

竞技武术市场化发展的文化背景

郭志禹¹, 洪浩²

(上海体育学院 1. 武术系; 2. 研究生处, 上海 200438)

摘 要:综合分析了竞技武术市场化与发展的现状、趋势,提出竞技武术套路运动的诞生、发展、国际化与实现“进奥”使命都离不开国家的支持,在力争“进奥”的特殊时期,其市场化程度是有限的;散打竞赛,武馆、武校等技术培训市场应是竞技武术市场化与发展的重点;但在竞技武术套路运动“进奥”之后,其市场化程度将产生较大变化。

关 键 词:竞技武术; 市场化; 文化背景

中图分类号:G852-05 **文献标识码:**A **文章编号:**1006-7116(2004)06-0056-03

On the cultural background of marketization development of competitive Wushu

GUO Zhi-yu¹, HONG Hao²

(1. Wushu Department; 2. Graduate Department, Shanghai Institute of Physical Education, Shanghai 200438, China)

Abstract:This article analyzed the present situation and tendency of the marketization reform and development of competitive Wushu and put forward that the birth, development and internationalization of the routine of competitive Wushu can not do without the support of country and the mission of its acceding to Olympic Games can not be an exception. The extent of putting the routine of competitive Wushu into the market is limited in the particular period of striving for entering olympic games. And the market of skill training such as Chinese Kongfu King challenge, Wushu centers and Wushu schools should be placed as the focal point of the marketization reformation and development of routine of competitive Wushu. However, the routine of competitive Wushu would become the formal competitive item of the olympic games, and it will definitely bring a comparatively enormous change to the extent of entering the market.

Key words:competitive Wushu; marketization; cultural background

20多年以前,业内人士的脑子里还没有“竞技武术”和“市场化”的概念,更无从谈其“改革”。“竞技武术”是武术发展过程中一种细化的文化现象,“市场”也是在邓小平1992年南方谈话“计划多一点还是市场多一点,不是社会主义与资本主义的基本区别”之后才形成的新观念。本文研究竞技武术的市场化,是因为我国的改革从一开始就是以市场为取向,竞技武术的发展就基于这样的背景。竞技武术不可能脱离这个背景谈改革谈发展。

1 竞技武术是“举国体制”下提炼而成的新武术

竞技武术是在新中国新体育的“举国体制”下提炼而成,它是体育的普及与提高方针指引下向提高武术运动技术水平方向发展的一个重要方面。在国家、地方政府计划管理下建立起来的省市武术队、体校和区县业余体校人才培养体系,一整套竞赛体制、规则、方法以及技术、理论教学训练方式等都是在社会主义公有制下产生的。

近代中国武术有过武术竞技比赛的实践,但没有形成现代意义的竞技武术。半个世纪过去了,资本主义市场经济下的台湾也没能生长出现代意义的竞技武术。其它与我国有着相似的东方传统文化背景国家和地区都没有出现竞技武术的影子。只有社会主义公有制下的大陆在发展体育运动中诞生了现代意义的竞技武术。

2 竞技武术在改革开放时代走向国际化

近代中国武术的发展是在寻求“救国图存”中了解西方体育和体育竞技的过程。在20世纪50~70年代武术还仅作为国际体育交流的表演项目,80年代确定将武术推向世界后,竞技武术才与改革开放同步迈入国际化的新里程。这是以竞技武术为代表的中国武术与时俱进融入世界的表现。与百年前形成鲜明对比,竞技武术是向外推广的武术而不是近代那个连生存都难保的武术了。而竞技武术之所以能面向世界发展,完全是国家意志的推动,是“振兴中华”伟大潮

收稿日期:2003-12-23

基金项目:国家体育总局武术研究院课题《竞技武术市场化改革与发展的文化背景研究》(批准号:WSH2001B4)。

作者简介:郭志禹(1950-),男,教授,博士生导师,研究方向:竞技武术改革与发展。

流的推动。事实证明,近代“救国图存”和现在的“振兴中华”是处于截然不同的两种文化背景。前者是受人欺辱,卧薪尝胆;后者是继承传统,弘扬中华优秀传统文化。历史上从来没有以倾国之力将武术外推之壮举,只有在当代改革开放中竞技武术才能逐步实现国际化。

