

# “一带一路”背景下中国与 东盟国家体育交流与合作研究

胡建秋

(湖南工业大学 体育学院, 湖南 株洲 412007)

**摘要:** 采用文献资料法和实地调查法, 对中国与东盟国家体育交流合作问题进行研究。指出, 中国与东盟国家在体育赛事活动、体育产业合作、体育人文交流、民族传统体育交流和体育援建等方面都取得了一定的成效, 但还存在文化差异与认识不足导致合作障碍、缺乏体育合作机制、体育与经贸的融合不够深入等问题。中国与东盟要把握“一带一路”的发展机遇, 在创新体育交流合作机制、推动体育与旅游深度融合、体育外事人才培养、体育赛事合作和品牌打造方面发力, 积极推进体育交流与合作, 为“一带一路”建设和区域繁荣稳定做出积极贡献。

**关键词:** 一带一路; 中国; 东盟国家; 体育合作; 合作机制; 旅游; 人才; 赛事

**中图分类号:** G812.78

**文献标志码:** A

**文章编号:** 1008-3596 (2020) 04-0001-05

“一带一路”是“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”的简称, 是中国国家主席习近平在2013年9月出访中亚和东南亚期间提出的伟大倡议, 旨在推动世界范围内更为广泛、更深层次的交流与合作<sup>[1]</sup>。东盟成立50多年来, 其经济实力和影响力不断提升, 在地区和国际事务中的作用日益凸显。东盟国家与中国山水相连, 是“一带一路”的首倡地之一, 也是中国对外经贸合作的重要伙伴和周边外交的优先方向, 在“一带一路”建设中具有举足轻重的地位。体育是人文和经贸交流的动力之一, 以体育为切入点和突破口, 加强中国与东盟文化领域的广泛合作, 对于推动双方政治、经济、社会和安全等方面的合作具有重要意义。

近年来, 中国致力于体育强国建设, 体育被视为中华民族伟大复兴的标志性事业。中国体育

拥有巨大的影响力、竞争力和吸引力, 已经是世界体育格局中的重要一极, 特别是在竞技人才、全民健身、体育产业等方面具有丰富的资源和优势。而东盟体育整体相对落后, 且各国体育政策差异较大, 体育事业发展极不平衡, 中国与东盟体育合作有着广阔的空间。随着“一带一路”倡议的深入推进, 体育文化交流日益受到东盟各国重视, 中国已与东盟10国签署体育合作备忘录, 架设起双方体育交流与合作的桥梁, 合作机制日益完善, 合作领域更为广泛, 体育活动的影 响逐步增强, 双方的体育交流与合作进入新常态。

## 1 中国与东盟国家体育合作发展现状

### 1.1 体育赛事活动

2015年3月, 中国发布了《推动共建丝绸

收稿日期: 2020-02-19

基金项目: 2017年国家社科基金一般项目(17BXW049)

作者简介: 胡建秋(1981—), 男, 湖南永州人, 讲师, 在读博士, 研究方向为体育文化传播。

文本信息: 胡建秋. “一带一路”背景下中国与东盟国家体育交流与合作研究[J]. 河北体育学院学报, 2020, 34(4): 1-5, 18.

之路经济带和 21 世纪海上丝绸之路的愿景与行动》,明确提出支持“一带一路”沿线国家申办重大国际体育赛事<sup>[2]</sup>。近年来,中国与东盟国家的体育交流活动日渐频繁,举办的体育赛事涉及面较广。由表 1 可见,中国与东盟国家开展的体育赛事合作有汽车拉力赛、马拉松、自行车、拳王争霸赛等,其中汽车拉力赛、马拉松已经连续举办了多届,已成为中国与东盟体育合作的固定

赛事。从参与程度来看,参赛国家和运动员数量逐年增加。中国各级政府和体育赛事运营公司合作,以举办中国—东盟系列赛事作为载体和抓手,打造国际性体育文化、体育产业、体育教育等交流合作的中国—东盟体育新名片。通过撬动赛事经济发展,助推中国—东盟深度融入“一带一路”建设。

