

“养狼计划”实施策略构想

兰彤¹, 刘丰德²

(1.沈阳体育学院 体育社会科学研究中心, 辽宁 沈阳 110102; 2.北京体育大学 乒乓球教研室, 北京 250014)

摘 要: 中国乒协近期提出“养狼计划”, 旨在帮助提高全世界乒乓球运动员水平, 以促进乒乓球运动在世界范围的整体发展。研究认为, 在中国打造顶级乒乓球超级联赛是“养狼计划”实施的前提; 制定长效机制, 培养“狼群”是“养狼计划”实施的基石; 普及和推广乒乓球运动, 是“养狼计划”实施的土壤; “狼自强”是“养狼计划”实现的保障。4个方面构成了“养狼计划”整体发展策略。

关 键 词: 竞赛与训练; 乒乓球运动; “养狼计划”

中图分类号: G846 **文献标识码:** A **文章编号:** 1006-7116(2010)04-0031-05

Contemplation of the strategies for the implementation of the “Wolf Breeding Program”

LAN Tong¹, LIU Feng-de²

(1. Physical and Social Science Research Centre, Shenyang Sport University, Shenyang 110102, China;

2. Table Tennis Teaching and Research Section, Beijing Sport University, Beijing 100084, China)

Abstract: The purpose of the “Wolf Breeding Program” (WBG) worked out by the Table Tennis Association of China is to help table tennis players in other table tennis associations worldwide improve their performances, so as to boost the overall development of table tennis worldwide. In their study the authors put forward the following opinions: establishing a topnotch super league tournament in China is the precondition for the implementation of the WBG; working out a long-effective mechanism to breed “wolf packs” is the foundation stone for the implementation of the WBG; popularizing and promoting table tennis is the soil for the implementation of the WBG; “wolves becoming stronger independently” is the assurance for the realization of the WBG. The four aspects constitute the strategies for the overall development of the WBG.

Key words: competition and training; table tennis; “Wolf Breeding Program”

2009年2月, 蔡振华接任中国乒协主席一职, 随即推出了“养狼计划”——采取“走出去、请进来”的办法, 帮助其它协会乒乓球运动员提高水平, 以促进这项运动在世界范围的均衡发展。这是一项着眼于中国竞技乒乓球未来发展的长远计划。作为世界竞技乒乓球运动水平最高的国家, 这一发展策略无疑具有积极意义。在对“养狼计划”实施的背景和现阶段实施效果进行系统分析的基础上, 本研究尝试构建“养狼计划”的发展策略, 旨在为进一步制定具体详尽的措施指明方向, 为权威部门实行该计划献计献策。

1 “养狼”计划实施的背景

1.1 中国竞技乒乓球运动“一枝独秀”

继北京奥运会上中国运动员囊括了乒乓球比赛的所有金牌之后, 在2009年刚结束的第50届横滨世乒赛上, 中国乒乓球队再度垄断了所有项目的金牌。这已经是中国健儿第7次在世界乒乓球锦标赛上包揽全部单打项目。然而媒体似乎都没有太多兴趣关注这个优异的成绩, 观众的反应则更是平静, 网络上甚至有网友不耐烦地将世乒赛称为“世界上最没有悬念的比赛”。

1.2 国际球员星光黯淡

在如今的乒乓球重大赛事上,真正能和中国选手对抗的国外运动员已不多见,且主要集中在亚洲少数几个国家。曾经的乒乓球强国瑞典、德国、比利时等欧洲国家如今都已风光不再,个别国家仍然依靠老将担纲。于是就有了年过 4 旬的瑞典老将佩尔森征战北京奥运会的事例。偶尔出现的一两位新星往往因为技术上的差距而与中国军团无法抗衡。这一现象暴露出竞技乒乓球在欧美国家青黄不接的严峻现实。国际球员竞技水平上不去,国际球星日趋减少,也直接影响到乒乓球项目在世界的受欢迎程度。

