



# 上海建设国际知名体育城市研究

肖焕禹, 李文川, 方立

**摘要:** 从国际知名体育城市概念入手, 结合上海体育发展的现状, 阐述了上海建立国际知名体育城市的机遇与挑战, 分析上海与国际知名体育城市之间的差距, 并提出打造上海国际知名体育城市的战略举措。

**关键词:** 上海; 体育; 国际; 城市

中图分类号: G80-05 文献标识码: A

文章编号: 1006-1207(2010)02-0001-06

Study on Turning Shanghai into a World-Renowned Sports City

XIAO Huan-yu, LI Wen-chuan, FANG Li

(Shanghai Institute of P.E., Shanghai 200438 China)

**Abstract:** Based on the concept of world-renowned sports city and the status quo of the sports development in Shanghai, the paper discusses the opportunity and challenge of building Shanghai into a world-famous sports city. It analyses the gaps between Shanghai and some world-famous sports cities and puts forward some strategic measures for turning Shanghai into a world-renowned sports city.

**Key words:** Shanghai; sports; world; city

体育事业是社会主义现代化建设事业的重要组成部分, 为贯彻落实《中共中央、国务院关于进一步加强和改进新时期体育工作的意见》(中发〔2002〕8号)精神, 增强上海城市综合竞争力, 加快上海体育事业发展, 2002年12月22日中共上海市委、上海市人民政府制定《关于加快上海体育事业发展的决定》(沪委〔2002〕14号), 文件中把“将上海建成亚洲一流体育中心城市”作为上海市体育事业发展的主要目标。2007年上海市体育局印发了《上海市体育发展“十一五”规划》的通知(沪体法〔2007〕123号), 通知提出了上海市“十一五”期间体育发展的总体目标: 经过五年的艰苦奋斗, 全面提升上海体育整体实力和在国内、国际体坛的竞争力; 形成与上海国际大都市相匹配的体育发展水平和发展环境, 继续建设亚洲体育中心城市, 并为建设国际体育知名城市而努力。第一次提出了把上海市建成国际体育知名城市的设想。

那么, 什么是国际体育知名城市? 国际体育知名城市建设的标准是什么? 上海与国际知名城市的差距在哪里? 把上海建设成国际知名体育城市面临着哪些机遇与挑战? 应对的策略是什么? 这即是本课题研究的意义所在。

## 1 什么是国际知名体育城市

国际大都市、国际化大都市、世界城市等是在媒体、书籍中常见的称呼, 也是社会学理论中的专有概念, 但国际体育城市, 在文献中还不多见。那么什么是国际体育城市呢? 从世界城市理论的角度加以分析、界定。

### 1.1 国际体育城市

“世界城市”是从功能角度对“大而重要”的城市进行研究而在国际上被广泛使用的一个概念, 是指当今国际经济中心城市的一种发展模式与战略。不同于一般城市, 世界城市是在高度一体化的世界经济环境下, 国际资本对世界

经济进行控制和发挥影响的空间节点, 是整个世界经济体系中具有特定分量的场所, 在全球经济中具有举足轻重的地位。1915年, 英国人盖德斯在其所著的《进化中的城市》一书中最先提出了“世界城市”这一概念, 他将其定义为“世界最重要的商务活动的绝大部分都须在其中进行的哪些城市”。到20世纪末, 这一理论经弗里德曼、沃尔夫、罗斯、特拉克特、萨森等西方学者的发展, 形成了西方关于“世界城市”的主流理论。从“世界城市”的功能特质来看, 世界城市是经济全球化的产物。从全球化角度来分析, 国际体育城市必然是体育文化全球化传播的产物。因此, 国际体育城市可以理解为, 体育文化传播、体育活动开展在全球范围内具有一定影响力的那些城市。传播体育文化、组织开展广泛的体育活动既是国际体育城市的特色, 也是其主要的功能。

### 1.2 国际体育城市的标准

明确了国际体育城市的功能特质, 再来分析国际体育城市的评价标准。但遗憾的是, 目前还没有国际体育城市的评价指标体系。但从1999年开始, 在美国由新闻媒体开展体育城市的评选, 每年公布体育城市的排名。表1是美国体育城市的评价标准。

从美国体育城市的评价标准来看, 比较注重体育的竞赛作用, 注重体育与生活、与城市整体环境的融合。

### 1.3 国际知名体育城市情况

#### 1.3.1 巴塞罗那

巴塞罗那(Barcelona)是西班牙巴塞罗那省省会、加泰罗尼亚自治区首府, 西班牙第二大城市, 第一大工商城和港口。全市面积91 km<sup>2</sup>, 市区人口约160万, 若连同外围地区为400万, 仅次于首都马德里, 也是世界上人口最稠密的城市之一。巴塞罗那是欧洲公认的一流体育城市之

