

基于“民族－国家”形象建构视域下的体育强国建设

龚慧敏,何元春

(厦门大学体育教学部,福建 厦门 361005)

摘 要:体育作为世界共通的语言,在塑造国家形象、提升国际地位方面起到了重要作用。体育强国建设从某种程度上来说就是国家软实力的建构,它涉及民族国家形象方面影响力和号召力的认知与重塑。文章从体育强国建设的历程、相关认识、现实困境和应然取向等几方面进行分析,指出在建设体育强国的过程中需要面对民众思想观念、民众接受度、国际体育贡献低、西方文化霸权主义造成负面影响等几方面问题。在建设体育强国的过程中,应转变当前体育价值观、创新体制,培育新的金牌增长点,大力发展中国体育文化和提高国际体育话语权。

关键词:体育强国;强国建设;民族－国家形象;形象建构

中图分类号:G80-05

文献标识码:A

文章编号:1007-7413(2018)05-0025-06

A Study on the Construction of Powerful Sports Nation in the View of “nation-state” Image Construction

GONG Hui-min, HE Yuan-chun

(Physical Education Department, Xiamen University, Xiamen 361005, China)

Abstract: As a common language in the world, sports plays an important role in shaping the image of the country and promoting its international status. The construction of a powerful country in sports is, to some extent, the construction of the national soft power, which involves the cognition and reconstruction of the influence and appeal of the national image. This paper analyzes the course, related cognition, realistic predicament and orientation of sports powerful country, and points out that in the process of building a powerful country, it is necessary to face the problems of people's ideology, acceptance degree, low contribution of international sports and the negative influence of Western cultural hegemonism. It is suggested that the current sports value and innovation system should be changed in the process of building a powerful country in sports, and the new gold point should be cultivated, the Chinese sports culture should be developed and the international sports discourse right should be promoted.

Key words: powerful sports nation; a strong sports nation construction; nationstate image; image construction

2017年10月习近平总书记在十九大报告中提出:“广泛开展全民健身活动,加快推进体育强国建设,筹办好北京冬奥会、冬残奥会。”^[1]一直以来,不管是通过竞技体育彰显国际地位,还是通过全民健身提升国家软实力,体育已经成为人们关注并且十分重视的话题,对体育发展目标的认知也已经从发展体育大国迈向发展体育强国。体育不等同于经济、军事等硬实力,它更多地表现为一种软实力。按照约瑟夫·耐所提出的“软实力”概念,从中国体育发展历程来看,体育本身也多为强调民族国家形象建构问题,强

调的是一种影响力、号召力和渗透力。且从中国体育发展战略、体育外交等多个层面来看,体育不仅彰显了政治价值,更是彰显了中国人不屈不挠、拼搏进取的气质精神。

从古至今,体育强则民族强。体育强国,是我们目前建设的重要内容,也是中国人一直以来孜孜不倦的追求。建设体育强国是一种建构行为,而民族国家形象是我们建构体育强国的主要着力点。如何围绕民族国家形象来加强体育强国建设,在此方面还有哪些问题需要探讨和研究,应该说讨论这一问题具有理

收稿日期:2018-05-21

基金项目:国家社会科学基金项目(16BTY021);福建省哲学社会科学重点项目(FJ2015A009)

作者简介:龚慧敏(1994—),女,湖南长沙人,在读硕士。研究方向:体育人文社会学。

何元春(1973—),男,江苏盐城人,教授。研究方向:体育人文社会学。(通讯作者)

论与现实的双重意义,在这个时候提出来也显得十分有必要。

1 基于民族—国家形象建构视域下体育强国的建设历程

百年体育史,百年强国梦。多年来,我国体育的建设与发展一直是围绕民族国家形象在做不懈努力的,使体育成为走向民族复兴之路的重要工具与打造国家软实力的必要举措。回顾体育强国的建设历程,我们可以粗略地将其归结为以下几个阶段:

