

群众篮球“广东模式”的基本特征与形成机制

周亚辉¹, 郭永波², 温洪泽¹

(1.广东药科大学 体育部, 广东 广州 510006; 2.华南师范大学 体育科学学院, 广东 广州 510006)

摘 要: 广东省群众篮球已形成一种较成熟的发展模式, 获得了社会的广泛认可。群众篮球“广东模式”具有纵向三级竞赛体系、城市群横向商业联动、粤港澳合作、“互联网+”办赛等基本特征。根据公共治理理论, 群众篮球“广东模式”的形成主要归因于政府的基础支持、市场的大力投入和社会群体的主动参与, 三方在充分发挥自身优势情况下, 通过共同治理从而形成了良性的发展动力机制。

关 键 词: 社会体育; 群众篮球; 广东模式

中图分类号: G80-05 **文献标志码:** A **文章编号:** 1006-7116(2019)04-0069-04

The features and mechanism of the “Guangdong mode” of mass basketball

ZHOU Ya-hui¹, GUO Yong-bo², WEN Hong-ze³

(1.Department of Physical Education, Guangdong Pharmaceutical University, Guangzhou 510006, China;

2.School of Physical Education, South China Normal University, Guangzhou 510006, China)

Abstract: Guangdong mass basketball has formed a relatively mature development “mode”, has been widely recognized by society. Guangdong mass basketball is able to combine with many advantages and epochal characteristics of the province, and provided with such basic characteristics as a longitudinal three-level competition system, business interaction between urban agglomerations, cooperation between Guangdong, Hong Kong and Macao, “Internet +” competition management, etc. According to the public governance theory, “Guangdong mode” formation is mainly attributed to the government’s infrastructure support, the market’s tremendous input and the social groups’ initiative participation; under the condition of fully exerting respective advantages, these three parties have formed a good development power mechanism via co-governance.

Key words: social sports; mass basketball; Guangdong mode

北京奥运会后, 我国群众体育受到了高度重视, 广东省群众篮球也发展迅猛, 各种篮球活动和各级篮球赛事常年不断、如火如荼, 极大繁荣了广东省体育文化市场, 篮球已成为广东省群众体育的符号象征。2017年广东省篮球联赛开幕式上, 中国篮协主席姚明给予广东群众篮球高度评价: 广东省群众篮球已经形成了特有的“广东模式”, 值得学习与借鉴^[1]。在刚刚结束的雅加达亚运会上, 以广东草根球员为班底组成的男篮代表队战胜了伊朗、韩国等职业球员, 夺取了三人篮球赛冠军, 使广东群众篮球得到了更多人的认可。“广东模式”最早指广东省的经济发展模式, 是我国改革开

放政策与地区自身实际情况相结合, 从而形成的具有地方特色的发展模式^[2]。本研究对群众篮球“广东模式”的基本特征进行解析, 进而对群众篮球“广东模式”的形成机制进行探索, 为其他省、市、地区群众篮球的开展提供借鉴。

1 群众篮球“广东模式”的基本特征

1.1 纵向三级竞赛体系

广东省是体育强省, 也是篮球大省。近年来, 由广东省体育局和省篮协牵头, 广东各市、区和村镇举办了众多群众篮球赛事。按各竞赛主办方的行政级别

收稿日期: 2018-10-21

基金项目: 国家体育总局体育哲学社会科学研究项目(1990SS14021); 广东省体育局科研项目(GDSS2014137)。

作者简介: 周亚辉(1979-), 男, 副教授, 博士研究生, 研究方向: 篮球教学与训练。E-mail: guohuo2002@163.com 通讯作者: 郭永波教授

不同,可将其划分为 3 个等级。

I 级竞赛,也是初级联赛,指由广东省各村镇和街道举办的篮球赛事。广东省篮球民间基础较好,大多数村镇都有自己的球队,而各村镇和街道也常举办赛事。这些赛事具有一定的民众自发性,从赛事的组织到临场的执裁全由本村镇的篮球爱好者完成,缺乏专业的业务指导,比赛有待规范。

