

# 新时代背景下武术入奥“三步走”策略

## Research on the “Three Steps” Strategy of Wushu’s Entry into the Olympics in the New Era

李世宏<sup>1</sup>, 李卓嘉<sup>2</sup>, 徐飞<sup>1</sup>, 崔梦丽<sup>3</sup>  
LI Shi - hong<sup>1</sup>, LI Zhuo - jia<sup>2</sup>, XU Fei<sup>1</sup>, CUI Meng - li<sup>3</sup>

**摘 要:**本研究采用文献资料、逻辑分析、对比分析等研究方法,以新时代背景下武术入奥为研究对象,从中华武术自身出发,对标奥林匹克运动会项目设置要求,阐明武术在入奥进程中,坚守入奥本心,详悉入奥差距,稳扎入奥步伐,提出入奥“三步走”策略,即:以全民参与为基础,促进武术项目大众化;以市场需求为导向,加速武术项目产业化;以奥运会隐性要求为准则,推动武术项目国际化。旨在推动中华武术繁荣发展,加快进入奥运会进程;同时,完善武术入奥研究体系,助力建设体育强国战略目标。  
**关键词:**新时代;武术;奥林匹克运动会  
**中图分类号:**G80 - 05 **文献标识码:**A **文章编号:**1008 - 2808(2020)04 - 0034 - 05

**Abstract:** This research uses scientific research methods such as literature data, logical analysis, and comparative analysis to take martial arts into the Olympics in the new era as the research object. Starting from the Chinese martial arts itself, it benchmarks the Olympic Games project setting requirements and clarifies that martial arts adheres to the process of entering the Olympics. Martial arts enters the Austrian heart, understands the gap between martial arts entering the Olympics, stabilizes the pace of martial arts entering the Olympics, and proposes a “three - step” strategy for martial arts entering the Olympics, that is, based on the participation of the whole people to promote the popularization of martial arts projects; Accelerate the industrialization of martial arts events; promote the internationalization of martial arts events based on the implicit requirements of the Olympic Games. The aim is to promote the prosperity and development of Chinese martial arts, speed up the process of entering the Olympic Games, and at the same time, improve the research system for martial arts entry into the Olympics and help build the strategic goal of a strong sports nation.  
**Key words:** the New Era; Wushu; the Olympic Games

在当今社会,全球化进程影响着每一个国家、民族乃至每一个人,影响着每一种文化传统、文化元素甚至每一种文化基因。作为具有世界影响力的标志性东方文化符号,在全球化发展的驱动下,

中华武术国际化发展势在必行<sup>[1]</sup>。现代奥林匹克运动会是各民族展示自身文化以及政治、经济、科技等多视角的立体视窗,中华武术进入奥运会,不仅是自身发展需要,更是时代发展诉求。2019年9

收稿日期:2019 - 12 - 29;修回日期:2020 - 06 - 21  
基金项目:国家体育总局武术研究院重点项目《健康中国视阈下武术产业发展模式创新研究》(编号:WSH2019A003)。  
作者简介:李世宏(1971 - ),男,副教授,博士,硕士生导师,研究方向为武术教育与产业。  
作者单位:1. 哈尔滨体育学院 民族传统体育学院,黑龙江 哈尔滨 150008; 2. 哈尔滨工业大学 体育部,黑龙江 哈尔滨 150001; 3. 哈尔滨体育学院 研究生院,黑龙江 哈尔滨 150008

月2日,《国务院办公厅关于印发体育强国建设纲要的通知》强调:实施中华武术“走出去”战略,对标奥运会要求,完善规则、标准,力争武术项目早日进入奥运会。该文件与全球化进程异曲同工为中华武术的发展指明方向,即武术进入奥运会。国家体育总局局长、党组书记、中国奥委会主席苟仲文也提出,要大力推动中国传统体育项目走出去,积极争取武术项目进入奥运会<sup>[2]</sup>。基于此,推动中华武术进入奥运会,守初心、担使命、找差距、抓落实是广泛传承中华武术,坚定弘扬武术文化,团结凝聚民族精神的坚实基础,是中华儿女热爱中华文化、心系民族传统、助力实现“体育强国”义不容辞的责任与义务。