1.1 救亡图存阶段

近代中国遭遇了西方列强的强势欺压与轮番凌辱,英、法、日、美、俄等帝国主义国家不仅先后对我们发动过大大小小数百次侵略战争,更是残忍地将中国的领土与主权撕得粉碎。伴随着西方殖民者控制与剥削程度的加深,中国社会陷入了无尽的痛苦之中,中华民族也遭遇到空前的生存危机,在这样一个物竞天择、强者生存的时代,我们渐渐认识到,拯救国家、获取民族独立才是当时社会背景下的正确选择。

救亡图存成为那个时代最主要的任务,而体育在此时被选中,融入了这一伟大的历史进程中。一些近代知识分子开始关注体育的作用,比如康有为、梁启超等都认为体育能“行气血、强筋骨”,提高国民或士兵的尚武精神^[2],对强身救国起到重要作用。尽管如此,我们却依然因为旧中国衰弱的民族气节、虚弱的人民体质以及落后的体育成绩而被西方世界蔑称为“东亚病夫”。20世纪30年代的报纸上,外媒常将中国国民描绘为瘦骨嶙峋、瘦小枯干的形象,甚至出现一群人扛着一个大鸭蛋的讽刺漫画。于是,我们试图通过建设体育来改善民族国家形象,在全世界范围内树立起对中华民族的认同。1908年的杂志《天津青年》提出了著名的“奥运三问”:中国何时能够派一名运动员参加奥运会?中国何时能够派一支代表队参加奥运会?中国何时能够自己举办一届奥运会?“三个奥运梦想”的提出,意味着我们开始有了通过体育来建设民族国家的意识,即参与奥运、夺金奥运、主办奥运,运用体育场上的胜利,燃起民族国家崛起的希望,以洗刷“东亚病夫”的耻辱。

1.2 “反”“证”并存中的民族国家形象重塑阶段

诚如法依在《黑皮肤,白面具》一文中所言,“黑人则想尽办法证明给白人看,看黑人丰富的思想并不亚于白人的智力”。而我国体育强国的建设也就是在“反”和“证”的过程中,走上了民族国家形象的重

塑阶段。“反”就是要反霸权、反渗透;“证”就是要证明自己不是“东亚病夫”、证明新中国站起来了^[3]。

1949年10月,中华人民共和国中央人民政府成立,中国的体育运动也随着国家的发展而得以广泛普及。为了摆脱“东亚病夫”蔑称,重塑民族国家形象,党和政府先后推出了《关于改善各级学校学生健康状况的决定》《关于在政府机关中开展工间操和其他体育活动的通知》等具体体育制度,并提出了建设“民族的、科学的、大众的”新体育号召,为我国体育发展奠定了重要的思想基础。这段时间内,党和国家的高度关注,人民群众的积极参与,改善了我国国民体质衰弱的状况。尽管如此,我们仍旧由于竞技运动水平太差而被西方国家瞧不起、看不上,西方霸权也仍旧在对我国进行外交和经济的制裁,并不断妖魔化中国体育、中国政治等。在民族国家自尊心的强烈驱使下,“为国争光”和加快发展体育运动的呼声在社会中再次高涨起来。

1952年,新中国历史上第一次参加奥运会,通过赫尔辛斯奥运会,人们发现竞技体育的发展可以升国旗、奏国歌,当五星红旗在世界范围内冉冉升起,当中华人民共和国国歌响彻五洲大地,我们正是在“反”霸权中“证”明自己:中国人不再是手无缚鸡之力、懦弱无能的“东亚病夫”,而是一群积极向上、斗志昂扬的全新的共同体。1959年,容国团在第25届世界乒乓球锦标赛男单比赛中力挫群雄,为新中国体育史创造了第一个真正的世界冠军;1984年,许海峰在洛杉矶奥运会上为中国夺得历史首金。至此,我国的体育与国家形象在“反”“证”的过程中取得了跨越式的发展。我们完全有能力可以向西方人证明:中国人的体力、斗志,甚至是智力都丝毫不亚于他们,我们要用自己的方式构建一种全新的民族国家形象。

