

澳大利亚《体育外交2030》研究及启示

李良¹, 王越², 孙民康³, 刘爽⁴

(1. 江西师范大学体育学院, 江西 南昌 330022; 2. 成都市新都区升庵中学, 成都 610500;
3. 北京体育大学中国运动与健康研究院, 北京 100084; 4. 井冈山大学体育学院, 江西 吉安 343009)

摘要: 体育外交被广泛认为是一种可以打破文化障碍的通用语言, 是国家外交战略谋求核心利益的重要工具之一。澳大利亚《体育外交2030》从政治、经济、文化与社会4个战略领域共同实施, 将体育外交上升为国家战略, 以《体育外交2015—2018》为借鉴与优化的基础, 将体育赛事作为多边外交的主要窗口, 并制定了三大体育外交蓝图。通过回顾、梳理我国体育外交发展概况, 指出尚存在对体育外交作用认识不足; 传播手段单一, 民间体育交流活力不足; 体育外交人才缺乏, 国际话语权较弱; 体育外交助推体育产业的引擎作用尚不充分等问题。提出, 以体育强国战略为契机, 构建体育外交战略体系; 转变体育外交理念, 激发民间体育外交活力; 以“一带一路”为战略平台, 利用赛事建立体育外交窗口; 推动体育外交人才智库建设, 提升国际体育话语权; 以体育外交为引擎, 大力发展体育产业的建议, 以促进我国体育外交实践发展。

关键词: 澳大利亚; 《体育外交2030》; 体育赛事; 国家利益; 体育战略

中图分类号: G80-05

文献标志码: A

文章编号: 1008-3596 (2020) 04-0052-07

库珀 (Cooper) 指出外交不再是官方认可的国家代表之间的专属对话, 而是通常涉及跨国公司、民间社会组织、政府间机构, 甚至有影响力的“名人外交官”的多元努力, 是一个复杂灵活的多边机制^[1]。“体育在外交中的最大优势在于, 它是一种通用语言”^[2]。这种语言与传统外交相结合促进了国外不同利益相关者之间的联系, 利于扩大国家间的外交信息、文化和价值观交流, 以体育锻炼为中心的共同追求, 可以团结不同国家和人民^[3]。因而, 体育外交作为一种“低风险、低成本并且高调”^[4]的新型外交手段在发达国家越来越被接受和重视。澳大利亚于2015年6月出台了《体育外交战略2015—2018》(*Sports Diplomacy Strategy in the Australian*), 并在此版体育外交战略基础上, 于2019年1月颁布了《体育外

交2030》(*Sport Diplomacy 2030*)^[5]。这既是澳大利亚为适应新时代、多元化的体育发展主动寻求变革的应然需求, 又是其积极探索新型的外交方式, 在国际舞台上谋求国家核心利益的实然抉择。

新中国70年的外交演进, 大体表现为立国外交、建国外交、强国外交三种不同形态^[6], 分别折射了我国不同时期的外交主张, 而体育在三种不同形态中无一缺席。新中国成立之初, 竞技体育成为树立国家良好形象的有效途径, 国际竞赛中的胜利传递出中国的强大声音; 20世纪70年代“乒乓外交”完成了冷战时期的“破冰之旅”; 2008年北京奥运会的“人文奥运”理念, 奠定了新时期大国人文外交的基本理念^{[7]38}。2014年习近平主席的索契冬奥会之旅, 为中俄两国友谊再添助力。如今, 在“一带一路”倡

收稿日期: 2020-03-06

作者简介: 李良 (1991—), 男, 江西吉安人, 助教, 硕士, 研究方向为体育人文社会学。

文本信息: 李良, 王越, 孙民康, 等. 澳大利亚《体育外交2030》研究及启示[J]. 河北体育学院学报, 2020, 34(4): 52-58.