II 级竞赛,指由广东省各市、区、县举办的篮球赛事。这级别的赛事一般均由各级体育局主办,同级篮协承办,组织规范有序,竞技水平较高。其中以东莞篮球联赛、广州“市长杯”篮球赛、番禺区篮球联赛较有代表性。尤其是东莞篮球联赛,参赛球员中有着李慕豪(深圳新世纪俱乐部)、任骏飞(广东宏远俱乐部)、董瀚麟(上海大鲨鱼俱乐部)等多名现役职业球员参赛,其比赛水平高、赛事激烈、球市火爆,是其他同级别篮球联赛难以比拟的。职业球员参赛,在提高整个赛事竞技水平的同时,还对东莞联赛起到了积极的宣传作用,扩大了联赛的社会影响力和关注度,促进了当地群众篮球运动的开展。

III 级竞赛是省内最高级别的群众竞赛,指由广东省体育局主办,省篮协承办的多项篮球赛事。其中,广东省篮球联赛、“粤港杯”和“粤澳杯”篮球赛最具代表性。这些赛事汇聚了全省各地优秀的“草根”球员参赛,比赛水平高、观赏性较强。

1.2 城市群横向商业联动

随着在全世界范围的普及,篮球运动已经进入了一个高度商业化时代,它不仅仅只是一项体育运动,更被贴上了时尚与潮流的标签^[3]。广东多地区经济发展领先,商圈众多、影响力大,自然成为了举行商业篮球活动的首选之地。耐克、阿迪达斯、安德玛等国际运动品牌和李宁、安踏、匹克等国内运动品牌每年均在广东举办比赛和球星见面会等一系列品牌推广活动。不仅如此,其他非体育商业品牌,如:卡西欧、宝矿力、红牛、肯德基等也均开展各种不同的赛事和活动,以篮球为平台来提升自己的品牌忠诚度和市场号召力。显然,“群众篮球”已成为众多商家利益争夺的重要战场从而备受重视,而低门槛的参赛标准、诱人的奖品、奖金和与 NBA 球星见面的机会,成为了广大青少年篮球爱好者参与商业篮球活动的主要动机。这些赛事和活动的场地选址并不局限于大型体育场馆里进行,商家还常常在大型购物中心广场,或是在商场室内搭建具有现代感的临时赛场,以吸引路人和媒体的注意,扩大活动影响力。

广东省经济发达的城市众多,根据 2017 年全国主要城市 GDP 排名,广州、深圳、佛山和东莞四城市的

经济实力均位列全国前二十强。众多的区域一体化(广佛同城)、城镇一体化(并区扩城)发展,拓展了商业发展的空间,促进了联动效应的形成。多座较集中的城市以其地理和资源等优势所带来的便利性、集聚性、开放性,进而形成的创新性,增加了城市群整体的竞争性,扩大了社会体育活动的商业效应,促进商业化的进一步提升。而广东省携手香港、澳门打造的“粤港澳大湾区”,将建设一个世界级的城市群,区域内商业化的程度会更高,他们之间的联动将成为湾区的特质和优势,也是湾区得以跨越发展的关键。

1.3 粤港、粤澳合作

广东省与香港、澳门毗邻,由于地理上得天独厚的优势,广东省与两地在商业和文化上的交流十分频繁,而体育也在其中做出着重要贡献。至今已举办了 40 届的“省港杯”足球赛,不仅仅只是一项由广东省足协和香港足球总会联办的地区性体育赛事,也是粤港两地文化同源的一种象征,更是民族团结、民族共同发展的象征^[4]。2015 年广东省篮球协会和香港篮球总会联合创办了“粤港杯”篮球赛,2017 年广东省篮球协会和澳门篮球总会联合创办了“粤澳杯”篮球赛。

