增加值走势

地区	项目	2012	2013	2014	2015	2016	2017
福建	文化产业增加值/亿元	>1 000	1 180	1 180	1 050	1 060	1 130
	占 GDP 比重/%	5.0	5.4	5.4	4.1	4.2	5.1
台湾	文化产业增加值/亿元	1 093	1 156	1 076	976	853	697
	占 GDP 比重/%	4.3	4.6	4.2	3.8	3.2	2.1

资本是经济发展的血脉,是产业发展活力的源头。区域文化产业的资本流动性水平,直接反映出其文化产业发展的潜力、实力及方向,是反映文化产业发展的晴雨表。同时,区域文化产业发展的好与坏,直接影响到其文化产业吸引与运营资本的能力,进而影响到文化产业资本流动性强弱水平。文化产业资本力指数指标体系依托中国文化产业投融资数据平台,

基于可操作性、系统性、科学性等多项原则,综合运用理论分析、频度统计、实践借鉴等方法,从创新融资力、资产融资力、产业整合力、资本运营力和创意筹财力 5 个总量指标出发,通过分解指标层分解出 7 个二级指标及 17 个三级指标,由此构建出了福建省文化产业资本力指数指标体系(见表 3)。

表 3 2017 年福建省 9 个地级市文化产业资本力指数分析表

地区	排名	创新融资力	资产融资力	产业整合力	资本运营力	创新筹财力	资本力	资本力增幅/%
厦门	1	4.68	1.67	5.89	2.32	2.78	18.29	39.47
福州	2	3.34	1.63	4.47	2.40	3.35	16.19	37.69
泉州	3	2.58	1.24	3.48	2.78	2.55	13.46	32.46
漳州	4	1.79	1.87	2.32	2.69	1.41	7.46	23.75
莆田	5	1.63	1.68	1.91	1.79	1.25	5.16	22.14
宁德	6	1.46	1.17	0.76	1.32	0.91	4.75	19.68
南平	7	0.83	1.08	0.24	0.79	0.65	2.76	15.11
三明	8	0.64	1.02	0.32	0.69	0.41	2.49	13.95
龙岩	9	0.37	0.64	0.21	0.42	0.32	2.16	10.28

通过对福建省 9 个地区的文化产业资本力指数指标体系分析,可以看出,2017 年福建省各地区的文化产业资本市场发展表现出了明显的差异性,如厦门、福州、泉州地区文化产业增加值及占 GDP 比重均在全省前列,加之区域金融要素集聚,金融服务体系的建设也较为完善,文化与金融相辅相成,使得各类资本尤其是民间资本加速流入厦门、福州、泉州,进而推动了当地文化产业发展。而漳州、莆田、宁德虽然是历史文化资源、自然文化资源集聚的地区,但由于文化金融对接机制不健全,较为依赖政府的直接投资,吸纳民间资本的渠道相对狭窄,导致无法有效开发利用当地的文化资源。南平、三明和龙岩这些区域多处于偏远地区,整体经济发展相对落后,政府对文

化产业的扶持力度相对较弱,融资渠道也较为匮乏,文化消费的能力也相对较低,地区文化产业资本力指数均在 3 以下,整体文化产业吸引、使用、运营资本的能力有待提升。

根据对台湾省 8 个(台北、新北、高雄、桃园、基隆、台南、台中、金澎马)地区的文化产业进行委托调查反馈分析后发现:文化产业的配置资源多集中在台北、新北、高雄和桃园,而基隆、台南、台中、金澎马则相对发展滞后。

1.4 闽台民俗体育文化的深根与路径相对弱化

在台湾岛内,由于以蔡英文为首的民进党当局,拒不承认“九二”共识与一个中国的原则,大搞去中国化。民进党当局,一方面出台政策限制在学校、社

区、民间团体开展富有中华传统文化特色的闽台民俗体育文化,如修改课纲、取消补助、撤除民俗体育发展计划等;另一方面,出动“白、黑”道,采用恐吓、人身攻击、法律制裁等丧心病狂的手段,不准闽台两地间的民俗体育文化交流交往,运用打压、绿色恐怖等手段,使得具有深厚民众基础且在闽台民间交流热络的闽台民俗体育文化受到极大的破坏。