议、金砖国家经济伙伴战略、中国与东盟国家发展战略等重要的多边机制中,体育都发挥了重要的作用,成为我国多边机制建构的助推器^{[7]38}。与此同时,2019年9月国务院办公厅印发《体育强国建设纲要》,明确将体育外交战略作为新时代体育强国的五大任务之一,但与澳大利亚《体育外交2030》战略相比,在战略目标、布局、体系、路径等方面还存在一定的差距。鉴于此,本文对《体育外交2030》进行分析,希冀对我国体育外交事业有所启示。

1 《体育外交2030》的优先事项、目标及实施措施

《体育外交2030》是全球性的,但战略重

表1 《体育外交2030》战略第一阶段优先事项与目标^[5]

优先事项	目标
授权澳大利亚体育在全球代表澳大利亚	利用澳大利亚强大的体育品牌提升全球声誉并建立持久关系;增加澳大利亚在国际体育机构中的代表名额;开发数字资源库分享体育外交专业知识与成功经验等。
与周边国家建立广泛联系	为精英运动员和团队提供参赛途径,加强外交与经济联系;组织运动员参加澳大利亚的高规格体育培训(涵盖法律、人文、新闻与传播等),提升在太平洋地区的体育地位。
扩大贸易、旅游和投资的机会	展示澳大利亚在全球主要体育市场的体育治理能力、高绩效管理技术、行业领导地位和卓越表现;推动澳大利亚成为主要国际体育赛事举办的中心地,确保本国拥有更广泛的经济机会;通过外交和贸易网络连接澳大利亚体育,促进更多的澳大利亚公司释放全球市场潜力;通过贸易代表团和有针对性的体育外交举措促进澳大利亚繁荣。
构建印度洋—太平洋共同体	促进妇女和女童在太平洋地区体育运动中的参与;利用体育的力量促进性别平等、包容残疾、社会凝聚力和健康发展方式发展;支持体育机构政策与实践系统以促进发展安全、公平和无障碍的体育运动;支持体育全球化,提高人们对体育贡献的认识。

4个优先事项的实质是从政治、文化、经济及社会四大层面与体育外交进行深度融合,全方位服务国家核心利益。①政治外交层面,授权澳大利亚体育在全球代表澳大利亚。政府积极推动运动员、教练团队、行政人员、科学家和企业家代表澳大利亚出国建立关系,创造商业机会,逐步建立体育网络资源,做出更多贡献。这些体育代表展现了一个自信、富有创造力和外向型的国家形象,希望将体育外交作为澳大利亚外交贸易的一部分得到承认,扩大澳大利亚的体育利益。②体育文化传播层面,积极与邻国建立联系。充分利用PSP平台,结合板球、足球、橄榄球等发展比较成熟的运动项目与邻国开展体育交流,塑造国家形象,传播体育文化。2015年澳大利亚举办亚足联亚洲杯,16支队伍在澳大利亚5个主办城市进行比赛,转播覆盖人群高达25亿,成为澳大利亚

点关注太平洋地区,强调本国体育产业与邻近太平洋地区之间的深度合作,加快建立新型伙伴关系,进一步扩大本国体育产业的全球影响力。太平洋体育合作伙伴计划(Pacific Sports Partner, PSP)是澳大利亚在太平洋地区投资3900万美元的旗舰体育发展项目。该计划由澳大利亚体育委员会(Australian Sports Commission, ASC)和澳大利亚国际发展署提供战略指导。ASC联合本国5个体育(板球、足球、篮球、网球和橄榄球)组织,与13个国家的体育联合会合作,在7个太平洋国家实施。在《体育外交2030》战略的第一阶段(2019—2022年),设置了4个优先事项(表1)。

举办的观看人数最多的盛会之一,让世界看到了一个“富有创造力和外向的国家,一个多元文化的体育乌托邦,且拥有世界一流的设施”。③体育经济层面,促进贸易、旅游和投资机会最大化。政府利用全球贸易网络,加强品牌推广,在全球扩大澳大利亚体育产业发展与贸易机会。联合“赛事计划(Match Australia)、主要赛事专项计划(The Major Sporting Events Taskforce)、国际媒体访问计划(International Media visits)和体育大使计划(Sport Envoy)”4个计划在世界体育市场寻求商业机会^[8]。④社会体育层面,推动印度洋—太平洋共同体建设。联合《澳大利亚体育外展计划》(Australian Sports Outreach Program)、《亚洲体育合作伙伴计划》(Asian Sports Partnerships Program)等计划,进一步支持国家之间的体育合作项目,提供资金及教育培训资源来扶持体育