1.3 规则修改效果不佳

近几年,国际乒联屡推新规,致力于世界乒乓球运动整体水平的提高,以“遏制”中国队动辄包揽金牌的“独大”现象,但收效甚微^[1]。中国队总能在新规则实施后的较短时间内通过集中全国范围内的优秀教练员、运动员及科研人员的智慧,举全国之力,很快就掌握了新规则下乒乓球运动的新特征,始终站在乒乓球运动的最前沿。与此相对应的是,更多的国家基于体制上的限制,无法为运动员提供良好的科研、技术以及训练环境,导致不少优秀运动员成为了新规则的“牺牲品”。规则不断修改后,中外运动员之间水平差距反而越发悬殊。

1.4 国内关注乒乓球运动的人数下降

即便是在中国,被上升到“国球”高度的乒乓球,由于没有了当年那个特定的时代背景,其参与者和关注度也呈下降趋势。它所吸引的受众群主要集中在有一定年纪或时代记忆的“中老年人”。青少年群体中的乒乓球普及度令人担忧。虽贵为“国球”,乒乓球运动很少能步入中小学体育课堂。在青年人群最集中的高校里,受其它运动项目的吸引,关注乒乓球运动的人群比例也在明显下降。对于“国球”的理解,更多的只是从竞技体育带给国家的荣誉这一角度出发。因此,乒乓球运动令人担忧的不仅仅是国外选手的缺失,还有国内对其热情的衰减。如何保持竞技体育和群众体育双轮驱动,如何在青少年人群中普及乒乓球运动,激发人们对乒乓球运动的热情,已经成为摆在乒乓球管理者眼前亟待解决的课题。

1.5 竞技乒乓球比赛关注度走低

2009 年横滨世乒赛结束之后,央视公布了一组乒乓球比赛电视收视率数字,除了两场中外高水准选手的对决场次接近 1%,其余场次均未能达到这一数位,甚至连男女单打决赛的场次都未能达到 0.5%^[1]。转播乒乓球比赛一向是央视体育频道具有稳定收视率的节目之一,以往的收视率仅次于 NBA 的转播。2007 年

萨格勒布世乒赛前夕,央视转播国家乒乓球队队内选拔赛的收视率达到 3% 以上;在乒乓球重大国际比赛上,焦点场次的收视率更是在 5% 以上。而本届世乒赛,由于中国队优势太大,国际比赛早早地演变成国内对抗赛,金牌早已经有了归属,比赛全无悬念,导致电视转播收视率直线下滑。

2 “养狼”计划实施的理性思考

2.1 “养狼计划”实施的必要性

不同的时代,不同的社会背景,对于“包揽”两个字的感受和诠释迥然不同。过去,乒乓球比其它体育项目承载了更多的政治使命。在特定的历史条件下,多一个世界冠军则多一分国力强盛的自信,多一个世界冠军则多一分民族尊严的提升,冠军在很大程度上满足的是国人的深层心理需求。随着我国政治地位、经济地位在国际上的日益提升,尤其是在北京奥运会上斩获 51 枚金牌,领先于美、俄等国,中国人有底气以强者的视角重新审视乒乓球运动——它不过是一项游戏而已。

因此,对中国近来在乒乓球比赛上“压倒性胜利”的反思,表明中国人对体育比赛的认识已逐渐趋向理性。正是在这样的背景下,世乒赛的空前大包揽,才有可能被从另外的角度去解读:“一个人的游戏不是不好玩,是根本没法玩下去”。没有更多观众的关注则会失去更多企业的赞助,从而影响全球乒乓球运动的发展。不论奥运会还是世乒赛,如果只见中国人,观众难免兴趣大减。正是基于改变世界乒乓球运动整体发展的极度不平衡现状,“养狼计划”应运而生,其目的只有一个——通过系统的规划和一系列具体、有效的措施改变乒乓球运动在全球的失衡状态。

