

健康中国背景下我国民族传统体育健身休闲产业发展状况与优化策略

王明伟^{1*}, 吴香芝^{2#}

¹中国矿业大学体育学院, 江苏 徐州

²江苏师范大学体育学院, 江苏 徐州

收稿日期: 2021年12月25日; 录用日期: 2022年2月11日; 发布日期: 2022年2月21日

摘要

通过文献资料、专家访谈、实地考察等方法分析健康中国背景下我国民族传统体育健身休闲产业存在的不足, 并提出相关优化方案。研究认为: 我国民族传统体育健身休闲产业市场运作水平低, 未达到健康中国建设的需求; 健身休闲价值体现不充分、文化内涵少、服务质量低等诸多问题普遍存在; 应有效研究民族传统体育健身康复功能的推广和宣传, 充分融入民族传统文化, 提高服务质量和营销力度, 开发娱乐元素, 深入跨界融合, 提高创新理念。

关键词

健康中国, 民族传统体育, 健身休闲产业, 发展对策

Development Status and Optimizing Strategies of Chinese Traditional Sports Fitness and Leisure Industry under the Background of Healthy China

Mingwei Wang^{1*}, Xiangzhi Wu^{2#}

¹School of Physical Education, China University of Mining and Technology, Xuzhou Jiangsu

²Sport School, Jiangsu Normal University, Xuzhou Jiangsu

Received: Dec. 25th, 2021; accepted: Feb. 11th, 2022; published: Feb. 21st, 2022

*第一作者。

#通讯作者。

文章引用: 王明伟, 吴香芝. 健康中国背景下我国民族传统体育健身休闲产业发展状况与优化策略[J]. 现代管理, 2022, 12(2): 119-125. DOI: 10.12677/mm.2022.122017

Abstract

Through literature, expert interviews, field visits and other methods to analyze the shortcomings of my country's traditional national sports fitness and leisure industry under the background of healthy China, and put forward relevant optimization plans. The research believes that: the market operation level of my country's national traditional sports, fitness and leisure industry is low, and it has not met the needs of building a healthy China; there are many problems such as insufficient reflection of fitness and leisure value, less cultural connotation, and low service quality; it is necessary to effectively study national traditional sports and fitness. The promotion and publicity of the rehabilitation function, fully integrate into the national traditional culture, improve service quality and marketing efforts, develop entertainment elements, deepen cross-border integration, and improve innovative ideas.

Keywords

Healthy China, National Traditional Sports, Fitness and Leisure Industry, Development Countermeasures

Copyright © 2022 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 前言

健康是促进人全面发展的必然要求,随着我国综合国力的不断增强,健康问题成为党和政府高度关注的社会问题。健康中国的提出,突出表现了国家对国民健康的高度重视[1]。体育健身休闲产业不仅能为人们提供优质的健身休闲服务,达到人们身心健康的目的,而且也是促进经济结构转型、实现经济增长的重要途径[2]。我国现有许多民族传统体育健身休闲项目具有积极的康复、养生和休闲功能[3] [4]。作为具有重要康复功能、健身休闲功能和文化内涵的民族传统体育健身休闲服务应该在健康中国中发挥重要作用、全面提升中华民族健康素质,加快实现人民健康与经济社会协调发展的国家战略目标[5] [6]。

民族传统体育健身休闲产业,是以民族传统体育运动项目为载体、以参与体验为主要形式、以促进身心健康和提升生活质量为目的,主要向大众提供民族文化特色体育健身休闲服务的一系列经济活动的总称。民族传统体育健身休闲项目涵盖武术、健身气功、八段锦、易筋经等多种民族性特色运动。对我国民族传统体育进行健身休闲产业开发与运作,不仅能有效发挥其健身作用,丰富和完善全民健身体系,为健康中国助力,还能有效传承民族传统体育文化[7]。但是多数民族传统体育健身休闲企业处于中低端状态,整体市场化程度小[8]、专业化水平低、文化内涵少,无法迎合消费群体更高的健身休闲需求,未能在健康中国中充分发挥作用[9]。论述健康中国对我国民族传统体育健身休闲产业的紧迫需求,同时分析健康中国背景下我国民族传统体育健身休闲产业现状、存在的问题,并针对问题提出优化方案,对健康中国建设和民族传统体育健身休闲产业发展均有重要理论价值和实践意义。