“粤港杯”和“粤澳杯”两项篮球赛事,以文化交流为目的,紧密地将粤港澳三地连接在一起。虽然三地的社会制度、法律体系等存在着众多不同,但群众性的篮球运动作为社会文化的一部分,超越了政治和经济的不平衡性,不仅推动了片区群众的发展,更是粤港澳大湾区体育协同发展的一种探索,为今后三地经济和文化上的合作奠定了良好基础,促进一体化进程。

1.4 “互联网+”办赛

“互联网+”的兴起,使得微博、微信等新兴网络通讯软件融入了日常生活,人们的联系途径多维化,将人与人之间的距离不断缩短,同时也增添了群众篮球活动组织新模式。最初,许多志趣相投的篮球爱好者通过网络自发组织起篮球队,进行训练和“约战”。不同于以往常规的篮球赛事,这种篮球比赛没有明确的主办方,比赛场地、所需裁判及所有开支均由球队共同协商和承担。这种模式渐渐被推广开来,现今已形成了一定的规模。

以广州为例,目前有着一定规模的民间联赛有广东业余篮球联赛和广州民间篮球联赛。这些赛事,无论是比赛各方的沟通与交流,还是赛事的宣传与推广,均以现代网络和数字媒体为媒介。比赛的赛程安排、成绩公布、球员技术统计查询、赛事直播等也都以网络为工具,充分发挥了互联网的即时性、互动性、创新性等特点,减少了赛事运营的人力、物力和财力。

2 群众篮球“广东模式”的形成机制

政府、市场与社会作为群众体育管理的制度与机制安排,在广东省群众篮球的发展中有其独特的行动资源,也各有特定的行动范围和有效边界。在公共治理理论的视角下,政府、市场和社会均不是单一的治理主体,三方在群众篮球“广东模式”的形成过程中充分发挥各自优势,从而形成了良性互动的动力机制,增添了群众体育快速发展的有效途径,促进广东省群众篮球取得了丰厚成果。

2.1 政府的基础支持

1)持续快速的经济的发展。

保障经济持续快速的发展,不断提高人民生活水平和健康水平,是政府的重要职能之一,也是人们追求更高层次需求的基础。体育是人们精神文化层面的需求,只有人们群众生活富足了、温饱等问题解决了,才会从生理需要的控制下解放出来,提出进一步高层次的需求。在全国经济飞速发展的今天,最基本的温饱早已解决,“追求健康生活方式”的理念正逐步为人们所接受,而群众性的体育运动正是增进人们身心健康的重要手段。广东省是中国改革开放的先行地区,在改革开放和经济建设中一直走在全国前列,它充分发挥了“窗口”和“示范区”的作用,GDP常年稳居全国第一位,为我国经济的腾飞做出了巨大贡献,优越的经济条件为群众篮球的广泛开展奠定了坚实的物质基础,人们对健康的追求、对身体体能与技巧的展示成为了参加篮球运动的主要动机^[5]。

2)体育场馆的修建。

公共体育场馆是政府在体育设施建设职责中的重要内容,也是人民大众参与体育运动的物质保障,一般在政府的主导下整合社会多种力量(行政机关、事业、企业等)所建而成,经营管理模式也各不相同^[6]。随着人民大众健身意识不断增强,对运动场馆的需求量也越来越大。广东省对体育场馆修建较为重视。近年来,体育场地发展速度明显增快,场地数量和质量均有较大提高。第六次全国体育场馆调查结果显示,截至2013年广东省共有体育场馆146 719个,场馆总数列全国第一位^[7]。广东省标准体育场馆占地面积比10年前(2003年第五次全省体育场地普查报告)增加了6 241.24 m²,增长了41.06%。每万人拥有体育场馆数量增加4.03个,增长率为41.37%,总体增长较快^[8]。其中,篮球场馆共有71 240个,占77种主要体育场地类型的77.17%,占地面积达4 660.1 m²。

