

中国体育休闲城市建设的问题及建议

前言

目前我国体育休闲城市建设存在概念模糊、特点不明确、人文关怀不足、产业发展模式与市场机制矛盾、城市营销乏力等问题。通过对建设过程的反思和分析,针对性地提出体育休闲城市建设进行对策研究。研究从体育社会学和城市科学的视角出发,根据体育休闲城市的理论考证和世界范例城市的对照参考,基于体育在城市休闲功能中发挥的作用,提出“一城市一名牌”“取向为民”“有为政府”和“有效市场”“特色营销”等建设建议,为体育休闲城市建设提供参考。

关键词

体育休闲城市; 体育休闲; 城市建设

随着中国城市化进程提速,城市规模和城市人口的快速增长,加快满足居民休闲需要的宜居城市建设的步伐,成为当今城市建设的应然之举。2017年2月,习近平总书记在考察城市规划和冬奥会筹办工作时特别指出:“城市规划建设做得好不好,最终要用人民群众满意度来衡量。”国际现代建筑协会《雅典宪章》指出:“居住、工作、游息、交通四大活动奠定了城市的基本功能”^[1]。“游息”的英文原词是“Recreation”,牛津词典释义为娱乐、消遣,柯林斯词典释义为休闲、娱乐,所以“游息”强调的正是城市的休闲功能,要让城市居民有幸福感和获得感,认可自己居住地城市,城市就必须具备满足城市居民休闲活动需要的功能。体育休闲作为积极健康的休闲方式,在增强体质、健康身心、释放情绪、振奋精神等方面具有突出优势,发展体育休闲建设体育休闲城市,是以人为本的建设选择,在满足广大人民群众健康生活需要、建设体育强国、实现中华民族伟大复兴等方面都具有非常积极的意义。

2009年10月,国务院公布《全民健身条例》积极推进了我国体育休闲城市建设的步伐,在当年召开的全国社会体育工作会议上,《小康》杂志社副社长殷云预言:“在全面落实《全民健身条例》背景下,体育休闲城市的建设必将为越来越多的地方所重视,成为未来发展的一个热点。”此后,宁夏银川市率先在2012年高调提出打造运动休闲城市,全国各地纷纷涌现出不少以体育休闲城市作为自身城市建设和发展选择的城市。例如,河北承德市建设北方冬季体育休闲核心城市,沧州市建设生态宜居体育休闲城市,湖南益阳市

建设国家运动休闲城市,天津市以武清为重点建设“京津冀健身休闲运动协同发展下”的运动休闲城市,江苏连云港市建设山海休闲体育城市,山东聊城市建设中国知名体育休闲城市,青岛市建设国际休闲体育城市,河北张家口市、浙江衢州市建设特色运动休闲城市等等。体育休闲城市作为我国新型的城市建设类型历经十年探索,在取得初步成果的同时,也显现出了一系列值得反思的问题。这些问题既发生在理论和认知层面,也发生在操作和实施层面,需要及时梳理和探讨解决办法,以使体育休闲城市的建设得以更好完成。

1 “体育休闲城市”的内涵需要进一步明确

目前我国在建城市发展规划的描述中,可以看到“体育休闲城市”“休闲体育城市”“运动休闲城市”和“体育城市”等数种提法。这些看是相似的名称,其实有着不同内涵,直接影响建设思路和建设规模。

首先,“体育休闲城市”和“休闲体育城市”两个偏正词组释义不同。“体育休闲”用“体育”修饰“休闲”,强调以什么方式进行休闲活动,落脚点是休闲。“休闲体育”用“休闲”修饰“体育”,强调是什么类型的体育活动,落脚点是体育。当上述两个词组与“城市”结合后,城市作为两个词组的修饰对象,无论“体育休闲城市”或者“休闲体育城市”,强调和凸显的都是体育在城市休闲功能中发挥作用并以此构成的城市性质,可以认为,“体育休闲城市”和“休闲体育城市”是同一种类型的城市,只是冠名略有差别,国内学者的研究文章可以证明这一结论。通过检索中国知网发

