

摘要

为发掘职业体育赛事在社会体育、竞技体育以及学校体育各方面的积极作用，我国出台多项政策推进体育赛事文化重点工程建设。2015年国家体育总局发布《关于进一步做好运动项目文化建设的通知》强调：“以赛事为平台，宣传和推广运动项目文化”。2018年《关于加快发展体育竞赛表演产业的指导意见》指出：“以观赏性较强的运动项目为突破口，创作开发体现中华优秀传统文化、具有中国特色的体育竞赛表演精品”。2019年《体育强国纲要》强调：“实施体育文化创作精品工程，创作具有时代特征、体育内涵、中国特色的体育文化产品”。2021年《“十四五”体育发展规划》中指出：“实施‘体育文化创作精品工程’，持续推动运动项目文化深入建设，打造重点运动项目文化建设示范工程”。

中国男子篮球职业联赛作为我国级别最高、关注度较为广泛的职业篮球赛事，充分发挥了三大球中篮球的领军作用，已成为我国向世界展示中国篮球赛事文化的窗口赛事。联赛适合作为体育赛事文化精品工程进行赛事文化开发建设，着力提升职业体育赛事文化感召力，助力“十四五”时期体育文化建设工程推进。本研究以国内篮球职业赛事文化精品工程打造为研究导向，选取中国男子篮球职业联赛赛事文化开发现状作为研究案例，以联赛《官方手册》作为调研对象筛选依据，以地方篮协作为调研平台，共联系13位联赛领导阶层相关者展开50-60分钟的半结构式访谈。在征得同意后将访谈全程录音并转录为文本资料，使用NVivo12.0质性研究分析软件进行三级编码处理，分析在访谈中受到关注的赛事文化开发现状、问题并据现存问题提出优化对策建议。

研究结论如下：

1、中国男子篮球职业联赛赛事物质层面文化开发主要内容：（1）场馆建筑文化所包含的比赛场馆文化、联赛文化馆文化；（2）衍生品文化所包含的奖品文化、比赛器材文化、体育商品文化、工艺品文化；（3）虚拟商品文化所包含的网络游戏文化、数字藏品文化、影视作品文化。现存问题：（1）赛事物质层面文化开发质量有所提升，宣传渠道单一；（2）偏重实体物品开发，虚拟文创品开发有待发展；（3）文化内驱力不足，致商务推广效果不佳。对策：（1）依托物质层面赛事文化开发、助力商务推广；（2）借助精神层面赛事文化开发、丰富物质层面赛事文化内涵。

2、中国男子篮球职业联赛赛事精神层面文化开发内容：（1）联赛精神文化所包含的符号文化、公益精神；（2）俱乐部精神文化所包含的地域文化、俱乐部文化、竞技体育精神文化；（3）球迷精神文化所包含的球迷主场文化。现存问题：（1）地域文化形成普遍关注，内涵扩充有待完善；（2）各俱乐部间精神层面赛事文化开发程度不均，宣传效果参差。（3）精神层面赛事文化内化不足，联赛内部认同缺失。对策：（1）融合地域文化，助推赛事精神层面赛事文化根植；（2）坚定文化自信，重视赛事精神文明建设。

3、中国男子篮球职业联赛赛事制度层面文化开发内容：（1）联赛管理制度所包含的组织架构、管理制度；（2）赛事规则所包含的竞赛制度、竞赛规则、外援制度、赛场规范。现存问题：（1）制度建设中“商务开发”和“文化开发”的混淆；（2）联赛市场化、商业化、娱乐化与国家队建设的制度矛盾；（3）制度层面赛事文化内容宣传效果不佳，内化程度有待提升。对策：（1）细分组织架构，明确联赛文化开发权责；（2）加强宣传学习，提升制度层面赛事文化内化程度。

