

西部体育论坛

文章编号:1001-747 (2009)02-0182-05 文献标识码:A 中图分类号:G852.1

# 峨眉武术文化资源开发与产业化运作的思考<sup>\*</sup>

张小林

(吉首大学 体育科学学院,湖南 吉首 416000)

**摘 要:**峨眉武术是中华武术文化的重要内容,亦是区域旅游等文化产业重要稀缺与特色资源。当前峨眉武术文化资源开发面临系列问题,主要包括受重视程度低,体系松散难于传播,产业开发平台不突出及包装宣传乏力。提出了可操作性产业化运作策略:加强峨眉武术普及和进学校工作;以国际武术节为契机实施品牌先行战略;挖掘峨眉武术文化底蕴;探寻峨眉武术特色,打造峨眉武术产品链;联合少林、武当共同打造民族武术文化品牌联盟;以峨眉生态健身文化为依托,打造峨眉武术健身产业基地。

**关键词:**峨眉武术;文化资源;产业运作

## Study on Development and Industrial Operation of Emei Wushu Culture Resources

ZHANG Xiao-lin

(Sports Science College, Jishou University, Jishou 416000, China)

**Abstract:** As an important part of Chinese Wushu culture, Emei Wushu is also important sparse and special resources of local cultural industry. But there are still a lot of problems such as not enough consideration for it, loose organization and so lead to hard transmission, inadequate industry development platform, and so on. The author put forward strategies: strengthening popularizes of Emei Wushu and pushes the Emei Wushu into school; taking "international Wushu festival" as the chance, carrying on brand strategy; scooping out Emei Wushu culture; exploring Emei Wushu features, developing the product chains of Emei Wushu; uniting Shaolin, Wu Dang together to create brand alliance of nation Wushu culture; building Emei Wushu industry base.

**Key words:** Emei Wushu; culture resource; industry operation

峨眉武术得名于峨眉山,广而言之也可称之为“巴蜀武术”。峨眉武术起于战国,成于南宋,经过千百年演变发展,峨眉武术发展为 5 个大支派和 8 大拳种。1983 年国家体委实施了一次大型的“中华武术遗产挖掘整理”工程。据当时统计峨眉武术有练功方法、拳术、器械共 1 638 种<sup>[1]</sup>。千百年来峨眉武术以内外兼修的独特风格赢得了世人的瞩目,与少林、武当构成中国武术重要流派,堪称中华武术文化的瑰宝。

然而在我国改革开放的大潮中,随着国内少林、武当的红火,峨眉武术错过了多次发展机会。在机遇与挑战面前,如何借鉴少林武术等国内外文化产业发展经验,把握自身资源优势与特色,在四川打造“中国第一山”的机遇中转变思路,积极把握市场经济规律,推动区域经济社会与峨眉武术文化的双赢发展,成为当前峨眉武术现代转型与发展的迫切问题。

### 1 峨眉武术是区域旅游等文化产业中重要稀缺的特色资源

峨眉武术有着 3 000 多年的历史,在国内外有着重要影响。据《四川武术大全》记载,峨眉派武术有五派八门近千类拳法,与少林、武当相比亦毫不逊色。据统计,峨眉武术共有练功方法、拳术、器械 1 638 种,与少林武术、武当武术相比甚至更显丰富<sup>[2]</sup>。中华武术流派中,峨眉武术汇集了佛道两家功法的主要特点,具有刚柔并济、内外兼修等特色。峨眉武术博大精深,它包含了巴蜀深厚的文化内涵。但在现代社会日新月异的发展中,少林武术捷足先登迅速发展壮大。1982 年《少林寺》在全国公映引发的武术热让国人看到了武术的巨大魅力和无限机遇,依托这股热潮,嵩山少林发展起以武术旅游、培训、演艺为一体的少林武术产业体系,每年创产值数亿元。武当也不甘寂寞,近年来武当将道教文化和

\* 收稿日期:2008-09-24;修回日期:2008-12-10

基金项目:国家体育总局体育社会科学研究项目(1034SS06166)

作者简介:张小林(1978-),男,湖南邵阳人,讲师,博士生,研究方向为体育经济管理。

武术文化有机结合,逐渐闯出了一条新路。目前武当人已在全世界 30 多个国家建立了武当武术联合会,并成立了专门的全国巡回表演团。通过对外展示,武当吸引了越来越多的游客和武术爱好者前往武当山习武、旅游。

