

从多维视角探讨我国运动休闲的发展趋势

云学容, 许 军

(四川旅游学院运动与休闲学院, 四川 成都 610100)

摘 要: 21 世纪的中国将进入世界休闲国家的行列。运动休闲这种文明、科学、健康、积极的休闲方式正越来越多地为国人所认识。以文献资料法和逻辑分析法为主要研究方法, 从多重视角就我国运动休闲的未来发展趋势进行探讨, 以期为我国运动休闲的进一步发展、运动休闲人才的培养和我国全民健身运动的不断深入开展提供前瞻性的理论支持。

关键词: 我国; 运动休闲; 发展; 趋势

中图分类号: G80-05

文献标识码: A

文章编号: 1007-7413(2017)02-0052-08

Research on the Development Trend of Leisure Sports in China Based on Multiple Perspective Analysis

YUN Xue-rong, XU Jun

(Sports and Leisure Department of Sichuan University of Tourism, Chengdu 610100, China)

Abstract: In the 21st century, China will enter the ranks of the Leisure countries. Leisure Sports is civilized, scientific, healthy and active, it is increasingly recognized by the Chinese people. This paper discusses the development trend of Chinese leisure sports, based on Multiple Perspective Analysis, with a view to further the development of China's leisure sports, the Talent cultivation of leisure sports and the National Fitness, to provide a forward-looking theoretical support.

Key words: Leisure Sports; development; trend

1 研究背景

21 世纪是人类的休闲时代。休闲不仅反映一个国家或地区生产力水平、生活水平的高低, 而且也是衡量社会文明程度的重要指标。未来学家格雷厄姆·莫利托认为, 休闲是新千年推动全球经济发展的五大推力中的第一引擎。在欧美发达国家, 休闲已成为民众享受生活的主要方式, 以娱乐、旅游、运动等方式为基础的休闲产业扩展到了欧美发达国家的各大产业领域中。在美国、英国、法国、瑞士、新西兰、澳大利亚, 日本等休闲产业发达国家, 民众参与休闲运动非常普遍, 休闲运动开展得非常出色, 利用闲暇时间参与体育运动已是大众的一种稳定生活习惯和生活方式, 与吃饭、睡觉、穿衣一样, 休闲运动已成为了人们生活中不可或缺的一部分, 并对其经济增长作出了突出贡献^[1]。

20 世纪 60 年代以后, 世界头号体育强国美国经

济的发展造就了众多“有钱有闲”的中产阶级, 他们是推动运动休闲发展的主导力量。发达的运动休闲产业, 对美国体育用品、旅游、交通、食宿等产业具有巨大的拉动作用。运动休闲业在美国体育产业中占有举足轻重的份额。在澳大利亚, 休闲与体育运动实现了完美的结合。政府高度重视民众休闲运动的发展, 从政策、资金等方面给予特别扶持。英国是世界发展运动休闲产业最早的国家。发端于近代英国的户外运动与游戏为英国运动休闲生活的发展打下了良好的基础。运动休闲产业是英国解决就业的有效途径, 是英国经济收入的重要来源, 是政府部门制定相关政策必须考虑的重要因素。

目前, 我国已进入全面建设小康社会的新的历史发展阶段。按照马斯洛的需求层次理论, 人在获得物质生活的相对满足后, 必定要追求更高层次的情感需求、人际需求、价值认同需求、自我实现需求。全面建设小康社会将使经济增长、个人收入提高、科技进步、休闲时间充裕, 既有闲又有钱的人们可以把更多的时

间和金钱运用到高层次的消费,即享受消费和发展消费上来。中国即将进入世界休闲国家的行列。

休闲活动方式可谓包罗万象。自休闲生活兴起以来,休闲运动就以其积极健康的特殊魅力而成为了人们休闲活动的重要选择。休闲运动是人们在休闲时间从事的,以追求健康、放松身心为目的的各种体育运动形式。运动休闲具有生理学、心理学、美学、社会学等多元价值,从肉体到灵魂的畅快感、从身体到心灵的愉悦感是休闲运动带给参与者的非凡享受,它既可以提高我们的生活质量也可以提高我们的生命质量,是很多其他活动无法媲美的。作为新时期大众体育发展的一种新形态,运动休闲正成为现代人的一种文明、科学、健康、积极的休闲生活方式,体育运动的休闲参与价值正越来越多地为人们所认识。我国的《十二五规划纲要》提出:“发展健身休闲体育”,休闲体育概念第一次进入国家发展规划。