运动项目发展。在这些计划成功的基础上,推出《新印度洋—太平洋体育促进发展计划》(New Indo-Pacific Sport for Development Program),已于2019年底开始实施。《澳大利亚体育伙伴关系计划》(Australian Sports Partnerships Program)每年提供价值600万澳元的服务产品,通过多部门合作伙伴关系在体育发展和政府组织之间提供更安全、更具包容性的体育服务计划。

2 《体育外交2030》的战略特征

2.1 战略主体:体育外交上升为国家战略

澳大利亚2018年制定了《体育2030——国家体育计划》(Sport 2030—National Sport Plan),作为本国第一个国家体育战略计划,致力于为本国公民身体活动、体育卓越计划(Sporting Excellence)、体育产业和体育外交等方面提供详细的目标与战略规划。而《体育外交2030》在《体育2030》战略计划总体部署下单独制定、颁布实施,体育作为一种定期的、广泛包容的、公共的外交政策,正朝着正规化、合法化的方向发展,其甚至媲美传统外交手段为国家谋求核心利益。新的体育外交战略构想了澳大利亚体育法规、行业和政府之间更密切的合作,第一阶段战略围绕四个优先事项开展,出台了一系列实际举措,与国际联合会和多边机构加强联系;利用国家体育卓越计划扩大国家利益和提高本国影响力,使澳大利亚成为国际体育界备受尊敬的领导者和影响者。

2.2 战略基础:《体育外交2015—2018》的借鉴与优化

《体育外交2030》从战略重点、组织与策略3个方面对2015年颁布的《体育外交2015—2018》进行借鉴与优化。①战略重点由“模糊”向“具体”转变,相比第1版体育外交战略的重点是连接、发展、展示和维持新的或现有的体育产业合作伙伴关系和国际体育网络渠道,在印度洋—太平洋地区建立澳大利亚的运动品牌,彰显澳大利亚在体育领域的开放性与包容性;新的体育外交战略重点在太平洋地区,注重与邻国之间的联系;依据国内体育外交的发展实际,分阶段逐步实施。②战略组织由“局部”向“全球”覆盖,新的体育外交战略继承了原有的国家体育组织,它们将继续在体育外交活动的设计和实

施关键作用。新战略制定了三大体育外交蓝图,进一步加强了民间体育团体、精英运动员、体育大使等的互动交流,布局范围也由“邻国外交”过渡到“区域外交”再到“全球外交”的全覆盖。③战略策略由“单一实施”向“联动执行”优化,第1版体育外交战略依据4个战略目标,逐一设定实施策略,具有一定的针对性。以PSP为主线,配以ASOP将体育作为一种软动力工具来解决区域发展优先事项,实施策略比较单一化。新的外交战略在第1版的战略基础上继续优化,与国家政治、经济、文化等领域进行深度融合,加强了行业和政府之间的合作,共同实施体育外交战略。

2.3 战略路径:体育赛事是多边外交窗口

近年来,澳大利亚政府认识到体育对促进社会、经济、文化和社区发展的重要性,大力支持举办国际体育赛事以提升国际声誉。譬如,澳大利亚外交和贸易部(Australian Department of Foreign Affairs and Trade, DFAT)在2000年悉尼奥运会和2008年北京奥运会中,除了履行正常的领事职责外,还组织了多场媒体吹风会,分发了一系列介绍澳大利亚的营销材料,并与悉尼奥组委保持联系,组织了火炬传递活动并主办了“澳大利亚——我们的体育生活(Australia—Our Sporting Life)”展览,有超过150万人观看,并且在11个国家、地区进行了积极报道。由澳大利亚企业、个人、非政府组织和各级政府组成的澳大利亚奥林匹克军团,也积极参与了2008年北京奥运会的筹备工作。体育赛事不仅是多边外交窗口,还是经济发展的催化剂。澳大利亚政府正在推动澳大利亚成为主要的国际体育赛事举办中心地。在新的外交战略推动下,澳大利亚政府支持的黄金海岸2018年英联邦运动会已圆满完成,并获得了2020年T20板球世界杯举办权,政府还为申办2021年女子橄榄球世界杯、2023年FIFA女足世界杯提供资金支持。