同样,峨眉武术具有不可替代性,不可模仿性。正如少林功夫之于嵩山,武当功夫之于武当,已经根深蒂固,并形成共识。尤其是其中蕴涵的历史与民族文化更是无法复制与再生,这与现代竞技体育迥然不同。在四川旅游业发展大局中,峨眉武术的特色与优势将在经济社会发展中逐渐展现出来。当前峨眉山被列入了四川重点规划建设的 5 大旅游区,力图将峨眉山建设成为“中国第一山”。在保护和利用世界文化与自然遗产的基础上,发挥名山、名城、名人的优势,促进文化、自然生态旅游发展与社会经济协调发展,峨眉武术文化资源开发将是其中的一项重要工作。在当前四川“打造第一山”过程中,其意义不亚于名山名佛名城。峨眉武术产业化发展不仅能促进当地经济社会发展,更能通过商业化运作开拓自身更广的发展空间。但在当前峨眉武术的发展步伐明显落后于时代的潮流。

## 2 峨眉武术产业化前景灿烂但存在诸多问题

### 2.1 峨眉武术在世界双文化遗产开发中没有受到应有重视

有着深厚历史文化传统的峨眉武术,多年来明显落后于时代发展的潮流,具体体现在三个方面:首先是社会的关注度低。“一树开五花,五花八叶扶,皎皎峨眉月,光辉满江湖”,这首不亚于武侠小说宗师金庸笔下妙语的清代五言绝句,贴切地赞咏了清代时期峨眉武术的盛况。然而在今天,这一盛况却已是难得一见。中华武术博大精深,派系众多,南北武术各有千秋。“天下武功出少林”,“古往今来武术第一人”是张三丰,这些说法依据大多来自众多的武侠小说、电影和电视剧,而峨眉武术却似乎逐渐被世人所遗忘。

其次是管理部门的对峨眉武术扶持乏力。近年来随着国内旅游市场的快速发展,四川乐山和峨眉山市经济社会获得了持续发展。但相比国内登封与武当,不管是政府区域经济社会发展规划,还是文化产业开发计划,在乐山等地都很难看到有规划、有规模的峨眉武术文化气息。

第三,峨眉武术的研究尚未引起学术界的重视,峨眉武术产业开发的系统研究更是接近空白。科学研究是促进人们科学认识并推动客观世界发展必不可少的重要条件。近年随着文化产业的兴起,

国内形成了对体育、旅游等领域研究的热潮,从国家科研立项课题到有影响力的专业杂志期刊,都成为推动该领域研究成果交流与发布的平台。不管是国家和地方各部门的课题立项,还是国内学术期刊,很难搜索到有关峨眉武术尤其是关于其产业化发展的研究成果。而国内少林、武当正在成为研究热点的同时还创办了自己的专门杂志刊物,对于峨眉武术,这不能不说是一个遗憾。

### 2.2 峨眉武术文化的挖掘整理工作滞后,造成峨眉武术支离破碎与误解,乃至难于传播

峨眉武术长期盛行并流落民间,在自身发展与对外交流中,峨眉武术脉络体系十分庞杂。在《峨眉拳谱》的开篇中,就留下了“一树开五花,五花八叶扶,皎皎峨眉月,光辉满江湖”的诗句。其中“一树”是指峨眉武术,“五花”是从地域角度所分的五大支派,“八叶”是从技击风格角度所分的八派。然而峨眉武术在其“源”与“流”等方面至今都还存在诸多争议与误解,甚至包括峨眉武术是否存在与怎样界定等重要大是大非问题。这都是峨眉武术的挖掘整理工作滞后所致。

在前期部分工作中,四川省武术挖掘整理小组于 1984、1987 年先后出了两本《四川体育史料》,总结和整理出了四川省地方武术门派 58 个。但是其中有关峨眉武术的流派问题写得支离破碎,遗留下了众多疑问与难题。而这种“根源”与“澄清”对于峨眉武术的健康与持续发展具有不可替代的重要意义。一方面理顺峨眉武术脉络与内容体系,为文化保护与开发明确方向;另一方面正本清源,清除武术界随意自封门派号称峨眉武术等鱼龙混杂现象;另外,避免外界对峨眉武术的误解,如武侠小说对人们的误导。从而为峨眉武术开发提供一个明晰的内容支撑与依托环境。2006 与 2007 年“中国峨眉武术文化国际论坛”等系列研讨为峨眉武术正本清源提供了依据,但当前遗留的大量后续工作仍然任重道远。中国峨眉武术研究会作为专门学术团体应在整合与引导社会各界力量参与挖掘整理方面担当重任。