### 1 坚守武术入奥本心

1990年10月,北京举办第11届亚运会时,武术便开始了进入奥运会的历程<sup>[3]</sup>。2001年,中国北京“申奥”成功,为中国武术“入奥”提供了前所未有的机遇与挑战,然而2002年8月,在瑞士洛桑的国际奥委会工作会议上,将武术纳入奥运会正式比赛项目的提案被否认<sup>[4]</sup>,时至今日,仍在奥运会门外徘徊。武术多次与奥运会失之交臂。这一现象引起诸多学者对武术入奥历程的反思。

例如:一部分学者从武术自身发展出发,张月霜<sup>[5]</sup>(2010)对武术入奥失败的因素进行分析,提出应紧密围绕武术的本质发展;陈保磊<sup>[6]</sup>(2012)对于“将竞技武术作为入奥的试金石,使得竞技武术陷入‘四不像’困境”这一现象进行分析反思,呼吁:合理定位中国武术,在入奥中纠正急于求成的冒进行为;张继生<sup>[7]</sup>(2013)认为武术“入奥”应首选武术体系中最具有代表性的太极拳,太极拳文化与武术文化一脉相承,能很好地标识中国、讲述中国;朱懿奇<sup>[8]</sup>(2016)认为武术若想入奥,建立合适的运动项目是关键,且需扩大传统武术的影响等等。还有一部份学者从其他体育项目的角度出发,反思武术入奥历程,如:孙得朋<sup>[9]</sup>(2014)从摔跤项目重返奥运来审视中国武术未来得发展方向,并从武术的普及性、可操作性、经济性、国际性等方面给出建议,其中,在武术项目的国际性方面,该学者认为武术入奥既需保持民族特色,又须适应国际惯例和奥运要求;罗晓彤<sup>[10]</sup>(2019)从韩国跆拳道成功入奥之路,得出中国武术的发展之路,推崇武术内涵,发挥自我,增加经济投入和宣传广度;吴曼翎<sup>[11]</sup>(2019)探究高尔夫回归奥运的原因,从中得到一些启示,提出武术在入奥过程中应在不失去自

我的前提下创新等等。

以上这些都是具有广泛影响力的武术入奥研究成果,无论学者从哪个视角对其进行阐释,均指明武术项目在入奥进程中,理应坚守初心,坚守本真与自我,坚守武术内涵。古语有云“不忘初心,方得始终”。守初心是指武术项目在进入奥运会的历程中,须坚守本心,不应无限制、随意改造武术,不应出现“不遗余力地把传统武术削足适履以期‘入奥’给自己正名<sup>[12]</sup>”的现象。那么,武术的初心是什么呢?借用王岗教授的话,即“一招一式一理法,一拳一路一境界”是中国武术的初心,是学武之人的技术底线,是中国武术中隐藏的巨大秘密<sup>[13]</sup>,其初心是一代代中华儿女传承与发扬武术项目的根本动力。