2014年10月20日,国务院发布《国务院关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》(国发〔2014〕46号),积极部署扩大体育产品和服务供给,推动体育产业成为经济转型升级的重要力量,促进群众体育与竞技体育全面发展,加快体育强国建设,不断满足人民群众日益增长的体育需求。该文件把全民健身上升为国家战略,把增强人民体质、提高健康水平作为根本目标,表明了国家对国民运动休闲的高度重视。

在这样天时地利人和的大背景下,我国运动休闲的发展远景必定是广阔的。本文从多维视角就我国运动休闲的发展趋势进行探讨,以期运动休闲在我国的进一步发展、运动休闲人才的培养和我国全民健身运动的不断深入发展提供前瞻性的理论支持。

2 我国运动休闲的发展趋势

2.1 运动休闲的价值取向:提高生活质量与生命质量

在休闲理念未形成之前,人们参与体育运动的主要目的和动机是为了追求身体的健康,从运动项目的选择,到健身方案的施行,主要围绕身体健康或身体康复展开。为增进健康或身体康复而进行的体育运动往往被视为一种任务或负担,带有一定的强迫性。人们没有将其与休闲、放松、提高生活质量与生命质量联系起来。

运动休闲强调人的身心双重体验,人们参与运动休闲的目的即强调强身健体,同时还要达到精神的放

松,心理的愉悦,而不是强迫和负担。在全面建设小康社会的中国,人们将从更高的层面上来认识运动休闲,将它看成是生活质量的体现、生命质量的体现、生活态度的体现、文明程度的体现以及社会进步的体现。人们对运动休闲的价值取向将从单纯的追求身体健康转向提高生活质量与生命质量。运动休闲参与将成为未来中国体现人民群众生活质量与生命质量的重要指标。

2.2 体育运动的休闲参与价值将越来越多地为人们所认识

随着中国社会总体进入小康社会,社会进步、物质丰富、闲暇增多,人们的生活发生了巨大改变。普通民众开始摆脱为生存整日奔波的固有生活模式,有了休闲的新思想、新观念。但在经济富裕之后和“休闲社会”到来之前,人们对休闲方式的选择和余暇时间的安排还处于粗放式的状态,休闲时间利用不合理,休闲活动单调、消极、低俗、不健康还广泛存在。如过度睡觉、过度看电视、过度用电脑、过度玩手机、过度玩游戏、过度玩麻将,忙于各种吃喝应酬或者一窝蜂地奔赴旅游景点等,这些往往让人们觉得放假比工作还累,放假后往往工作不在状态。尤其是近年来,每逢节假日,人们对各种“堵”和“累”充满了抱怨。虽然国人的有闲时间已经接近发达国家水平,但在大部分人的生活里,“有闲社会”的那种放松感、自由感、幸福感以及个体的完善和发展似乎还很难感觉到。

休闲方式层出不穷。文明、健康、科学、积极的运动休闲方式自休闲生活兴起以来,历来为人们休闲活动的重要选择。体育运动以身体活动为基本表现形式,通过身体活动给予人体各器官系统以一定强度和量的刺激,促使身体在形态结构、生理机能等方面发生一系列适应性反应和趋优变化,从而增强体质,增进健康。体育运动可促进身体健康,这是千百年来不争的事实。体育运动不仅是健康的载体,也是消除心理疲劳、拓展人际交往、增进情感交流的润滑剂。借助各种休闲运动项目将焦虑、紧张、不安等不良情绪发泄出去,既缓解了心理压力又享受了生活、愉悦了身心。随着经济、社会的进一步发展,体育运动的休闲参与价值必将为追求文明、健康、科学的闲暇生活方式的人们所认识,成为国人休闲活动的普遍选择。

2.3 强劲的运动休闲消费力

改革开放30余年来,我国经济的发展取得了举

世瞩目的成就。2012 年,十八大报告指出:“到 2020 年,实现国内生产总值和城乡居民人均收入比 2010 年翻一番”。这预示着国人的生活水平将不断提高,恩格尔系数逐年下降,我国居民消费水平和消费质量将有显著提高,消费结构层次也将从生存消费向享受消费和发展消费过渡,消费型社会将逐渐形成。

众所周知,恩格尔系数是国际上通用的衡量一个国家或地区居民生活水平高低的一项重要指标。恩格尔系数是食品支出占个人消费支出总额的比重。一个国家和地区居民生活水平越高,恩格尔系数越低,反之则恩格尔系数越高。根据中华人民共和国国家统计局于 2014 年 9 月出版发布的《中国统计年鉴 2014》,目前我国城镇居民的恩格尔系数为 35%,农村居民的恩格尔系数为 37.7%^①。体育经济学界普遍认为:恩格尔系数低于 40% 以下体育运动消费才会明显活跃^②。根据中华人民共和国国家统计局历年发布的《中国统计年鉴》预测:未来的中国,只要经济仍然持续长期平稳发展,恩格尔系数的长期趋势必然是走低,运动休闲消费必将活跃。

