

欢迎访问

体育总局官方网站

## 全国排球联赛的经济文化特征研究

作者：赫忠慧 来源：政法司理论处 发布时间：2007-02-07

字体：【大】 【中】 【小】

20世纪以前，美国的威廉·莫根先生根据人类应健康文明地运动和球类运动适合不同年龄人的思想，创造了一项新的球类游戏——排球。随着社会的进步，排球运动从原始的简单游戏，发展演变为一种内涵丰富、技巧精湛、对抗激烈的现代体育运动项目，并在全球得以广泛普及。20世纪90年代末，国际排联不断修改规则，使排球技术攻防相对平衡，从而不断增加了比赛的激烈对抗性和比赛的观赏性，给排球运动带来了新鲜活力。在电视等新闻媒体的广泛传播下，排球运动以其丰富多彩的魅力，吸引了更多现代人的参与，成为一种积极健康的社会文化活动。

20世纪90年代，全国排球队伍的减少和后备人才的萎缩状况，使中国排球处于进退维谷的艰难境地。面对排球运动的现状和全国人民对“重振女排雄风”的强烈要求，1996年4月底，中国排球协会确定了以赛制改革为突破口，继而带动排球项目的排球项目全面改革。同年，以主客场双循环比赛为主要特征的全国排球联赛拉开序幕。时至今日，全国排球联赛已经举办了九届，全国排球联赛已经成为中国排球协会影响最大、范围最广、时间最长、参加人数最多、水平最高的一项赛事，成为了中国排球协会的拳头产品、主要产品，它的优劣与否直接关系到中国排球运动水平的发展。

进入21世纪，随着各个体育项目的市场化改革，体育表演业市场变得越来越激烈，全国排球联赛面临的挑战越来越多，一方面，由于经济的发展，人们的精神文化生活极大丰富，可供人们选择的娱乐活动和体育表演活动越来越多；另一方面，则是出于排球的项目特征，相对于足球、篮球而言，排球比赛的身体对抗性不强，对观众的刺激性不足，导致面对越来越挑剔的观众而言，全国排球联赛显得吸引力不足。

社会的变迁必然引起文化的发展，引起人们文化观念和文化心理上的转变，并对人的价值观念及生活习惯产生深刻影响。各运动项目要想在市场经济大潮中求生存、谋发展，就要不断提高自身的生存力和竞争力。最大限度地挖掘运动项目本身的文化特性，特别是分析市场化前提下，运动项目文化特性及社会价值的发展，使其比赛能够成为一项广泛吸引观众、广泛吸引赞助商的运动赛事就成为一项重要的课题。

本研究分析基于排球项目特征基础之上的CVA联赛的经济和文化特征，为今后打造CVA的品牌文化提供借鉴。研究以排球竞技文化的特征和社会价值为研究对象。采用文献资料法，通过文化学和体育学资料的整理和分析，探讨CVA的经济和文化内涵及特征；通过采用问卷调查法，分析排球项目本身的价值和魅力。通过历史分析法，研究排球文化的历史变迁特征和趋势。通过逻辑分析法，探讨CVA的经济及文化发展趋势。

分析可见，我国大学生人数多，为排球市场提供了潜在丰富的人口资源；经济发展迅猛，人民群众日益富裕，为排球市场提供了潜在强大的经济支持；社会文化日益多元化，尤其是2008年北京奥运会的临近，为排球运动的发展提供了一个宽松的文化环境。全国排球联赛作为市场化的产物，在九年的发展经历了改革准备、改革实施、积极探索、平稳发展四个阶段；从四个阶段的发展可以看出，只有适应我国政治、经济、社会文化环境的发展，全国排球联赛才有生命力。

通过对CVA联赛的SWOT分析表明，从内部讲，CVA联赛首先应充分利用自己目前的优势，如观众的“五连冠”情结，新生代女排的崛起对于观众的感染力，联赛纯洁形象，以及与媒体的良好的合作关系等；同时，CVA存在着开发亚洲市场的机会，可以为联赛重新定位；开发明星球员、比赛、票务广告和专利产品以及制定发展计划和市场开发计划等机遇。因此，应改变观念，抓紧时间，立即策划自己的联赛文化，尽快改善联赛形象，使联赛组委会和各俱乐部适应市场的变化和发展，用经济的观点和意识去考虑问题、分析问题、解决问题；此外，还要认真分析、研究CVA联赛内部的具体问题，利用外部来促进自身的发展。从外部情况来看，由于CVA联赛自身的优势，使得它具有较多的生存机会和发展机遇，同时，CVA面临着文化产业的冲击、来自其他体育项目的恒久威胁、躁动的消费者和后备力量培养的匮乏等威胁，存在着百姓参与排球运动不够、联赛精彩性不足、俱乐部脱离球迷等劣势。

排球文化注重“团队精神”，以文雅运动为表现形式，机会均等公平竞争的竞赛方式，以及张扬的个性特征与人格精神的塑造，CVA联赛的文化特质，阐释了中国传统文化与排球文化的结合是CVA联赛的文化特质，“轻松娱乐”造就了CVA联赛的环境文化，“女排情结”凝聚CVA联赛的主体观众文化等特点。CVA联赛文化的打造策略应包括：坚持“以人为本”，拓展教育渠道；完善规章制度，营造联赛环境；依托文化载体，展示联赛形象；开发大学生消费群体，动员新的观众文化等。

经过九年的发展，全国排球联赛大部分赛场观众火爆，有着自己特定的观众群，然而其促进排球运动社会化、市场化的目标依然没有实现；赛场观众火爆的现象不是市场经营的结果，而是行政干预的结果。全国排球联赛的主体观众是男性、中老年、高学历观众。分析可见，20世纪80年代，老女排的忠实球迷和“排球女将”的忠实影迷逐渐形成了全国排球联赛的主体观众。现有观众群体存在着较固定的消费习惯，不易改变，很难受到各种促销措施的影响，要想提高全国排球联赛的上座率，必须要在扩大原有观众群的基础上，扩大联赛的终端市场。建议全国排球联赛通过开发大学生消费群体，动员新的观众文化定位来扩大联赛的观众群体。CVA联赛的文化宗旨应该是使观众在观看比赛中体验到轻松、时尚，使观赛者心灵得到满足。联赛的定位应在为大学生提供轻松、高雅的娱乐方面。

总之，研究力图通过分析市场经济条件下，以全国排球联赛为表现形式的排球竞技文化的时代特征及社会价值，讨论在全国排球联赛发展过程中，排球物质文化、制度文化及精神文化的发展与变迁。总结其发展的规律和基本特征，进而分析排球竞技文化在市场化进程中的发展趋势。在理论上构建新时期排球文化的时代内涵，文化特性和社会价值，在实践上，为深入挖掘潜在市场，针对市场需求的变化特征，对排球竞技文化的物质、制度及精神等三个层面的文化特征进行论证和变革，为进一步推进全国排球联赛的改革提供参考。

作者：赫忠慧（北京大学）  
李国东、陈永发、丁冬云、杜晓红、郭琳

国家体育总局版权所有 国家体育总局体育信息中心承办  
国家体育总局通讯地址：北京市崇文区体育馆路2号 邮政编码：100763 联系电话：010-87182008  
网站联系电话：010-87182998/87182280 E\_mail: [webmaster@sport.gov.cn](mailto:webmaster@sport.gov.cn)  
京ICP备05070991号