### 2 详悉武术入奥差距

某一体育项目入选奥运会是一个综合且复杂的过程,需要满足奥运会入选条件的量化标准和定性要求。(1)量化标准相对统一,具有可操作性,即只有在至少四大洲75个国家广泛开展的男子项目和三大洲40个国家广泛开展的男子项目才能列入夏季奥运会比赛的大项和分项,且至少在奥运会召开前7年确定,确定后不允许改动<sup>[14]</sup>。目前国际武术联合会拥有149个会员国,遍布全球五大洲,但除了亚洲之外,其他大洲武术项目的发展相对比较滞后<sup>[15]</sup>。从习武人数来看,世界范围内只有4个国家超过10万人,在欧洲只有4个国家习武人数在5000~10000人,71.7%的国家和地区习武人数在5000以下;全球范围内有8个国家习武人数少于500<sup>[16]</sup>,普及程度相对较低,与奥运会的量化标准有一定的差距。(2)“定性要求”:“任何一个能长久成为夏季奥运会正式比赛内容的项目,不仅应该具备稳固的受众基础,而且还必须应该满足或体现以下3个方面:人文性、社会性和经济性”<sup>[15]</sup>。项目的人文性主要看该项目是否体现人类发展的终极价值追求和多元文化共生的理想。中华武术的和合观<sup>[17]</sup>强调“和”,即“和谐”的意思,与李凤梅学者笔下的项目人文性不谋而合。项目的社会性主要体现在项目对人类社会和世界文明发展所产生的深远影响与教育意义。中华武术博大精深,源远流长,对中华民族乃至全人类产生深远影响,中华武术的传承与发扬过程,无不展现武术的教育价值,这与奥运设项要求的社会性异途同归。项目的经济性主要看该项目所具有的长远发展潜力和吸纳社会资源与创造经济效益的能力。

在2019年7月30日,为普及和推广武术项目,加快武术产业发展,国家体育总局、外交部、国家发展改革委、文化和旅游部等14部门特联合印发《武术产业发展规划(2019—2025年)》,该文件指出我国武术产业仍处于起步阶段,发展规模和水平还不能满足人民群众消费需求,即武术项目产生的经济价值未能与奥运会设项要求保持一致。

聚思之,中华武术诸多方面逐渐实现与奥林匹克运动会相接轨,但也存在差异性,主要表现为:中华武术受众基础相对薄弱,世界范围内普及程度亟需提高;经济效益较低,产业化程度有待提高。善治病者,必医其受病之处;善救弊者,必塞其起弊之源。找准差距,对症下药,从武术项目大众化、产业化、国际化三方面入手,推动其进入奥运会,应成为当下社会各界关注的焦点。

### 3 稳扎武术入奥步伐

“争取让武术项目进入奥运会赛场,是我们的重要目标,但不是唯一目标”。2014年8月23日,国际奥委会副主席、国际武联主席于再清在接受新华社记者专访时表示。中华武术在入奥进程中切勿冒进,不可为了入奥而入奥,须考虑武术自身的可持续发展需要。文章认为,“打铁还需自身热”,中华武术进入奥运会理应循序渐进,在完善自我的基础上,对标奥运会要求,一以贯之,践行“三步走”策略:首先以全民参与为基础,促进武术项目大众化;其次,以市场需求为导向,加速武术项目产业化;最后,以奥运会隐性要求为准则,推动武术项目国际化,在助力建设体育强国的同时,实现武术入奥的战略目标。促使武术入奥的研究体系更加完善,未来的发展方向更加明确。

#### 3.1 以全民参与为基础,促进武术项目大众化

《奥林匹克宪章》是国际奥委会制定的关于奥林匹克运动的最高法律文件,宪章明确规定:凡是列入夏季奥运会比赛项目的至少要在75个国家和地区及四大洲的男子中以及至少在40个国家和地区及三大洲的女子中广泛开展。国际武术协会会员国数目已达149个,普及范围相对较广,但普及程度仍有待提高,应以奥运会量化要求为准,增加其普及深度。武术项目若想在世界范围内广为传播,则必须做好国内市场。2016年7月22日,国家体育总局武术中心关于印发《中国武术发展五年规划(2016—2020年)》的通知,推动太极拳进入校园等政策都是国家支持全民参与武术的最好例证,是提高国内武术普及程度的助推器,是武术工

