

西部体育论坛

文章编号:1001-747 (2006)02-0052-03

中图分类号:G80-05

文献标识码:A

广西民族传统体育产业化市场定位与秩序对策研究*

杨放,何江川

(广西民族大学体育与健康科学学院,南宁530006)

摘要:广西民族传统体育文化交流区位优势突出,基础扎实,前景看好,其产业发展应定位国内市场、东南亚市场,依托旅游业和文化产业协同发展。通过非均衡的市场定位和发展秩序布局,形成以几个重点地区为支撑,连点成面,由面成带的民族传统体育产业分布,促进广西民族传统体育产业向结构合理化、市场化方向发展。

关键词:民族传统体育;市场定位;文化产业

Countermeasure Research on Marketing Orientation and Order for Guangxi Ethnic Sport Industrialization

YANG Fang, HE Jiangchuan

(Sports and Health College, Guangxi University for Nationalities, Nanning 530006, China)

Abstract: We should make Guangxi as an intercourse platform of nation traditional sport culture between China and south-east Asia, as it has super area, foundation and future. We will develop national sport industry in cooperation with tourism and culture industry with a view to Chinese and south-east Asia markets. According to non-balanced marketing orientation and developing order distribution, we should form a rationalized industry distribution from several 'key points' developing into an area, even an industry lace, and make Guangxi ethnic sport industry develop more reasonable and marketable.

Key words: ethnic traditional sports; market orientation; cultural industry

某种资源开发,围绕某种产品的生产经营、适应市场需求而出现的产业化过程,必然要经历产业发展的一系列阶段,经过若干年的努力培养与发展,才能最终形成产业,民族体育产业也不例外^[1]。因此在研究民族体育产业化问题时,必然要研究其产业化发展必须经历的阶段性的市场定位、市场营销、发展秩序和发展目标等。在研究广西与东南亚各民族传统体育产业化发展研究时,必须要注意少数民族体育产业化有着类似其他产业发展的共同规律,以及自身的特殊要求。并要参考各国政府及各地体育部门有关体育发展基本思路与规划,才能提出民族体育产业化发展的市场定位、项目选择及发展秩序等。考虑到中国——东盟自由贸易区给广西带来的机遇,研究参考了广西与东盟经济发展和相关重点产业的政策,了解广西民族传统体育旅游的发展基本思路与规划,因此课题组全面调查了广西民族传统体育产业化市场布局基本情况。

1 广西民族体育产业化市场布局基本情况

为了全面地了解民族体育的商业化开发现状,课题组向南宁市、柳州市、桂林市、梧州市、北海市、贵港市、钦州市、百色市、河池市、宜州市、玉林市、贺州市有关部门(旅游局、体委、民委)就各地少数民族体育已商业化的项目、与旅游业融合发展的项目、具有商业化、产业化潜力的项目、最流行的项目等作了一次问卷调查及实地考察,认为广西民族体育产业市场布局具有以下特点:

第一,民族体育仅仅处于开发的初期阶段,部分民族体育项目开始走向市场(如田阳舞狮)。

第二,目前广西民族体育开发基本上依附于旅游业,为旅游业的发展增加了较多的文化含量和参与的机会,因而效果较好。但从另一方面看,民族体育直接创造的收益还没有从旅游中完全剥离出来。

第三,目前的广西民族体育大部分是作为一种媒介活跃气氛的手段(如南宁国际民歌节、东盟博览会的少数民族体育的表演),能直接创造经济效益的

* 收稿日期:2005-10-12;修回日期:2005-12-26

基金项目:广西教育厅科研项目桂教[2004]20号

作者简介:杨放(1962-),女,广西桂平人,副教授,硕士生导师,研究方向为民族传统体育;何江川(1964-),男,广西平南人,教授,硕士生导师,研究方向为民族传统体育产业。

相当少, 商品味也相当淡, 基本上没有形成一个独立的行业。

第四, 广西民族体育产业不均衡、开发结构不合理、配套性差。从发展地域看, 桂北等地区开发较好, 其他大部分地区开发较差。从内容上看, 多围绕漂流、攀岩、歌舞等项目, 产品结构过于单一。从时间上看, 大多数民族地区仅在民运会和民族重大节日内进行, 时间的延续性和热点的连续性不够。从投资结构上看, 目前对民族体育产业资源的开发主要由民委、体育局和当地政府进行事业性投入, 社会、集体、个人、外资进行商业经营性投入甚少, 投资渠道单一, 多元化的社会投资主体格局尚未形成。

第五, 现有的民族体育缺乏统一规划与布局, 与丰厚的广西民族体育资源和独特多样的民族体育特点等状况十分不相称。不利于民族体育的继承和发展, 也不利于这一资源的开发和利用。