4、中国男子篮球职业联赛赛事行为层面文化开发内容：（1）赛场行为所体现的赛场礼仪、手势文化；（2）联赛仪式包含的庆祝仪式、特殊仪式；（3）联赛衍生活动包含的慈善活动、衍生活动、衍生赛事等。现存问题：（1）联赛职业化对联赛行为层面赛事文化引导失枝脱节；（2）行为层面赛事文化开发重心偏移，立意深度不足。对策：（1）强化内部认同，注重联赛衍生活动功能性开发；（2）加强联赛职业规范对联赛行为层面赛事文化的引导。

关键词：中国男子篮球职业联赛；赛事文化；赛事文化开发

目 录

摘 要.....	I
ABSTRACT.....	III
目 录.....	VII
1 前言.....	1
1.1 研究背景.....	1
1.1.1 国内外对于赛事文化作用的重视.....	1
1.1.2 我国篮球赛事文化开发现存问题.....	2
1.1.3 篮球赛事文化开发成功案例.....	3
1.1.4 我国篮球赛事文化开发有利条件.....	5
1.1.5 中国男子篮球职业联赛文化开发价值与意义.....	7
1.2 研究目的与意义.....	8
1.2.1 研究目的.....	8
1.2.2 研究意义.....	8
1.3 相关概念界定.....	9
1.3.1 赛事文化的相关概念.....	9
1.3.2 篮球赛事文化的相关概念.....	11
1.3.3 赛事文化开发的相关概念.....	12
1.4 文献综述.....	12
1.4.1 我国体育文化开发研究现状.....	12
1.4.2 我国赛事文化开发研究现状.....	14
1.4.3 我国篮球赛事文化开发研究现状.....	18
1.4.4 中国男子篮球职业联赛赛事文化开发研究现状.....	21
2 研究对象与方法.....	27
2.1 研究对象.....	27
2.2 研究方法.....	27
2.2.1 文献资料法.....	27

2.2.2 半结构式访谈法	27
2.2.3 实地调查法	34
2.2.4 数理统计法	35
3 研究结果与分析	37
3.1 中国男子篮球职业联赛物质层面赛事文化开发现状分析	37
3.1.1 中国男子篮球职业联赛物质层面访谈文本二级编码分析	38
3.1.2 中国男子篮球职业联赛物质层面文化开发主要问题	46
3.1.3 中国男子篮球职业联赛物质层面文化开发对策	46
3.2 中国男子篮球职业联赛精神层面赛事文化开发现状分析	47
3.2.1 中国男子篮球职业联赛精神层面访谈文本二级编码分析	48
3.2.2 中国男子篮球职业联赛精神层面文化开发主要问题	55
3.2.3 中国男子篮球职业联赛精神层面文化开发对策	56
3.3 中国男子篮球职业联赛制度层面赛事文化开发现状分析	56
3.3.1 中国男子篮球职业联赛制度层面访谈文本二级编码分析	57
3.3.2 中国男子篮球职业联赛制度层面文化开发主要问题	67
3.3.3 中国男子篮球职业联赛制度层面文化开发对策	68
3.4 中国男子篮球职业联赛行为层面赛事文化开发现状分析	68
3.4.1 中国男子篮球职业联赛行为层面访谈文本二级编码分析	69
3.4.2 中国男子篮球职业联赛行为层面文化开发主要问题	76
3.4.3 中国男子篮球职业联赛行为层面文化开发对策	77
4 结论与建议	79
4.1 结论	79
4.1.1 中国男子篮球职业联赛物质层面文化开发现状	79
4.1.2 中国男子篮球职业联赛精神层面文化开发现状	79
4.1.3 中国男子篮球职业联赛制度层面文化开发现状	80
4.1.4 中国男子篮球职业联赛行为层面文化开发现状	80
4.2 建议	80
4.2.1 中国男子篮球职业联赛物质层面文化开发对策建议	80
4.2.2 中国男子篮球职业联赛精神层面文化开发对策建议	81