3 竞技武术市场化处于起步阶段

(1)我国市场经济的发育源于农村,中国武术的根就在农村。在20世纪80年代初武打影片《少林寺》掀起一股武术热,广大青少年的习武热情和各地群众自办武术馆校、社团及私人教习拳术等培训市场结合在一起。以80年代末湖南省的馆校为例,有74%是个人创办的。据90年代初统计,各地的馆校站较之1983年几乎翻了3番,达到上万所。而在河南登封,目前少林寺周边的武术馆校已发展到80余所,到处可见当地的孩子在武校里习武的景象。可见,中国的武术人才培训市场随着农村经济市场化逐步发育成长。

(2)竞技武术人才在武术人才培训市场不占主流。根据我们2003年在登封市举行的一次大规模武术集训中对全国27个省、市、自治区和解放军代表队的296名青少年武术套路运动员的调查:来自体工大队(包括各省、市武术运动管理中心的运动队)和业余体校的青少年运动员所占的比例之和为87.9%,而来自武术学校、体育训练中心和少年宫的运动员占4.3%。从问卷调查结果来看,“举国体制”系统中的体工队和业余体校,在竞技武术套路后备人才培养中所占的比例分别为65.4%和22.5%,总体上处于优势地位,而市场化的武馆、武校在竞技武术套路后备人才培养中所占比例仅为3.3%。关于青少年武术套路运动员启蒙训练场所的调查显示:业余武术班、武术馆校、体校所占的比例分别为51.75%、22.2%、26.1%。其中业余武术班和武术馆校(合计为73.95%)都属社会办学的范畴,多数按照市场机制进行运作。这次参加集训的武术套路运动员主要来自体工队或体校,但是他们启蒙训练的地方却以社会为基础,说明业余武术班、武术馆校在后备人才的启蒙训练中发挥了重要作用。另一方面也可以看出基层训练的市场化程度较高,而高水平的训练还是以国家为主体。也就是说,我国目前方兴未艾的武术人才培训市场只属技术普及层次、基础层次,高、中级人才培养远未进入市场化。

(3)竞技武术市场化的尝试。这些尝试有由国家招标的,也有由地方寻求赞助承办全国套路锦标赛的。从外省市购进有价值的武术运动员代表本省市参加重要的武术竞赛活动,如全运会等,按协议支出一定的经费给培养单位,让非本单位的一些运动员代表本省市参加武术比赛。武术运动队以运动员服装冠名等方式获取赞助经费,赞助商则获得广告宣传效益。武术运动员与影视公司签约拍摄武打片,运动员进入影视市场。武术器械、服装、用品进入多厂家竞争市场。武术期刊进入市场竞争。武术书著、音像制品进入市场。比较有说服力的是以竞技武术为经营主体,以其中的武术优秀运动员作为商品交换的市场正在悄然形成,再者就是按经济方式操作的以武术的无形资产与企业的有形资产的

交换市场也被竞技武术作为选择市场的切入点。2001年,四川沱牌集团公司出资1500万元连续3年买断“中国武术散打王争霸赛”总冠军权,成为散打王争霸赛举办以来数额最大的一笔赞助收入。还出售电视转播权等等。此外,散打同拳击、自由搏击、泰拳等东西方技击项目的对抗,也是采用这种市场经济的运作模式。但从改革的整体效果来看,除散打王争霸赛形成了一定规模和影响外,其它方面改革的效果还不显著。因此我们探讨了关于市场经济背景下竞技武术改革的重点问题。问卷调查结果表明:市场经济条件下竞技武术改革的主要方面应以竞赛模式、管理体制为主,后备人才培养体系在改革中产生了一些变化,又有武馆武校的市场化作补充,因此其改革的迫切性和令人关注的程度不及前二者。