从福建推广与普及闽台民俗体育文化的调查分析结果看,只有武术全面进入学校课程,以及福建省民政部门主推的(为参加全国民运会)蹴球、毽球、射弩、高脚竞速、板鞋竞速、珍珠球、陀螺、龙狮、龙舟等项目,在全省仅有5所学校分类(1~2项)进入校本课程。由此可见,学校体育作为社会体育、竞技体育和全民健身的基础,希望通过学校教育的路径,普及与推广优秀中华传统体育文化,培养人们从小就有爱国、爱乡土意识。依据闽台学者的调查,“闽台民俗体育文化进入校本课程的制约因素,主要依次是:缺乏相应的师资、教师缺乏学习进修的渠道、经费不足、缺乏音像和多媒体资料及相应的书面教材课本、缺乏激励机制、领导不支持、场地器材设施匮乏、缺乏竞赛机制、与社会发展不相适应、学生的兴趣爱好不够和锻炼作用与价值不大等影响。”^[4]从福建的社会体育

团体的调查分析结果看(见表4),截至2017年,福建省9个地区正式的地方民俗体育团体仅占9.24%,而非正式的则占90.76%。地方体育行政主管部门,在培育正式体育协会、团体,仍是以现代体育项目为主,占正式团体、协会总计的88.58%。作为正式的体育团体,相对而言,市场的发展规模较大,有部分来自政府部门补助,且自身有一定的经济“自我造血”能力,政府在购买服务上,也对正式组织团体具有倾向性。但对非正式的体育团体来说,组织团体的运作费用基本全靠自身来解决。调查中还发现政府主管部门与体育团体、协会之间存在显著的认识差异,地方政府主管部门认为:“市场经济下,民族传统体育的发展就必须走市场化之路,由民间自己解决经费投入发展的问題,而不应由政府来承担,要改变‘等、靠、要’的观念。”各民俗体育团体则认为:“在社会主义市场经济发展的初级阶段,尤其是对富有地方民俗特色的传统体育文化发展的起步阶段,必须依靠政府政策和财政的扶持,否则难以也不可能市场化,这是我们的国情决定的。”在政府与民间团体二者未更新观念前,关于发展民俗传统体育文化的社会属性和市场属性的认识分歧,仍是影响民俗体育文化发展的因素。无论在学校、社区等路径的普及与推广都相对弱化。

表4 2017年福建省地方民俗体育团体与现代体育团体对比数量统计表(个)

地区	宁德	福州	莆田	泉州	厦门	漳州	龙岩	三明	南平	比例/%
民俗体育(正式)	3	5	3	6	4	3	3	3	3	9.24
民俗体育(非正式)	34	41	33	47	34	39	35	34	27	90.76
现代体育团体(正式)	31	33	32	33	34	32	33	31	30	88.58

备注:“正式”是指具有法人资格并在地区民政局或体育行政主管部门注册的民俗体育组织(包括社团、协会等);“非正式”是指未在地区民政部门和体育行政主管部门注册,以挂靠或自发成立的体育团体。另本表的非正式民俗体育团体的调查与统计是不完全的,主要依据在该地区民众已开展的民俗体育项目进行统计。因现代体育只作为对比的参考,且若按项目统计,也少于正式团体,故未列入统计调查范围。

1.5 民俗体育文化创意产业结构不平衡

广义的文化创意包括制造业创意、数字服务创意、文化传媒创意、建筑设计创意、咨询策划创意和休闲消费创意等,这6大创意也是被福建省列为重点发展的创意产业。然而,民俗体育在这6大创意中发展是弱化的且极不平衡的。其弱化体现在没有得到体育和文化界的关注与重视,其结构的不平衡体现在纯表演业上,即“文艺+民俗体育”或“旅游+民俗体育”的文化传媒创意上。而在民俗体育器材创意、场