4.2.3 中国男子篮球职业联赛制度层面文化开发对策建议.....	81
4.2.4 中国男子篮球职业联赛行为层面文化开发对策建议.....	81
参考文献.....	83
附 录.....	91
致 谢.....	93
攻读学位期间发表的学术论文目录.....	95

1 前言

1.1 研究背景

1.1.1 国内外对于赛事文化作用的重视

赛事文化建设是赛事组织与运营各环节的重中之重，赛事文化底蕴为体育赛事注入灵魂。赛事文化建设的成功与否，决定其能否在高速发展、日新月异的社会洪流中找到有力的支撑点，获得长期、稳定、向好的发展。正是文化的力量，使世界各国把赛事文化建设作为赛事组织与运营工作中的关键一环，将赛事文化作为连接大众健身、竞技青训、校园体育的精神纽带。我国在《“十四五”体育发展规划》中，提到了体育文化的内涵、特质是通过运动项目文化表达的，体育文化建设要在“十四五”时期持续深入推动，建设重点运动项目文化示范工程。此外，体育文化创作精品工程也要同步推进，通过文艺繁荣体现体育文化繁荣^[1]。发展现代体育新视听，推出系列特征鲜明、起到正向影响、体现核心价值观且具有强大吸引力、号召力的体育文化精品，以体育文化作为中国体育新发展阶段稳步前行、向好发展的有力思想保障^[2]。

从国家层面来看，赛事可作为国家体育事业建设的重要一环，国家体育事业的政策性文件对于赛事的发展起着导向性作用。美国的《国家体育活动计划》以篮球作为着力点，凭借美国社会篮球文化氛围先天优势得到稳定、踏实的发展，并且成功辐射校园体育以及社会体育，成为体教融合的成功案例^[3]。通过加拿大、芬兰体育相关政策的解读，其赛事文化建设已经具备社会功能性。政府通过设立专门的体育文化部门，来开展赛事组织运营以及文化开发、创作，在赛事初具雏形后能够直接服务于社会体育或学校体育，从精神文化层面带来积极影响。而澳大利亚、法国、中国则在赛事文化建设方面处于起步阶段，已经看到体育文化以及赛事文化建设的宝贵之处，相继展开相关发展计划，致力于将赛事文化加以开发、加以利用。

^[1] 佚名. 为筑牢体育强国根基凝心聚力——《“十四五”体育发展规划》体育文化内容解读_国家体育总局[EB/OL]. [2023-03-30]. <https://www.sport.gov.cn/n315/n331/n405/c23705368/content.html>.

^[2] 体育总局关于印发《“十四五”体育发展规划》的通知_体育_中国政府网[EB/OL]. [2023-03-26]. http://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2021-10/26/content_5644891.htm.

^[3] 2008 Physical Activity Guidelines for Americans. U. S. Department of Health and Human Services. 2008; Available at: www.health.gov/paguidelines/default.aspx. Accessed May 13, 2009.

表 1-1 体育文化建设相关方案、政策以及政策解读

国家	文化建设方案、政策	政策解读
中国	《“健康中国 2030”规划纲要》	建设项目文化，强化价值引领，通过文化的力量提高体育强国梦的内驱力，提高体育活动参与热情
加拿大	《加拿大体育政策 2012》	加拿大各省设立体育文化部，结合体育文化与社会娱乐。助力培养竞技体育后备人才，鼓励吸纳其他国家赛事文化，尤其在篮球赛事文化建设方面吸纳美国篮球文化 ^[1]
芬兰	《在行动——对身体活动促进健康和幸福 2020》	通过体育精神文化的塑造鼓励人们积极融入社会，创造幸福、健康的社会氛围。将赛事活动文化与人民健康、社会福祉相联系
澳大利亚	《赢得优势 2012-2022》	强调体育的社会意义，通过体育赛事社会意义的建设根植竞技体育为国争光的理念，保持竞技体育的活力，激发社会体育参与热情 ^[2]
法国	《体育复兴计划》	通过国家赛事文化历史背景的发掘，创设体育参与社会历史底蕴。从文化的力量入手，推进竞技体育、社会体育的发展
美国	《国家体育活动计划》	培养民众以参与体育活动作为生活方式的社会文化，使体育赛事文化与社会文化结合，目的在于提高国民健康水平。篮球赛事是美国完成这一目标的重要抓手，具有先天优势 ^[3]