收稿日期: 2010-02-12

基金项目: 2009年度上海市体育局体育社会科学、决策咨询项目(TYSKYJ2009068)

第一作者简介: 肖焕禹, 男, 教授。主要研究方向: 体育与社会结构。

作者单位: 上海体育学院, 上海 200438



表1 美国体育城市的评价标准  
Table 1 Evaluation Criteria of a Sports City in USA

指 标	内 容
基本资格	一个城市必须要在美国四大职业体育联盟(NBA、NHL、NFL 和棒球大联盟)拥有至少一支球队, 要由一所大学的球队进入美国大学体育联合会(NCAA)橄榄球、篮球甲级队。
主要标准	1. 球迷忠诚度; 2. 举办大型体育赛事的数量、级别与吸引力; 3. 体育媒体种类与数量; 4. 体育俱乐部的种类与数量。
次要指标	1. 举办体育赛事的体育场馆周边的景观。要求体育场馆周边要有良好的自然景观, 能够给人们以美感; 2. 城市也生活环境。要求比赛结束后 15 min, 人群不是马上散去, 城市不会变得空寂, 人们由交往的需要和环境。

一。它所树立的体育城市形象是运用重大体育赛事进行城市营销的经典之作。1992年巴塞罗那奥运会是城市发展的转折点, 从一个工业化的港口城市转型为服务导向的美丽的海滨城市。

诺坎普球场: 位于西班牙巴塞罗那市内, 属于西甲球队巴塞罗那的主场。诺坎普(NouCamp)体育场是整个欧洲大陆最大的体育场, 原来能容纳观众 98 000 人, 在 1982 年的西班牙世界杯时, 体育场的座位增加到了 120 000 个。它也是世界第二大体育场, 仅次于具有传奇色彩的巴西的马拉卡纳(Maracana)体育场。目前, 现代化的通用设备使它成为全欧洲最好的足球场。在 1998 至 1999 年赛季, 欧洲足协授予它“五星级”球场称号。

巴塞罗那赛道: 赛道建于 1991 年, 跑道全长 4. 725km, 是公认最接近完美的跑道, 常被各车队用来进行测试, 所以车队及车手对这个赛道都相当熟悉。

1992 年 7 月 25 日-8 月 9 日第 25 届奥运会在西班牙巴塞罗那举行。共有 170 个国家和地区的 9 364 名运动员参加了比赛, 其中女运动员 2 705 人。1992 年奥运会对巴塞罗那和西班牙发展的推动作用不可估量。

通过举办体育赛事, 巴塞罗那获得的名声是世界级的, 而它的其他各个方面也都给人留下了深刻的印象。如今的巴塞罗那仍然站在昔日辉煌的基础上, 在世界体育豪门都市的道路上继续前行着。

### 1.3.2 鹿特丹

鹿特丹是荷兰第二大城市, 世界最大的港口, 城市市区面积 200 多 km<sup>2</sup>, 港区 100 多 km<sup>2</sup>。市区人口 57 万, 包括周围卫星城共有 102. 4 万。鹿特丹的政策目标不仅是经济多样化, 更重要的是要借助新元素, 如文化和体育, 丰富自身的城市形象。1991 年, 鹿特丹成立了鹿特丹顶级体育基金会, 旨在加强鹿特丹顶级比赛的数量和质量。为了这个目标, 该机构与鹿特丹市、国内外体育协会、商业公司、教育机构和媒体开展了广泛合作。该机构预算由本地捐助和赞助组成, 它特别关注赛事和基础设施。

在赛事方面, 鹿特丹顶级体育致力于吸引、协助和支

持新的赛事在鹿特丹举办, 如 1996 年戴维斯杯(Davis Cup)网球赛、1996 年的世界排球年终总决赛、篮球全明星赛和欧锦赛决赛。不仅如此, 顶级体育也支持常规赛事, 如鹿特丹世界港口棒球赛、CHIO、ABN AMRO 网球赛和荷兰篮球周。鹿特丹意识到赛事能够为城市营销的成功提供得天独厚的机会。把体育作为增强城市魅力的手段。在过去几十年里, 鹿特丹不断投资于体育产品, 如兴建比赛场地、组织比赛和促进各种体育活动, 不仅为了创建健康城市, 也为了防止社会分化。如今鹿特丹更好的利用赛事来促进合作和吸引投资, 利用赛事带动社会的复兴。