现,国内最早发表的文章是2008年贵州体育科技刊登的《构建我国休闲体育城市的初步探讨》(王茜,2008),定义“休闲体育城市”为“以休闲体育产业为支撑产业之一,在城市发展战略上把自己定位为以休闲体育为特质的、具有丰富而特色的休闲体育资源与设施、浓厚的休闲体育氛围、有较强辐射力的现代城市”^[2]。第九届全国体育科学大会上,游松辉提交了长江三角建立“体育休闲城市”实证分析报告,随后在北京体育大学学报发表论文提出“体育休闲城市的核心是城市体育休闲与城市全面建设的显著互动”(游松辉,2012)^[3]。第七届全国体育产业学术会议上,武会慧在报告中认为“休闲体育城市的核心是体育休闲和体验”(武会慧,2013)^[4]。贾洪祥天津市科委科技发展战略研究计划项目阶段性论文成果认为“体育休闲城市是把体育休闲理念融进市民思想并创造幸福生活的城市”(贾洪祥,2017)^[5]。第一届陕西省体育科学论文报告会,张吟秋定义休闲体育城市为“以发展休闲体育和休闲体育产业为主的城市”(张吟秋,2021)^[6]。学者们尽管提法不同,但很难将他们研究中的“体育休闲城市”和“休闲体育城市”从本质加以区分,这和我国学术界长期存在将“体育”和“休闲”叠加组成“体育休闲”或者“休闲体育”,而未重视词组的语法使用现象不无关系^[7]。

其次,“体育休闲城市”和“运动休闲城市”的逻辑关系既有区别又有交集。区别在于,某些运动休闲未必属于体育范畴,观赏性的体育休闲又未必需要身体运动。但是,观察学者们对“运动休闲城市”的定义,发现学者们笔下的“运动休闲城市”和“体育休闲城市”的概念内涵高度一致,同样难以区别。例如,在中国知网上检索到最早的相关文章发表于2008年,题目为《运动休闲城市市场定位与品牌推广研究》,文章定义运动休闲城市“指具有丰富的运动休闲资源和创意,形成浓厚的运动休闲氛围,富足的运动休闲设施,运动休闲产业在城市发展中形成集聚效应,最终能满足城市居民、城市旅游者、城市投资者需要的主题城市”(张素,2008)^[8]。李国强等人研究厦门建设运动休闲城市(李国强,2013)^[9]、魏翔等人研究银川市运动休闲城市建设(魏翔,2013)^[10]、郑道振研究构建运动休闲城市的动力因素(郑道振,2016)^[11]、凌平研究世界运动休闲城市建设(凌平,2018)的论文对“运动休闲城市”概念的定义基本与张素文章一致^[12],均认为运动休闲城市是以体育活动来满足市民休闲需要的城市。同样可以认为,学者们研究的“运动休闲城市”和“体育休闲城市”实际是提法不同的同一种城市类型。不过从行政管辖的结果看,“体育休闲”的主管部门局

限于体育部门,“运动休闲”则包括了旅游部门,例如《京津冀健身休闲运动协同发展规划(2016—2025年)》发文单位除了国家发改委,还包括体育局和旅游局。

应该引起注意的是,“体育城市”和“体育休闲城市”有着较大区别。“体育城市”是体育在城市全方位的展现,代表着城市现代化建设过程中的体育成果,例如,英国“世界顶级体育城市”评选,美国、加拿大每年的“最佳体育城市”评选,欧洲“欧洲之星”体育城市评选,都以体育的全方位展示为条件,而不仅仅局限于体育休闲。评选指标包括体育基础设施及使用、体育组织、市政支持、健康促进、体育人口、体育科技、市政保障、体育觉悟、城市规划等几十项细分指标。我国学者张志辉等人认为“体育城市是以体育运动及其相关产业的发展为载体,以其对城市的经济发展为主导,具备深厚的体育文化底蕴,并拥有独特体育赛事、场馆资源的城市的总称”(张志辉,2010)^[13]。另一些学者认为,城市体育对外影响程度以及体育文化传播情况(朱淑玲,2011)^[14]、城市体育活动对城市定位、品牌形象的影响程度(许月云,2012)^[15]、城市体育活动对国际和国内体育事业影响力(李先雄,2014)^[16]、城市体育遗产(陈林华,2014)和城市体育文化资本(徐红梅,2015)等都是将一个城市成为“体育城市”的必要条件^[17],体育城市是少数城市发展达到一定阶段的产物(曹丹丹,2018)^[18]。可见,无论是国际还是国内,学者们研究的“体育城市”都是指城市体育发展到高级阶段的城市称谓。