2. 健康中国背景下我国民族传统体育健身休闲产业发展需求

2.1. 健康需求

2016年《“健康中国2030”规划纲要》提出要普及健康生活,提高全民健康素养,发展健康文化,

培养良好的健康生活习惯;提出要完善全民健身公共服务体系,开展全民健身活动,要扶持推广太极拳、健身气功等民族民间体育传统体育项目。与此同时也提出要发展健康产业、积极促进健康与健身休闲相结合的健康新产业。我国很多优秀民族传统体育项目不仅有基本的增强体质、提高健康水平的功能,而且具有良好的康复和预防功能。通过发展民族传统体育健身休闲产业可以从较高的标准更广泛、更深入的提高人们的健康水平,也是健康中国建设的需求。健康中国对体育的需求是主动的,而民族传统体育健身休闲产业提供的较优质的健康服务,具有安全、环保、经济,以及保护传统文化等诸多自身的优点[10]。

2.2. 体医结合需求

《全民健身计划(2016~2020年)》提出“运动是良医”的理念。健康中国并不是简单的看病和就医问题,关键要从本源上增强国民体质,通过与体育锻炼相结合从防病环节开始行动。体医结合是大健康、大体育、大卫生的重要发展理念。体育与医疗的良好对接,不仅需要民族传统体育健身休闲项目发挥重要预防、康复和辅助治疗作用,还需要在一定的市场环境中实现。通过市场可以通过更优质的服务提高预防、康复或辅助治疗效果,也可以有效降低因方法不当而产生的风险[11]。在医疗领域,体育康复越来越受重视,越来越多的医生在医学教育和临床中积极引入体育理念和体育实践。而且在一些医学理论研究中论证了八段锦、健身气功、易筋经等活动对预防和治疗某些疾病的积极干预作用。甚至在医疗届也提出了“运动是良医”的口号。而必须选择适当的运动项目和科学的运动方式才能达到“良医”的效果[12]。越来越多的老百姓意识到参加一些康复功能突出的太极拳、健身气功等活动对自身的疾病预防和康复具有重要作用[13]。民族传统体育健身休闲活动成为人们预防疾病、远离疾病、亲近健康的重要社会行为。民族传统体育健身休闲产业通过提供品质更高、预防功能更好的服务满足人们的健康需求,是迎合体医结合、体医融合,促进身体健康的重要手段[14]。

2.3. 产业需求

随着“健康中国”上升为国家战略的需求,大健康产业也成为顺应社会需求的发展目标。健康产业除医疗和保健外,还包括许多休闲健身、健康管理等一系列具有体育元素的产业[15]。而我国诸如易筋经、八段锦、太极拳等民族传统体育健身休闲产业的经营多融入预防疾病、健康保健、休闲娱乐等元素,是我国大健康产业的必然需求,也是我国大健康产业的重要组成部分。随着大健康产业规模的不断发展、融合的不断升级,以及产业创新的不断推进,我国民族传统体育健身休闲产业对健康中国的积极影响会越来越大。健康产业对民族传统体育健身休闲的需求也越来越强。目前国内已经开始有大型投资公司开始关注我国民族传统体育的优质健身休闲价值,并开始对民族传统体育健身休闲产业投资。

2.4. 文化需求

健康中国不仅要达到个人的身体健康,还要达到较好的精神状态和良好的社会关系。健康中国背景下,人们更愿意追求有文化内涵的体育健身休闲活动[16]。在我国体育健身休闲市场,那些有着丰富文化元素的企业常常具有较好的生命力和良好的盈利模式。进行体育消费的人群不仅需要享受舒适的体育健身休闲服务,还需要了解体育项目的来源、出处、演变过程,感受其包含的传统文化内涵和现代化表现形式[17]。2018年1月10日,国家体育总局、国家民委颁布《关于进一步加强少数民族传统体育工作的指导意见》提到推进少数民族传统体育文化传承发展,发挥少数民族传统体育在推动全民健身活动广泛开展方面的重要作用。这也在一定程度上要求我国传统体育健身休闲产业渗入民族传统体育文化内容。在现实中,我国能够充分发挥文化内涵和满足消费者现代化文化需求的传统体育健身休闲的企业非常少。多数经营主体并没真正开发文化市场或者文化创意市场,导致人们无法在现代化社会中感受到我国优秀