作者的坚实后盾。

文章认为以全民参与为基础,促进武术项目大众化,需从两方面着手。其一,落实武术普及政策,增加武术项目受众数量。《中国武术发展五年规划(2016—2020年)》提出,中华武术的发展目标为:社会武术广泛普及,各级协会组织健全高效,民间武术活动丰富多彩,人民群众武术健身意识普遍增强,武术习练人口稳步增加,武术锻炼人数达到体育锻炼人数的10%<sup>[18]</sup>。国内各级武术协会应积极响应《规划》,并制定相关计划,鼓励社会群体积极参与武术锻炼,以保证武术习练人口的增长,保证实现武术入奥目标。太极拳作为中国武术的优秀拳种之一,具有养生健身功能。国家推动太极拳进入校园,在提高学生身体素质的同时,也可起到继承中华武术拳种、传承中华文化的作用。因此,各学校应积极引入太极拳亦或是其他武术项目,并建立系统的规章制度,以确保武术课程的正常运行,坚决避免其被语、数、外等文化课替代的现象。其二,发挥武术传承人效能,提高武术项目传播质量。武术文化的特殊性决定了武术文化的活态传承谱系,从非物质文化遗产视角来看,活态文化的传承关键是传承人<sup>[19]</sup>。武术传承人主要是指代表着传统武术深厚的文化底蕴,掌握着传统武术的知识、套路、技击、功法,并且具有最高水准,具有公认的代表性、权威性与影响力的个人<sup>[20]</sup>。国家需制定与“传承人”相关的政策法规,并严格筛选武术各拳种的“合法传承人”,合格者可进入体育院校继续深造,重点学习中国传统文化和现代生理学与训练学等课程,提高传承人的技能、道德素养、动作规范程度等,并给传承人一定的经济补贴,以保护传承人这一非物质文化遗产。传承人是民族民间传统文化传统得以延续的力量。在武术传播过程中,坚持以传承人为主体,严格杜绝其他群体乱传播、低质量传播的行为,以保证国内外武术传播质量,提高其规范性。从上述两方面分别提升武术项目的普及程度以及传播质量,以全民参与为基础,促进武术项目大众化,为提高国民素质贡献一份力量,为建设体育强国提供绵延动力,为武术项目进入奥运会打下坚实基础。

#### 3.2 以市场需求为导向,加速中华武术产业化

2017年10月18日,习近平总书记在党的十九大报告中指出,中国特色社会主义进入新时代,我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的物质文化需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾<sup>[21]</sup>。伴随社会生产力的不断发展,人民生活质

量不断提高,人民健康需求不断上升,健康等逐渐成为人们关注的焦点问题。武术作为中华民族传统体育项目,具有多元的价值属性,包含健身、娱乐、演艺等等。加大武术项目的普及与推广力度,有助于落实全民健身、健康中国等国家战略计划,加快推动体育事业的繁荣发展。

在新时代发展的背景下,体育强国以及全面健身战略的实施为武术项目提供了巨大的市场发展空间,为武术项目的产业化发展奠定了良好市场环境,极大的促进了中华武术产业化发展进程,武术项目产业化发展应在充分了解市场需求的基础上,把握和识别自身潜在的竞争优势,挖掘潜在消费人群,以市场需求为出发点,创造出符合市场需求的相关产品,从中找到突破点,促进自身的产业化发展。目前,武术项目的发展状况与其地位极不相符,面对这一困境,中华武术应当以时代发展为契机,以消费者健身需求为导向,促进健身品牌产品化。中华武术作为一项独特的体育运动项目,可以满足不同层次、不同人群的需求,作为强身健体、防身自卫的传统体育项目,大学生积极练习可以有效的磨练意志;中老年人积极参与,可以达到养生保健、延年益寿之功效。

将武术文化资源转化为品牌资本,在进行市场调研的基础上,加强武术运动健身休闲业、竞赛表演业、培训研修业、用品制造业、旅游业等相关产业的发展<sup>[22]</sup>。打造武术品牌,彰显中国武术本土特色。中华品牌的打造要以挖掘品牌内涵,深化品牌形象为基础,以设计品牌符号,统一品牌标识为手段。品牌内涵代表品牌的核心价值,武术品牌的打造需要以深厚的文化底蕴为内涵,使武术品牌资产效能最大化。武术品牌在创造的过程当中,应当搜集相关品牌市场信息,致力塑造明显区别于其他品牌的品牌个性,避免市场跟风,随波逐流,根据自身特点打造出属于自己的品牌个性。品牌符号作为消费者识别武术品牌的直接标志,其品牌符号的设计应突出中华武术的本质特征,利用武术品牌符号,将无形的品牌形象融入到消费者心目当中。