### 1.3.3 曼彻斯特

曼彻斯特(Manchester)是英国的第三大城市, 该城市拥有 40 万人口, 整个大曼彻斯特地区人口则超过了 250 万。曼彻斯特拥有世界最著名的足球俱乐部-曼联俱乐部。曼彻斯特是工业革命的发源地, 是英国最具活力和动感的城市之一。在 20 世纪 80 年中期前, 曼彻斯特还未成为一座因体育而闻名的城市, 通过 2000 年奥运会的申办, 迅速提高了它的国际地位和国际形象。曼彻斯特在体育产业方面拥有无可比拟的竞争优势。这一地区比其他任何地区所拥有的足球俱乐部的数量都多(包括曼联和利物浦)。在所有英超和其他级别的英国足球联赛的 92 家俱乐部中, 西北地区就占据了 21%。曼彻斯特地区也是三大体育产品(包括服装、运动鞋和体育设备等): 锐步、茵宝、阿迪达斯的大本营。同时它也有其他的主要供货商, 如爱丽舍(Pentland Group 的一部分)。曼彻斯特地区是英国境内最大的体育产业聚集区, 这可以在一定程度上归结为曼彻斯特在历史上的纺织城的地位。这一地区体育产业对于当地经济的贡献几乎是英国平均值的两倍(GDP 的 3%)。曼彻斯特地区的另外一个优势则是媒体的集中, BBC 体育台和曼联电视台就是其中两家较为著名的电视台。由于以上所有的这些竞争优势, 研究者们因此得出结论: 曼彻斯特地区与英国其他地区相比, 拥有能够成功实施体育产业战略的最佳机会。2002 年的英联邦运动会(继奥运会申办后)将成为城市发展的催化剂。它被认为是提高城市吸引力、促进城市融合、促销城市以及投资高端体育设施的有效手段。曼彻斯特利用这次联邦运动会作为杠杆, 提高了市民生活质量、提供了更多的体育设施、改进了地区交通状况, 同时有助于社会融合。

### 1.3.4 芝加哥

位于美国中西部, 属伊利诺州, 东临密歇根湖。芝加哥及其郊区组成的大芝加哥地区, 是美国仅次于纽约市和洛杉矶的第三大都会区。市区人口 2 836 658 (2009 年, 美国城市第三名, 仅次于纽约、洛杉矶)。人口密度 4 816 人/km<sup>2</sup>。城市人口 871. 1 万。芝加哥自 1966 年起, 就成为美国拥有 4 大体育队伍的城市。目前拥有: 芝加哥队(MLS)、芝加哥熊队(NFL)、芝加哥公牛队(NBA)、芝加哥小熊队(MLB)、芝加哥白袜队(MLB)、芝加哥黑鹰队(NHL)。

### 1.3.5 曼谷

作为“天使之城”的曼谷, 是东南亚第二大城市, 被誉为“佛教之都”, 人口 816 万人, 92 人口信奉佛教。齐鲁晚报用“体育天堂”来形容曼谷。1966 年, 曼谷举办第 5 届亚运会; 4 年后, 由于汉城的退出, 曼谷再次欣然接受第 6 届亚运会举办权, 成为罕见的连续两届亚洲综合性大赛的



东道主；而原第8届主办国巴基斯坦因国内经济、政治等问题于1975年宣布放弃举办权时，曼谷再次挺身而出，举办了1978年第八届亚运会；到了1998年，虽然泰国刚刚遭受金融风暴的冲击，但仍旧以真诚和细致打动了第13届亚运会的所有参与者，其组织能力受到各方好评。在其他综合性赛事上，曼谷也不逊色，例如从1959年首次举办第一届东南亚运动会以来，泰国先后6次承办该赛事，其中4次均在曼谷举行；曼谷2005年还举办了首届亚洲室内运动会；2007年举办了世界大学生运动会。此外，诸如曼谷网球、高尔夫球、羽毛球、自行车公开赛和泰国杯足球赛等国际及地区赛事更是不胜枚举。

从以上5个城市分析来看，体育作为城市发展的名片，具备了以下特点：

第一，竞技水平的领先性与体育竞赛表演的国际性。无论是曼彻斯特、巴塞罗那，还是波士顿，都拥有世界知名的运动队、一流的运动场地设施和各类世界级水平的竞技体育赛事。作为全球最成功和最有价值球队之一的曼联队的主场所在地，曼彻斯特成为了世人皆知的城市。曼联队是欧洲乃至世界上最为成功的俱乐部，其长盛不衰的竞技水平曾经赢得无数的荣誉。曼彻斯特地区还拥有英国另外7个超级足球队，7个顶级的橄榄球队和90多个高尔夫球场。在曼城，其他著名的体育队还有兰开夏板球队，曼彻斯特巨人篮球队和曼彻斯特暴风雪橄榄球队等。此外，曼城颇具艺术风格的体育场、水上运动中心、国家自行车赛车中心、欧洲最大室内运动场和许多其他体育运动设施共同构成了曼彻斯特21世纪体育梦的坚强基石；巴塞罗那是欧洲公认的一流体育城市之一。1992年奥运会对巴塞罗那产生的巨大“广告效应”，使这个工业化港口城市一跃成为国际著名的以服务为导向的美丽海滨旅游城市。巴塞罗那还拥有整个欧洲大陆最大的体育场——诺坎普体育场和世人公认的最接近完美的F1赛道——巴塞罗那赛道等国际一流的体育设施；波士顿的体育运动在全美乃至全世界都颇有名气。美国的四大体育运动——橄榄球联盟(NFL)、棒球联盟(MLB)、篮球联盟(NBA)、冰球联盟(NHL)在波士顿都有知名的球队，波士顿红袜队曾7次夺得世界冠军，波士顿凯尔特人队获得过17次NBA总冠军，波士顿新英格兰爱国者橄榄球队于2002年也曾第一次捧起“超级碗”。此外还拥有波士顿棕熊冰球队、新英格兰革命足球队、波士顿加农炮曲棍球队等世界知名的体育俱乐部。波士顿马拉松赛是城市最著名的体育赛事之一，也是世界上最古老的马拉松比赛。