我国体育休闲城市建设过程中一个突出问题是,对“体育休闲城市”和“体育城市”的内涵模糊。体育休闲只是体育诸多功能中的一种,“体育休闲城市”在某种意义上和“体育城市”是整体和局部,是初级和高级的关系。从当前世界关于“体育城市”的理解,能够担当起体育城市的城市往往是那些城市经济发达、体育产业健全、体育赛事资源充分的现代化城市,也正因为如此,中国能够有底气提出并开始着手建设体育城市的恰好是北京和上海两座大城市。但体育休闲城市不同,它只是城市基于自身体育资源禀赋基础上,在体育诸多功能中对休闲功能进行开发并结合城市建设加以发展,籍以实现自身体育产业突破甚至起步,为城市居民谋取福祉。观察我国在建的体育休闲城市可以看出,没有一座是一线城市,因为这些城市在体育产业、赛事资源资源上、城市经济发展方面都处于发展过程中,在不具备全面建设体育城市的基础上,利用体育休闲为突破口,实现体育的经济效益和社会效益,刺激地方体育产业发展,实现体育与城市

的融合。世界城市发展的历史表明,从体育休闲城市到体育城市有一个发展过程,依靠阶段性的努力和长期的产业发展结果,如瑞士英格堡市最早作为体育冰雪城市、澳大利亚墨尔本作为体育网球城市、英国曼彻斯特作为体育足球赛事城市,经过数十年的培育和建设,才逐步发展并达到体育城市标准,成为真正意义上的体育城市。遗憾的是,我国现实的体育休闲城市建设,往往对体育休闲城市的内涵缺乏清晰认识,尽管提出建设体育休闲城市的目标,但实行的标准却是体育城市的指标,这种“拔高”建设方式往往造成了城市建设的僵局。

一般认为,按照《雅典宪章》的视角,城市的四大活动分为“居住、工作、游息与交通四大活动是研究及分析现代城市设计时最基本的分类”,“体育休闲城市”这一称谓更好的体现了体育为城市休闲服务的建设初衷,突出了城市游息(休闲)功能,故而“体育休闲城市”比“运动休闲城市”更全面地诠释出体育对城市休闲的作用。其次,“体育休闲城市”与“体育城市”有着差距,“体育城市”是现代化大城市体育与城市建设融合发展的高级产物,“体育休闲城市”是发展中的城市基于资源禀赋的现实选择,和“体育城市”对城市体育全面建设的要求不同,“体育休闲城市”建设的核心是对现阶段城市体育休闲功能的开发和建造,“体育城市”可以是“体育休闲城市”的远期愿景。

2 当前体育休闲城市建设的现实问题

2.1 城市特色不明确,建设内容趋同性强

我国城市从开始提出并着手建设体育休闲城市至今约十五年历史,仍然没有哪种城市能让人产生与体育休闲项目的具象联想。国内城市尤其重视体育资源“水”“陆”“空”全面开发,唯恐城市资源没有得到利用。例如青岛市规划发展“球类项目”“海洋水上项目”“城市户外项目”“山地项目”建设国际休闲体育知名城市,同为海滨城市的连云港规划建设“公园项目”“海洋水上项目”“城市户外项目”“山地项目”建设山海休闲体育城市,在众多的项目开发中,什么是能够代表城市的项目却让人模糊。反观国际著名体育休闲城市,如一想到观赏性体育休闲的足球赛事,就会想到曼彻斯特市,想到曼联队,想到老特拉福德球场;一想到滑雪,就会想到瑞士英格堡市,想到铁力士山滑雪场的现代化体育设施等等。体育休闲的全面开发和建设从近期看能增加城市居民的福祉,形成轰轰烈烈的建设场面,但是从产业发展形态理论的角度看,城市体育休闲产业的发展有量的扩张和质