近年来,我国政府公布了一系列举措加速经济结构转型,由粗放型生产社会向高增值消费型社会转变。尤其 2014 年 10 月,国务院发布《国务院关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》(国发[2014]46 号),显示了政府已加大促进体育消费的力度。随着城市化进程的科学推进,越来越富裕的广大群众将提高生活质量和追求全面的发展放到重要的位置,随着体育运动的休闲参与价值为越来越多的人所认识,民众参与运动休闲的积极性将空前高涨。对于带有消费色彩的休闲运动,人们将表现出强大的消费热情,为健康投资、为生活质量投资的新型消费观正在兴起。所有这些都将带来强劲的运动休闲消费力。

2.4 庞大的消费力将加剧运动休闲的产业化趋势

运动休闲产业是在运动休闲产品与服务商品化基础上,为参与运动休闲的消费者提供丰富的消遣、娱乐、健身的产品、设施和服务,促进社会物质财富和精神财富不断增长的一种经济形态。运动休闲产业不仅为人们提供健身娱乐的场所,产品和服务,而且也是丰富休闲生活内容,提高休闲生活品质的有效途

径。发展运动休闲产业是社会进步的标志,也是提高国民休闲生活质量和健康水平的必需。

随着我国经济的发展与社会的进步,余暇时间的增加、消费水平的增长以及运动休闲消费理念的形成,人们对运动休闲产品的需求将会进一步增加。广大运动休闲消费人群不断攀升的消费需求为我国运动休闲产业的发展带来了良好的契机。

运动休闲产业具有产业辐射范围广、经济带动性强、高回报率、渗透性强、高就业率等产业效应。在西方发达国家,作为现代生活不可或缺的运动休闲消费需求在人们总的消费需求中占有相当的比重,运动休闲产业在国民经济中的地位已经达到了很高的水平。作为拥有 14 亿人口基数的世界第一人口大国,中国运动休闲产业的未来发展规模不容小觑,运动休闲产业必将成为中国新的投资方向与热点。

2.5 庞大的运动休闲市场对外资形成强大吸引力

随着庞大的中国运动休闲市场的形成,在经济全球化的扩张之下,运动休闲产业的发展也同样受到全球化效应的影响。国外及港澳台地区的跨国、跨地区运动休闲俱乐部、运动休闲媒体、运动休闲用品公司等大举进军中国运动休闲市场是大势所趋。美国的倍力健身集团、奥力健身、台湾的亚历山大健身会馆、香港的美格菲健身俱乐部等早已纷纷抢滩中国市场。在众多国外运动休闲品牌中,法国地中海俱乐部进驻中国就是典型的案例。成立于 1950 年的地中海俱乐部(Club Med)是法国最大的度假品牌,最初是法国地中海之滨的一个运动协会,如今在世界五大洲的近 40 个国家建立了 120 余个度假村。地中海俱乐部以丰富多彩的体育项目和优良的体育服务闻名于世,成为国际著名的连锁度假村和休闲运动度假组织机构。目前,地中海俱乐部黑龙江亚布力度假村、地中海俱乐部桂林度假村、地中海俱乐部珠海东澳岛度假村已成功落户中国^③。近年来,地中海俱乐部中国区的年业绩增长速度高达 40%。下一步,地中海俱乐部计划在中国三亚、丽江等地开设新的项目,设立 5 家豪华度假村,中国将成为地中海俱乐部在全球的第二大消费市场。

跨国、跨地区运动休闲企业的进入,为中国运动休闲业的发展带来了新的理念,丰富了中国的运动休

① 中华人民共和国国家统计局. 中国统计年鉴 2014[M]. 中国统计出版,2014. 09

② 马宏霞. 体育营销学[M]. 航空工业出版社,2010. 3

③ <http://www.clubmed.com.cn/cm/home.do?PAYS=66&LANG=ZH> [EB/OL] 2015. 8

闲市场,同时也对中国内陆本土的运动休闲行业带来了不小的挑战。

2.6 户外运动休闲备受推崇

户外运动是人们在闲暇时间,为满足自身放松、休息、康体、刺激、人际交往等多种需求,采用体育运动的方式在自然环境中进行的各种户外体验活动。现代社会,竞争日趋激烈,快节奏、高效率的生活方式使现代人经常处于激烈竞争和超负荷运行的紧张状态中,而城市化步伐的加快又使人们与大自然交流的机会越来越少,于是,厌倦了都市生活的人们,开始把目光投向了大自然中。远离城市的喧嚣,摆脱工作和生活中的压力,纵情于山水之间,回归自然的户外运动以其独特的魅力成为现代人的强烈需求。