第二，体育产业的繁荣和城市经济的发展。曼联以每年上亿的营业收入使其成为世界上最富有的俱乐部。曼彻斯特在体育产业方面也拥有无可比拟的竞争优势，其体育产业对于当地经济的贡献几乎是英国平均值的两倍。作为三大体育产品（包括服装、运动鞋和体育设备等）：锐步、茵宝、阿迪达斯的大本营，曼彻斯特地区是英国境内最大的体育产业聚集区，也是媒体较集中的地区；1992年巴塞罗那奥运会是巴塞罗那城市发展的转折点，其树立的体育城市形象是运用重大体育赛事进行城市营销的经典之作。通过举办奥运会，其市政建设前进了30年到50年。在体育产业发展的同时，旅游、电子、通讯、港口等部门获得了较大发展，并成为巴塞罗那市的支柱产业，为目前经济增长和未来经济发展提供了坚实的基础；波士顿是美国最古老、

最有文化价值的城市之一，位于该城的多达60所大学以及四大联盟的球队直接刺激了当地竞赛表演业的繁荣和旅游业的发展，使波士顿成为世界上最具活力的城市之一。

第三，民众体育文化基础夯实。独有的体育城市文化特色是国际体育知名城市最醒目、最令人难忘的特点。整座城市都散发着强烈的体育文化气息，拥有最广泛的、最忠实的“体育迷”。比赛日去体育场观看球队比赛，为自己支持的球队呐喊成为当地民众的一种普遍生活方式。在曼彻斯特，深厚的足球文化已渗入到市民的血脉。无论老少，踢球是已经成为他们生活的最重要的组成部分。这种对足球的狂热是城市足球文化的基础，也是其群众体育发展的保证。这种渗透进骨子里的文化传统令人震撼，深刻地体现出国际体育知名城市的文化精神。

因此，结合世界城市发展理论，要成为在国际上具有一定影响力的体育城市，需要具备以下几个特征：

第一，是在所处的国家或地区的经济、文化和权力中心，对周边地区具有极大的辐射作用。

第二，拥有一定的经济规模，如Friedmann提出的要作为世界城市，该地区的GNP要达到2千亿美元的规模；

第三，是国际重大体育赛事或活动的举办地，并具有优良的体育设施。

第四，拥有一支或几支在国际上具有一定影响力的体育竞赛队伍，体育传播媒体发达。

第五，体育融入生活，是城市生活的一部分。

## 2 上海建立国际知名体育城市的机遇与挑战

城市化是人类进步的体现，是一个国家和地区经济社会发展水平的重要标志，它对体育的发展产生深远的影响，21世纪是一个新的城市世纪。体育与城市的发展息息相关。体育对于推动城市建设和发展将会发挥巨大作用。组织大型体育赛事和开展体育活动，能够提升城市的知名度，拉的城市积极发展，提高市民生活质量，促进城市文明建设。在上海向国际化大都市发展的进程中，对体育的要求越来越高，这既是难得的机遇，也面临着许多困难。

### 2.1 上海城市发展的战略调整为建设上海国际知名体育城市提供了新的机遇

2009年3月25日，国务院常务会议，审议并原则通过关于推进上海加快发展现代服务业和先进制造业、建设国际金融中心和国际航运中心的意见。会议提出“到2020年，将上海基本建成与我国经济实力和人民币国际地位相适应的国际金融中心、具有全球航运资源配置能力的国际航运中心”。这是继2008年9月7日国务院发布的《关于进一步推进长江三角洲地区改革开放和经济社会发展指导意见》，国家对上海建设的又一大举措。“两个中心”的提出，为上海迈入世界级城市发展提供了有力的政策保证，也为上海体育发展提供了更高的发展空间和机遇。

### 2.2 2010年上海世博会让世界的目光聚焦上海

“上海既是中国的，也是世界的”，2010年世博会是继北京奥运会后，中国又一重大的世界级的活动。2010年世博会会让全世界的目光聚焦在上海，这种聚焦会放大上海的每一个角落，体育也不例外。2007年，北京国际体育大