的提高两个方面,不同时期的侧重点应该有所不同,特色不明确的体育休闲城市建设不仅加大城市投资负担,对内容容易造成城市内部体育休闲产业的内卷,对外还影响城市在城市间发展的竞争力,所以体育休闲城市体育休闲开发建设,需要从量的扩张为主转到以质的提高为主。

2.2 人文内涵不足,形式化建设问题突出

在一些城市建设规划中常看到口号式的语言描述,如体育基础设施建设、群众体育实现“新突破”,竞技体育“迈上新台阶”,体育产业发展实现“新跨越”等等,这些口号显示了而地方政府的决心,但城市建设归根结底是为城市居民服务的,城市居民结构如何、不同居民群体的休闲需求、如何提高城市休闲生活状态和休闲生活质量更需要科学调研和具体分析,需要从城市居住者的角度倒推。经验告诉我们,“取向为民”是体育休闲城市的建设本质,例如欧盟《体育白皮书》就明确要求:“力求促进欧盟所有公民,特别是弱势群体、儿童、老人和残疾人的体育运动与健康”,对市民包括特殊人群在体育设施方面的锻炼可及性、城市体育健康促进与市民运动保健、社会指导人员培训和社会整合、体育休闲市政保障以及体育维护社会公平正义等都有具体要求,内容条款细致而翔实^[19]。国内建设中的体育休闲城市大都有标志性的广场和体育中心,但是市民锻炼的方便性和使用率却不高^[20],城市人均体育场地面积不足,休闲体育人才质量不能满足城市体育休闲需要的现象突出^[21],城市人口中占有很大基数的中老年人群的体育休闲问题、年轻上班族的健康维护问题、房价上涨带来的市民体育休闲消费压力问题、体育休闲场所与交通配套问题等等^[22],这些中国城市面临的现实问题,却鲜有体现在城市建设的解决重点中。

2.3 观念保守,产业发展模式与市场机制矛盾

随着中国经济体制从计划经济向市场经济转变,体育产业由政府主导模式变为适应市场的市场经济模式,体育休闲产业作为体育休闲城市的产业基础,更需要地方政府通过有为的管理和有为的服务,培育市场吸引多方资本注入。然而,受过去体育举国体制的影响,一些城市在体育休闲城市建设过程中,仍然按照计划经济时代的思维寄希望于上级拨款,而不是按照市场经济的规律思考城市自身造血问题,例如,在体育休闲城市建设规划中,经常可以看到“市直各相关部门都积极争取上级资金支持”的描述。的确,城市的定位和发展规划依靠地方政府来制定,但体育休闲城市一般不太可能是政府行政运作的自然结果,需要城市在市场经济环境条件下,通过发展自身体育产业作为建设的经济基础,这

种依靠上级政府的行政资金划拨的想法,折射出现阶段我国体育产业政府主导型模式与市场机制的矛盾仍然突出,地方体育产业培育不足,市场机制模式下体育休闲城市多主体联合建设的程度尚还欠缺。

2.4 城市营销乏力,体育休闲城市知名度弱

当前许多建设中的体育休闲城市,在城市形象塑造和城市营销方面缺乏经验,致使城市经过多年建设已经取得一定建设规模,却因为城市体育休闲品牌不突出,不被外界认识和了解。例如宁夏银川市,自2009年开始体育休闲城市建设以来,发展了近200家体育休闲经营单位,运动休闲项目达到20余种,常住人口不到200万人城市,运动休闲年人数却超过300万人次,但人们印象中的银川市大多是黄土高原上的“塞上江南”,鲜有人将其与体育休闲城市联系起来。城市发展研究结果揭示,城市要想获得持续发展的长久动力,在不断提升自主创新等内生力的同时,必须注重依靠有效的城市营销来吸引外部资本和人才资源^[23]。体育休闲城市作为一种与第三产业紧密相关的城市类型,更需要通过良好的城市营销,吸引外部体育休闲资本注入和休闲人群,维持城市内部居民的体育休闲氛围和休闲行为,增强城市的整体竞争能力。