伴随着资本主义工业化、城市化的逐步兴起,户外运动首先发端于英国,它强调氧气、绿色、阳光、乐趣,利用山地、森林、湖泊、海滩、水库、空域等自然资源开展体育运动。二十世纪五十年代以来,西方各国政府非常重视户外运动的开展,户外运动的热潮在西方诸国一直居高不下。我国的近邻日本和韩国,户外运动的开展也非常普及。户外运动体现了人类回归自然、返璞归真、保护环境的美好愿望而被世界各国誉为“未来体育运动”,是国际大众体育未来发展的主流。

改革开放之初,户外运动从欧美各国传入我国,中国户外运动的发展正处于起步阶段。近年来,随着我国国民收入及生活水平的不断提高,尤其是都市有闲有钱又热衷亲近自然的“驴友”一族的形成,户外运动在中国的发展势头日益迅猛,正在形成一股热潮。随着国家城市化进程的日益加剧,回归到轻松愉快的自然环境中解放肢体,放松心灵,娱乐身心,充分享受自然山水和新鲜空气给人的身心带来的愉悦感和放松感将成为国人的迫切需求。并且,我国地域辽阔,具备丰富的发展户外运动的自然资源基础。从东北丰富的户外滑雪资源,西北的沙漠探险户外资源,西南山地户外运动的天堂——西藏、四川甘孜、阿坝到东南的滨海户外运动资源等陆域、水域、空域户外运动资源兼具备,为我国户外运动休闲的发展奠定了良好的资源基础。

而迅猛发展的交通工具将使民众的户外运动休闲更加便捷。交通工具的发展对现代人的休闲活动产生了跨时代的影响,以汽车和飞机为代表的现代交通工具的发展极大地方便了人们的空间移动、降低了成本、节省了时间,既扩大了人类休闲活动的时空半

径又促进了休闲的普及化、大众化。交通工具的普及,尤其是家庭汽车的普及对户外休闲的大众化起到了极大的促进作用。在法国,私人汽车主要用于运动休闲,在周末或假日驾车离开周围环境,被法国人视作一种休闲的可贵源泉。

2013年,中国汽车产销量首次突破两千万辆大关,并连续5年成为世界第一新车市场和最大的汽车制造国,小轿车正大规模进入中国寻常百姓家。尽管2013年以来,严重制约国内汽车市场的可持续发展及家庭汽车使用频率的各大中城市限购、限行等抑制汽车消费的地方性政策逐步向全国扩散,但却消灭不了大众利用汽车外出进行户外休闲的热情,自驾汽车进行户外休闲将成为中国家庭汽车的主要用途。交通工具的迅猛发展极大地提高了户外运动资源的可利用性,使民众的户外运动休闲更加方便而快捷,户外运动必将成为国人运动休闲的新时尚。

2.7 新兴的运动休闲项目将不断充实到我国的运动休闲领域

随着我国改革开放力度的进一步加大,我国与国外的交流将更加频繁,国外层出不穷的运动休闲项目将不断充实到我国的运动休闲领域。如马术、攀岩、翼型服飞行、跳伞、滑水、潜水、帆船、高尔夫等所谓的“烧钱”项目,由于花费较昂贵,现在国内鲜有人问津。随着国民生活水平的进一步提高,随着与国外沟通的日益频繁,依托众多的自然资源,这些所谓的“烧钱”项目必将进入中国寻常百姓家,丰富国民的运动休闲生活。此外,从运动休闲的活动空间角度看,目前我国的陆域运动休闲成长迅猛,越来越会玩的人们开始将目光投向了广阔的水域和空域,水域运动休闲和空域运动休闲开始显露出良好的发展势头,具有巨大的增长空间。新兴的运动休闲项目将不断充实到我国的运动休闲领域,中国国民运动休闲的内容将更加丰富多彩。

2.8 体育运动与旅游相结合,运动类休闲度假产品在度假旅游中将占据重要地位

当前,我国旅游产品正由传统的观光型产品向休闲度假综合型产品转换。从西方国家的度假休闲类产品结构上看,运动类的度假与休闲产品占有绝对的主导地位,尤其是山地户外运动休闲度假游、冰雪运动休闲度假游、滨海运动休闲度假游为主推产品。