在广东省各体育场馆中,广州宝能国际演艺中心、东莞东风日产文体中心、深圳大运中心体育馆最具代表性,三座场馆均以NBA场馆为标准进行设计及建

造,可同时容纳将近2万名观众,规模宏大。它们成功承办了亚运会、世界大运会、NBA中国赛等重要国际性赛事,已成为了各市的新地标。充足的场馆设施及其合理的开发与利用,较大程度上解决了日益增长的体育需求和社会体育资源相对匮乏的矛盾,促进了群众体育及群众篮球的发展,也是建设“健康中国”的重要举措。

2.2 市场的大力投入与成绩

1)企业投资热情高涨。

在过去的几十年中,对体育的投资与赞助已从少数企业的经济活动演变成如今重要的全球性产业。Gwinner^[9]认为,活动的质量对其赞助的品牌资产会产生较大影响。在我国,随着北京奥运会的举办和我国体育商业化、产业化进程的加快,很多企业开始意识到对体育赛事和活动的投资与赞助,有助于提升品牌的影响力,从而获得更多的贸易合作与支持,提高营销的有效性。李刚^[10]对国内43家对体育赛事进行赞助的企业的57只股票走势进行分析,发现企业通过赞助大型赛事能够实现正向绩效,为企业带来助推效应^[11]。因此,体育赞助成为了一种营销策略而倍受企业的重视。

在广东省篮球运动快速发展过程中,资本的介入,尤其是民间资本力量起到了重要作用。2000年以来,珠三角诸多城市中所聚集的民间资本,开始大量地投入体育事业,他们主要以组建俱乐部和冠名的形式对广东篮球进行投资。广东省拥有3家CBA俱乐部,各俱乐部每年均需企业投入大量的资金以维系正常运营,并以篮球俱乐部的影响力来提高其母体企业形象。此外,广州证券、东莞银行和马可波罗瓷砖等多家企业也对球队进行冠名和赞助。除了对广东职业篮球的投资外,众多企业也将省内多项群众篮球赛事视为重要的展示平台予以投资和赞助。

2)竞技篮球优异成绩的推动。

进入新世纪后,因有较雄厚的资本作为发展保障,广东职业篮球在全国赛场上取得了斐然的成绩。广东省现拥有3支男子CBA球队(广东宏远、广州龙狮与深圳新世纪)和1支WCBA球队(广东新彤盛),顶级职业联赛球队数量列全国各省之首,广东宏远男篮更是豪取8次CBA总冠军,将广东职业篮球带到了巅峰。近10年,广东连夺2届全运会男篮冠军(2009、2013年)和1届全运会女篮冠军(2017年)。竞技篮球上的骄人成绩对广东省群众篮球建设起到了引领作用和辐射功能,更引爆了广东球市,易建联、杜峰、朱芳雨等众多球星成为了年轻人争相效仿的偶像。篮球俨然成为了广东体育的名片,吸引了更多的人民大众喜欢上篮球运动并亲身参与进来,对广东省群众体育的发展做出了巨大贡献。

2.3 社会群体的主动参与

1)深厚的群众基础。

广东省篮球文化气氛浓厚、群众基础较好,许多城市都将篮球作为第一运动,各种篮球设施随处可见。将于2019年在中国举办的男篮世界杯的8座联办城市中,广东省就占了4席(东莞、广州、深圳、佛山)。以“篮球城市”东莞为例,目前东莞拥有各类篮球场26000多个,篮球馆超过100座,全市32个镇区500多个村(居)委会都建有1个以上的标准篮球场。此外,还有东莞市的市三级联赛,南城、大朗、中堂等镇街也有自己的一至三级联赛。全年下来,东莞篮球比赛不下数万场,即使在农村,也做到了村村都有标准的灯光篮球场。没有人民群众对篮球的热爱,就不可能有如此火热的篮球赛事和完备的场地设施。而篮球运动所传递出的自强不息、拼搏不止的精神,也早已成为了其城市性格的代表。