表 1 2018—2019 年中国与东盟国家体育赛事交流情况

日期	赛事名称	赛事规模	地点
2018.5	中国—东盟城市羽毛球混合团体邀请赛	中国广西队、中国台北队和东盟国家俱乐部,6 支队伍	南宁
2018.9	中国—东盟国际山地自行车挑战赛	中国和东盟国家,300 人	南宁
2018.10	“丝路杯”中国—东盟乒乓球赛	中国和东盟国家,120 人	南宁
2018.11	中国·防城港体育小镇中国—东盟国际马拉松	中国、东盟国家及肯尼亚等国,15 000 人	防城港
2018.11	“一带一路”中国—东盟健身气功交流大赛	中国和东盟国家,15 支代表队,320 人	桂林
2018.11	中国—东盟城市足球邀请赛	柬埔寨、越南、泰国,4 支队伍	南宁
2018.12	“佳兆业杯”中国·东盟国际体育舞蹈公开赛	中国、东盟国家及俄罗斯、乌克兰等国,66 支代表队,2 000 人	贵港
2019.4	第三届西安东盟国家运动会	中国与东盟国家留学生,300 余人	西安
2019.4	“壮族三月三·民族体育炫”中国—东盟狮王争霸赛	中国和东盟国家,9 支队伍,160 人	桂林
2019.8	中国东兴—越南芒街首届武术比赛	广西、越南,150 人	越南
2019.8	“三生地产杯”2019 年中国—东盟城市网球赛	中国和东盟国家,15 支队伍,204 人	防城港
2019.9	2019 中国—东盟国际汽车拉力赛	中国和东盟国家,81 台车	南宁
2019.10	“一带一路”中国—东盟拳王赛	中国和东盟国家,25 人	南宁

注:以上数据由笔者整理

## 1.2 体育产业合作

长期以来,中国与东盟各国体育产业合作处于较低水平,但中国—东盟自贸区建立及零关税启动,为我国体育产品对外贸易带来了新的机遇。以运动鞋生产为例,从 2010 年以来,国内运动鞋品牌纷纷在东盟各国开设零售店,发展较好的品牌有安踏、李宁、特步、361°、匹克、鸿星尔克等,都成立了销售公司<sup>[3]</sup>。从运动服饰来看,新加坡、马来西亚、印尼等国家是羽毛球最大的市场,李宁作为中国最大的零售商,于 2011 年完成了 100 多家门店的布局;361°从赞助雅加达亚运会开始,正式进入印尼市场,截至 2019 年 6 月,已经在印尼最大的太阳百货开了 155 家门店,并逐步扩展东盟市场份额。众多中国体育用品企业纷纷在东盟国家建立了生产线,开拓了马来西亚、菲律宾、新加坡、印尼等市场。但值得关注的是,

泰国、越南两国人口位于东盟前列,将体育产业作为支柱产业之一的泰国,曾举办过四届亚运会,但中国体育品牌如李宁、安踏等门店较少,越南的胡志明市、河内也同样如此。近年来,随着中国与东盟经贸合作的升温,国际知名品牌“双鱼”“好家庭”相继进入东盟市场;世界 500 强企业华为的最新智能运动穿戴系列产品也进入东盟。综上所述,中国—东盟体育产业合作层次逐步提升,但还存在一定的不均衡现象。

## 1.3 体育人文交流

作为中国与东盟关系发展的重要基础,双方的人文交流合作日渐深化。随着 2018 年中国—东盟自由贸易区的升级,中国与东盟的体育人文交流合作也更加频繁。首先是创建了一批重要的体育文化合作项目,如红水河流域民族体育工程、大湄公河次区域“跨国体育圈”、中越边境

全民健身工程等<sup>[3]</sup>。其次,建立了文化部长会议等交流机制,以及体育文化合作与人才培养体系,主要包括中国—东盟体操交流合作基地、中国与东盟体育交流合作中心、中国—东盟体育人才培训基地、中国—东盟武术交流合作基地、中国—东盟体育信息中心、中国—东盟体育交流合作实验园等<sup>[4]</sup>。此外中国还在东盟各国创办了30多所孔子学院,分别在新加坡、泰国、老挝和马来西亚建立了中国文化中心,都推动了双方体育人文的交流。再次,开展“一带一路”体育合作论坛、国际合作高峰论坛、中国—东盟关系雅加达论坛等,为中国与东盟的体育人文交流注入强大动力。目前,中国—东盟的体育人文交流已经涵盖训练、培训、竞赛、学术交流等多种形式。