的民族传统体育文化。我国民族传统体育健身休闲企业需要在经营健身休闲服务的过程中积极引入传统体育文化, 要与健身休闲有效衔接, 积极进行创新和推广[18]。

3. 我国民族传统体育健身休闲产业状况

3.1. 经营规模不断扩大, 但是市场化水平低

在我国体育健身休闲需求的不断增长和各类利好政策实施过程中, 我国越来越多的民族传统体育项目进入体育健身休闲市场。通过走访诸多城市健身休闲经营场所和相关业内人士深入访谈后发现通过市场化手段为人们提供健身休闲服务的传统体育项目主要有: 太极拳、散打、武术、八段锦、易筋经等, 而且他们的经营方式、盈利模式和消费群体都存在一定差别。通过对我国体育产业统计的状况可以看出, 我国民族传统体育健身休闲产业的规模呈逐年增加趋势, 每年民族传统体育健身休闲产业的组织结构数量、经营的民族传统体育项目数量, 以及从业人员数量均有小幅增加趋势。尽管我国民族传统体育健身休闲产业得到了一定的发展, 经营规模呈不断扩大趋势, 但是由于我国民族传统体育项目在健身休闲产业未有效发挥其健身功效和文化内涵, 在经营过程中的服务水平和市场运作水平低等诸多问题, 以至于我国民族传统体育健身休闲产业总产值、从业人员、盈利能力等诸多方面与很多现代体育休闲项目存在较大差距。

3.2. 健身休闲功能强, 但实际功效发挥不足

民族传统体育的健身休闲价值主要体现在身体康复和身心愉悦两个方面。面临其他休闲娱乐生活和各种健身休闲活动在市场中日益升级的现实情况, 民族传统体育健身休闲活动在市场中更能充分发挥这两大作用, 也能够被更多的消费者选择。但是通过大量走访发现, 我国很多民族传统体育健身休闲经营者没有意识到这两大功效的市场价值。在我国的民族传统体育健身休闲服务中, 由于缺乏科学的测评和专门的训练, 很多人只是简单而机械的学习一些民族传统体育运动项目。有时候不但没有有效促进身体健康, 还会产生一些其他运动损伤。另一方面, 我国民族传统体育休闲服务的传授方法和经营模式普遍过于传统, 缺少与练习者个性化沟通和对练习者心理的正向干预。人们在消费的过程中, 常常缺少良好的体验感和心情愉悦感, 而很容易转移到其他愉悦性的体育项目或者体育活动的消费。我国很多民族传统体育健身休闲经营者也因为满足不了良好的身心愉悦需求而流失大量的消费群体, 甚至因为无法盈利而转为经营其他项目。我国民族传统体育健身休闲产业的经济效益也因此受到了限制, 与健康中国建设的目标也存在较大差距。

3.3. 文化资源丰富, 但是开发利用不足

民族传统体育作为我国体育文化建设的重要组成部分, 也是民族传统历史文化发展的重要内容。我国民族传统体育的产业发展是提高民族传统体育的再生能力, 实现民族传统体育文化有效传承的重要手段[19]。在民族传统体育健身休闲产业化发展过程中, 只有充分赋予其深厚的文化内涵, 才能使其更能满足消费者的需求, 才能更有效发挥其健身休闲价值和经济价值。在我国民族传统体育产业的发展过程中, 对传统体育竞赛表演方面方能进行文化方面的开发和运作较多。但是绝大多数传统健身休闲的经营处于文化缺失状态, 与竞赛表演的衔接不够, 很多经营者没有根据项目的主要功能、历史流变特点、地理环境特色、民俗习惯等诸多方面进行多挖掘和开发, 没有通过现代化的手段和思路对文化品质进行提档升级, 也是导致我国民族传统体育健身休闲产业难以在市场中占据较大份额的主要原因。