2.4 战略特色:制定三大体育外交蓝图

三大体育外交蓝图是澳大利亚政府的伟大外交战略。首先,PSP是为促进澳大利亚与太平洋地区体育组织间合作、丰富太平洋地区体育活动而提出的体育外交蓝图,后又设立《2017—2018太平洋体育合作伙伴创新基金》(Pacific Sports Partnerships Innovation Fund (2017—

2018)以补充PSP计划。其次,制定《亚洲体育合作伙伴(ASP)赠款计划》(Asian Sports Partnerships Grants Program)。ASP在PSP的基础上,利用现有的体育合作伙伴关系将高质量、高影响力的体育促进发展活动扩展到亚洲地区;目标是通过有效的体育伙伴关系为亚洲发展和公共外交事业做出积极贡献。最后,制定《全球体育促进发展伙伴关系》(Global Sport for Development Partnerships),该战略不仅涵盖了上述ASP和PSP,还支持了澳大利亚外交部长朱莉·毕晓普(Hon Julie Bishop)提出《妇女参与新闻和体育倡议计划》(The Women in News and Sport Initiative, WINS),通过扩大女性从事体育新闻工作的机会,来提高《全球体育促进发展伙伴关系》的影响力。为了更好地实施该计划,2016年7月,澳大利亚DFAT重新加入了为期四年的国际体育与发展平台(The International Platform on Sport & Development)。WINS计划着重在3个领域开展工作:通过与澳大利亚广播公司合作,为女性体育记者提供技能培训和行业知识;改善保护女性权利平台;与其他女性体育记者、媒体和体育组织建立联系。

3 我国体育外交的发展概况

新中国成立70年来,我国体育外交奉行独立自主的外交路线,适应国家在不同时期的外交需求,形成了全方位、宽领域、多层次的发展格局。随着全球化进程加快,体育与政治、经济、文化等领域不断交融,体育外交实践也在不断丰富。然而,“面对构建新型国际关系、构建人类命运共同体这一中国特色大国外交的新使命”^[9],我国体育外交工作仍然存在较多的问题。

(1)对体育外交作用认识不足。近年来,虽然我国参与大型体育赛事较为频繁,并逐渐成为国际大型体育赛事举办的中心地之一。“但一些部门、运动队和个人不重视或不善于利用多边国际活动的机会,仅完成出访、参加比赛或会议的任务,不注意做相关调研和友好交流工作”,使得这些国际体育赛事及活动的多重成效未能凸显^[10]。对体育外交作用认识不足,导致长期以来我国公共体育外交在国家形象塑造、文化传播方面大多数是政府单一主导。

(2)传播手段单一,民间体育交流活力不

足。当前微博、微信、短视频等新媒体传播手段极大拓展了体育的外交功能,实现了更显著的外交效应。而国内传播手段单一及“体育媒体的实力与国际影响力仍比较有限”^[11]等问题比较突出,导致公共体育外交价值理念宣传有限,弱化了民众的体育外交意识与行动的自觉性,造成了民间体育交流活力不足。

(3)体育外交人才缺乏,国际话语权较弱。截至目前,“我国在国际体育组织中任职的共有276人,其中仅有5人在国际奥委会或单项体育协会组织高层任职。”^[9]体育外交人才短缺必定会对我国参与国际体育赛事的规则修订,裁判任职,赛事承办、管理与运行方面造成不利影响。

(4)体育外交助推体育产业发展的引擎作用不充分。统计显示,2017年我国体育产业总规模(总产出)为2.2万亿元,仅占国民生产总值比重的0.94%。从体育产业布局、新兴体育产业质量与规模、国际体育品牌等方面看,其与国际体育产业仍有较大差距,这也从一个侧面反映出体育外交在推动产业发展方面作用有限。