3 体育休闲城市建设的针对性建议

3.1 “一城市一名牌”,突出体育休闲城市项目特色

体育休闲城市是资源依赖型城市建设,一个城市只要拥有开展某一项体育休闲运动的资源条件,就有可能通过对此资源禀赋加以开发和利用,在此基础上建设体育休闲城市。所以突出项目的资源特色,打造精品项目形成品牌效应是某一座体育休闲城市区别于其他城市的关键,也是该城市核心竞争力的所在。我国提出体育休闲城市建设大多是拥有休闲体育资源的二三线城市,这些城市经济水平、体育产业发达程度、获得重大体育赛事的机会有限,体育休闲城市的建设不宜“高、大、全”,利用地区资源集中力量做好某一项体育休闲运动项目建设,形成“一城市一名牌”的特色是这些城市建设的较好选择。

3.2 “取向为民”,强调体育休闲城市人文关怀

体育休闲城市建设的社会意义在于实现城市发展与全民健康的关怀与促进,这也是体育强国建设的目标所向,所以,体育休闲城市建设不能只有城市管理者单方面建设图纸和行政规划,尤其需要城市居民的参与和认同。便民性是体

育休闲城市的最大的服务功能,应当改变或者消弱自上而下的行政式的规划方式,以调研城市居民实际需要为起点,从解决城市居民的实际休闲问题着手,“取向为民”地进行体育休闲城市建设,才能塑造城市活力,获得体育休闲城市发展的内动力和群众基础。

3.3 “有为政府”和“有效市场”,夯实建设的产业基础

体育休闲城市是城市化进程中新型城市建设类型,和我国城市建设的发展趋势密切关联。我国城镇化率在2020年超过了60%后,“存量提质”成为发展重心^[24],产业作为带动城市经济发展的根本,是实现城市提质的核心议题。体育休闲产业是体育休闲城市建设的产业基础,必须在坚持社会主义基本经济制度的前提下,充分发挥市场在资源配置中的作用,才能实现高质量的发展,为体育休闲城市建设提供长远保障。政府作为体育休闲城市的缔造者,发展体育产业却不应该采取政府主导模式,应该在市场经济与政府的共同作用下完成。正如新结构经济学家林毅夫提出的,在“有为政府”和“有效市场”的共同作用下,推动经济结构的转型升级和经济社会的发展是我国经济建设的重要手段,建设体育休闲城市需要地方政府改变依靠上级拨款的政府主导型意识,代之以构建开放的体育市场,提供休闲体育扶持政策和资源配置,加强信息服务和市场监管,激发大众休闲体育消费热情等措施,刺激和发展城市体育休闲产业,打好建设体育休闲城市的产业基础。

3.4 “特色营销”,提升体育休闲城市知名度

城市营销是增强城市知名及美誉度,助推城市经济发展的重要手段^[25],世界上许多著名的体育休闲范例城市均从不同特色的城市营销中获得回报。例如,英国谢菲尔德市利用举办世界大学生运动会机会营销“时尚、动感、激情、活力”的体育休闲之城形象,体育产业解决了2.5%的市民就业。德国基尔市依靠专门营销公司营销帆船运动“基尔周”节庆活动,吸引了大量赞助,成功打造出世界最大规模的帆船盛会品牌,建立了城市的自信心。在当今信息时代下,中国体育休闲城市建设同样应该开发创新具有代表性的体育休闲精品,并以此作为城市象征,运用市场营销的方法,利用多渠道的宣传方式和多方位的营销载体宣传造势,通过提高知名度来吸引社会关注,提升城市的无形价值和竞争能力。

4 结语

体育休闲城市建设在中国只有不到二十年的历史,然

而意义重大。一方面,它是中国城市进行产业转型、实现自身可持续发展的选择建设和城市建设模式的突破,另一方面,也是城市建设为全民健身提供条件,满足人民群众美好生活需要的积极举措。体育产业是体育休闲城市发展的基础,在中国体育产业与发达国家相比还有较大差距的情况下,体育