1.3 从“量变”到“质变”中的民族国家形象提升阶段

经历了半个多世纪的努力,自1952年首次参加奥运会至今,我们意识到,基于民族国家形象建构视域下的体育强国建设,在展示国家形象、证明社会主义制度优越性时,对竞技体育也起到了积极的促进作用。2000年悉尼奥运会,中国成功跃入奖牌榜第一集团大门,2008年北京奥运会,更是首次拿下奖牌榜第一的好成绩。从参与奥运到夺金奥运到主办奥运,我们已经成为了真正的“体育大国”。毋庸置疑,奖牌榜在一定程度上反映了一国的竞技体育实力,但越来越多的人意识到“金牌大国”并不等于“体育强国”。体育强国是指在国民体质、运动竞技、科学教

育、产业经营、竞技文化等方面显现出强劲综合实力,整体发展水平位于世界前列的国家^[4]。在体育强国建设的提升阶段,意味着我们要追求高质量、高数量、各方面均衡发展的体育事业,除开金牌数量的提升,更重要的是奖牌含金量如何,全民健身开展如何,老百姓体质健康如何,体育产业兴旺与否,甚至是我国在国际上有多少体育文化影响力、竞争力。这些都是质的概念。

以体育促进国家建构,是中国体育一百多年来的基本使命^[5]。今日的我们,正努力通过体育的强盛来树立我们在世界中大国的角色与地位,现在的中国完全可以称得上是一个大国,国际社会已普遍把中国看作一个“上升中的大国”“迅速崛起的大国”,甚至认为中国是“全球大国”“超级大国”,但我们还算不上真正意义的强国。正因如此,我们才要加快体育强国建设,通过体育来提升民族国家形象,以求最终实现民族复兴、国家崛起的中国梦。

2 基于民族-国家形象建构视域下体育强国建设的相关认识研究

2.1 体育强国建设是“量”的增长,更是“质”的提升

关于体育强国的理解,学界多有研究,但在几个方面学者是达成共识的,即体育强国内涵主要涉及大众体育、竞技体育、体育科教、体育产业、体育文化这五个领域。“强”是质的概念,判别体育强国与否,绝不是简单的追求金牌数量的增长。发展竞技体育建设体育强国除了关注数量以外,重在考虑金牌的质量,应当承认,要想在国际上已非常普及且竞争激烈的项目中夺取优胜,我们还需加倍努力。

2.2 体育强国建设是“硬”文化的建设,更是“软”实力的建构

体育不完全等同于政治、军事、外交等硬实力,体育文化、国际体育影响力、国际体育话语权是体育强国软实力的表现。如今,美国 NBA,足球的英超、意甲等都在全世界范围内产生很大的影响。文化与贡献也是展现民族国家形象的窗口之一,评价体育强国,更重要的一方面要看“软”实力的建构,看是否对世界体育发展做出特殊贡献,同时要确立在国际体坛的影响力与话语权。

2.3 体育强国建设是民族-国家形象的“他塑”,更是“自塑”

本尼迪克特·安德森在《想象的共同体》一书中主张:“民族是一种想象的政治共同体——并且,它

是被想象为本质上有限的,同时也享有主权的共同体。”^[6]安德森的新民族主义理论强调了“想象”与“创造”,突出了民族的“人为构建性”,在此基础上,我们需要认识到,体育强国建设,不仅是民族国家形象的“他塑”,更是“自塑”。

1983年,原国家体委在“关于进一步开创体育新局面的请示”中,第一次明确提出了要在20世纪末把我国建设成为“世界体育强国”的目标^[7]。2017年,习近平总书记在十九大报告中再次强调要广泛开展全民健身活动,加快推进体育强国建设。从东亚病夫到体育强国,体育一直被想象为一种有力的象征,成为塑造民族国家形象的工具,建设体育强国从一开始就带有极其强烈而鲜明的民族崛起意味和实现国家复兴的情感诉求,即我们进一步通过体育的进步来证明国家综合实力的进步。