#### 1.4 民族传统体育交流

中国与东盟各国均有着丰富的民族传统体育资源,且项目间历史渊源深厚,如越南武术、象棋均源自中国;在东盟国家盛行的藤球,其玩法和踢法与中国古代蹴鞠类似;马来西亚、新加坡等地传统的舞狮、赛龙舟等,都是中国民族传统文化传播的结果<sup>[5]</sup>。近年来,双方在民族传统体育方面的交流获得了政府的支持,呈现出强劲的发展势头。2007年6月,中国与东盟签署《落实中国东盟民间友好组织合作宣言的行动计划》,提出以各种形式的民间活动联合推介中国与东盟各国文化,协助民间文艺团体开展文化交流,宣传推广传统节日,支持体育交流与合作。中国与东盟各国的民族传统体育交流频繁:据不完全统计,从1986年至今,东盟各国共有100多批代表团2000余人次到中国广西、云南等边境进行民间交流活动,中国选拔代表团约800多批次的2500余人次到东盟各国进行比赛、训练、考察、访问等交流合作<sup>[6]</sup>。合作交流项目内容也较为丰富,在竞技、表演、舞戏、养生等方面的300多项民族传统体育项目上展开了交流,如抢花炮、斗牛、斗鸡、陀螺、武术、藤球、赛龙舟等<sup>[7]</sup>。

#### 1.5 体育援建

随着中国与东盟体育交往的密切,双方基于各自体育优势积极开展了形式多样的援建活动。2014—2018年,中国共培训了来自越南的

运动员782人次,训练项目包括蹼泳、乒乓球、蹦床、手球、跳水和田径等;越南也派遣其优势项目(如跆拳道、拳击等)的优秀运动队和技术人员来华,为我国运动员提供训练指导。2013—2017年,中国共接待了缅甸来华训练的运动员、教练员964人次,派遣了教练49人次赴缅甸从事乒乓球、武术等项目的援外服务,帮助缅方在东南亚运动会等重大赛事中取得了优异成绩,并提供了13个运动项目的配套训练器材。此外,中国向老挝、泰国等国援派了550名青年志愿者,开展了体育教学、训练等方面服务<sup>[8]</sup>。

在体育场馆和设施设备方面,中国对东盟国家提供了大量援助。早在1963年,中国政府就无偿为印度尼西亚援建了体育场馆,并援赠了价值10万元的体育器材<sup>[9]</sup>;2017年4月,中国援建了柬埔寨国家体育场工程,工程造价1.32亿美元,并赠送柬埔寨一大批体育器材;2019年8月,中国援建缅甸国家体育馆维修改造工程,成为中缅胞波友谊的重要标志;另外,中国政府于2013年9月援助第27届东南亚运动会开、闭幕式项目,提供了较为先进的技术设备和竞赛管理方面的支持,为后续中国与东南亚各国的体育竞赛合作打下坚实基础。

## 2 中国与东盟国家体育交流与合作存在的问题

### 2.1 文化差异与认知不足导致合作障碍

首先,中国与东盟各国之间有着不同的社会制度、文化背景、宗教信仰、价值观念、生活习俗,即便体育在价值追求和道德规范上有诸多共性,但依然无法在短时间内超越各国文化差异导致的交流障碍,误解和冲突在所难免,进而影响体育交流与合作深度和广度<sup>[10]</sup>。其次,中国与东盟国家存在域内安全与南海争端等问题,在经贸合作上也存在一定的竞争性,使得部分东盟国家对中国实施的“一带一路”倡议持谨慎观望的态度,对“一带一路”倡议的目的和意义缺乏更深层认识。再次,中国与东盟国家在政治与文化上的安全保障是双方全面深化合作与共同发展的重要前提。当前,国际和地区格局深刻演变,地区合作面临的不确定不稳定因素增加,中国在和