会以“体育与城市”为发展主题，充分肯定了体育运动的发展对城市发展的巨大促进作用。上海世博会的主题“城市，让生活更美好”，这既是人们对美好生活的追求，也是对城市发展的期待。体育是城市生活的重要组成部分，是人们获取健康生活的重要途径。“体育，让生活更精彩”，“运动，让身体更健康”，世博期间的精彩赛事作为世博会的系列活动，与世博互动，在提升上海城市品位的同时，也在发展自身。

### 2.3 系列性、常规性国际体育赛事提高了上海体育的国际声誉

国际性重大体育赛事对提升城市的国际影响力是无容置疑的，目前的国际知名体育城市的发展无不如此。近几年，上海成功举办了特奥会、女足世界杯、第48届世乒赛，以及F1、网球大师赛、田径黄金大奖赛、斯诺克大师赛、汇丰高尔夫公开赛、国际马拉松等一系列国际性比赛落户上海，为上海体育发展注入了活力。目前，上海举办的国内、国际赛事基本稳定在75场左右/年，其中国际赛事有35场/年。这些赛事在丰富城市文化生活的同时，也对上海市的经济增加起到了巨大的推动作用。上海市“十一五”规划中，明确提出要加快发展现代服务业，转变经济发展模式，在市政府制定的《上海产业发展重点支持目录》中，体育产业被列为重点扶持、优先发展的产业。

### 2.4 市民的体育需求是上海成为国际体育知名城市最重要的基础和动力

一个没有观众参与的体育赛事，不可能成为具有国际影响力的赛事，一个没有广大普通群众参与的体育，很难说是成功的体育。随着上海市经济快速发展，城市化进程加快，人们生活质量不断得到提高，人们从事休闲活动的时间也不断的增加。沃斯在进行城市社会学研究中提到“城市性可以理解为一种生活方式”，那么作为自诞生以来就与城市的发展息息相关的体育，就是这种生活方式的重要组成部分。从国际性大都市的发展来看，体育与人们生活的融合，是城市与体育和谐发展的必然趋势。随着“全民健身日”的确立，2009年上海市国际大众体育节等活动的开展、以及以“136工程”为核心的《上海全民健身发展纲要》（2004-2010）的实施，使体育越来越多的走入了普通市民的生活，预计到2010年上海市民出门500 m即有健身场所，上海在各个区都设立了市民健康体质监测站，这说明上海已经初步建立居民体育健身的大环境。

### 2.5 城市群建设为上海成为国际知名体育城市提供了发展空间

20世纪50年代，法国地理学家简·戈特曼（Jean Gottmann）在对美国东北沿海城市人口密集地区做研究时，提出了“城市带”（megalopolis，也译作特大城市或巨型城市或城市群）的概念，认为城市带应以2500万人口规模和每平方公里250人的人口密度为下限。城市带是城市群发展到成熟阶段的最高空间组织形式，其规模是国家级甚至国际级的。按照简·戈特曼的标准，世界上有六大城市群达到城市带的规模，我国只有长江三角洲城市群跻身这六大城市带。我国十一五规划中把长三角列入规划之内，并提出了“一核六带”的规划布局，确立了上海市的核心地位。在做经济、文化互补的同时，也为上海体育发展拓展了发展空间。

### 2.6 体育传媒业的快速发展有力地推动了上海体育的发展

传媒凭借其强大的科技手段与传播优势，将体育运动及其精神、信仰、理想、价值传遍全世界，同时有力地推动体育的发展。上海的体育传媒业走在全国前列，早在20世纪90年代初期，上海体育传媒就有报纸7种；电台、电视台2个；体育期刊7种和出版体育书籍16本。在之后几年的发展中无论体育电视、广播、报纸、杂志还是网络都有了长足的进步，使之成为我国体育传媒的龙头力量之一。上海体育传媒业不仅在对体育比赛进行新闻报道中作出了贡献，展示了中国运动员的竞技风采，诠释了体育运动的真谛，更通过赞助与捐赠的方式为上海体育事业的发展作出贡献。

## 3 上海体育发展现状

改革开放创新突破带来了新时期上海体育的大提升，有力地推动着上海体育事业和体育产业的全面发展，取得了令人振奋的成就：

体育行政管理方面，加强法制建设，由管理型向服务型转变，构建“亲民、便民、惠民”的服务型管理模型。先后颁布了《上海市全民健身发展纲要（2004-2010年）》、《上海市加强职业足球俱乐部规范管理的若干意见（试行）》、《关于本市实行有偿体育健身指导人员持证上岗制度的通告》、《上海市关于有偿体育健身指导人员执业资格管理办法》、《上海市体育竞赛运动员注册管理办法》等10余部规范性文件和政策制度，以解决实际问题为着力点，完善和创新体育法制建设。建立健全了上海体育市场的管理体制与运行机制。为上海体育改革与发展的重要法制保障，推动了上海体育事业的健康发展。