地设施设计创意、“互联网+民俗体育”、咨询策划创意和休闲消费创意这5类型的创意则极为薄弱。

根据对福建连续多年成功举办中国国际体育用品博览会的调查发现:优秀的中华传统体育文化产品展示和宣传几乎是空白的。下面以2015年(33届)为例。

首先,从论坛的活动看,该届论坛包括中国体育用品业年度峰会、中国健身产业论坛、中国体育场馆发展论坛、中国体育用品业年度峰会——福建专场。

笔者从头到尾旁听了这四个不同时间段的论坛,感到遗憾的是这些论坛都未涉及如何研发和拓展中国传统优秀体育文化产品的内容,即使在健身产业和体育用品福建专场上也很少提到。其次,从展品范围看,本届展示的产品主要设置运动休闲服饰区、运动场馆设施区、网羽运动区、户外运动及休闲用品区、健身运动区、球类运动区和其他器材展区。总之,从本届展示的产品中,我们没有目睹到富有中华传统体育韵味的产品,诸如:滚铁环、高翘、龙、狮、龙舟、毽子、竹竿(竹竿舞的器材)、空竹器材(抖空竹,台湾称扯铃)、陀螺器材(闽南方言称干乐)、风筝器材等。即使在其他器材展区展示的含有中华传统体育文化元素的产品,也只有棋类、弓、弩、剑、武术器材等,且数量少。这从侧面反映出,举办单位和体育高层设计倡导,还潜意识局限在“奥运会”的相关产品的打造上。若在体育人自身举办的国际体育用品博览会上,都不极力地宣传展示中华优秀的传统体育文化产品,要想依托其他展会论坛来推广和普及中华优秀的传统体育文化,那就更不切实际。

1.6 民俗体育文化创意产业人才规模小、素质欠佳

为了解闽台民俗体育文化创意人才情况,笔者在厦门、福州、泉州、漳州 4 个地区的文化创意产业园区对从事文化创意业者计 161 人(其中大陆 93 人、台湾 68 人)进行了走访,另外还专门走访了 3 家(福州天翔体育文化创意产业园、奥体中心和厦门五缘湾奥体中心)计 16 人。经调查分析发现福建民俗体育文创人才存在如下问题:一是民俗体育文创人才结构失衡。在从事文化创意业者的 161 人中,曾经从事过民俗体育文创的业者约为 5.72%,从事过现代体育文创的业者约为 12.83%。而在专门从事体育文创的 16 人中,则无人从事过民俗体育文创。这充分说明从业民俗体育文创的人才匮乏,也反映了从业体育文创的人才总量也是不足的。调查还显示,福建省目前的民俗体育文创人才的年龄结构也存在失衡问题。如有过体育文创经历的从业人员的年龄(包括现代体育文创和民俗体育文创)在 20—30 岁之间,且从业的年限大多都不足 5 年,占比为 92.2%,这也说明福建省目前从事体育文创人才的工作经验是不足的,福建省的民俗体育文化创意产业尚处于刚起步的开发阶段。再就是学历、职称结构不合理。如调查数据显示,在有体育文创经历的从业人员中具有研究生学历的不到 15%,高级职称的仅占 4.2%,这也说明从业体育文创的高端人才是匮乏的。二是“体育+文化”的

融合度不足。这主要表现在懂体育的从业者在文创专业知识和能力方面薄弱,而懂文创业者又对体育知识和能力的掌握不扎实。甚至有的业者还认为民俗体育文化创意的经济价值不大,市场推广难且不被地方政府所接受。如目前多数城市运动休闲公园规划的主题是以现代、时尚的体育为主线进行创意与设计,以民俗体育文创为理念的方案则大多被否决。三是体育文创人才管理水平较低。如被接受调查的 3 家专门从事体育文创的业者认为:“公司没有组织过业务技术培训,缺乏职业规划和福利空间的拓展,产品开发的成员组合单一,缺乏来自生产计划、市场评估、设计、生产、工艺等职能部门人员参与。”说明目前福建省多数体育文创公司对人才的管理还处于低级阶段。