2 广西少数民族体育产业化的市场布局存在问题

从调查结果显示: 广西少数民族传统体育项目共有 140 多项, 最流行的少数民族体育项目有 48 项, 其中有 21 项已和旅游业融合发展, 占最流行少数民族体育项目的 43%。虽然广西少数民族体育资源丰富, 但由于缺乏整体的规划, 已商业化的少数民族体育项目, 其规模较小, 产出量很小, 前景并不乐观。少数民族体育没有成为旅游业的一种推动力, 成为旅游吸引力的重要部分, 而旅游业也没有将少数民族体育运动作为旅游资源进行系统的有目的的规模性开发与经营。而且少数民族体育产业无明确的、独立的发展方向和具体的发展目标。具体表现在: (1) 少数民族体育产业的布局基本为自发、无序的状态, 其分布与旅游业、文化产业没有形成互动的联结关系, 没有形成符合具有一定产业集中度的产业化发展的基本要求的布局; (2) 产业结构总体上讲不平衡性, 有些地区虽然开展了一些项目, 但目前并没有形成规模, 有的地区则是空白。

认为其原因主要有两方面: (1) 地方政府只想通过市场来挖掘资源, 没有意识少数民族体育须进行“包装”才能推向市场, 因此没有和学者专家联手对现有的资源进行挖掘、开发整理、策划包装推向市场; (2) 由于广西商品市场经济欠发达, 导致观念更新滞后, 甚至有些当地政府连少数民族体育产业化的概念都没有建立起来。

3 广西民族体育产业化发展的市场定位思路及对策

由于广西处于中国——东盟自由贸易区的中心位置, 从地理位置有两个特点: 一是广西处于中国与东盟两大板块的结合部, 可以利用两地的市场和资源来合理配置自己的资源, 调整优化市场结构, 推动民族体育产业化发展; 二是背靠祖国内地, 面向东南亚, 民族体育旅游市场可以辐射云南、四川、贵州、湖南等省。由于广西具有特殊的地域位置, 因此提出以下三种广西民族体育产业化的市场定位的思路及对策。

思路一: 定位于国内市场, 将广西民族传统体育推向全国。首先结合其他旅游资源配套开发, 依托现有风景名胜部署开发一些地方性、民族性突出的体育旅游活动。目前发展较成功的例子有资江天门景区的“天下第一药谷”少数民族风情村和宜州下砚河的民族风情村。乡村民俗文化旅游村的建立可把旅游资源中的两大优势——恬静山水和民俗文化相结合, 以满足游人“重返大自然”的渴求, 也可克服当前风景区区域城镇化倾向, 增加分流渠道、最大限度利用资源。另外结合民俗旅游文化村的建设 and 众多的风景名胜, 设计规划并推出行程合理、特色鲜明的民族体育旅游线。

民族体育产业化发展项目的选择可以通过对民族传统体育资源进行分析来确定, 从各少数民族传统体育项目中选择出最具有本民族特色和风格的体育项目, 针对目标市场对少数民族体育商品的需求, 进行较为准确的市场定位。民族体育运动必须具备强身健体性、娱乐审美性和竞技性, 才最易为社会所接受, 走向市场。在产业发展初始阶段可依据项目的形态、功能按观赏类、参与类、健身类、休闲类、探险类进行分类开发。观赏类项目有: 舞狮、舞龙、打扁担、踩风车、陀螺、秋千、壮拳、八宝拳、赛马、珍珠球、斗牛、斗马、打长鼓等; 游客参与类项目有: 矮马比赛、芦笙、龙舟、抢花炮、拉鼓、投绣球、打铜鼓、板鞋竞技、跳花灯、背篓球、鸡瓜球、赶山狩猎、打旗公、大象拔河等; 健身类项目有: 壮拳、瑶拳、侗拳、八宝拳、壮家十八般兵路、打草球、鸡毛球、跳绳、凤凰护蛋等; 休闲类项目有: 划船、钓鱼、抓螃蟹、挖沙虫、跳跳鱼、堆沙、王棋、回纹棋、陀螺、射弩、秋千等; 探险类项目有: 登山、攀岩、漂流、探溶洞、爬树、越野、划船、骑马、狩猎、潜水等^[2]。