为了更好地宣传国家形象,增强民族自信,在建设体育强国的过程中,我们通过报纸、电视等大众媒体的传播来建立认同,“自塑”中国国际形象。1958年,《中国体育报》创刊,成为专门为国人报导体育、宣传体育的专业性报纸。1984年,中国女排首次夺得奥运冠军,当日的《人民日报》中有7篇文章均围绕中国女排展开,并将女排姑娘们描绘为民族英雄,以此塑造国家形象。例如:“中华民族在世界体坛上绽放光芒”“中国女排的胜利再次证明,我们古老的中华民族有着千千万万优秀的子孙,只要我们团结一致,中国的现代化必定实现”,等^[8]。2008年北京奥运会,我们通过电视转播,创下了40亿观众同时收看奥运的记录。当我们的报纸头条上挂满了体育英雄形象,当我们每家每户的电视里奏响起中华人民共和国国歌,这正是我们通过“自塑”在构建民族国家形象,向世界展示中国力量和中华民族精神^[9]。其次,民族国家的表述,一定会有某种象征,国家通过民族英雄,名胜古迹,神话和运动等符号现象来动员社会,团结不同的阶级、阶层和团体,用来到达服务于某种政治和经济的目的^[10]。正因如此,建设体育强国需要塑造一种国家形象,一种认同感。运动场上统一的着装象征着国家的统一;竞技场上高升的国旗,体育的实力同样象征着国家的实力。总之,建设体育强国是民族国家形象的“他塑”,更是一种“自塑”:大众媒体成为我们构建的途径,国旗国歌、着装、英雄事迹等成为我们构建的纽带,建设体育强国,就是在为党、为祖国、为人民赢得更大荣誉,为建设中国特色社会主义做出的新的更大的贡献!^[11]

3 基于民族—国家形象建构视域下体育强国建设中的现实困境剖析

3.1 民众思想观念的变化

新中国成立前后,在当时的国内外客观形势及主观认识下,中国人民表现出强烈的社会主义思潮,反对外部帝国主义,努力想要在国际上证明社会主义的优越。因此,成员间同质性程度较高,他们有着大致相似或相同的价值观,个人利益服从于整个政治共同体的需要,民族国家认同感极高。但随着我国综合国力的提升,社会主义市场经济的发展,民众在生活方式、思维方式、价值取向等方面都发生了巨大转变,思想观念开始呈现出多样性、开放性等特点。同时,市场经济自身盲目性、自发性、滞后性的缺点也给我国民众带来不同程度的冲击,在许多方面逐渐影响民众的民族国家认同感。其一,社会主义市场经济条件下,人们的素质得到不断提升,个人能力的增强使得人们的个性和自主意识发展得越发独特,“自我中心”的价值思想有所抬头。人们开始强调自我选择、自我利益,把个人与社会、国家对立起来,只讲个人而不顾集体,这种极端自我主义倾向使人们内心逐渐淡化了民族国家认同感。其二,市场经济激起了人们对物质和利益的追求,很多人只注重个人的物质利益而把民族国家的需要看成一种虚无缥缈的东西,不少人在金钱与责任相冲突时往往会弃责任而择金钱,这种拜金主义、享乐主义的蔓延导致民众责任感的缺失,民族国家的情感不再植根于群众心中,阻碍体育强国建设。