东盟国家合作过程中应重点就“一带一路”所蕴含的中国价值观进行阐释和解读,增进彼此互信,达到全面释疑解惑的目的。

## 2.2 缺乏体育合作机制

“一带一路”虽然在不同程度实现了中国与东盟国家间互利共赢的区域合作新模式,但由于东盟各国在政治制度和发展水平上的差异,以及部分国家地区存在严峻的安全问题,开展合作难度依然很大。中国与东盟部分国家虽合作开发了一系列体育赛事,但层次较低,尚未达到世界知名品牌赛事的影响力与号召力,中国与东盟国家的体育产业合作成果对促进当地和区域经济与发展的贡献也较为有限,其根本原因在于双方体育合作与发展未纳入顶层设计,工作机制的缺失也制约着双方社会、企业和相关部门对体育产业的投入,资源整合效果不佳,未能形成区域性的整体优势。为了拓宽体育交流合作渠道,实现双方体育产业快速发展,关键在于建立共属体育管理机构,明确各自政府工作职能和工作范畴,创新合作理念和运作新模式。

## 2.3 与经贸的融合不够深入

近年来,中国与东盟双边贸易规模不断扩大,投资合作卓有成效,中国—东盟自由贸易区的升级加速了区域经济一体化进程。2018年中国与东盟双边贸易额突破5900亿美元,东盟已上升为中国第二大贸易伙伴,中国也从2009年开始一直保持东盟第一大贸易伙伴地位,双方经贸合作程度都提高到了新水平,这为中国与东盟各国开展体育交流与合作奠定了基础<sup>[1]</sup>。然而在实践层面,体育尚未深入融入双方的经贸合作体系。“十三五”期间,中国体育产业快速发展,但与东盟国家的体育产业合作层次较低,无论是顶层规划设计还是产业活力激发都存在不足。一方面,对世界体育产业运行规则的理解和认识不深入;另一方面,中国体育企业缺乏对东盟国家的文化适应,中国体育品牌无法真正渗透到东盟各国的体育消费市场,也无法获得东盟各国消费者的信赖和认同。体育和经贸都能促进双方多领域交流合作,体育产业要深度融入经贸体系,借助双方经贸合作的良好势头,发挥自身优势参与“一带一路”建设。

## 3 “一带一路”背景下中国与东盟国家体育交流合作的策略

### 3.1 创新体育交流合作机制

首先,要强化现有的合作机制。由双方国家高层主导,重新制定和签署纲领性文件和中长期合作协议,为双方进一步深化体育合作与交流做好顶层设计。促进民间交流,通过举办各种节庆活动、赛事,定期召开体育论坛、博览会等,为双方体育合作与交流奠定坚实的民间基础。同时,逐步增加双方体育合作与交流的范围和力度,丰富活动内容的趣味性,创新交流合作渠道。第二,利用现有的合作平台和国家高层领导人交流磋商机制,拓展双方的体育合作领域,推进双方体育高层领导人互访,逐步完善各国各级领导机构或职能部门的合作和交流机制。第三,利用现有的“中国—东盟博览会”平台,对各国的体育文化进行充分展示,通过“走出去”和“引进来”的合作方式,把中国的优势体育项目资源传播到东盟国家,同时引进对方的特色体育文化、产业、技术,互通有无,资源共享。

### 3.2 推动体育与旅游深度融合

中国与东盟国家的旅游资源均十分丰富,有着良好的旅游合作基础。中国与东盟各国互为重要的客源地和旅游目的地,目前东盟国家已经形成“中国游客为主体、国外游客为补充、出境游客为点缀”的旅游格局。体育需要借助成熟的旅游市场和旅游产业,谋求自身的发展创新之路。以《“一带一路”体育旅游发展行动方案(2017—2020年)》为纲领和指引,中国积极与东盟各国合作,打造了一批精品旅游赛事,中国的中体竞赛、中国国际体育旅游等企业积极参与其中,开发了知名产品,取得了较好效果,体育旅游市场整体呈现良好发展态势。下一步,要继续巩固扩大体育旅游发展成果,依托各国丰富的自然资源和独特的民俗文化,打造集旅游、休闲、观赛、娱乐、体验和文化感悟于一体的全方位互惠共赢模式,丰富体育旅游知名产品,使体育旅游成为中国与东盟国家合作的新亮点,在双方政策沟通、产业互通和民心相通中发挥更为重要的作用。