群众体育方面，不断完善全民健身服务体系，建立了涵盖健身组织、健身设施、健身指导、宣传教育、竞赛活动、体质测定等六大服务保障体系；以社区为重点，市、区县、街道（镇）、居（村）委会四级体育健身体系和以街道、乡镇、居委会全覆盖的市、区县、街道（乡镇）和居委会（村）四级体育设施网络。并将社区公共运动场地建设并列入《上海市国民经济和社会发展十一五规划》和《上海市体育发展十一五规划》。全市形成全民健身活动周、社区健身大会和全民健身节三大品牌活动，创办了世界著名在华企业健身大赛等一批新颖赛事，极大地丰富了市民精神生活和体育活动，促进了市民健康文明生活方式的建立。提出体育生活化理念，积极推行《人人运动计划》。积极培育民办非企业体育社团组织的社区体育健身俱乐部，走出了一条政府扶持、自我运作、自我发展的新路。积极推进学校体育设施向市民开放，全市19个区县1000余所学校中，70%的中小学体育场地已向社会开放，有力地促进了学校体育与社会体育的联系，推动了学校、家庭、社区体育的一体化建设。完善惠及市民、公平公正、水平适度、可持续发展的体育公共服务体系。

竞技体育方面，制定新时期奥运争光计划，全面部署竞技体育的发展重点。实行“奥运带全运，全运促奥运”的竞技体育发展战略，确定“缩短战线、集聚优势、突出重点、走精兵之路”的指导方针，坚持“接轨总局、夯实母项、突出特色、内调外联、创建品牌”的项目布局原则，确定“6+1”项目结构模式。在优化资源的基础上调整好项目结构和项目布局，造就一批具有世界影响力的体



育明星。刘翔和姚明成为我国体育的两面旗帜,成为上海国际化大都市的形象代言人。加强竞技体育后备人才培养,努力提高教练员队伍素质。

体育产业方面,大力培育和发展体育经纪和体育服务业,培育了一批与国际接轨的体育经纪人才,激活和繁荣了体育市场。初步形成了以体育健身服务业、体育竞赛表演业和体育用品业为主要内容的体育市场框架体系。积极承办国际大型赛事,大力发展体育彩票事业,建成江湾体育中心、上海体育场、上海国际赛场、旗忠森林国际体育城网球中心、东方绿洲训练中心等标准性的现代化、专业化、高水准的体育设施。

#### 4 上海与国际知名体育城市之间的差距

机遇为上海成为国际知名体育城市提供了发展的可能,但要把上海建设成为具有国际影响力的体育城市,这其中的路还很长。

##### 4.1 缺乏具有国际影响力的运动队伍

从巴塞罗那、曼切斯特、芝加哥等国际知名体育城市以及美国体育城市评价指标来看,具有一支或几支具有国际影响力的、较高运动水平的运动队伍,这一点,上海与其他国际体育城市相比,差距还是十分明显的。上海拥有男女篮球、申花足球等职业球队,但由于国内联赛水平较低,虽然也曾问鼎过联赛冠军,但与曼联、芝加哥公牛队等豪门运动队伍相比,无论是竞技水平还是专业程度和影响力,差距是显而易见的。

##### 4.2 缺乏具有群众基础、国际影响力的系列体育赛事

2004年6月3日,ATP网球大师赛落户上海,2009年永久落户上海。2004年9月26日,当F1的引擎轰鸣声在上海国际赛车场响起时,新中国的赛车史翻开了新的一页。2005年3月26日,国际田径大奖赛落户上海。2005年11月汇丰高尔夫,2007年7月19日斯诺克,等国际竞赛相继落户上海。与NBA季前赛在上海举办时一票难求相比,这些比赛更具有政治、经济意义,展现上海市经济、社会发展的成就,与普通百姓的生活相去甚远。因此,对经济的拉动也是短暂和有限的。

##### 4.3 体育场馆设施也有待于进一步提高

上海市体育场馆设施建设的大发展始于改革开放之后。至1985年,上海基本上形成体育设施门类齐全、配套成龙的局面,初步具备举办全国运动会和重大国际比赛的能力。“八五”期间,以承办第一届东亚运动会和筹备1996年第3届全国农民运动会及1997年第8届全国运动会为契机,形成了徐家汇体育中心也已建成,近年来,“国际赛车场”和“国际森林网球中心”,2007年第5届世界杯和世界特奥会等运动赛事,促进了虹口足球场和上海体育场的建设。但与其他国际体育城市相比,体育场馆设施的容量较小,观众数大多在1万左右仅有上海体育馆,大多在2 000~3 000座位。场馆的功能单一,信息化水平有待于进一步提高。