2.2 “养狼计划”实施的绩效分析

1) “养狼”效果不佳。其实,早在“养狼计划”提出之前,中国就已经通过多种“走出去”和“请进来”的方式帮助其他国家发展乒乓球运动。然而在当时,“奥运争光”是我国乒乓球运动开展的第一要务。在援外的思想上还处于较为谨慎和保守的状态,帮助对手是以我们在大赛上确保金牌为前提的。如今,“养狼计划”实施已近一年,就目前所取得的效果来看并不是很好。在近期国际乒联举办的欧亚对抗赛,乃至世界一系列对抗赛中,双方实力依旧悬殊。排除可能因为“养狼计划”运行时间短效果不明显,特有的体制优势等因素,还在于对“养狼计划”的整体把握不足。欲通过选派国家队队员赴欧洲充当短期陪练等临时性措施,以此提高对手的训练水平,进而使其能与中国队抗衡,目标显然难以实现。

2)比赛让球实不足取。在第50届世界乒乓球锦标赛上,中国乒乓球在男双比赛中全部起用新组合,女双组合仅保留李晓霞/郭跃一对老搭档,混双比赛更是全部以新面孔出现,姑且不论最终比赛成绩,单从乒乓球比赛的排兵布阵上看,中国队这种做法已经有了某些“让球”的痕迹。必须说明的是,主动削弱自己的实力,在大赛中“放水”,以便让对手有机会获得奖牌,这一做法只能算是特殊形势下“养狼”的权宜之计,并不利于乒乓球运动的健康发展,也有违竞技体育“更快、更高、更强”的格言,实不足取。

2.3 “养狼计划”策略构想的可行性思考

“养狼计划”的最终目的是促进乒乓球运动在世界范围内的整体发展。从目前乒乓球运动的发展现状来看,这一目标不可能一蹴而就,它是一个长期、系统的工程。可见,“养狼计划”也应设计长远发展计划。那些短期性的、速成性的措施往往有急功近利之嫌,无法根本解决问题。基于以上分析,“养狼计划”应先把握整体运行策略,然后制定较为具体的措施。在制定策略时应遵循以下基本原则:一是有效性原则。即该计划中的具体措施应具备可操作性,效果应显著。二是长效性原则。根据竞技乒乓球在全球的开展现状,期望短期解决存在的问题不太现实,需要制定长期、稳定的帮扶计划。三是兼顾性原则。在乒乓球运动的总体发展上,竞技水平提高离不开大众普及,在乒乓球运动员的培养上,既要着力打造顶尖运动员,同时也要关注后备力量的培养。

在实施计划的时候,首先需要寻求供国外高水平运动员与中国运动员经常交流的平台,打通雄厚基础与一线尖子之间的渠道,这是确保“养狼计划”顺利实施的前提。与国际乒协此前提出的组织世界各国优秀运动员同中国运动员一起训练这一思路相比较,在中国通过举办乒乓球超级联赛(简称乒超联赛)为“养狼”搭建平台显然更加切实可行。在联赛的平台上,海外球员可以持续有保证地获得与中国顶尖球员直接对抗的机会。此外,其它运动成功开展的经验表明,乒乓球运动的扩张既需要淡化国家意识,海纳百川,又必须在多个国家打造出颇具公众影响力的球星,以此带动越来越多的人参与这项运动,而这两点要求只有在世界顶级联赛的平台上才能得到满足。

但仅凭借搭建“乒超联赛”这一平台来解决竞技乒乓球运动失衡现象显然还不够,只能治标不治本,毕竟能参加到中国乒超联赛的国外运动员人数有限,且只能是少数国家的顶尖运动员。与培养国外高水平运动员的迫切性相比较,中国帮助其他国家培养乒乓球后备人才问题也同样重要。目前,除了中国、德国、