2)各级篮协“共同治理”。

群众篮球是省篮协工作开展的重要平台,省篮协为群众篮球的健康发展提供着指导与支持。近年来在体育局的领导下和省篮协的带动下,省、市、区等各级篮协能够凝聚在一起,形成合力,汇聚上到政府、下到商家的多方面资源,共同促进群众篮球运动的开展。通过发挥“共同治理”机制的功效,各级篮协在“资源共享、优势互补、利益共享、责任同担”的原则下,加强相互沟通,增加了地区间的合作与交流,对群众篮球工作的开展更加具有针对性和成效性。省篮协还与各地市篮协共同创办了多项篮球品牌赛事和社会活动,丰富了人民群众的业余文化生活。

3)优秀裁判员培育工程。

随着广东省群众篮球的竞技水平不断提高、篮球规则的更新日益频繁,对篮球裁判的执裁要求也越来越高。为了保证省各级各类群众篮球赛事及活动顺利进行,更好地服务于群众篮球活动。由广东省篮协牵头,汇聚全省各地市的篮球裁判精英,成立了一支高水平裁判队伍。省、市篮协定期对裁判员进行业务培训与学习,聘请国内外优秀裁判员来粤讲学,不同地区裁判也常相互交流、共同探讨。各篮协还尽可能地提供较多的执裁平台,通过以老带新、高级别带低级别等多种方式,以加快对年青裁判员的培养。目前,广东省各篮协已合力打造出了一支业务能力强、素质高、纪律过硬的优秀裁判队伍,培养出篮球国际级裁

判3人、国家级裁判30余人、一级裁判数百人,成为了广东省群众篮球的亮点工程。近年来,这些裁判承担了省联赛、各省市运动会等各级群众篮球赛事的执裁工作,保障了多项比赛的顺利完成。

公共治理既是一种理念,更是一种能力,地方群众篮球的发展需要政府、市场与社会三方的共同努力和参与,充分发挥各自优势,协调进行资源配置。在群众篮球“广东模式”的形成机制中,政府运用强制力为其发展提供了基础支持,市场通过经济调节对其发展进行资源优化,社会则以自组织形式满足其发展需求,三方运用各自独特的行动资源和行动逻辑,共同促进了广东省群众篮球的快速发展。其他省、市和地区的群众篮球发展借鉴“广东模式”时,应考虑当地的经济、政治、文化和地理条件等情况合理布局,寻找出适合自己的发展模式。

参考文献:

- [1] 姚明出席广东省篮球联赛,赞广东模式值得借鉴[EB/OL]. [2018-08-10]. <http://sports.sina.com.cn/cba/2017-05-19/doc-ifyfkmc9721204.shtml>.
- [2] 王经纶,杨竞业. “广东模式”的哲学阐释[J]. 广东社会科学, 2011(2): 73-80.
- [3] 郑素华. 篮球发展的商业价值及市场开发[J]. 商业现代化, 2007(28): 61-62.
- [4] 于红霞. “省港杯”足球赛: 粤港体育文化交流的新形式[J]. 华南师范大学学报(社会科学版), 2000(6): 106-112.
- [5] 王家宏,钱志强,陶玉流. 新中国群众篮球运动发展的史学研究[J]. 体育文化导刊, 2003(9): 30-32.
- [6] 杨晓生. “幸福广东”视野下广东省大众体育的发展[J]. 体育学刊, 2015, 22(1): 51-53.
- [7] 第六次全国体育场地普查数据汇编[EB/OL]. [2018-08-10]. <http://www.sport.gov.cn/pucha/index.html>.
- [8] 广东省第六次体育场地普查数据公报[EB/OL]. [2018-08-10]. <http://m.hexun.com/news/2015-05-28/176242222.html>.
- [9] GWINNER K. A model of image creation and image transfer in event sponsorship[J]. Int Market Rev, 1997, 14(3): 145-158.
- [10] 李刚. 中国企业赞助国内大型体育赛事的绩效研究——基于事件研究法[J]. 体育科学, 2014, 34(8): 22-33.