2 闽台民俗体育文化创意和行销策略

由于闽台两地的民俗体育文化创意产业的发展还不尽如人意,受到两岸政策、民众意识形态、价值认知、区域发展不均衡、普及与推广路径弱化、产业结构不平衡、人才规模小等诸因素的影响,课题组在调查的基础上,提出如下 6 方面的对策思路。

2.1 两岸政策的举措要更加有力

正如 2018 年 3 月国家出台 31 条,及厦门地方出台 60 条惠台政策,以遏制“台独”,吸引更多的两岸文创业者从事民俗体育文创,吸引台资投入福建民俗体育演艺娱乐和培训业,加快闽台两地民俗体育表演与培训业聚合,大力发展两地民俗体育演艺与培训业,扶持福建的民俗体育艺阵到台湾地区进行商演或参与庙会祭祀的“斗阵”表演,支持协助闽台两地民间共同举办大型民俗体育演艺会和培训班,继续引进台湾省民俗体育衍生品的工艺设计和文创经验等。由于台湾省在民俗体育文创产业发展方面早于福建省,有一定的人才储备基础,而福建已有良好的体育文创环境和广阔的内地市场,加之福建的“五缘”优势,必成为台湾青年和体育文创业者就业、创业的绝佳首选地。

2.2 规划要高起点、大手笔

虽然福建是对台关系的桥头堡、“先行先试”示范区、自贸试验区等,但是据调查发现,在全省范围内,乃至中国大陆尚未有一个专门的中华传统体育文创园区,没有一个富有闽台特色的民俗体育文化标志性的主题公园,也无一家在海内外有影响力的大型骨

于中华传统体育文创企业。为发挥中华传统体育闽台地方民俗体育文化的纽带作用,有必要在福州、厦门和泉州3个较有条件的城市,在以下三个项目中各选择一个不同的项目规划建设。

(1)一个国家级的中华传统体育文创产业园区。在福建设立“海峡两岸中华传统体育文创产业集聚区”,为两岸发展中华传统体育的文创企业搭建合作平台,以整合闽台两地民俗体育文创资源,优势互补、强强联合,发挥其产业集群效应,提升竞争力,以点带面拉动闽台两地民俗体育文创产业共同发展。

(2)一个在海内外有影响的中华传统体育文化主题公园。无论是福建还是其他省市包括台湾地区,没有一个像样的具有中华传统体育文化标志性的主题公园。福建是对台“先行先试”最重要的省份,还是“一带一路”海上丝绸之路的发源地,因此建设一个具有影响力的中华传统体育文化主题公园具有极大的社会价值。

(3)整合一家在海内外有影响的大型骨干民俗体育文创企业。通过政策和资金扶持,在八闽范围内组建一家跨地区、跨部门、跨行业、跨所有制的综合性民俗体育文创集团。同时,鼓励其与台湾省和内陆省份的大型文创企业集团(包括民营企业集团)实行跨省份、跨行业兼并重组,努力培育出拥有自主知识产权,并打造出具有国家水准、能够与国际竞争的龙头品牌企业。