韩国等少数国家之外,大多数国家乒乓球后备人才匮乏,这在很大程度上影响了当地竞技乒乓球运动的整体水平。从这一点上来看,利用乒乓球大国自身的优势,通过与国际乒联密切合作,悉心培育“小狼群”,这一策略应成为“养狼计划”得以长期实施的基础。

竞技乒乓球运动在世界范围内发展不平衡还与乒乓球运动在许多国家普及和开展程度不足有密切关系。由于缺乏足够的认识和了解,乒乓球运动在这些国家失去了生存的土壤和环境,从事职业乒乓球运动员的数量少之又少,培养高水平运动员更是不切实际。此时,“养狼计划”还应当将目光投向乒乓球运动的普及和推广方面,它是“养狼计划”得以顺利实施的土壤。

外因是变化的条件,内因是变化的根据,外因通过内因而起作用。竞技乒乓球运动在世界范围内的整体发展不能完全借助“养狼计划”来实现,各国乒乓球协会应根据本国的实际情况,普及本国乒乓球运动,营造乒乓球氛围,为乒乓球人才培养积极创造条件,依靠自身的力量着力发展乒乓球运动是该项目得以整体发展的根本,是“养狼计划”得以顺利实施的保障。

3 “养狼计划”的实施方案构想

3.1 打造世界顶级乒乓球联赛,搭建“养狼平台”

“举国体制”下的中国竞技乒乓球始终把奥运争光作为发展该运动的第一要务,“乒超联赛”创建初衷也是放在提高球员的待遇,稳定军心,更好地为国争光这一思路。“乒超联赛”始终处于从属的地位,“养狼计划”发出了另外一种声音——中国愿意担负起乒乓球大国的责任,与国际乒联密切合作,把普及、推广和提高乒乓球运动与“奥运争光”作为同等重要的大事来看待。做到“一面全力争冠,一面悉心‘养狼’”,彰显出乒乓大国的气魄和胸襟。进一步完善现有的联赛,为“养狼计划”的实施搭建平台就显得极其重要,它是“养狼计划”得以顺利实施的前提。

1)提升乒超联赛地位。把开展职业联赛和奥运争光放在同一层面上。首先,延长联赛时间,将职业联赛的开展当作乒乓球运动的头等大事来做,积极开拓乒乓球市场,取消国家队长期训练体制。在世界大赛前夕,临时组建国家队,国家队队员的选拔依据本赛季的比赛成绩而定。其次,各个俱乐部应担负起经营联赛的重任,积极开拓市场,增加联赛的商业元素,争取获得更多赞助。延长联赛时间容易吸引商家的注意力,因此更容易获得商业赞助。第三,球员把更多时间投入俱乐部的训练比赛中,可以增强其归属感、形成职业意识。第四,国外球员长时间与中国球员一

同训练、比赛,有助于切实提高其竞技水平。

2)推动赛事改革,为“狼”搭建学习平台。国际乒联的战略思路必须有所革新。原先,国际乒联总是把目光和精力全部集中在世乒赛、世界杯、奥运会等顶级大赛上,使代表国家队参加世界大赛成为乒乓球选手登上名利顶峰的“独木桥”。现在,它应该致力于培育和壮大乒乓球的职业市场,给潜在的“狼”搭建学习平台。比如,在世乒赛、世界杯等需要由国家队参赛的大赛之外,创立类似欧洲足球冠军联赛、世界足球俱乐部联赛的乒乓球俱乐部国际赛事,并将其提升到与世乒赛、世界杯同等的位置上来,给球员同样或更高的荣誉和奖励,鼓励各国各地区协会和选手同样重视俱乐部的国际大赛。国际乒联可以考虑把现有的世乒赛延长到4年一届、世界杯2年一届,亚洲、欧洲的俱乐部冠军联赛和世界俱乐部联赛则每年都有,鼓励大家去办高水平的俱乐部,培养有潜质和市场价值的各国运动员。