##### 4.4 群众体育、学校体育、竞技体育发展失衡

“举国体制”下的竞技体育发展,使群众体育、学校体育、竞技体育发展严重的失衡,使三者之间相互脱离,

难以协调发展。美国学校体育是职业体育人才需求的后备基地,社区居民也广泛参与所在社区的学校体育联赛,使学校体育与社区、职业体育有序、健康发展。由于我们的体育承担着国家政治意志和公共服务双重功能,另外,我们竞技体育的许多优势项目,大多是群众参与程度较低的项目,学校系统的体育联赛在一定意义上只是一种形式,无论是对竞技体育还是学校体育,都没有积极的推动作用。这势必造成,政府搞政府的体育、群众搞自己喜欢的项目。这也是上海走向国际知名体育城市的一个需要面对的现实。

#### 4.5 体育与市民的生活融合程度不够紧密

随着上海社会经济的快速发展,居民的健身意识和参与行为不断增强,体育健身指导需求的迫切性和多元性特征日益显现,但有学者对上海市居民体育参与的调查显示,不参与和偶尔参与体育的居民比例高达55%~60%。经济的快速增长并不必然的引起人们体育参与形式的相应增加,上海在快速城市化的过程中导致以家庭为单位的居民收入差距增大,居民在购买力、生活方式的差异性使在居住地域有了差异性选择。生活节奏的加快,使上班族每天有2 h左右花费在路途上,回家后闭门锁户。《重庆晚报》报道:2008年上海F1站,观众人数比2004年少了将近一半,即使这一半也是很多人拿着赠票。据《华西都市报》报道:2009年ATP1000大师赛1号球场观众不过百人。2008年上海田径大奖赛刘翔因伤缺阵,整个体育场看台空荡荡。足球、篮球联赛因水平的低迷,球迷的参与率明显下降。一方面是因就业、住房、教育、医疗对不同百姓的压力使消费能力下降,另一方面是体育离我们的生活还将有一定的差距。这一现象与上海成为国际知名体育城市的发展是不相称的。

#### 5 打造上海国际知名体育城市的战略举措

面对着机遇与差距,上海建设国际知名体育城市的途径在哪里?研究认为,上海体育建设除了做好硬件建设以外,还应站在建设上海国际性大都市的高度,统筹兼顾、统一规划,立足于中国特色、上海自身,走有中国特色的国际知名体育城市建设之路。

##### 5.1 建设有中国特色的体育城市应成为上海建设国际知名体育城市核心理念

改革开放30年来,上海沿着邓小平建设有中国特色社会主义理论指引的道路,在几代国家领导人的关心和上海市委、市政府的直接领导下,上海逐渐实现了和社会发展的历史性跨越,逐渐从“后卫”的角色向“前锋”的角色转换。综合经济实力显著增强,人均GDP已跨入中等收入国家行列。产业结构发生根本性的改变,第三产业比重已超过50%,国际性经济、金融、贸易和航运中心的功能已日益凸显,上海现代化国际大都市的基本设施框架基本形成,生态和人文环境建设正加速推进。实践证明,上海按照“开创性、坚韧性、操作性”相统一的思想,在探索具有中国特色、时代特征、上海特点的发展新路过程中取得了重大成果,并由此而发展成为“上海模式”。城市体育是现代城市综合实力的重要标志,上海体育是中国现代体育发源地之一,经过多年发展,形成了具有上海特色、海派风格的“上海体育模式”。在上海加快建设“四个中



心”，加快推进“四个率先”的战略决策指引下，上海体育会得到又快又好的发展。后奥运时期上海体育在全市“四个率先”及务世博的指导思想下，努力建设以服务城市功能、展示城市形象、活跃城市经济为新型体育发展理念的具有鲜明特色的体育大都市，在建成亚洲体育中心城市的基础上建设国际知名体育城市，这是时代赋予上海体育的使命。

### 5.2 加强体育文化建设，彰显上海中西文化交融的文化特质

所谓“经济搭台，文化唱戏”，上海市在发挥体育对城市经济发展的强大带动力的同时，用体育文化来打造城市的个性、品位和风范也是一种科学理念、智慧之举。同时，底蕴深厚的体育文化个性、文化氛围的浸润，也是一种无形而巨大的张力和吸引力，又对优化城市经济环境、投资环境、人才环境有着重要影响和价值。因此，上海国际体育知名城市建设，在重视硬件建设的同时，应具远见卓识和历史责任感，努力打造国际体育知名城市的体育文化特性，体现出体育城市的文化的魅力和亲和力。造就独具上海特色的国际体育知名城市的体育文化气质，是上海国际体育知名城市建设走向更深层次发展的核心。一个民族的文化只有在不断地与各种异质文化的冲突与融合中才能得到创新与发展。那么，作为城市文化建设组成部分的体育文化的发展也应遵循这一规律。在我国现在的体育大环境下，上海的国际体育知名城市建设必须克服我国体育发展中的种种“不自觉性”。上海作为近代中国最早接触西方现代体育的城市，在与本土传统体育文化的碰撞、融合过程中，逐渐形成了“海派”特征的体育文化特质。今天，面对西方强势体育文化的入侵，上海的国际体育知名城市建设必须坚守传统体育文化阵地，不断改革创新，努力提高城市文化建设中的“体育元素”，不断提炼出城市的独特文化品位。