2.3 打造建设有影响力的民俗体育文创平台

首先,福建9个地级市要根据自身的要素特点、资源情况来确定发展方向。在民俗体育文化发展规划和布局上要尽量避免雷同,避免恶性竞争。如宁德市重点发展畲族民俗体育文创对接台湾高山族;福州市重点开发中华龙舟、咏春拳等的文创对接台湾马祖和台湾“中华龙舟协会和咏春拳协会”等;莆田市重点开发“妈祖文化”的子弟民俗体育艺阵文创(如九鲤灯舞、登瀛高跷、涵江车鼓及“妈祖杯”龙舟赛等)对接台湾省的广大信众;泉州市重点开发如石狮蚶江竞舟泼水闹端午、俞家棍、踢球舞、跳鼓舞、南安蛇脱壳阵、永春白鹤拳、泉州“刂狮”“五祖拳”等民俗体育文创对接台南市乡亲;厦门市重点开发如集美龙舟、舞狮、踩高跷、蜈蚣阁、车鼓弄、宋江阵等民俗体育文创对接台湾金门、澎湖及部分台湾岛内民众;漳州市重点开发如浦南古雉、东山关帝信俗、岩溪塘墟祭祀民俗、戚家军祭祀仪式、漳州太祖拳青龙阵、大鼓凉伞舞等民俗体育文创对接台湾南部民众;龙岩市重点开

发如游大龙、烧炮、连城拳、“犁春牛”、武平民俗绝技等客家民俗体育文创对接台湾客家乡亲;三明市重点开发如石壁客家祭祖习俗、大田板凳龙、永安安贞旗鼓、泰宁大源雉舞、沙县肩头棚、龙角舞、宁化古游雉、稻草龙、“打黑狮”等对接台湾客家及台中民众;南平市应重点开发如建瓯挑幡、湛卢宝剑铸造技艺、延平樟湖崇蛇习俗、延平战胜鼓等民俗体育文创对接台湾彰化一带的民众。

其次,整合全省闽南民俗体育文化、客家民俗体育文化、畲族民俗体育文化、游艺民俗等资源,加快培植对台民俗体育旅游产业链的形成。聚合福建省各民俗体育资源,打造民俗体育旅游线路。形成民俗体育观光、会展、商业、文化产业融合、互动发展市场模式。

第三,紧密与闽台两地的影视业合作。将富有闽台特色的民俗体育推上荧幕,允许在闽设立的台资影视动漫企业的原创产品视同国产原创。兴办影视制作、发行、放映、演艺、娱乐、经营等体育文创影视业,宣传好闽台民俗体育的故事。

第四,借助会展推介民俗体育文创产品。通过在福建举办的各种重要推介会,如中国大陆国际体育用品博览会、海峡两岸文化产业博览交易会、“9·8”投洽会、“6·18”项目对接会等,发布民俗体育文创品的信息和动态数据,为从事民俗体育文创业者和企业提供必要的条件。在条件成熟时,可以举办闽台民俗体育文创产品的专题展。

第五,继续引进台湾省高端的民俗体育用品制造设计创意和衍生品的设计创意,如舞龙、舞狮、陀螺、风筝、跳鼓阵、八家将、宋江阵、蜈蚣阵、高跷、俞家棍、湛卢宝剑、中幡等器材道具,以及衍生品的设计制造,充实、壮大和提升福建民俗体育工艺品业。同时,对在闽发展的文创企业要扶持、引导,加大民俗体育工作室的建设,创立出具有海内外影响力的品牌,以提升和推广属于中国传统体育文化的闽台地方民俗体育文化。

2.4 拓展深化闽台民俗体育文化深根路径

关于闽台民俗体育文化传承这个问题,许多学者、社会人士都认为应采用“学校、社区、家庭三位一体的路径对民众进行培育”。然而,这里要探讨的是,我们要以什么样的文化表现方式呈现给人们,才能让不同年龄、层次的人所接受呢?有人认为需要保持其原汁原味,而有人则认为应该融入现代因素。我们认为这两种说法都太片面了,因闽台民俗体育文化包括了思想观念、思维方式、价值取向、道德情操、生