(4)竞技武术市场化中出现的矛盾。1)经营主体不是竞技武术,如音像制品由音像公司为主体,武术器械由刀枪厂经营,都不是竞技武术主管部门自主经营,而且这些企业也不附属于竞技武术,人家借武术的牌子做他们的生意;2)竞技武术的竞赛有一定的赞助,但门票却体现不出市场价值,尤其是竞技武术的套路比赛几乎无人(指购票观众)观看;3)运动员转会双方都不是自负盈亏的经济实体,而运作的方式采用市场调节,今后是否能向俱乐部过渡有待时日。4)武术人才培训市场是市场化发育较好的,但它不是竞技武术高级人才培训市场。5)散打竞技有吸引力,有收视率,有企业商家愿意投资,但作为竞技武术的散打在这种市场运作中经济收益不同市场经营的主动权不明,如果以“武术搭台,企业得益”的话,散打充其量只是借助市场化操作产生了一些社会效果,并无实质性的市场经济内涵,不会有扩大再生产的资本。6)作为竞技武术的两种主要形式,散打擂台赛已经拉开市场运作的帷幕,套路竞赛则难以市场化。2003年全国武术套路冠军赛(女子)和全国武术散打冠军赛(男子)相继在河南郑州举行,承办单位对套路和散打分别采用不同的运作模式,表明当前竞技武术的改革因项目不同,存在着“双轨”性。

4 竞技武术受体育公益性制约

20世纪80年代中后期,我国武术竞赛已经开始寻求赞助商,利用自身的无形资产获得企业赞助,10多年过去了,我国农村、城市的经济改革成绩斐然,但是武术并没有能全面市场化。其原因在于武术的体育属性规定了它具有社会公益性的一面,因此武术不具备全部进入市场的条件。

武术部分具有进入市场的条件,但它们要完成市场化也有一个渐进的过程。比如武术的初级人才技术培训市场,许多武术馆校都实施了市场化操作。竞技武术也有部分可以进入市场,如高级运动员的转会市场等。竞技武术之所以至今都不可能全部进入市场,是因为它不完全服从一般的经济规律,它更多地是服从体育规律和武术自身发展的规律。武术不是足球、篮球类的集体项目,尤其套路竞赛以单人演练为主,竞争的激烈程度远不如集体的对抗性项目,这和体操等项目一样,若不是高水平的世界大赛,都会出现观众寥寥无几的场面。其它体育项目也有类似的问题。

公有制下形成的那部分武术比较难以进入市场,而在改革开放后政策允许下新兴的武术事物,如个人办馆校等进入市场化发展就比较快。竞技武术也有这样的规律,改革开放中试验成型的散打,结合自身与拳击相似的竞赛特点,仿效美国职业拳击擂台赛的模式,很快进入市场化操作(这里谈论的是进入市场,经营方式、赚钱多少另作别论)。关于竞技武术竞赛市场的发展前景,问卷调查结果表明:60.5%、58%的调查对象分别认为散打竞赛市场的发展前景很广阔和广阔,没有调查对象认为散打竞赛市场的发展前景不广阔或很广阔;20.2%、63.7%的调查对象分别认为套路竞赛市场的发展前景很广阔和广阔;还有15.1%、0.5%调查对象分别认为不广阔和很不广阔。这就较为客观地反映出当前人们对散打和套路的竞赛市场是有不同认识的,至少更多的人(40.3%)认为散打竞赛市场比套路的前景更广阔。

据朱东博士和郭志禹的研究,认为目前世界级的竞技武术套路技术领先水平集中于亚洲国家和地区,离中国越近成绩就越好,重要原因之一是与这些国家和地区在中国各省市优秀运动队接受高水平培训有关,可见运动员竞技武术套路的培训市场将在武术入奥之后有望得到进一步开发。