3.2 民众接受度的问题

其一,在“举国体制”“奥运争光计划”的实施下,我国竞技体育已实现巨大飞跃,为中国夺取了极大荣誉。但体育强国的建设是要实现我国体育从量到质的转变,不仅是竞技体育的蓬勃发展,更包括群众体育、体育科教、体育产业以及体育文化。当我们转变金牌至上观,不再唯奖牌榜排名而争,老百姓能否接受金牌数量下降的现实情况?中国自 2000 年悉尼奥运会后,已成功挺进奥运奖牌第一军团行列,此后直至当今,仍可以称得上是奥运会各国中的“老大”,特别在 2008 年北京奥运会上更是站在了奖牌榜的最前列。一直以来,民众对奥运会奖牌的排名都非常关注,大部分人十分重视金牌的数量及其蕴含的价值。但体育强国建设必定需要转移一定的人力、物力、财力到其他领域,也必定会减少一定的竞技体育投入,

导致竞技成绩在世界大赛中滑坡的现象,在量到质的转变过程中,民众能否认同与接受此现实是一个很大的问题。

其二,在建设体育强国过程中,我国的三大球项目发展滞后,给竞技体育国际地位、强国形象的塑造带来了一定负面影响。三大球尤其是足球、篮球在世界上具有重要地位,社会关注度高、影响大,在我国也深受群众喜爱。三大球开展的好坏与否,是评价一个国家体育真正实力的重要评判标准之一。但是,就我们的三大球而言,多年来除了女排在特定时期取得了比较理想的成绩,总体而言这三个项目的发展还是不容乐观的,特别是我国的足球与男排。受传统文化以及自身素质特点的影响,中国的体育文化具有很大程度的封闭性和内向性,在运动过程中追求一种和谐、和合的态度,其优势一直局限于技巧、难美以及隔网对抗类项目,导致现有体育成绩含金量明显不足。足球、篮球属于舶来品,起源于西方,属集体同场对抗性项目,适合西方人崇尚力量、喜爱冒险的个性特点,加之中国人在身体素质方面天生不具优势,则一直处于落后状态。在建设体育强国的背景下,我国民众一直对三大球不离不弃,并致力于在这些项目上有所突破和发展,从根本上解决三大球问题,是我国迈向体育强国的必经之路,也是在建设体育强国的过程中我们必须解决的困境之一。

3.3 中国体育在国际体坛贡献率问题

综观世界,在人类的发展史上,唯有中华文明未出现过断层,造福了中国,也影响了世界。正如习近平主席指出的:“中华文明,不仅对中国产生了影响,而且对人类文明进步做出了重要贡献。”但反观我们在世界体育中的影响与贡献,却是屈指可数甚至几乎为零。近代以来各体育强国在国际体育价值观的竞争、影响力方面都确定了自己的地位:英国开创了现代体育的新形态,重新定义了体育的价值和功能;法国直接促成了当代奥林匹克和国际足联等重要组织的诞生;美国把体育与市场相结合,将体育产业的理念推向极致,形成了风靡世界的 NBA 文化;德国、瑞典推动了体操运动的发展;日本相扑、印度瑜伽的文化魅力已传播至全世界。而中国的体育文化还缺乏这样的影响力。过去我们更多地重视一种面子建设,追求竞技体育的争金夺银,但体育强国的建设不是一味地追求金牌数量,体育强国既要有“面子”,更要有“里子”,要有自己独特的体育文化,要做出贡献,表里兼顾。