思路二: 定位于东南亚市场。由于广西已由国内边陲变为国际通道和枢纽, 中国——东盟自由贸易

区建成后,广西将成为中国与东南亚半岛各国之间、西南地区与国外来往的交汇处,因此定位东南亚市场是必要的。广西的许多民族与东南亚半岛多国民族有亲缘关系,如布依族、侗族、水族、毛难族与越南的岱依族、依族、泰族、高兰族,老挝的主体民族老龙族和泰族,泰国主体民族泰族,缅甸的掸族都有同源关系^[3]。因此可以利用广西与东南亚丰富的民族体育资源来实现资源优化配置,调整广西民族体育产业化的市场布局,既可以充分利用国内的民族体育资源,也可以利用东南亚的民族体育资源;既可以拓展国内市场,也可以进入东南亚的大市场,使广西的民族体育产业国际化、规范化。

定位于国际市场,是考虑到中国加入 WTO 后市场状态的变化以及中国——东盟博览会落户南宁。少数民族体育市场的开发必定是高起点的,通过国际影响产生的需求效应来影响国内需求,有利于外资引进,改善投资结构,从而推动整个体育市场的扩张。

思路三:依托旅游业和文化产业协同发展的定位。民族体育产业在发展的初始阶段附属旅游业和文化产业,能够避免少数民族体育孤立发展^[4]。广西及东南亚拥有丰富的旅游资源,包括众多风光秀丽的自然景观和很有特色的人文景观、民俗民情。近年来越来越多的东南亚游客和中国游客把广西作为旅游目的地,广西把桂林——南宁——越南下龙湾、海防、河内定为金牌旅游专线。因此广西的民族体育产业定位于与旅游业、文化产业综合发展,使之相互促进,相互推动,相得益彰。中国与东盟建立自由贸易区后,人员来往增多,出境手续简单。因此广西民族体育产业可以借助于国内与东南亚两地的旅游业和文化产业来进一步开发,通过与旅游业和文化产业发展定位将给广西民族体育产业提供更加广阔的前景和空间。

4 广西民族体育产业化发展秩序的对策及建议

广西少数民族体育资源的留存基本处于一种自生自灭的状态,散存于各少数民族生产与生活的地区,因此在产业化初期阶段,必须进行硬件的投资,建设集中的少数民族体育文化市场,将各种少数民族体育运动项目及表演项目集中起来进行经营。其意义在于:

第一,能够集中保存与开发丰富的少数民族体育资源。目前,少数民族体育的种类繁多,分布性广。但随着现代文明、现代生产、生活方式的迅速渗

透,基于少数民族生产、生活基础之上的相当多的民族体育项目将迅速消失。建立少数民族体育文化市场,可以使这一丰富的资源得以保存并且开发利用。

第二,能够将分散的少数民族体育集中化经营,适应定位于国际市场的需要。分散在少数民族地区的少数民族体育运动,由于交通条件的限制,与旅游业的结合非常困难。只有将它们集中起来,才能将少数民族体育的丰富资源融合进旅游产业中去,使之成为旅游业的一种推动力。

第三,建立少数民族体育文化市场是少数民族体育产业化的突破口。任何产业化,在培育的初期,必须有一种强制力量去打破旧有的循环体系。如果不是停留在口头上搞产业化,而是实际推进产业化,就必须对基础设施进行必要的投资。从少数民族体育产业化的要求来看,建立少数民族文化市场,可以加快少数民族体育产业化的进程。

第四,建立少数民族体育文化广场,从总体上符合政府关于建设的战略决策,也符合西部主要发展特色经济的要求,是开发大西部的客观需要。

此外,少数民族体育产业化除了一定的硬件设施即基础设施建设外,建立有效的产业组织是非常必要的。建立必要的产业组织,使它们在自身经济利益的推动下,积极开发和经营少数民族体育产业,成为具有主体化的经营单位,在微观上创造出产业化的主体,产业化的进程才会顺利。经营少数民族体育产业的组织必须按照现代企业制度建立,政府可以进行必要的资金注入,注入的资金作为国家股份,对企业进行必要的控制。其它资金可以通过社会集资、发行股票的方式筹集,也可以引入国外资本^[5]。

由上述可见,广西民族传统体育产业不仅可以立足国内,还可以积极打造为中国与东南亚民族体育文化交流合作的平台,为中国与东南亚的睦邻友好作出贡献。并因此而促使广西民族体育产业市场结构及秩序合理化,来促进自身的开发和发展。

参考文献:

- [1]饶远.云南体育产业发展研究[M].昆明:云南科技出版社,2000.389-412.
- [2]何江川.民族体育产业化发展的阶段性目标研究[J].社会与经济发展,2004,2(10):53-55.
- [3]古小松.中国——东盟知识读本[M].桂林:广西师范大学出版社,2004.230-231.
- [4]白晋湘.民族传统体育文化学[M].北京:民族出版社,2004.387-388.
- [5]朱欣民.西方企业市场调研方法[M].成都:四川大学出版社,1998.87-88.