3.4. 发展空间大, 但产业服务供给水平低

健康中国背景下, 我国健身休闲产业由起步阶段向快速阶段发展。健身休闲产业的发展无疑是提升

我国体育事业经济效益和社会效益的重要产业内容。随着我国对健身休闲产业发展和民族传统体育发展的不断重视,民族传统体育健身休闲产业也获得了良好的发展空间。但是,当前我国民族传统体育健身休闲产业服务供给单一、单调,没有产生良好的体验效果;很多服务不能满足人民群众的高端需求[20]。主要表现在传授技能人员在为消费者提供服务时,指导方式不够高效、语言表达不够贴心;练习场地、更衣、洗浴、休息等硬件配套低端。我国民族传统体育健身休闲场所空气质量和场地卫生普遍较差,相关工作人员的语言、行为、礼节、服装等不够专业,休闲娱乐化成分欠缺。让人感觉不到舒适、开心、愉悦等优质的体验感。进而对民族传统体育健身休闲企业的经济效益和利润能力产生了消极影响。我国现有民族传统体育健身休闲产业还达不到专业化、品牌化、娱乐化的服务水平。

3.5. 政策力度大,但经营理念落后

尽管我国相关政策文件多次强调要通过市场化手段发展和继承我国民族传统体育文化,也专门出台了加快我国健身休闲产业发展的政策文件,但是我国民族传统体育休闲产业的市场化运作水平依然很低。我国绝大多数传统体育健身休闲的经营组织管理水平和营销手段还停留在非常传统的状态,很少通过科技化、网络化的方式进行包装和运作。很多经营主体在开拓市场方面缺少主动性、创新性、融合性,处于单打独斗的状态,在一定程度上限制了我国民族传统体育健身休闲产业的市场化水平和市场化发展速度[21]。通过对我国大量武术馆的经营状况进行走访后发现,武术馆的经济效益一般,很多武术馆盈利水平低或者没有盈利。相关经营人员思想陈旧,缺少创新、营销、融合等意识,与当前健身休闲产业的现代化发展有很大差距。我国一些易筋经、八段锦、五禽戏的市场运作还处于或者作为其他经营内容的点缀被经营。

4. 我国民族传统体育健身休闲产业优化建议

4.1. 推广健身休闲价值、优化服务卖点

在我国很多民族传统体育运动的医疗保健和康复治疗研究中,通过实验进行的研究很多,相关成果也比较详实的证明了我国民族传统体育项目具有良好的康复和休闲价值,但是我国民族传统体育健身休闲价值的研究还没能有效延伸到消费端,应该在市场经营活动中,将康复功能和休闲价值成为产品或服务的亮点或者卖点;应该在民族传统体育健身休闲价值的市场推广方面进行研究,以实现良好的宣传和推广效果,进而形成良好的市场价值。于此同时,还要有效落实我国民族传统体育健身休闲项目的传授方法,在传授中使用体医相结合的表达方式,并有效推广到民族传统体育健身休闲活动和经营活动中。

4.2. 融入民族传统文化、提高消费吸引力

健身休闲产业应该有效赋予其文化内涵,促进健身休闲产业提档升级[22]。民族传统体育健身休闲项目作为一个国家深厚的文化基础与财富,蕴含着优质的民族精神与历史意义。这些民族精神作为我国各个民族在长期生产与生活实践中所积累的体育内涵与外延的文化形式,应将其有机嵌入到实际的民族传统体育健身休闲经营中去,使健身休闲服务有魅力,有吸引力。进而满足人们的身体、精神和社会的高级需求,使传统体育健身休闲产业更有生活活力和再生能力。比如在健身休闲经营过程中,融入项目的来源、演变、仪式、礼节、道德等文化符号的传输,使消费者在精神层面也能有较高的获得感。