3)普及“国球”,为联赛的发展奠定基石。在后奥运时代,中国体育应该转变唯金牌论的观念,让竞技体育和全民健身两个轮子一起转起来。在这一点上,我们应该学习一下日本的“国球”——棒球。日本的棒球真正做到了全民普及,很多小学生放学之后就会三五成群去打棒球,这才是真正意义上的“国球”。要改变目前现状,需要国手们的配合,通过下“基层”,和普通的乒乓球爱好者进行沟通交流和指导,提高他们的兴趣,普及乒乓球运动;基层学校通过建风雨操场引进乒乓球课,在中小學生群体普及乒乓球运动。

4)提高球员的职业素养。中国乒乓球的辉煌成绩是以牺牲年轻球员们宝贵的学习机会为代价。由于中国的乒乓球人才济济,因此有机会进入国家队,在世界比赛中露面的几乎是凤毛麟角。绝大部分球员在年纪还不大的时候就只能选择退役,然后到大城市中的球馆担任教练,因为除乒乓球之外,他们别无所长,社会竞争能力较低。这是现有体育人才培养模式的一大通病。如果能够让玩家从小就一边训练一边学习文化,也许会暂时影响他们乃至整个中国乒乓球的成绩,但从长远来看,必然利大于弊,因为学习文化知识和体育运动技能对于运动员今后的个人发展、提高其运动技术和职业素养都大有裨益,学习型球员有成为乒乓球“巨星”的更大潜力。

5)借鉴成功联赛营销策略,打造世界级球星。中国球员的实力顶尖,但很多时候他们都显得千篇一律。要具有观赏性和商业价值,个性化的球员必不可缺^[2]。蓬勃发展的运动需要的不仅仅是明星,而是具有个性的明星,“比如NBA的科比、奥尼尔都有着各自的个

性,网球中的费德勒、纳达尔也是如此”。相比之下,虽然我国乒乓球运动员的技术百花齐放,各有千秋,可台下一张口,却是三言两语,乏善可陈。球迷喜欢的是栩栩如生、活灵活现、立体化的人物。中国不缺少冠军,缺的是乒乓球偶像^[3]。同样是中国文化的重要名片,“国术”在全球的“营销策略”就值得“国球”借鉴。李小龙、成龙、李连杰这些功夫明星和他们的功夫电影,无疑是武术在世界范围内走红的因素之一。“国球”也需要这样的文化营销和形象使者。

3.2 制定长效机制,悉心培养“狼群”

1)建立优秀教练员援外制度。中国乒乓球竞技水平高,与中国拥有众多的高水平教练员密不可分。优秀教练员起到的作用不可低估。多年前王大勇执教比利时国家队,培养出了大、小塞弗等世界顶尖运动员,他们多次在世界大赛中取得佳绩,乒乓球运动在比利时掀起了热潮。刘国栋执教新加坡女队,让多年难觅对手的中国女队有了最为强劲的“敌人”。特别是近期国际乒联对“海外兵团”的身份做出更为严格的限定,因此,鼓励各国协会培养本土运动员成为一种发展趋势。通过“海外兵团”带动乒乓球在各国开展的作用会逐渐减少。为了涌现出更多的“狼群”、使培养出来的“狼”更具有杀伤力,定期向国外输送高水平教练员就显得更为必要。相关部门、应取消对教练员年龄、执教现状等因素的限制,甚至可以将在职教练员援外的时间和次数作为制度确立下来。

2)在中国成立国际乒乓球训练中心。利用乒乓球运动在中国特有的优势地位,在中国成立国际乒乓球训练中心。国际乒联每年从世界各地挑选一些有天赋的年轻球员到中国训练,国际乒联对于不发达地区有发展潜质的年轻运动员应予以资助,教练员由国际乒联委派。中心通过组织中外比赛,中外共同训练等方式增加相互交流的机会,进而提高年轻运动员竞技水平;定期召开高水平教练员培训班,有效提高乒乓球运动不发达地区教练员的执教和训练水平。