1.1.2 我国篮球赛事文化开发现存问题

1.1.2.1 篮球项目文化挖掘尚有欠缺

篮球项目已成为我国群众基础较好、关注度较高的运动项目，篮球项目所具有的娱乐价值、教育价值、经济价值、社会价值有赖于我国篮球文化的开发来更好地发挥作用。目前我国职业篮球赛事竞技氛围过于浓厚，联赛政治、商业因素交互作用影响赛事发展，体现出我国职业篮球赛事项目文化挖掘仍有欠缺，^[4]相关各方没有在文化发展路径上形成共识。篮球赛事文化的开发需要以社会文化为基础，寻找项目文化与社会文化的契合点。篮球赛事促进人的全面自由发展的理念能够契合我国社会主义核心价值观；篮球竞赛讲公平、讲文明的主旨能够契合中华传统文化思想；我国篮球竞技赛事文化建立在

^[1] . Bornstein D, Pate RR, Pratt M. A review of the national physical activity plans of six countries. J Phys Act Health.2009; 6(supp 2): 245-264.

^[2] Australian Sports Commission.National Sport and Active Recreation Policy Framework[R].2011.

^[3] 2008 Physical Activity Guidelines for Americans. U. S. Department of Health and Human Services. 2008; Available at: www.health.gov/paguidelines/default.aspx. Accessed May 13, 2009 .

^[4] 孙晓宁.CBA 职业联赛改革面临的矛盾和问题及对策研究[J].广州体育学院学报,2020,40(06):36-39. DOI:10.13830/j.cnki.cn44-1129/g8.2020.06.010

华民族顽强奋斗、坚毅不屈的精神之上。基于目前我国篮球项目文化挖掘尚有欠缺的现状，做好赛事文化开发是我国篮球赛事谋求品牌化发展，扩大国际影响力的必然选择。

1.1.2.2 赛事文化与文化表演互动融合程度不高

目前我国篮球赛事衍生文化节目数量较少、质量不佳，没有能够形成赛事娱乐文化和赛事特色娱乐。篮球赛事文化与文化表演的互动融合在媒体时代对于篮球赛事来说至关重要，决定着赛事文化传播广度和深度。我国篮球赛事在与文化表演项目融合过程中，未能充分融合娱乐、融合文艺，整体呈现出赛事去娱乐化、节目娱乐化的两极分化趋势。参考 NBA 赛事娱乐，赛事文化与文化表演项目的融合已成为公司化的运营模式，将娱乐、竞赛、文化多方融合形成独特的 NBA 竞技娱乐模式^[1]。这样的做法既保留了赛事本身的竞争性、观赏性又增加了赛事的娱乐性和讨论度。在一些文化表演项目中更是融合篮球竞赛的育人思维，强调篮球文化的包容性和公平性，综合地利用了篮球文化塑造多样化的赛事文化。反观国内，需要涌现更多的篮球赛事相关娱乐节目、教育节目以及传记类节目，丰富篮球赛事在科普、教育、宣传等方面的附加价值。

1.1.3 篮球赛事文化开发成功案例

篮球赛事文化开发塑造赛事文化品牌的价值在国际社会已经受到多方关注，对于篮球赛事文化价值的开发与利用有许多先进经验可供我国参考。通过阅读文献，值得关注的切入点有：篮球赛事文化与娱乐文化的互动融合；篮球赛事文化与商业开发的联动；篮球赛事运营与商业化运营模式的接轨；篮球赛事价值观念与社会价值观的广泛契合等。综合各类因素，有针对性的参考国外优秀案例，结合我国实际情况能够帮助我国开发具有中国特色的赛事文化与制定适合于我国国情的赛事文化开发对策。