### 5.3 加强政府体育公共服务职能

《中共中央关于构建社会主义和谐社会若干重大问题的决定》中明确提出：“建设服务型政府，强化社会管理和公共服务职能”。因此，加强体育公共服务职能成为体育发展的当务之急。《中共中央国务院关于进一步加强和改进新时期体育工作的意见》中也明确指出：“体育行政部门要把工作重点转移到贯彻国家方针、政策，研究制定体育行业政策和发展规划，依法加强行业管理和提供服务上来。”在实施《全民健身计划纲要》的过程中，广大群众的健身积极性被调动起来，并产生了多元化的体育需求，但是公共服务产品总量不足，使日益扩大的公共服务需求与严重不足的公共服务供给形成矛盾。因此我们应构建多层次公共体育设施体系，使公共体育设施建设符合社会需求，体现社会公平。在建设公共体育设施等硬件的同时，提高服务品质。借鉴发达国家体育公共服务的经验，体育管理体制向公共服务转型、服务体系制度化、社会化、全民化发展。

### 5.4 打造精品赛事

大型体育赛事，特别是在国际上具有重要影响力的体育赛事是国际知名体育城市的重要标志之一。目前上海初步形成了6大品牌赛事（F1、网球大师赛、田径黄金大奖赛、斯诺克公开赛、国际马拉松和国际高尔夫公开赛），这些

赛事已成为上海在国际体育上靓丽的名片。但，如何解决这些品牌赛事的可持续发展，如何让这些赛事更加吸引普通市民的参与是上海体育赛事精品工程下一步要解决的问题。否则，赛事的兴奋期一过，市民的参与热情就会降低，参与率就会下降。因此，如何精选一些能够产生长期效应的体育精品赛事也是上海体育走向国际需要统筹考虑的问题。加强与国际体育组织、发达国家体育俱乐部、体育赛事运作机构的合作，打造国际精品体育赛事，注重可持续发展 and 长期效益。另外，精品赛事的打造离不开传媒的支持，因此，在与体育组织广泛合作的基础上，应打造一批具有体育赛事传播经验的专业性媒体，通过品牌和效益，通过媒介宣传，扩大上海体育在国际上的影响力和声誉。

### 5.5 加强体育与市民生活的融合

观众是体育赛事运作的间接参与者，也是体育赛事的直接支持者，没有观众的赛事就失去运作的价值，国际上知名的体育城市对球迷、车迷等观众的研究十分注重。美国体育城市排名把是否具有忠实的球迷作为评价的主要指标。观众的支持来源于对体育项目的热爱和激情。我们应加强对市民体育意识的培养和宣传，注重学校体育教育，使体育意识的培养从学校开始，使普通的市民对体育赛事能够看得懂、看得起、看得频繁，看得有激情，并逐步地融入生活，这是上海体育可持续发展的基础。

## 6 结束语

上海体育当前面临我国体育由大国向强国迈进的发展阶段，要加强改革创新，以思想解放为先导，在体育惠民举措、破解体育难题和寻求体育共同发展上实现新突破。

上海，这座中国最早步入现代化发展的城市，在建设有中国特色社会主义理论指导下，坚持科学发展，正以前所未有的速度与激情向着国际化大都市迈进，在社会、经济发展的大好环境下，上海体育也正在走向世界。

### 参考文献：

- [1] 王成至. 世界城市：西方国家的理论与实践[J]. 社会观察，2003，1：5-10
- [2] 若埃尔·勒·凯芒. 世界城市上海：现实与挑战[J]. 马克思主义与现实，2002，2：85-90
- [3] 吕康娟等. 上海与国际大都市体育节事活动比较研究 //2008年上海市体育社会科学研究成果报告[M]. 上海大学出版社，2009：319.
- [4] 蔡禾主编. 城市社会学：理论与视野[M]. 中山大学出版社，2006：65
- [5] 课题组. 改革开放30年的上海体育产业[J]. 体育科研，2009，30（1）：23-28
- [6] 吴贻刚. 上海建设体育城市中的体育场馆建设措施[J]. 上海体育学院学报，2007，31（6）：17.
- [7] 冯震亚等. 上海社区体育生活方式研究 //2008年上海市体育社会科学研究成果报告[M]. 上海大学出版社，2009：106.

（责任编辑：陈建萍）