休闲城市的建设必须集合中国国情,依靠自身的资源禀赋和发展现状,走特色化的发展道路。相信随着中国体育产业的发展壮大和中国建设体育强国步伐的加快,会有更多的城市加入到体育休闲城市的建设中来。

文/彭翔,付燕,周妙蓉(西南民族大学,四川成都 610041)

基金项目:四川休闲体育产业发展研究中心科研课题(XXTYGY2017B06)

作者简介:彭翔,男,四川成都人,西南民族大学副教授,研究方向:体育社会学研究;付燕,女,四川万州人,西南民族大学教授,研究方向:运动健康促进;周妙蓉,女,四川彭州人,西南民族大学副教授,研究方向:体育社会学。

参考文献:

- [1] 吴志强,李德华.城市规划原理(第四版)[M].北京:中国建筑工业出版社,2010:18.
- [2] 王茜,苏世亮,苏静.构建我国休闲体育城市的初步探讨[J].贵州体育科技,2008(12):10-12.
- [3] 游松辉,花常花,汪继兵,秦海权.长三角区域体育休闲城市建设研究[J].北京体育大学学报,2012(7):31-32.
- [4] 武会慧.成都建设休闲体育城市的初步探讨[C].第七届全国体育产业学术会议集,2013(12):20.
- [5] 贾洪祥.京津冀协同发展背景下天津市体育休闲城市建设研究[J].决策探索,2017(8):92.
- [6] 张吟秋.从产业发展和人文关怀角度浅谈休闲体育城市建设[C].第一届陕西省体育科学论文报告会优秀论文集,2021(4):1-6.
- [7] 杨佳文,胡爱元.辨析“休闲体育”“体育休闲”“休闲运动”[J].体育科技文献通报,2013(3):109-123.
- [8] 张素.运动休闲城市市场定位与品牌推广研究[D].杭州:浙江工商大学,2008(12)
- [9] 李国强,刘英杰,蔡传明,张明明.厦门运动休闲城市构建的基础与现状分析[J].体育科学研究,2013(1):6-10.
- [10] 魏翔,李卫东,高杨,王欣.银川市建设运动休闲城市的战略研究[J].安徽农业科学,2013(41):10040-10044.
- [11] 郑道振.构建运动休闲城市的动力因素分析[J].广州体育学院学报,2016(7):42-44.
- [12] 凌平.运动休闲范例城市的比较与启迪[J].体育学研究,2018(4):57-62.
- [13] 张志辉,方鑫.体育城市硬性指标的初步探讨与研究[J].体育世界·学术,2010(8):52-53.
- [14] 朱淑玲.我国国家中心城市建设与体育城市建设之融合研究[J].山东体育学院学报,2011(6):11-16.
- [15] 许月云.体育城市形成与发展的逻辑路径与构建维度泉州师范学院学报[J].2012(7):67-73.
- [16] 李先雄.论国际化体育城市[D].长沙:湖南师范大学,2014(5).
- [17] 徐红梅.体育城市形象塑造的人本主义与品牌营销的文化社会学诉求[J].武汉体育学院学报,2015(4):29-32.
- [18] 曹丹丹,杨芳,周建社,李先雄.长株潭体育城市的创建研究[J].湖南工程学院学报,2018(3):120-126.
- [19] 王宏,王健.欧洲体育城市评选活动及其启示[J].武汉体育学院学报,2018(3):24-30.
- [20] 张吟秋.从产业发展和人文关怀角度浅谈休闲体育城市建设[C].第一届陕西省体育科学论文报告会优秀论文集,2021(4):1-6.
- [21] 张大治,刘晓虎.新时代背景下我国城市休闲体育发展的困境与路径[J].长春师范大学学报,2019(6):130-134.
- [22] 汤宇锟,张建华,王彬.城市休闲体育的地理空间分布特征与影响因素分析[J].中国体育科技,2022(2):106-113.
- [23] 王丰龙.国家中心城市建设的科学基础与途径[M].北京:中国财政经济出版社,2017(8):56
- [24] 王蒙徽.实施城市更新行动[J].城市开发,2021(17):1.
- [25] 吴修敬.“城市营销”视角下体育赛事与城市发展研究[J].体育科技文献通报,2017(4):107-130.