### 3.3 以奥运会隐性要求为准则,推动中华武术国际化

前中国奥委会秘书长、国际奥委会项目工作小组成员魏纪中坦言:“国际奥委会从来没有在任何场合说过什么项目可以进,什么项目不可以,的确有一些不成文的传统思想影响着国际奥委会”。一个体育项目只有具备世界性、国际性、观赏性、可操作性这四个要求,才有可能迈进奥运会的大门。

从中华武术发展现状以及四个要求的释义来看,中华武术已满足世界性、国际性要求,具有较强的观赏性,但其可操作性稍有欠缺,如武术规则主观性较强,武术内容较多,相对繁琐。他山之石,可以攻玉。武术需从跆拳道和柔道成功入奥的经验得出启示,在促进其大众化、加快其产业化的进程中,从武术规则和武术技术动作两方面入手,推动中华武术国际化。

参照奥运会设项标准,实现中华武术规则国际化:无论是武术套路或是武术散打,都有着较为庞大的裁判队伍。就武术套路比赛而言,裁判组由A(动作质量)、B(演练水平)、C(动作难度)三组构成,且每组裁判一般设立3~5人,裁判队伍数量可见一斑。另外,武术套路的的成绩以打分制的形式出现,与奥运会要求的公开、可操作不相吻合,阻碍中华武术进入奥运会的步伐。魏纪中建议,武术套路应参照奥运会设项标准,规则设置应侧重于难度分析,而这个难度是通俗易懂的,是大众可接受的,是根据国际竞赛理论,修改、充实,形成一套系统的武术竞赛规则,并加以实施推广。本文认为,中华武术规则的国际化应以赛事营销手段为主,媒体宣传、教学训练辅之,究其原因有二:其一,规则是运行、运作规律的法则。武术套路竞赛规则是指在武术竞赛过程中,运动员理应遵循的运行、运作规律的法则。这一运行法则只有在武术竞赛过程中才能发挥最大之功效,且在武术竞赛实践中,实施浅显易懂的武术规则,具备规则的理论知识与实践探索相结合的学习条件,对于新规则的掌握、传播也起到事半功倍的效果。其二,采用市场营销的方式,以武术竞赛为龙头,打造精品赛事品牌。通过赛事的试行与营销,有助于武术竞赛规则的规范与传播,有助于武术项目的产业化运作,有助于中华武术的国际化发展。对标奥运会已设项目,实现武术技术动作国际化:中华武术自产生之日至今已有五千年历史,其体系之庞大、动作之复杂、涵义之深刻可想而知。但中华武术兼容散打和套路,横跨对抗性和对比性两大类的特性正是中华武术进入奥运会征程中的一大障碍。既然武术的目标是进入奥运会,就应按照奥运会的要求,对标奥运会已设项目,并选取其中最具代表性的一部分,在不失自身特色的前提下,实现武术技术动作国际化。

## 4 结 语

武术,源于中国,属于世界。武术入奥,寄托着武术人共同的期待与梦想。在新时代背景下,中华

武术进入奥运会理应循序渐进,在完善自我的基础上,坚守初心、勇担使命、审视差距、紧抓落实,稳扎武术入奥“三步走”策略,即以全民参与为基础,促进武术项目大众化;以市场需求为导向,加速武术项目产业化;以奥运会隐性要求为准则,推动武术项目国际化。只有这样,才能避免削足适履的历史重演,才能最大程度的保护与传承中华武术,才能一步一个脚印进入“奥运会大家庭”。