5 2008年北京奥运为竞技武术发展带来巨大机遇

竞技武术自2001年7月13日北京申奥成功就开始面临千载难逢的发展机遇。在北京举办奥运会,竞技武术进入奥运就有较大可能性。虽然竞技武术进奥的决定被一拖再拖,但是2003年正值奥运文化和教育年,国家有关部门紧密结合北京“人文奥运”的理念,利用举办国际武术论文报告会和第七届世界武术锦标赛论文报告会,鼓励武术工作者研讨开展与奥林匹克精神相融合的武术文化教育,并着手在青少年武术套路运动员中选拔国家队苗子,为武术成为奥运项目作准备。由此可知,即使武术进奥运的决定再推迟2年,竞技武术仍然会以国争光为己任,加强和完善自身建设。竞技武术是以反映武术最高竞技能力和技术水平为己任,藉此为国争取最高荣誉为目标,它的优劣将折射出一个国家和民族的综合国力、素质及文化水平。既然国家推出竞技武术套路运动进奥运,那么国家就是它的坚强后盾,国家寄希望于它,民族体育寄希望于它。然而,在市场经济改革和北京奥运会背景下,竞技武术能否完全市场化?套路运动市场化能否带来奥运佳绩?这都是竞技武术必须解答的问题。

6 竞技武术发展前景

(1)竞技武术市场化就意味着必须以市场为导向,自主经营、自负盈亏、自我约束、自我发展。市场以价值规律为运转轴心。以此衡量竞技武术,即便是散打搞得轰轰烈烈,说

到真正盈利等核心问题,也只是处在雏形阶段,培育市场阶段,参与市场的程度尚浅,与足球甲A、职业篮球(CBA)相差甚远。但,盈利毕竟是衡量市场经济的客观指标。如果很少人观看的竞技套路因为无利可图就不干,那么它怎么进入奥运会?因此,单纯强调全面市场化对竞技武术目前的状况和背景是不可取的。我们必须根据竞技武术力争进入奥运会的实际思考其市场化改革与发展的阶段性。

(2)国家的干预和调节是竞技武术套路目前发展乃至进奥的关键。国家体育总局领导张发强在《体育经济漫谈》一书中指出:“体育面向市场是绝对的,但走上市场是有条件的。由于体育有公益性,所以体育不能完全走向市场,这是一个渐进的过程”。实施奥运争光计划要有市场观念,国家办和社会办相结合,这无疑是那部分不能进入市场的体育生存和发展的正确道路。张发强针对效益问题有过一句振聋发聩的话:“国家受益,国家出钱;部门受益,部门出钱;群众受益,群众出钱。”对于像竞技武术套路这种力争进入奥运会的项目,一旦进入奥运会国家和民族都受益,百年圆梦不仅仅是一个经济问题,所以目前背景下对于竞技武术套路应该采用国家财政拨款为主体,资源配置以计划调节为主的方式,确保竞技武术套路成功入奥。中国体育就这么一个代表民族体育的项目申请入奥,计划多一点,帮助它克服前进中的困难,可以肯定它在奥运会上会比中国的足球、篮球更能拿金牌,这对于增强民族自信心和凝聚力是事半功倍的,何乐而不为呢!

(3)市场经济条件下,劳动者的贡献由市场来评价,已成不可逆转的趋势。竞技武术套路进入奥运会后,将面对全球观众,在世界范围产生市场,将带动国内国际套路培训市场的兴旺,因此进入奥运后的竞技武术应该考虑形成市场化的运作新机制,不能再由国家重点投资承担经费开支。

(4)根据我们的理论分析,进入奥运和全面走入市场虽不能同步,但竞技武术必然需要向前发展,社会主义市场经济的理论也有十分必要变成可供操作的改革实践,这应该是当前乃至今后的竞技武术必须寻找更多切入点,争取市场多一点,以求回报国家的一个重要理念。

参考文献:

- [1] 辅导读本. 中共中央关于完善社会主义市场经济体制若干问题的决定[M]. 北京:人民出版社,2003.
- [2] 张发强. 体育经济漫谈[M]. 西安:世界图书出版西安公司,2000.
- [3] 国家体育总局干部培训中心. 市场经济与体育改革发展[M]. 北京:北京体育大学出版社,2002.

[编辑:李寿荣]