从早期14世纪罗马度假地的温泉疗养,18世纪英国上流社会的滨海度假,到19世纪末的美国纽约圣安高尔高尔夫球俱乐部,20世纪欧洲的德国、瑞士、

法国等国的阿尔卑斯山滑雪度假胜地,体育运动始终就是欧美诸国度假区的重要组成部分,与度假企业的发展有着密切联系。美国的高尔夫度假及欧洲的阿尔卑斯山滑雪度假成为了美国及欧洲阿尔卑斯山地区旅游业的重要支柱。此外,法国地中海俱乐部度假村经营的度假体育活动产品多达 60 余种,使之成为了全球度假体育的知名品牌。众多国际品牌度假区之所以成功,得益于他们确立了明确的体育运动度假主题,如地中海俱乐部的运动与快乐主题、欧洲生态旅馆的健康与运动主题、阿尔卑斯山区诸国的滑雪运动主题、日本广岛森林公园的运动技能教育和家庭亲子自行车主题等^[16]。度假区从设施、活动内容、服务到环境都紧扣主题目标开发丰富多彩的体育运动项目。

纵观欧美日等国度假区的发展历程,度假区的发展从一开始就和体育运动结下了不解之缘。进入 21 世纪,随着经济、社会、文化环境的不断发展,我国的相关部门开始重视旅游目的地的度假体育建设,运动类的休闲与度假产品在中国度假旅游产品中的地位日益凸显。国内 12 个首批开发的国家级旅游度假区:上海佘山度假区、广州南湖度假区、杭州之江度假区、苏州太湖度假区、无锡太湖度假区、福建武夷山度假区、福建湄洲岛度假区、三亚亚龙湾度假区、北海银滩度假区、昆明滇池度假区、大连金石滩度假区、青岛石老人度假区均开发了休闲健身区、高尔夫球场等体育运动设施。当前,海南国际旅游岛的高尔夫项目建设、休闲体育生态园项目建设、疗养度假项目建设;地中海俱乐部黑龙江亚布力度假村和长白山国际旅游度假区的滑雪项目等的开发建设,预示着我国运动类的休闲与度假产品在度假旅游中将占有重要的份额。

2.9 中产阶级成为运动休闲的主导力量

中产阶级是指生活水平、经济地位、政治地位和社会文化地位处于中间水平的社会群体。中产阶级一般受过良好的教育,具有专业知识和较强的职业能力、大多从事脑力劳动,主要靠薪金谋生,有一定的闲暇,有相应的家庭消费能力,追求生活的品质;中产阶级普遍具有良好的修养,具备良好的公民、公德意识。中产阶级是社会稳定的基石,是引导社会消费的最主要群体。中产阶层对社会时尚潮流的敏感度非常高,能够以其高度的知性触感,迅速地理解和接受时代的文化内容,了解时尚的真正内涵,对社会风尚具有强烈的带动作用,对于运动休闲在中国的迅速兴起和发展有着重要的引领作用。

西方发达国家的中产阶级群体占人口的比例普遍

高于 70 %。通过运动休闲来康体、塑造体型、缓解压力、进行人际交往等备受中产阶级的亲睐。西方国家运动休闲的发展与其庞大的中产阶层群体密不可分,中产阶层是西方发达国家发展运动休闲的主导力量。

运动休闲的发展需要运动休闲消费作为支撑,如果缺少一个庞大的现代中产阶层消费群体来支撑运动休闲产业的发展,中国体育产业成长为支柱性产业的路将变得十分漫长。当今社会,只有中产阶级才能构成一个有闲、有钱、有休闲消费欲求的庞大群体,因此,不断扩大中产阶层比例,塑造现代社会阶层结构,不仅有利于经济的发展和社会的稳定,也是我国运动休闲发展的重要基础。

得益于中国庞大的人口基数和高速发展的经济水平,中国将是中产阶级群体增长最迅速的国家。目前,中国中产阶层规模比例已经达到 22 %。根据中国社会科学院 2010 年发布的《当代中国社会结构》研究报告:“我国中产阶层的比例在 2020 年将达到 35 %;在 2050 年前后,力争形成现代社会结构,城市化率达到 80 % 以上;第一产业从业人员比重降低到 10 % 以下;基本消除收入分配结构中的两极分化现象,形成一个普遍富裕的社会;在社会阶层结构中,中产阶层成为社会的主导阶层”^[17]。可以预见,随着中国社会阶层结构调整的不断深入,中产阶层必将成为中国运动休闲的中坚力量。

2.10 稳定而持久的“银发”运动休闲参与

国家统计局于 2010 年 11 月发布的第六次全国人口普查的数据表明,中国人口的老龄化趋势加速,中国正迈入老龄化社会。如何积极应对人口老龄化,已成为中国举国上下关注的社会问题。我国将对老年人权益进行全方位的关注和保障,积极应对人口老龄化上升为国家的一项长期战略任务。