3.4 西方文化霸权主义造成负面影响

在建设体育强国的进程中,我们长期以来过于倚重体育硬实力的价值取向,比较而言,缺乏对体育文化、体育宣传、体育外交等软实力的注重,在西方文化占据世界主导地位并拥有文化霸权的今天,一些别有用心势力妄图通过报纸、新闻等媒体的报道抹黑中国,使我们在塑造强国形象时遇到了很大的困难。作为美国主流媒体之一的“*The New York Times*”的网站上,在2008年北京奥运会时曾有过这样的报道内容:“The Beijing Olympics this summer were supposed to be China's coming-out party, celebrating the end of nearly two centuries of weakness, poverty and humiliation.”^[12]在这篇报道中,外媒用带有强烈贬义色彩的话语污蔑北京奥运会是“一场中国人庆祝自己近两个世纪孱弱、穷困和屈辱历史的终结的表演秀”。不仅如此,当我国运动员在奥运比赛期间取得令国际社会惊讶的优异成绩后,遭遇的往往是西方媒体强烈的质疑与反对,如2012年伦敦奥运会孙杨、叶诗文屡次打破游泳奥运会与世界记录时,西方媒体和教练这样评论到:“历史上每每出现令人难以置信的好成绩时,最后都被证实与兴奋剂有关”“一名游泳运动员的速度突然比往常快许多,这里面得有多少疑问啊”^[13]。西方媒体对中国的恶意报道直接影响了我国运动员个人以及国家的形象,损害了中国体育、中国政府在国际上的声望与影响力,十分不利于我们体育强国的建设。

4 基于民族-国家形象建构视域下体育强国建设的应然取向

4.1 转变体育价值观

体育本是一种娱乐,在建构民族国家中起到了一定的作用,但若把体育当作实现经济、政治等功利目的的工具系统,则与体育的本质大相径庭。参加体育活动本身就是为了从中获得乐趣,获取一种愉悦的感觉,无论这种感受是来自生理的还是心理的。文化体育、和谐体育、快乐体育才应当成为我们进行体育活动的正确价值追求。我们既要反对“我族中心主义”,也要反对“他族中心主义”,体育运动既要同乐乐也要众乐乐,要大力开展全民健身,鼓励老百姓积极参与体育运动,建立起符合社会的人文理性体育价值观,从而学会真正去享受体育本身的美与乐趣。

4.2 创新体育体制,培育新的金牌增长点

从体育大国向体育强国迈进,要面向国际体育发

展的新情况、新特点,建立起适应新时代竞技体育发展的制度、运行规则和管理体制。如果在国际认可度高的主流运动中没有一席之地,再多的金牌也堆砌不成一个世所公认的体育强国。我们要通过改革管理体制、强化运动员竞争、创新训练手段等方法,提升落后项目水平,特别是那些具有广泛群众基础和重要社会影响的项目,如三大球、田径、游泳等。不断培育新的金牌增长点,找到一条具有中国特色社会主义的体育发展之路。

4.3 发展中国传统体育文化

中华民族应该有我们自己的体育文化,深厚的体育文化土壤是体育强国出现的先决条件。随着运动技术的不断提升,我们要树立起自己的体育文化自信,注重加强包括运动员素质培养、国民体育认识等在内的体育文化建设。同时,必须改变现有被动的“引进来”的体育文化状况,要积极转变为主动“走出去”的体育文化推广道路^[14],要对中国传统体育文化进行挖掘、整理、培育和弘扬,也要兼容并包,吸收西方多元文化的精华,不断丰富我国体育文化内涵,争取对当代体育做出贡献。

4.4 关注受众,重视体育话语权的传播

成为体育强国,除了靠我们在体育方面做出的努力外,还需要在体育外交、国际影响力、话语权等方面做出积极的探索。出任国际体育组织高层,其目的并不是为了利用优势获得不正当的利益,而是要更好地履行责任,维护公平公正,并在发生争议纠纷之后有一个顺畅的沟通渠道,为维护国家形象、服务国家整体利益发挥更加积极的作用。

5 结语

习总书记讲到,体育承载着国家强盛、民族振兴的梦想,体育强则中国强,国运兴则体育兴^[15]。综上所述,体育的发展已经不仅仅限于比赛与竞技的范畴,而是越来越多地融入到社会文化之中,并打上了民族的烙印。民族国家视域下体育强国的建设很多时候是以一种想象的方式去构建的,是实现经济、政治功利目的的工具。当然,体育是国家软实力的重要组成部分之一,在一定程度上能够反映国家综合水平,但若能从体育的本质出发,从更多维度去发展体育各领域,我们才能建设真正强大的体育强国。