4.3. 提高服务质量,提升营销水平

要通过各种途径提高传统体育健身休闲的服务质量,以满足消费群体的各种需求,进而以达到良好的经济效益和社会效益。优质的服务不仅是提高经营的任务,还是重要的营销方式。首先从我国民族传统体育健身休闲项目的基本功能和作用出发、从服务软硬件条件出发,确保民族传统体育健身休闲服务

的可靠性、安全性和服务的积极性、及时性。其次, 通过细心的指导、贴心的语言表达、巧妙的组织管理、全面周到的配套服务, 以达到消费者较高的满意度, 努力做到民族传统健身休闲产业经营的品质化和服务的专业化[23]。另外, 需要根据我国民族传统体育项目的特点, 针对消费者的年龄、职业、兴趣爱好、收入水平、社会身份等采取有区别、有针对性的专业性服务, 以达到消费者的满意和吸引更多忠诚的消费。我国民族传统体育健身休闲项目保服务质量的同时还需要通过专业化、网络化、国际化和科技化的手段进行推广和宣传, 以形成良好的营销效果。

4.4. 开发娱乐性元素, 提高体验效果

娱乐是人的基本需求, 也是一种生活态度、行为方式, 是人的天性。人们在基本的物质生活和健身条件能够满足的条件下, 娱乐则成为人们更愿意选择消费的重要因素, 也是人们获得更好体验感的原因所在[24]。在我国健身休闲产业中, 已经有许多经营主体把体育项目的玩法和规则进行改造, 以迎合消费者的体验需求, 比如充气型儿童迷你足球场、缩小版乒乓球桌、小篮球等。我国很多传统体育项目可以进行娱乐性开发和创新, 以获更多的娱乐元素[25]。比如台湾对空竹进行改造, 配上欢快的音乐和舞蹈, 还可以和跳绳的动作结合起来, 显得活泼有趣。经营者又进行了一些群众性的趣味性比赛, 吸引了很多年轻人和青少年进行花样空竹的学习和练习。上海某公司对跳绳进行改造, 在跳绳中也加上了一些健美操动作, 并配上欢快的音乐, 还组织了一些娱乐表演和比赛活动, 吸引了很多青少年参与。我国很多其他传统体育健身休闲项目在经营中需要类似的创新和改造。

4.5. 深入跨界融合, 提高创新理念

人们对健康的需求是人类生存的基本需求, 但是随着人类文明的不断提高, 人们对健康水平的要求也不断提高, 对其他附加需求也越来越多[26]。那么民族传统体育健身休闲产业, 必须通过跨界融合以满足人们的多元需求。民族体育健身休闲产业经营应该与赛事、旅游、文化、娱乐等有效融合, 要与体育场馆、体育科技、互联网等相结合, 实现民族传统体育健身休闲产业的跨界发展; 要打破传统保守理念, 通过当前科技、政策、市场需求等各种有利条件对我国民族传统体育健身休闲产业的经营内容和运营模式积极创新, 与时代发展步伐相协调, 提升跨界广度和深度, 积极主动地迎合社会大众的需求和健康中国建设的需求。

5. 小结

健康中国建设是当前我国综合国力不断提升的重要环节, 要使我国民族传统体育健身休闲产业能够为人们的健康和国家的强大起到积极促进作用, 必须有效创新和传播民族传统体育的健身休闲价值, 使其能真正有效在健康中国中发挥作用; 要通过市场化的手段使民族传统体育健身服务更有文化内涵、更有服务品质, 更具有娱乐性、创新型和时代性, 进而真正受到广大消费群体的喜爱, 从而在健康中国建设中真正发挥作用。

基金项目

2018 年度江苏省社科基金项目《健康中国背景下我国体育民族传统体育健身休闲产业发展研究》(18TYB002); 2021 年国家社科项目《我国体医融合发展的典型案例、模式提炼与推广路径研究》(21BTY090)。

参考文献

- [1] 王秀峰. 健康中国战略的地位、作用与基本要求[J]. 卫生经济研究, 2019, 36(4): 3-6.