瑞典、英国、德国、法国、日本等发达国家在进入老龄化社会时,人均 GNP(国民生产总值)已达 1~3 万美元,在全球 72 个人口老龄化国家中,人均 GNP 达 1 万美元的占 36 %,1~3 万美元的占 28 %,而我国 GNP 仅 0.4 万美元就提前进入了老龄化社会。即我国经济发展水平尚处于世界中下水平时,老龄化程度却与发达国家相当,呈现出“未富先老”的特征。这就导致了我国老年群体的生活品质、身心健康及生命品质普遍不佳,对老人本身已造成严重困扰,也成为了家庭和社会的沉重负担。而中外学术界普遍认为,休闲运动对民众,尤其是老年群体的身心健康及生命品质具有积极意义。

老年群体普遍拥有较多的闲暇时间,对健康的渴求程度高,这是老年人稳定而持久地参与运动休闲的动因。加之,老年群体远离了工作岗位,子女孙辈正处于事业、学习的忙碌期,绝大多数老人赋闲在家成为了空巢老人,这往往导致老人寂寞、孤独、失落等消极情绪,他们需要走出家门,与人交流交往。而参与休闲体育运动,在体育运动中既达到了与人交流交往的目的又培养了乐观开朗,积极向上的生活态度,这亦是老年群体稳定而持久的参与休闲体育运动的动因。因此,在我国人口急速老龄化趋势以及老人身心健康与生活品质、生命品质普遍不佳的背景下,运动休闲在中国老年群体中有相当大的发展空间。运动休闲对改善我国老年群体的身心健康,提高生活品质和生命质量将发挥重要作用。随着国家对老年人权益进行全方位的关注和保障系列举措的进一步落实,我国的“银发”运动休闲必将稳定而持久地得到发展。

2.11 运动休闲专业人才需求旺盛、市场前景广阔

与其他经济产业相比,目前我国运动休闲产业领域的经营管理人才队伍较薄弱,运动休闲管理、经营、服务人才较为匮乏。运动休闲产业现有的经营管理者中,多为教练员或退役运动员出身,他们虽熟悉体育工作,但缺乏对经济发展规律及市场运作的相关了解,缺乏管理和营销的知识与技能,因而不能有力地 将体育产品、服务推向市场;而一些投资商和经营者虽熟悉经营之道,却又缺乏对体育运动相关知识 的了解。即相关的体育人由于受成长环境的限制,往往知识体系不完善,知识结构不健全,在市场意识和市场观念方面存在不足;而具备市场经营知识和经验的非体育人往往又缺乏体育运动的相关专业知识,无法将体育与市场有机地结合起来。现在市场最紧缺的就是同时具备体育运动知识和市场经营管理两方面知识的复合型人才。运动休闲行业存在着很大的人才缺口。

自1993年以来,我国一些高校相继开设了社会体育专业,培养休闲运动经营管理服务相关人才。2007年教育部正式将休闲体育专业(代码:040207S)列为本科专业,标志着与大众运动休闲相关的专业首次进入了我国的高等教育领域,各高校纷纷开设休闲体育相关专业。总而言之,国内的休闲运动教育正处于起步阶段,人才培养在数量和质量上仍不足以支撑整个产业的健康发展。随着国民运动休闲需求的不断增长,随着运动休闲产业化趋势的日益加剧,国内对于运动休闲专业人才的需求日益旺盛,运动休闲人

才的市场前景广阔,加大国内运动休闲专业人才的培养力度已经刻不容缓。

2.12 运动休闲的社会化程度提高,运动休闲活动的开展将更加规范、有序

有组织的体育人口的数量是一个国家群众体育良好发展的重要标志。建立各类俱乐部(协会)是提高有组织体育人口数量的最有效途径。运动休闲俱乐部(协会)是具有共同体育项目爱好的人群所组成的运动休闲团体,它具有社交、娱乐、凝聚、服务等多种功能。运动休闲俱乐部(协会)是欧美发达国家民众开展运动休闲活动的主要组织形式。

目前,我国居民参与运动休闲的热情高涨,虽然拥有丰富多彩的运动休闲活动,但运动休闲活动开展的社会化程度不高,普遍处于自发、无序的状态。例如,都市人热衷的户外运动休闲,人们往往通过现代互联网系统自发组织一批人去户外,凭一时的热情,高估自己的能力,视野外生存、江河漂流、沙漠探险、高山攀爬等为儿戏,由此引发的伤亡事故频繁发生。典型案例当属2011年清明小长假北京两批驴友被困深山,警方两次出动直升机和数百警力救援。类似这样的驴友被困,大量出动政府资源,花费高昂的代价进行救援的事件在全国各地已屡见不鲜。这些现象也引起了网络的一片热议,怎样才能解决问题呢?笔者认为,关键在于规范。一方面要对户外运动爱好者进行教育,增强安全意识;另一方面要向户外运动爱好者传授探险及自救的知识和技巧,学会控制风险;同时,学习欧美发达国家,户外运动由相关协会进行规范,这些协会不仅负责会员的教育和“执照”的发放,而且承担区域内的救援任务。即应该由行业协会、俱乐部、社团等社会化组织来进行自我教育、自我管理,而不应由政府来买单。因此,在我国加强运动休闲俱乐部、协会、社团等的建设,提高有组织的休闲运动人口的比例,形成休闲运动的社会化组织势在必行。