### 2.3 峨眉武术产业开发平台不突出,起点低、包装宣传乏力

嵩山少林有名刹“少林寺”和影片《少林寺》,使少林武术独具魅力。而峨眉虽有“报国寺”和“万年寺”,虽有《峨眉飞盗》、《青城奇侠》等影片,但其影响力远远不及《少林寺》。在包装宣传方面,虽然峨眉武术文化源远流长,但是各种媒体鲜有专门栏目进行宣传;虽然近年开始举办各种武术节会,但对外包装宣传仍然不充分。“2007 年中国·四川国际峨眉武术节”给人带来耳目一新感觉,但仍然是政府包办

商业运作乏力。当然,产业化平台需要政府扶持与培育,但这种扶持与培育需要尽快转型与转化。

由于对峨眉武术的价值缺乏清晰到位的认识,宣传不足,利用不够,所以在峨眉山的各寺庙中,游客难觅武术踪影,更难体会到少林、武当的寺庙和道观中那种浓郁的武术文化。上世纪 80 年代后期趁着少林武术掀起国内武术热,峨眉山下也曾办起各种武馆,但由于资金短缺,硬件差、规模小,真正能够做大做强屈指可数。至于武术器械、武术教材等衍生产品开发也是刚刚起步。好在近年乐山市政府与峨眉武术研究会等组织已经开始自觉积极地思考与规划。

### 3 峨眉武术文化资源开发与产业化运作的 路径选择与策略

#### 3.1 加强峨眉武术普及,夯实基础,推动峨眉武术 进学校工作

推广与普及是武术生命力的根基。同样,峨眉武术文化资源开发与运作的重要前提是其大众普及程度与影响力。当前其普及与推广工作应至少包括两个方面:

第一,推动峨眉武术进学校。峨眉山市已经从 2003 年 9 月起,在全市的中小学校开设峨眉武术课。并试图将其改编为课间操,进入中小学生的业余生活,以及编写峨眉武术的相关教材,这对于峨眉武术的普及是个良好的开端。但在今后的工作中,工作力度与涉及面还可以更加广泛。峨眉武术还可以进入当地高校的体育院系课程体系,尤其是大中专院校的公共体育课程。然后再向周边省市高校推广,从而通过学校的传播使峨眉武术的影响以四川为中心辐射向全国。该工作中可以先在体育院系和部分高校试点,并做好教材开发、师资辅导与培训、政策扶持等配套工作。

其次,加强峨眉武术馆校的扶持与管理。这是推动峨眉武术普及最为直接与快捷的手段,同时也是发展“武术培训经济”的重要手段。据 2003 年统计,登封市有武术学校 44 所,习武场所 35 个,学员人数以每年 30% 左右的速度递增<sup>[3]</sup>。而对于影响力较弱的全国武术之乡沧县,群众基础也非常雄厚,常年习武人员及从事武术事业的人员达 7 万人,有 100 多个武校和民间拳社<sup>[3]</sup>。而对于峨眉武术,2002 年底峨眉山市成立了专门的武术管理机构,并相继开设了乐山大佛文武学校、峨眉功夫馆、峨眉武术研习总部等多家武术馆校。总体上,峨眉武术馆校的发展数量少、规模小,且多局限于本地生源。

#### 3.2 以国际武术节为契机实施“品牌先行”战略

品牌价值是一种超越组织实体和产品以外的价值,包括品牌的知名度、认同度、美誉度、忠诚度等内容。在常规的市场开发中,一般提倡产品生产、品牌塑造、资本运作三个顺序与阶段。但对于特殊情况为了获取超常发展,则必须打破常规,实施品牌先行战略。有形产品是如此,如内蒙牛集团创业时就采取了先建市场再建工厂的逆向策略,获得了巨大成功。对于峨眉武术这一作为文化实体的无形产品开发更是如此。只有不断增强其在国内外的认知与认同,峨眉武术产业开发才具有市场基础与前景,并且品牌一旦树立,就有可能迅速扩张市场。品牌先行的实施方案可以采取“两条腿走路”策略。