4 澳大利亚《体育外交2030》的启示

4.1 以体育强国战略为契机,构建体育外交战略体系

“国运兴则体育兴,体育强则国家强”的高层定位鲜明地阐释出新时代体育与社会的密切关系^[12],体育强国理应成为强国梦建设的助推器。借体育强国建设之契机,构建体育外交战略,既是我国新时代外交政策的实际需要,又符合我国人民的根本利益。①战略任务。深入贯彻《体育发展“十三五”规划》《健康中国行动(2019—2030年)》等政策精神,严格落实《体育强国建设纲要》对体育外交提出的战略任务,使其成为新时代体育强国发展的新引擎。②战略原则。坚持“大国是关键、周边是首要、发展中国家是基础、多边是舞台”的原则,为国家寻求核心利益。③战略主体。构建以国家为首的战略制定主体机制,促进体育外交与政策、经济、文化、环境等领域的相关单位深度合作;跨部门协同发力,确保战略体系与新时代中国特色社会主义外交战略相一致。④战略层次。以国家体育外交战略体系为基本遵循,各地方制定不同层次且具有地方特色的体育外交战略,充分发挥当地资源优

势开创体育外交全面发展新格局。⑤战略平台。借“一带一路”倡议,开展体育交流活动,践行中国外交主张,注重民族传统体育文化的输出与体育援助,鼓励民间开展对话交流活动。

4.2 转变体育外交理念,激发民间体育外交活力

体育外交是“一国体育部门或体育界旨在促进国家间关系所进行的对外体育交往和交流。”^[13]换言之,体育外交是指“为国家寻求核心利益的原则上,政府领导下的正式与非正式的不同类型组织机构对外从事外交活动的总合”。由此观之,非正式的民间体育互动交流也属于体育外交的范畴,理应得到重视。

一是大力宣传“外交无小事,全民皆参与”的理念,纠正外交仅局限于官方的认识误区;文化宣传部门注重广泛征集社会建议,凝聚公民体育外交力量,积极制定体育外交实践指导手册,并且通过电视、报纸、互联网等媒介进行传播。二是鼓励各级政府因地制宜搭建不同层次的体育外交平台,鼓励民间社会体育组织走出去,积极参与体育外交事务。譬如,2018年10月在云南安宁市举办的“七彩云南·一带一路”国际网球邀请赛,共吸引了印度尼西亚、新加坡等“一带一路”沿线10个国家的参赛者齐聚安宁,赛事举办方还特别组织了由参赛国外交官、企业家参加的联谊赛,这场赛事被称为亚洲“一带一路”沿线国家民间体育外交的一次有益尝试和创新。三是利用体育明星的知名度与影响力,积极推动民间体育外交,如篮球明星姚明、网球明星李娜、珠峰英雄郭川等都在非正式的体育外交中发挥过重要作用。

4.3 以“一带一路”为战略平台,利用赛事建立体育外交窗口

“一带一路”是新时代我国在世界对话格局中的重要外交舞台。近十年来,由于受经济形势的影响,世界各国举办大型国际赛事的热情下降,而作为新兴的经济大国,我国积极承办大型综合性国际赛事,展现了中国作为一个大国强烈的国际责任感^{[7]40}。现在我国举办的大型体育赛事越来越多,为我国创建了良好的外交平台,这更需要我们提高大型体育赛事的运作管理能力,发挥其在体育外交中的重要作用。

①明确各项体育赛事的体育外交战略目标。赛事主办方积极利用举办大型体育赛事的契机,

寻找体育与当地文化、旅游等行业的结合点,拉动内需、刺激消费;邀请文化界、企业界知名人士参与,探索外交利益新空间。②以筹备北京2022年冬奥会为体育外交工作的重点,补齐体育外交短板,为教练员、运动员、赛事运营管理者提供培训,提升其外交意识和能力,使每个人都成为“体育外交家”。③借“一带一路”资源优势,拓宽文化合作领域,以举办和参与体育赛事为重点,促进沿线国家的体育人文交往,带动体育科技、体育产业合作^[14]。④推动实施体育赛事的“互联网+”发展战略,积极推动与新媒体的融合发展,探索多音齐鸣的“复调传播”模式^[9],借助赛事平台,讲好中国故事。