随着国家对大众运动休闲的日益重视,随着国民素质的不断提高,随着与国外交流的日益频繁,我国运动休闲活动的社会化程度将加剧,运动休闲活动将更加规范、有序、有组织地开展。

2.13 政府更加重视运动休闲的发展

环顾世界各先发展国家,推动竞技运动与全民休闲运动的双主轴发展是必然趋势。运动休闲产业最发达的美国更偏重于以商业为基础的法律规范建设,每当有关运动休闲产业的各种项目将要实施,政府都会出台相关的条例、法案来规范实施。英国政府在发

展运动休闲产业的过程中,会充分考虑社会各阶层的消费能力和消费需求,力求使最广大的民众获得运动休闲的机会;英国政府会加大对运动休闲基础设施的投入,并制定相关的倾斜政策,扶持运动休闲产业的发展;作为运动休闲产业的引导者,英国政府会通过制定一整套法规、政策指导运动休闲产业发展的目标和方向。西方发达国家政府对运动休闲产业发展的宏观指导经验对我国运动休闲产业的发展具有积极的参考价值。

2012 年,党的十八大报告强调,“丰富人民精神文化生活,广泛开展全民健身运动,促进群众体育和竞技体育全面发展”。我国的《十二五规划纲要》提出:“发展健身休闲体育”。表明国家更加注重群众体育的发展,将为群众提供更多更好的体育公共设施和服务,让更多的群众享受到社会进步和体育发展的成果。国家体育总局在 2012 年 6 月召开的休闲体育北京论坛表态:“将全力支持休闲体育研究会的工作。目前,广大中国民众对金牌的追求已经不像 30 年前,今后体育学研究的很大投入是要向休闲体育运动、大众体育倾斜”。2013 年,国务院办公厅印发《国家旅游休闲计划纲要》(《国民休闲纲要》)也提出加强国民旅游休闲产品开发与活动组织,积极发展自行车旅游、自驾车旅游、体育健身旅游等旅游休闲产品。2014 年 10 月,国务院发布《国务院关于加强发展体育产业促进体育消费的若干意见》指出:各地要将发展体育产业、促进体育消费纳入国民经济和社会发展规划,纳入政府重要议事日程。

所有这些均表明:进入新世纪以来,国家政策反复关注民生,国家对大众运动休闲的重视。政府必将担负起宏观调控、协调、监督、引导运动休闲发展的责任,通过一系列法律、经济、文化政策等引导我国运动休闲业的发展。例如落实“带薪休假制”保障人们应有的休闲权利;给予税收优惠,赢得社会各界及民间资本投资于运动休闲产业;加大对大众运动休闲基础建设的投资力度等。

此外,对目前大众运动休闲中存在的一些突出矛盾,政府也会及时加以解决。例如,广场舞扰民问题:近年来,随着广场舞的风靡,由此引发的矛盾也在各地频频发生,广场舞扰民问题成为了社会的热点。武汉广场舞泼粪事件,成都广场舞扔水弹事件,北京猎枪、藏獒驱散广场舞者事件,美国纽约广场舞中国大妈被铐事件等层出不穷。如何规范广场舞成为了大家热议的焦点。针对这一焦点问题,笔者认为,

广场舞扰民问题除了需要政府的规范引导外,政府更应花大力气规划建设休闲场地设施。广场舞之所以扰民,一个关键点还在于休闲空间的匮乏,民众没地方跳,只能选择在居民区附近跳,扰民是必然的。随着健康理念的不断深入人心,运动休闲在人们的日常休闲活动中占的比重越来越大,相应的,对运动休闲的场地设施的需求也越来越大。但是,我国运动休闲的发展还处在起步的初级阶段,发展运动休闲所需的场地严重不足,根据 2014 年底发布的第六次全国体育场地普查数据公报,我国人均体育场地面积 1.46 m^2 ,仅为西方发达国家的 $1/15$ ^[21]。休闲空间的匮乏导致矛盾突出是不言而喻的。因此,为国民提供充足的休闲场地设施是政府必须考虑的,也只能由政府来规划实施。随着国家各项惠民政策的进一步落实,随着城市化科学规划步伐的日益加快,我国政府必将更加重视民众运动休闲的发展,诸如休闲空间匮乏的问题必将逐步得以解决。值得欣慰的是,国务院发布的《关于加快发展体育产业 促进体育消费的若干意见》明确提出,到 2025 年,我国人均体育场地面积要达到 2 m^2 。