其一是借用正在实施的打造峨眉“天下第一山”战略。古人云“山不在高,有仙则名”,从现代商业的角度,则体现了品牌的相互映衬。同样,“武以寺显,寺以武威”也说明了武术和名寺名山的关系。在全国各地的名山旅游中,武术等文化内涵往往是一个不可或缺的环节,如河南嵩山和湖北武当山,更是将这种映衬效应发挥到极致。在当前四川省努力打造“天下第一山”过程中,文化的挖掘是其重要内容,而峨眉文化中的道教、佛教文化虽然具有吸引力,但由于实在题材的可挖掘性差以及不具备在国内的差异性而难以操作。而峨眉武术刚好相反,内涵丰富同时具有国内外的唯一性,产品体系的可扩充性强,因此也就顺理成章应该成为“天下第一山”名片效应的有限和最佳选择。

其二是实施峨眉武术“名人、名功、名赛事”品牌工程。峨眉武术被民间称为中华武术三大流派之一,但是由于峨眉武术通常给大众很空洞的感知,还必须通过自身品牌的塑造推广才能建立人们对其清晰的形象认知。峨眉武术“名人、名功、名赛事”品牌工程实际是采用了现代企业盛行的“母子品牌”策略,通过挖掘自身子品牌来共同推广峨眉武术品牌。在“名人”实践中可以通过寻访、挖掘和推广资深峨眉武术家、老拳师与传人,树立其社会声望。当然这种名人也应包含历史上传奇峨眉武术名人的挖掘;其次是挖掘推广峨眉武术“名功”,对诸如白眉拳、峨眉剑、峨眉刀等具有代表性的峨眉武术重点加以包装宣传,使之就像少林之少林拳,武当之武当剑而家喻户晓;“名赛”主要是策划与塑造品牌峨眉武术赛事。2002 年 9 月,峨眉山精心策划推出了“少林、武当、峨眉三大武术精英赛”,但无论是影响力、规模,还是其可持续性发展,都还有很大欠缺。在“名赛”的策划中要注意避免与国内其他赛事的雷同,要在竞技的同时重点挖掘其娱乐性、可观赏性、可参与

性。“名人、名功、名赛事”品牌工程既可以单独分类实施又可以整合操作,如通过峨眉武术影视、情景剧、网络游戏、主题公园等艺术娱乐形式将其整合包装推广。

### 3.3 挖掘峨眉武术文化底蕴,在自发转向自觉意识中实施“借船出海”策略

峨眉武术的现代发展必须立足本土放眼海内外,使峨眉武术迅速扩大其影响,吸引海内外游客与武术爱好者。按照少林方丈释永信的说法,关键时候少林寺抓住了两大机遇,一方面是旅游业的升温,另一方面是文化交流。上世纪 80 年代至今,少林武僧团应邀出访全球多数国家和地区,目前少林寺已经在美国、英国、德国、澳大利亚、意大利等国家建立了十几个少林武术文化中心。美前国务卿基辛格、俄国总统普京等世界名人政要曾先后到少林寺亲身体验少林武术文化。因此峨眉武术同样应该抓住机遇,积极拓展海外影响,具体途径可包含两个方面:

首先是利用其道佛教文化交流与影响扩大峨眉武术在海内外的影响。峨眉山为普贤菩萨道场,是我国四大佛教圣地之一。同时,道佛两教在峨眉山都有深远影响,在清代出现了佛教合流之势。峨眉山寺庙、僧尼、佛学院与国内和海外以及世界各国佛学院、僧尼的多种形式交往广泛,影响日益扩大,也引来海外香客游客到乐山与峨眉山朝圣、考察和进行佛教文化交流。峨眉武术的起源和发展与峨眉山佛教和道教的历史是密不可分的。峨眉武术由儒、佛、道三家共同发扬光大,融佛、道武功为一脉,受到海内外人士的喜爱。因此峨眉武术既是峨眉道佛教文化的重要内容,又可作为独立的文化体系加以推广。

其次利用中华武术文化在海内外的交流加强影响。如 2006 年中国峨眉武术研究会与英国真武公司签署了合作意向书,将峨眉武术各家流派向欧洲输出,进行峨眉武术推广和培训,并以武术交流为桥梁进行旅游方面的合作;以及 2006 年与 2007 年在四川省举行的中国峨眉武术文化国际论坛大会,这都是扩大交流的积极尝试。当前峨眉山每年都会迎来部分外国武术学徒。同时由于武侠小说和影视剧多年渲染,峨眉武术对于香港民众来说有着较强的吸引力。这都为扩大交流进行了积极铺垫,但当前这些交流影响较小且缺乏系统筹划与长远规划。