## 参考文献:

- [1] 樊艺红. “武术入奥”视阈下中国竞技武术发展思考[J]. 武术研究, 2016(11): 7-10.
- [2] 苟仲文. 不忘初心, 牢记使命, 推动新时代中国奥林匹克运动深入发展[N]. 中国体育报, 2019-10-25(001).
- [3] 王占涛, 李中军, 汪明修. 武术缘何不放弃奥运会——从非奥运视角看武术发展[J]. 山东体育科技, 2014, 36(3): 1-4.
- [4] 苟小坤. 中国武术项目“入奥”的历史回溯与现实困局[J]. 当代体育科技, 2017, 7(12): 195-196.
- [5] 张月霜, 赵苏妙, 刘海英. 武术未能成为奥运项目的原因探究及其发展对策思考[J]. 成都体育学院学报, 2010, 36(7): 21-25.
- [6] 陈保磊. 武术申奥反思[J]. 体育文化导刊, 2012(8): 117-120.
- [7] 张继生, 张萍, 何兵雄. 单相思下的失望与希望: 武术“入奥”的历史回顾和策略思考[J]. 武汉体育学院学报, 2013, 47(2): 56-60.
- [8] 朱懿奇. 浅谈中国传统武术的奥运之路[J]. 科技展望, 2016, 26(30): 260-262.
- [9] 孙得朋, 牛健壮, 牛峥, 等. 从摔跤项目重返奥运项目来审视中国武术未来的发展方向[J]. 体育世界(学术版), 2014(8): 53-55.
- [10] 罗晓彤. 韩国跆拳道成功的奥运之路对中国武术的启示[J]. 当代体育科技, 2019, 9(24): 250-251.
- [11] 吴曼翎, 肖锋. 高尔夫重返奥运会对我国传统体育的启示研究[J]. 当代体育科技, 2019, 9(1): 216-218.
- [12] 张燕中, 刘宏, 王静. 文化焦虑与认同: 中国武术异域传播中的文化错位[J]. 体育与科学, 2014, 35(4): 51-54.
- [13] 中国发布网. 王岗: 中国武术的“本心”和“秘密”[EB/OL]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1612199595641758194&wfr=spider&for=pc>.
- [14] 李凤梅. 夏季奥运会项目的设置标准及改革原则: 基于入选条件的探究[J]. 首都体育学院学报, 2013, 25(3): 260-262.
- [15] 中国军网. 中国武术离登上奥运会舞台, 还有多远? [EB/OL]. [http://m.haiwainet.cn/middle/3542185/2018/0820/content\\_31378418\\_1.html](http://m.haiwainet.cn/middle/3542185/2018/0820/content_31378418_1.html).
- [16] 周鹏, 王雪. 中国武术进军奥运的路径阐释——基于空手道“入奥”历程的思考[J]. 武术研究, 2019, 4(1): 80-84.
- [17] 白照波. 由传统“和合观”看海峡两岸国术(武术)养生资源共享的契合点[J]. 武汉体育学院学报, 2012, 46(3): 70-73.
- [18] 国家体育总局. 体育总局武术中心关于印发《中国武术发展五年规划(2016-2020年)》的通知[EB/OL]. <http://www.sport.gov.cn/n316/n336/c735683/content.html>, 2016, 7.
- [19] 李晓智, 高亮, 麻晨俊. 传统武术传承人的文化传承谱系、困境与消解[J]. 体育与科学, 2019, 40(5): 69-75.
- [20] 周伟良. 中华民族传统体育概论高级教程[M]. 北京: 高等教育出版社, 2003: 70.
- [21] 龚克. 认识新时代 创造新辉煌[J]. 人民论坛, 2017(31): 44-45.
- [22] 王云, 宋金豹, 王行. 新常态下扩大武术消费的动因及路径[J]. 中华武术(研究), 2018, 7(7): 34-38.
- [23] 侯胜川. 民间武术家视野中的武术之“打”与“比试”[J]. 南京体育学院学报, 2019(11): 74-80.
- [24] 张道鑫, 支川, 孙永武, 等. 时代转型语境下竞技武术身份价值的时代审视[J]. 南京体育学院学报, 2019(10): 73-80.