3 结语

二十一世纪的中国即将进入世界休闲国家的行列。未来的中国,人们参加运动休闲的价值取向将指向提高生活质量与生命质量,运动休闲参与应成为评定人民群众生活质量与生命质量的重要指标;体育运动的休闲参与价值将越来越多地为人们所认识,参与休闲运动将成为国人休闲的主流;庞大的消费力将加剧运动休闲的产业化趋势,运动休闲业在中国体育产业中将占有举足轻重的份额,运动休闲产业将成为中国新的投资方向与热点;庞大的运动休闲市场将对外资形成强大的吸引力,新的运动休闲理念将不断涌入;户外运动休闲将备受国人的推崇,为满足旺盛的市场需求,针对户外运动资源的调查、规划、开发将成为体育学界的热点;新兴的运动休闲项目将不断充实到我国的运动休闲领域,丰富民众的运动休闲生活;运动类休闲度假产品在度假旅游中将占据重要地位,这应引起旅游学界的重视;中产阶级将成为运动休闲的主导力量,中产阶级对运动休闲的引领作用不容小视;稳定而持久的“银发”运动休闲参与将逐渐形成,老年运动休闲市场不容小觑;运动休闲专业人才市场前景广阔,各级各类学校应抓住这一良好契机;运动

休闲活动将更加规范、有序、有组织地开展,民众的运动休闲质量将进一步得到提升;政府将更加重视运动休闲的发展,相关利好政策会陆续颁发实施。运动休闲这种文明、健康、积极、科学的休闲方式将成为中国民众休闲参与的重要方式。

参考文献

- [1]周爱光. 体育休闲本质的哲学思考——兼论体育休闲与休闲体育的关系[J]. 体育学刊,2009. 5
- [2]戴群,姚家新. 体育锻炼与老年人生活满意度关系:自我效能、社会支持、自尊的中介作用[J]. 北京体育大学学报,2012. 05.
- [3]鲍明晓. 中国体育产业前景展望[C]. 中国体育产业与体育用品业发展论坛论文集,2012. 5.
- [4]杨桦,任海. 转变体育发展方式由“赶超型”走向“可持续发展型”[J]. 北京体育大学学报,2013. 1.
- [5]卢峰. 休闲体育学[M]. 人民体育出版社,2009.
- [6]王宗吉. 21 世纪运动休闲产业的发展与挑战[C]. 第二届社会体育国际论坛论文集,2004. 7.
- [7]田慧,周虹. 休闲、休闲体育及其在中国的发展趋势[J]. 体育科学,2006. 4.
- [8]曹纯菲. 休闲体育北京论坛 开启休闲体育研究新篇章[N]. 中国体育报,2012. 6.
- [9]林朝晖. 关于度假区体育的几个基本理论问题[J]. 吉林体育学院学报,2012. 5.
- [10]袁明煜. 休闲体育驻足中国的现实困惑与出路[J]. 体育学刊,2013. 1.
- [11]倪京帅. 台湾运动休闲的发展与启示[J]. 体育文化导刊,2013. 4.
- [12]王立伟. 休闲体育:一个与经济互动发展的历史范畴[J]. 成都体育学院学报,2007. 5.
- [13]吴晓明. 探析我国未来运动休闲发展趋势[J]. 体育文化导刊,2004. 4.
- [14]马宏霞. 体育营销学[M]. 航空工业出版社,2010. 3.
- [15]房蕊. 从休闲体育到休闲生活 漫话“有闲社会”[N]. 光明日报,2013. 11.
- [16]林朝晖. 国外度假区体育发展及其启示[J]. 体育文化导刊,2012. 11.
- [17]陆学艺. 当代中国社会结构[M]. 社会科学文献出版社,2010. 1.
- [18]秦学. 关于“经济发展促进休闲质量提升”一般认识的实证研究:以经济发达的广东省为例[J]. 旅游学刊,2010. 3.
- [19]许宗祥. 休闲体育概论[M]. 人民体育出版社,2007.
- [20]中华人民共和国国家统计局 中国统计年鉴 2014[M]. 中国统计出版,2014. 09.
- [21]第六次全国体育场地普查数据公报[N]. 中国体育报,2014. 12. 26.

[责任编辑 魏 宁]