### 3.4 探寻峨眉武术特色,打造峨眉武术产品链

从资源角度,特色就是差异性,特色就是垄断性;从市场角度,特色就是优势,特色就是卖点。在武术文化资源开发中,需要思考峨眉武术与其他文化形式相比,其风格和特色是什么。因此要积极在

产品特色方面下功夫,并将特色转化为产品特性,进而形成峨眉武术产品体系。峨眉武术特色可从以下三个方面挖掘。

首先从峨眉武术自身特质来看,峨眉、少林和武当三派武术都遵循着“体用兼备,内外皆修”的原则,但是在具体实践上,又各具特色。武术界一般认为:少林以攻架见长,多用长手,被称为外家拳术;武当以呼吸见长,以静制动,多用短手,被称为内家拳术;而峨眉派的特点介于两者之间,力求内外并重,刚柔兼备,长短并用。现代武术专家万籁声在他的《武术汇宗》一书中写道:“少林为外功,武当为内功,各有精微造詣。”<sup>[4]</sup>这是峨眉武术与少林、武当等武术体系重要内在差异。

其次从峨眉武术自身文化脉络体系来看,峨眉武术文化源远流长,在历史的长河中流传与积淀了众多的文化题材。这种题材包含了各种有关峨眉武术发展演变过程中的传说、典故、趣闻,如明代右剑都御史、凤阳巡抚唐顺之撰写的《峨眉道人拳歌》;历史上从李白到苏轼,从陈子昂到戚继光,历代文豪名将,都曾留下大量诗篇吟咏峨眉武术。四川籍武侠小说作家还珠楼主的名著《蜀山剑侠传》,描写了一批擅长峨眉枪和峨眉剑令敌闻风丧胆的剑侠。但这都是峨眉武术内附的文化特色资源,都应该深度挖掘其中积极因素进行开发与包装,都可以将其以旅游、影视、戏剧、文学、娱乐等无形和有形产品形式加以开发。

第三个方面是围绕峨眉武术开发配套相关产品体系,如峨眉功夫酒、功夫茶、峨眉武术器械及小工艺品,以及将武术表演与川剧、变脸等区域特色结合起来,也都将能起到良好的效果。

### 3.5 联合少林、武当共同打造民族武术文化品牌联盟

在现代旅游等文化产业开发中,竞争与合作相互渗透,以区域联合、概念整合、资本融合为主导的多种形式的品牌联盟已成为趋势。如 2003 年长江三峡联盟提出联合打造以湖北宜昌为核心城市的“大三峡旅游经济圈”,将长江三峡各景区、旅游管理部门、旅行社、新闻媒体等联合,实行联合促销,统一促销创意、促销形象。

而对于作为中华武术三大派系,由于各自风格各异,特色鲜明,区域分布不同,相互之间更多的不是竞争而是互补。三者可以通过整合各自资源,统一打造品牌形象,以概念营销为理念,以品牌共享为基础,以营销合作为主导,建立三大派系合作机制,致力打造中国武术第一品牌,共同培育与壮大国内外武术市场。在时机成熟时可以先建立类似“中国少林、武当、峨眉武术联盟”组织,制定章程,轮流牵

头与组织各类文化活动。这种共同联合体整体包装,共同制定联合营销战略,联手开展促销活动,统一实施营销方案,发挥资源整合优势,并不断融入“眼球经济”、“注意力经济”和品牌营销等现代市场竞争主流手段,三大武术文化将会共焕新颜。

### 3.6 以峨眉生态健身文化为依托,打造峨眉武术健身产业基地

中华武术文化最基本最初的功能就在于修身养性、强身健体。在当代社会日益重视健康的条件下,峨眉武术开发中不能忽视其健身功能产品的开发。峨眉武术健身产业开发具有天然的生态优势。在四川省的旅游资源中,峨眉山素有“峨眉天下秀”美誉,峨眉山全山植被覆盖率达 87% 左右<sup>[5]</sup>,属于“全球优秀生态景区”,并建有峨眉山疗养地。这里具备溪水长流,花香鸟语、气候温和等有利条件,全年负离子平均达 1.8 万个/cm<sup>2</sup>,很适合开展空气浴、森林浴及负离子疗法<sup>[6]</sup>。峨眉山因此也成为历代隐士、方士和具有仙道思想的骚人墨客修持习静与追踪访胜的理想境地。