活方式、礼仪制度、风俗习惯、宗教信仰、文学艺术、教育科技等诸多层面的丰富内容。不可简单地说要保留其原汁原味或者融入现代因素,这都显得比较偏激。2010年3月,《国务院办公厅关于加快发展体育产业的指导意见》中指出,“推动体育产业与文化、旅游、电子信息等相关产业的复合经营,促进体育旅游、体育出版、体育媒介、体育广告、体育会展、体育影视等相关业态的发展”。2011年10月,党的十七届六中全会通过的《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》也明确提出,“推动文化产业与旅游、体育、信息、物流、建筑等产业融合发展,增加相关产业文化含量,延伸文化产业链,提高附加值”。传承民俗体育文化,需要我们开阔视野、拓宽思路,借助各种现代营销媒介,将优秀的闽台地方民俗体育推向世界。所以,我们认为民俗体育文化的传承应采取多样化的文创手段来拓展深化。例如,选择娱乐性、趣味性、观赏性较强的体育非遗项目(民俗体育在福建拥有诸多的国家级、省级的非遗项目)进行“互联网+民俗体育”“金融+文艺+民俗体育”“大数据+民俗体育”“旅游+民俗体育”等开发,如此打造民俗体育品牌,作为传承的路径,以点燃闽台民众对民俗体育的热爱,同时,也打造民俗体育文创产业的新体验。

2.5 营造良好的闽台民俗体育文创人才培育环境

发展民俗体育文创产业,人才是关键。各行各业培育人才的做法一般是引进、自我培养、配套有效的激励机制。台湾省相对福建省而言,民俗体育文创人才的总量和经验较有优势,而鉴于台湾愈加恶化的政治、经济环境,使得台湾青年就业、创业出现了瓶颈,为体现两岸一家亲,同为中国人,中国大陆出台了31条惠台政策,厦门也相继推出了60条惠台举措,以解决台湾同胞就业、创业的问题。这为继续引进台湾省的民俗体育文创高端人才到福建生活、学习、工作创造了良好的环境。当然,仅靠引进是难以满足福建自身发展需求的,因此,还必须加强内部培育。建议在福建高校设置相关的民俗体育文创专业并开设相关的课程体系,引导校企合作,设立民俗体育文创教学

科研实习基地,与社会相关培训机构、文创产业园等合作办学。也可通过引进台湾省较为成熟发达的相关培训机构委托培训,或与相对好的台湾文创职业教育学校合作办学。给予该专业毕业生就业、创业的优惠政策支持。

2.6 建立一套“以评促建”的统计系统

调查中福建9个地级市都普遍反映体育产业对地方经济的贡献值是最难统计的,其因是体育产业为复合型产业,与多行业交叉。如体育表演业与文艺融合归属文化产业,体育用品制造业与工业交叉归属工业,体育旅游业归属旅游业,体育保险业归属保险业等。因此,有学者认为,只要能能为地方经济服务,促进地方经济的GDP增长,不必计较具体的统计值。然而,在实际操作中,各级决策层则是基本依据统计数据(贡献值的大小)来反映该产业能否被作为下一个5年发展规划项目,从而在政策、资金等方面给予倾斜。由于体育产业,尤其是民俗体育文创产业,难以从统计数据中反映出来,因而各级领导对体育产业的重视程度或多或少会打折扣,影响了从业者的积极性。此外,若没有相对可靠的统计数据,也不利于研究,难以为决策提供科学、准确的参考依据。因此,建立一套可供参考的统计系统势在必行,以解决各地对民俗体育文创产业认知内涵不一、统计数据不可信的问题。

参考文献

- [1]福建省体育局.福建省体育产业“十三五”发展规划[EB/OL].(2016-12-12)[2018-02-20].http://tyj.fujian.gov.cn/zwgk/ghjh/zxgh/201612/t20161212_146880.htm.
- [2]经济日报.2017年全国各地文化产业发展概览[EB/OL].(2018-01-04)[2018-02-20].http://www.sohu.com/a/214680549_488939.
- [3]台湾文化产业竞争力[N].台湾“中国时报”,2018-03-21(4).
- [4]任向景,谢军.闽台民俗体育文化学校教育营造与根植[J].体育科学研究,2017,21(2):17-22.

[责任编辑 江国平]