### 3.3 加快体育外事人才培养

中国拥有大量优秀体育专业人才,可以为东盟国家提高体育发展水平提供帮助。但从长远来看,还需要将人才培养作为重点。一是,中国与东盟国家通过体育合作办学和实施留学计划,扩大双方留学生规模,联合培养具有体育背景并能在国际合作事务中发挥才干的复合型人才。二是,借助孔子学院和体育联盟等国际交流平台,举办各类体育学术交流活动,共同建设中国与东盟各国的体育文化智库。三是,成立外事人才培养的专门机构,培养具有国际政治、文化、法律等多学科背景的外事领军人才,为中国体育交流工作出谋划策,提高体育国际传播和交流合作水平。此外,提升媒体从业人员的综合素养和外交能力,在体育交流合作的过程中,有效调和因文化差异导致的合作障碍。

### 3.4 加强体育赛事合作和品牌打造

体育赛事是中国与东盟国家体育交流乃至全方位合作的重要桥梁。目前,中国与东盟国家均拥有丰富的体育资源,赛事合作较为密切,涉及项目较广泛,特别是基于跨境民族多的特点,举办了丰富多彩的跨境赛事,且规模逐年扩大,这是双方进一步加强赛事合作的良好基础。中国与东盟各国要继续立足民族民间体育资源,加强民族传统体育赛事合作,进一步展示各民族优秀文化,增强民族认同,促进睦邻友好,推动经济社会发展。

树立精品理念,充分利用政府和民间的双线推动,打造品牌赛事,形成项目传播的持久动力,实现沿线各文化间的相互理解、尊重和融合。可借助河南国际少林武术节、世界太极拳大会等中国武术赛会知名品牌,将中国优秀的武术项目和传统体育文化进行传播推广,以项目为载体,传播好中国声音,讲好中国故事。另外,将“一带一路”马拉松系列赛事等打造成为双方体育交流的品牌标杆,提高双方体育赛事合作的层次,同时为民族传统体育发展提供更广阔的空间。

## 4 结语

中国与东盟国家作为“一带一路”沿线的重要国家,在“东盟共同体愿景2025”“中国—东

盟战略伙伴关系2030年愿景”“中国—东盟体育交流合作行动计划”等纲领性文件框架下,开展了广泛而富有成效的体育合作与交流。但由于中国与东盟各国在历史背景、宗教信仰、文化制度、价值观念等方面的差异,双方在体育合作中也存在一定的矛盾障碍。未来,要在尊重双方差异性的基础上,充分发挥体育的共性与互补性,积极探索新时代中国特色体育文化的交流机制和实践路径。在交流合作过程中,要充分发挥中国优秀传统体育文化优势,打造内涵丰富的体育品牌,以高度的文化自信来引领合作方向,为实现中国和东盟国家区域间的稳定和繁荣做出积极贡献。

### 参考文献:

- [1] 梁昊光,李英杰,宋佳芸.“一带一路”建设中的体育交流与合作研究[J].首都体育学院学报,2019,31(3):9.
- [2] 姚儒兴,程传银.中国与南亚国家体育合作与交流研究[J].体育文化导刊,2018(3):144.
- [3] 乐玉忠.中国—东盟体育产业合作现状及策略研究[J].东南亚纵横,2012(9):18.
- [4] 张兆龙,张明亚,康厚良,等.中国—东盟体育合作共同体的构建研究[J].东南亚纵横,2015(2):57.
- [5] 何传胜,张兆龙,秦尉富,等.中国—东盟体育文化融合发展现状及对策研究[J].西安体育学院学报,2014,31(1):27.
- [6] 梁剑,丁宁.中国—东盟体育交流合作策略研究[J].运动,2010(10):144.
- [7] 陈德钦,尹继林.中国—东盟民族传统体育文化比较研究[J].体育文化导刊,2017(7):89.
- [8] 侯桂明.我国体育援外教研究[J].体育文化导刊,2014(11):16.
- [9] 俞大伟,袁雷.我国体育对外援助的历史回顾[J].北京体育大学学报,2010(8):44.
- [10] 冯强.影响中国与东盟体育交流的因素分析及对策研究[C]//筑梦.建设美丽云南:云南省第七届社科学术年会暨2013年社科学术月活动主会场文集,2013.
- [11] 紧密中国—东盟海关合作关系畅通海上丝绸之路发展[EB/OL].(2017-05-27)[2019-11-20].<http://www.customs.gov.cn/customs/xwfb34/302425/668309/index.html>.

(下转第18页)