依托峨眉武术中心地带峨眉山良好的生态环境,结合峨眉道家与佛家的养生思想,可大力开展形式多样、简单易行的健身功法培训与练习,并由此服务于全民健身这一社会主题,将会取得良好的社会效益与经济效益。当前峨眉山武协已着手整理出了一套简便易学的“峨眉武术操”,普通民众都可亲身一练,学上两招,而相关的武术光碟、教材也开始出现在市场上。当前推出的峨眉武术养生功法修炼八日游、峨眉功夫三日游、峨眉十三剑武术文化之旅等

旅游项目,除了观赏外,还可逐步增加游客参与和互动等内容,增强游客体验感。

## 4 结 语

峨眉武术是中华体育文化中的稀缺和特色资源,但由于起点低开发滞后,需补充诸多基础性工作。除了以上所述,峨眉武术产业开发还应该纳入区域经济社会发展规划,获得政策支持与政府扶持;在开发中重视对传统文化的保护,积极申请非物质文化遗产保护;商业开发中注意商标注册与保护,加强峨眉武术的知识产权保护意识;加强人力资源建设,寻求市场营销精英策划团队支持或加盟;在产业开发中不断创新思路,在经验借鉴的同时走自己的特色之路。

### 参考文献:

- [1]毛银坤.四川武术大全[M].成都:四川科学技术出版社,1989.
- [2]王亚慧.浅析峨眉派武术的历史及发展[J].乐山师范学院学报,2004,19(5):127-129.
- [3]沧县政协调研组.关于借鉴登封经验发展沧县武术产业的分析与建议[EB/OL].中国沧县信息网,2006.
- [4]万籁声.武术汇宗[M].太原:山西科学技术出版社,2006.
- [5]张建华.立足“双遗产”优势,开拓旅游发展的新思路[J].商场现代化,2007,(2):250-251.
- [6]刘同想,田进,闫家强.峨眉山疗养因子对老年慢性失眠症的疗效观察[J].中国疗养医学,1999,2(8):16-18.
- [7]王岗,田桂菊.中国武术:20世纪的传统流失与当代的回归及振兴[J].北京体育大学学报,2007,30(9):1156-1160.

(上接第 156 页)的先进经验,引进先进的管理理念。在投资之前,做详细的市场调查,充分了解市场的供给状况。规范体育休闲娱乐市场,加强与体育休闲市场相关法规建设,使体育休闲市场在整体运行中做到有法可依,运用法律手段促进体育休闲市场的健康发展。加强对体育休闲专业和管理人才的培养和引进,做到科学发展与管理。大力发展体育休闲产业,特别是要积极发展山区的体育旅游产业,带动农村经济的快速发展,缩小城乡之间的经济差距,提高农村居民的体育休闲意识和热情。

### 参考文献:

- [1]金宗强.休闲体育产业的产业特性分析[J].西安体育学院学报,2006,23(1):41-44.
- [2]邓凤莲,于素梅,刘笑舫,等.小康社会与我国体育旅游资源开发的关系研究[J].西安体育学院学报,2007,24(2):9-12.

- [3]薛涛.休闲体育产业与假日体育消费探析[J].体育与科学,2006,27(6):7-10.
- [4]肖红青,周道平.西部民族地区体育休闲旅游产业的开发[J].吉首大学学报(自然科学版),2005,(4):118-120.
- [5]傅兰英,姬成茂.河南省城市社区体育现状及发展对策研究[J].体育科学,2004,24(4):16-18.
- [6]何培森.从湖平.杭州市健身休闲体育资源的产业化发展[J].体育学刊,2004,11(1):37-41.
- [7]郭琴.和谐社会与休闲体育之关系[J].上海体育学院学报,2006,30(1):19-52.
- [8]戴位慧,罗时铭,顾李青,等.江苏省城市居民体育消费行为现状分析[J].上海体育学院学报,2003,27(1):18-23.
- [9]蔡军,苏明理,郑敏,等.陕西省城市居民体育消费水平及发展策略研究[J].西安体育学院学报,2008,25(6):54-59.
- [10]张广林,王俊奇.论休闲体育的价值[J].天津体育学院学报,2008,23(2):137-139.