1.1.3.1 篮球赛事文化与娱乐文化的互动融合

在赛事娱乐化在这个方面，篮球赛事范围内走在前列的当属 NBA，NBA 早在 1982 年就成立“NBA 娱乐公司”，NBA 的“泛娱乐化”主旨是通过移情效应使得赛事为观众带来快乐。有研究表明，NBA 的球迷开发已经接近于饱和状态，想要谋求商业角度更大的扩张，发展娱乐球迷群体是最佳选择^[2]。2017 年，NBA 举办首届《NBA 颁奖礼》，自此之后 NBA 的颁奖礼被称为是篮球界的奥斯卡。如果能从辩证的角度审视 NBA 的“泛

^[1] 王宏江,王永顺,刘爱玲,郭晨光.体育文化促进城市转型发展研究——以美国印第安纳波利斯为例[J].北京体育大学学报,2019,42(04):112-120.DOI:10.19582/j.cnki.11-3785/g8.2019.04.012.

^[2] 翁婷婷,张敏.体育赛事的品牌构建——以 NBA 全球推广策略为例[J].体育科研,2019,40(01):41-50+71.

娱乐化”，站在中国立场来理性看待篮球赛事的娱乐化，找到赛事和娱乐的平衡点，那么对于提高我国篮球赛事观赏度、丰富我国篮球赛事文化内涵来说大有裨益。

1.1.3.2 篮球赛事文化推广与商业化开发的联动

篮球赛事文化开发与商业化结合的成功案例在世界范围内的例子有很多，各个国家都看到了篮球赛事文化所蕴含的商业价值。日本的 B.League 是成立时间不长，但营收效果较好的范例，创立三年时间，一跃成为世界营收排名第三的篮球联赛^[1]。在联赛开赛次年，36 家俱乐部的总营收已高达 195 亿日元，入场观赛观众达到 252 万人，同比增长超过 10%，总营收中门票收入与俱乐部赞助收入占到半数以上。自 2016 年起，赛事唯一官方赞助商为日本软银集团，赞助合同总价值约 125 亿日元，时长为四年。软银集团同步参与了联赛的赛事文化开发，负责比赛的网络数字化直播。在软银赞助之后，索尼音乐、富士通、卡西欧等公司看准体育赛事其中的商机，纷纷加入 B.League 的赞助行列，成为官方合作伙伴，使得 B.League 联赛在商业运作方面走好了开头第一步从联赛竞技水平来看，B.League 并不能算是竞技实力超高的赛事，但 B.League 在赛事文化开发结合商业推广方面的成功模式值得我国借鉴。

1.1.3.3 篮球赛事文化开发与其他产业发展相互促进

表 1-2 2018 年我国赴欧洲旅游人次增量前五名的国家

国家	同比增长
塞尔维亚	218%
黑山	239%
比利时	179%
西班牙	165%
俄罗斯	137%

篮球赛事的文化开发可以与其他各产业形成联动，从而达到互相促进，互有助益的作用，其中篮球赛事文化开发与旅游业的互动值得关注。塞尔维亚是篮球强国，被称为是“为篮球而生的国家”其篮球文化氛围以及竞技成绩，在欧洲居于前列。如上表显示，2018 年篮球世界杯佛山赛区的赛事中，塞尔维亚以 59 分大胜菲律宾，同年，塞尔维亚成为中国游客人次增量最多的欧洲国家，许多游客正因为赛事中的精彩表现对这个国家

^[1] 张宗友. 从中日体育文化差异看中国足球文化的本位回归[D]. 首都体育学院, 2015.

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/78704015503010006>