- [2] 石岩. 体育产业新政背景下中国体育产业发展的机遇与挑战[J]. 体育学刊, 2014, 21(6): 13-18.
- [3] 虞定海, 陈文鹤, 张素珍, 崔永胜, 赵刚. 五禽戏练习对中老年女性体质的影响[J]. 中国运动医学杂志, 2004, 23(3): 309-310.
- [4] 宁兴明, 伍亮, 王廷, 何栩, 虞亚明. 五禽戏配合核心肌力训练治疗非特异性腰痛的临床研究[J]. 中医正骨, 2015, 27(11): 25-28.
- [5] 马彩兰, 安彦伟. 城镇化背景下我国民族体育产业发展路径研究[J]. 改革与战略, 2017, 33(3): 139-142.
- [6] 高文洁, 张怀成. 新常态视域下少数民族体育产业发展存在的问题及对策[J]. 贵州民族研究, 2016, 37(2): 138-142.
- [7] 刘远航, 任作良. 民族传统体育文化的现代化价值[J]. 武汉体育学院学报, 2006, 40(4): 89-92.
- [8] 余彬, 李军. 基于文化软实力提升视角下的新疆少数民族传统体育开发途径研究[J]. 首都体育学院学报, 2014, 26(5): 414-416.
- [9] 刘全, 张勇, 王志学. 现代休闲体育的特质、发展态势及策略研究[J]. 北京体育大学学报, 2017, 40(11): 22-27.
- [10] 刘国永. 实施全民健身战略, 推进健康中国建设[J]. 体育科学, 2016, 36(12): 3-10.
- [11] 倪郭明, 朱菊萍, 李思慧. 大健康产业发展的国际经验及其对我国的启示[J]. 卫生经济研究, 2018(12): 64-68.
- [12] 王君平. 2019 健康中国中医药发展高层研讨会举行[J]. 中医药管理杂志, 2019, 27(2): 125.
- [13] 满江虹. 中国居民社会认知与自感健康关系研究——体育参与的中介效应[J]. 武汉体育学院学报, 2017, 51(9): 95-100.
- [14] 田媛, 肖伟, 姚磊. 全民健身对接健康中国建设的主要问题与突破点[J]. 体育文化导刊, 2018(2): 7-11.
- [15] 庄玮, 顾晓芬, 李豫凯. 基于需求侧的健康产业链整合发展模式探析[J]. 中国卫生经济, 2018, 37(12): 74-76.
- [16] 万炳军, 史岩, 曾肖肖. “健康中国”视域下体育的价值定位、历史使命及其实现路径——基于习近平治国理政的思想与战略[J]. 北京体育大学学报, 2017, 40(11): 1-9.
- [17] 刘峰. 从体育到体验: 当下体育学理的反思[J]. 沈阳体育学院学报, 2016, 35(2): 98-105.
- [18] 董芹芹, 张心怡, 沈克印. 健康中国背景下“互联网 + 体育产业”发展的领域、趋势及策略[J]. 体育文化导刊, 2018(5): 74-78.
- [19] 韩文娜, 何劲鹏. 民族传统体育文化的功能取向变迁与现实选择[J]. 体育文化导刊, 2018(10): 15-20.
- [20] 王佳. 我国民族传统体育文化国际发展思考[J]. 体育文化导刊, 2015(9): 36-41.
- [21] 邬凤. 从市场化运作的角度谈民族传统体育的转型发展[J]. 体育与科学, 2011, 32(4): 85-88.
- [22] Hughson, J. (2012) Sport, Leisure and Culture in the Postmodern City. *Cultural Trends*, 21, 183-185.
- [23] 苏义民. 我国体育健身产业发展现状与政策建议——关于加快我国体育健身休闲产业发展的思考[J]. 西安体育学院学报, 2010, 27(6): 662-665.
- [24] 朱礼庆. 娱乐的本性[M]. 沈阳: 光明日报出版社, 2013: 3-10.
- [25] 中国娱乐营销传播研究中心. 娱乐营销 3.0 [M]. 北京: 机械工业出版社, 2015: 5-16.
- [26] 徐锋. 有效需求分析[M]. 北京: 电子工业出版社, 2017: 23-26.