参考文献

[1] 习近平. 在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告

- [N]. 人民日报,2017-10-28(1).
- [2] 刘晖. 从“民族救亡”到“民族复兴”——我国近现代体育发展的历史动因[D]. 北京:北京体育大学,2011.
- [3] 何元春,苏丕仁. 文化互动中的中国乒乓运动开展的价值认知[J]. 北京体育大学学报,2011,34(2):8-12.
- [4] 黄莉. 体育强国的理论框架与战略设计[N]. 中国体育报,2017-11-27(7).
- [5] 任海. 体育强国:由重在国家建构到重在国族建构[J]. 上海体育学院学报,2018,42(1):1-6,40.
- [6] 本尼迪克特·安德森. 想象的共同体[M]. 吴睿人,译. 上海:上海人民出版社,2011.
- [7] 田麦久,孙大光,田雨普,等. 中国体育:体育强国的辨析与建设——中国科协新观点新学说学术沙龙观点摘编[J]. 体育文化导刊,2009(8):1-13.
- [8] 梁超. 女排“五连冠”报道与国家/民族认同建构研究[D]. 北京:北京体育大学,2012.
- [9] 刘青,王洪坤,孙淑慧,等. 国家发展视野中的大国体育崛起[J]. 成都体育学院学报,2018(3):1-6.
- [10] 张飞. 民族国家视阈下的中国国族认同建设[D]. 昆明:云南大学,2016.
- [11] 田雨普. 努力实现由体育大国向体育强国的迈进[J]. 体育科学,2009,29(3):3-8.
- [12] 郜庭秀. 从西方媒体对北京奥运会的歪曲报道来看语言反映的政治态度[J]. 消费导刊,2009(24):246.
- [13] 黄莉. 如何化解西方媒体对我国奥运明星的习惯性质疑[J]. 运动,2013(23):1-3.
- [14] 刘志坚. 体育强国理念下民俗体育文化发展研究[J]. 体育世界(学术版),2018(4):52-53.
- [15] 杨向东. 浅析十九大之体育强国建设[J]. 体育世界(学术版),2018(4):32-33.

[责任编辑 江国平]

(上接第 15 页)

- [5] 江苏体育产业增加值占比 1.17% [EB/OL]. [2016-10-27] http://news.xinhuanet.com/sports/2016-10/27/c_1119802135.htm.
- [6] 张建辉,黄海燕. 国际体育产业发展报告[M]. 北京:社会科学文献出版社,2017:150-151.
- [7] 国家体育总局和国家统计局. 2015 年国家体育产业规模及增加值数据的公告 [EB/OL]. [2016-12-27] http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201612/t20161227_1446406.html.
- [8] 任波,戴俊,徐磊. 我国体育产业结构优化研究——基于中美比较的借鉴与启示[J]. 沈阳体育学院学报,2017,36(03):34-38,54.
- [9] 国家统计局,国家体育总局. 2016 年国家体育产业总规模与增加值数据公告 [EB/OL]. [2018-1-13], http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201801/t20180113_1573014.html.
- [10] 黄海燕,潘时华. 长三角地区体育产业发展报告(2016~2017)[M]. 北京:社会科学文献出版社,2017:3-5.
- [11] 江苏省体育局. 江苏省公共体育服务体系建设规划(2016—2020 年) [EB/OL]. [2017-04-18], http://www.jssports.gov.cn/art/2017/4/18/art_37_120823.html.
- [12] 江苏体育产业发展报告 [EB/OL]. [2015-3-29] http://www.jssports.gov.cn/art/2015/3/30/art_3179_68112.html.
- [13] 丛湖平,郑芳,童莹娟. 我国体育产业政策研究[M]. 杭州:浙江大学出版社,2014:160.
- [14] 卢嘉鑫,张社平. 体育产业发展——理论与政策[M]. 北京:北京大学出版社,2011:141-144.

[责任编辑 魏 宁]