3.3 普及和推广乒乓球运动,打造“养狼”氛围

1)加大乒乓球运动本身的宣传力度。乒乓球运动若要持续发展,需要世界范围的体育爱好者积极参与。乒乓球是一项老少皆宜的体育运动,场地设施要求简单。之所以没有掀起世界范围的乒乓球热潮,宣传力度不够是主要因素。20世纪90年代,为了让世界上更多的人了解NBA、喜欢美国篮球,NBA联盟每年都会组织世界级球星到全球做巡回表演,这一活动直到现在仍在延续。乒乓球运动也应如此,中国乒协有必要和国际乒联密切合作,通过一系列具体手段,让更多国家的人群参与到乒乓球运动中来^[4]。

2)加大乒乓球文化推广的力度。在努力使联赛更国际化的同时,应注意乒乓球运动与中国文化的结合,加大中国乒乓球文化向海外扩张的力度,进而达到宣传乒乓球运动的目的。在世界各地开设乒乓球馆,使乒乓球馆成为继中国餐馆和中国武术馆、孔子学院之后的又一海外中国文化的代表。日本的动画片《灌篮高手》、《网球王子》一度在中国青少年中掀起了篮球热、网球热,中国乒乓球协会可以效仿日本的做法在世界各地大力宣传,推广乒乓球运动^[5]。

3.4 “养狼”还需“狼”自强

近期,国际乒联主席沙拉拉建议中国进一步开放训练环境,允许国外运动员同国家一队一同训练,但该建议遭到拒绝。中国乒协拒绝开放国家队,并非缺乏诚意。退一步讲,假如国家一队真的彻底开放,这种做法也未必能达到预期的效果。避开投入不说,运动员和教练员的国籍意识和国家观念首先是不可回避的问题。而且,此前德国队和韩国队就有通过合练共同提高的打算,可最后由于各自利益没法达成统一,合练也就无从谈起^[6]。“养狼”还需“狼”自强。“养狼计划”只是外在的一种帮助,给“狼群”提供一个更好的发展平台和生存空间,并不能代替“狼”们自己的成长和壮大。各协会不能把人才的培养全部寄托在中国,那样的心态,既不健康,也不现实^[7]。各国家(地区)协会对于开展乒乓球运动所持有的态度和发展策略决定着乒乓球运动的走向。现阶段,在借助外力的同时,依靠自身的力量扎实而有成效地开展本国乒乓

球运动应该是“狼群”最终成长和壮大的根本。

“养狼计划”是中国乒协在竞技乒乓球运动全球发展失衡,大众乒乓球普及程度低的现状下及时提出的具有战略意义主张,旨在促进乒乓球运动在世界范围内整体均衡发展。制定这一长期发展战略可以从打造顶级乒乓球超级联赛、制定长效机制悉心培育“狼群”、普及和推广乒乓球运动以及“狼自强”4个方面构建。权威部门可依据这4个方面制定稳定、详实的措施,确保“养狼计划”最终实现。

参考文献:

- [1] 史春东. 中国乒乓球应该养“狼”[N]. 广州日报, 2009-05-20.
- [2] 俞剑. 采访国乒“十人一面”[N]. 新民晚报, 2009-04-30.
- [3] 兰彤. 关于推广和促进世界乒乓球运动发展的思考[J]. 哈尔滨体育学院学报, 2005, 23(4): 92-94.
- [4] 吴飞, 阎森, 王继梅. 乒乓球11分赛制技战术变化的规律[J]. 体育学刊, 2008, 15(1): 92-94.
- [5] 兰彤. 论后奥运时期中国乒乓球文化的和谐发展[J]. 沈阳体育学院学报, 2009(3): 6-10.
- [6] 葛会忠. “养狼计划”不是越俎代庖[N]. 中国体育报, 2009-05-25.
- [7] 陈启湖. 对世界乒乓球运动发展的思考[J]. 体育学刊, 2009, 16(2): 99-100.