4.4 推动体育外交人才智库建设,提升国际体育话语权

智库在现代国家治理体系中发挥着强大作用,是国家治理体系的组成部分,是国家软实力的重要体现^[15]。2015年国务院办公厅印发《关于加强中国特色新型智库建设的意见》明确提出了“智库越来越成为国际竞争力的重要因素,在对外交往中发挥着不可替代作用。”体育外交人才智库有利于我们“在国际舞台上发出中国声音,不断增强我国的国际影响力和国际话语权”^[16],因而也是当前体育外交的工作重点之一。

①推动体育智库建设。一是要实施体育外交人才本土培养与合作培养相结合的人才培养方式,即积极依托国内高校及体育科学研究所进行本土培养的同时,积极与国际知名高校展开合作,联合培养具有国际视野的体育外交人才。二是积极贯彻《国家中长期人才发展规划纲要(2010—2020年)》基本要求,把体育外交人才纳入到体育外交战略;同时“鼓励优秀人才在政府、科研机构、高等院校、实业界进行有规律的流动,开阔我国体育人才的视野和思维,为我国体育发展战略的制定提供有效的、科学的咨询。”^[16]三是在积极培育或构建良好的公共体育外交环境基础上,鼓励民间社会组织积极参与智库建设,广纳贤才,广开言路,不拘一格集中优势人力资源。②提升国际体育话语权。一是加强体育援助,尤其向欠发达国家提供体育场馆建设、体育器材、体育志愿者等方面的援助,树立负责任的大国形象。二是将武术项目作为中国民族传统文化输出的重点对象,作为

世界了解中华优秀传统文化的重要窗口。三是“加强对自身民族传统体育文化发掘、传播和尊崇,努力为本民族体育的生存和发展争取话语空间。”^[17-18]

4.5 以体育外交为引擎,大力发展体育产业

体育产业兼具经济和人文两种特性,既是一种生产经营活动,也是一种满足人们健康生活方式的社会服务^[14]。澳大利亚《体育外交2030》指出“澳大利亚要成为世界上最活跃、最健康的体育国家,它需要拥有积极、健康和成功的体育产业,才能跟得上世界变化的步伐;体育产业是澳大利亚的支柱型产业,每年有超过120亿美元用于体育基础设施建设,支持超过22万劳动力就业,占国内生产总值的2%—3%,与澳大利亚旅游业相当。”^[19]中国近年来体育产业也得到了长足发展,“中国体育产业产出增加值逐年上升,2017年达到7811亿元,增长势头明显。目前,体育产业已形成上游资源生产、中游产业运营与传播和下游产品到达的完整产业链,同时融合新业态形成了新的经济效益增长极”^[20],但与《体育产业发展“十三五”规划》提出的“体育产业总规模超过3万亿,从业人员数超过600万人,体育产业对国内经济的综合贡献率明显提升,产业增加值在国内生产总值中的比重达1.0%”的目标要求仍然有较大差距^[21]。

为此,我国要继续发挥体育外交资源优势,积极承办大型体育赛事,不断提高高水平体育赛事的电视转播权价值,为体育事业提供实质性收入。其次,继续推进体育旅游产业与体育产业间的深度融合,将体育旅游发展积极融入“一带一路”建设、中国东盟战略伙伴关系、金砖国家合作机制等战略框架,联合打造具有本土特色的体育旅游产品,提高国际体育旅游合作水平,充分发挥体育外交的驱动力,实施“外引内联”,推动体育产业国际化发展。

参考文献:

- [1] COOPER A F. Celebrity diplomacy[M]. Boulder, CO:Paradigm Press,2008.
- [2] 钟秉枢.人类命运共同体引领下的中国体育外交战略构建[J].体育文化导刊,2019(2):15.
- [3] Murray S. Sports diplomacy in the Australian context:theory into strategy[J]. Politics and Policy, 2017,45(5):841.
- [4] KEECH M,HOULIHAN B. Sport and the end of apartheid[J]. The Round Table,1999,88(349):109.
- [5] Sports Diplomacy 2030 [EB/OL]. (2019-02-01) [2020-01-10]. <https://dfat.gov.au/people-to-people/sport/Pages/sports-diplomacy-2030.aspx>.
- [6] 胡宗山,张宏量.进程理性与中国外交[J].教学与研究,2018(4):63.
- [7] 钟秉枢,刘兰,张建会.新时代中国体育外交新使命[J].体育学研究,2018,1(2):37.
- [8] 张亮.澳大利亚的体育外交战略探析[J].江南社会学院学报,2017,19(4):60.
- [9] 钟秉枢,张建会,刘兰.新时代中国体育外交面临的问题与对策[J].北京体育大学学报,2018,41(4):1.
- [10] 祝莉,唐沛.中国体育外交六十年:回顾与展望[J].体育文化导刊,2009(12):140.
- [11] 王春燕,肖焕禹.新公共外交时代我国体育外交的挑战与应对之策[J].成都体育学院学报,2016,42(6):52.
- [12] 朱伟,徐卫华.从十九大报告解读体育强国视角下全民健身事业发展策略[J].广州体育学院学报,2018,38(4):1.
- [13] 钱其琛.世界外交大辞典[M].北京:世界知识出版社,2005:1999.
- [14] 孙壮志.“一带一路”背景下拓展国际体育合作的新路径[J].体育科学,2018,38(9):15.
- [15] 李国强,徐蕴峰.学习习近平“智库观”,推动中国智库建设健康发展[J].智库理论与实践,2017,2(2):1.
- [16] 易剑东,任慧涛.中国体育智库建设研究[J].武汉体育学院学报,2015,49(7):5.
- [17] 孙成林,王健,高嵩.新中国学校体育设施政策发展研究[J].北京体育大学学报,2014,37(5):36.
- [18] 梁立启,邓星华,栗霞.话语权:全球化时代中国体育的诉求[J].北京体育大学学报,2014,37(11):32.
- [19] The value of community sport infrastructure; investigating the value of community sport facilities to Australia 2018 [EB/OL]. [2019-12-04]. <https://www.sportaus.gov.au/or/kpmg.com.au>.
- [20] 2018—2019中国体育产业发展及新兴业态融合分析报告[EB/OL]. (2019-01-31) [2020-01-17]. <https://www.iimedia.cn/c400/63564.html>.
- [21] 体育总局关于印发《体育产业发展“十三五”规划》的通知[EB/OL]. (2016-07-13) [2020-01-10]. <http://www.sport.gov.cn/n319/n4833/c733613/content.html>.

Research and Enlightenment of *Sport Diplomacy* 2030 of Australia

LI Liang¹, WANG Yue², SUN Minkang³, LIU Shuang⁴

(1. Sports College, Jiangxi Normal University, Nanchang 330022, China;

2. Shengan Middle School, Xindu District, Chengdu, Chengdu 610500, China ;

3. China Academy of Sports and Health, Beijing Sports University, Beijing 100084, China;

4. Sports College, Jinggangshan University, Anji 343009, China)

Abstract: Sports diplomacy is widely regarded as a common language that can break the cultural barriers, and is one of the important tools for the national diplomatic strategy to seek core interests. *Sports Diplomacy* 2030 of Australia has been implemented from four strategic areas of politics, economy, culture and society, which has upgraded sports diplomacy to a national strategy. Based on *Sports Diplomacy* 2015—2018 as a reference and optimization basis, it has taken sports events as a main window of multilateral diplomacy and formulated three major sports diplomacy-planning blueprints. This paper points out that there are still some problems in sports diplomacy of China by reviewing and combing the development of it. There is still a lack of understanding of the role of sports diplomacy. The means of new media communication is single and the vitality of folk sports communication is insufficient. There is a lack of sports diplomats and weak international discourse power. The role of sports diplomacy in promoting sports industry is not enough. It is suggested that the strategic system of sports diplomacy should be constructed by taking the strategy of sports power as an opportunity. It is necessary to change the cognitive concept of sports diplomacy and stimulate the vitality of non-governmental sports diplomacy, and to take the “the Belt and Road Initiative” as the strategic platform to establish a sports diplomacy window. Construction of think tanks for sports diplomacy talents should also be promoted to enhance the power of international sports discourse. With sports diplomacy as the engine, it is also suggested to develop sports industry vigorously in order to promote the development of China’s sports diplomacy practice.

Key words: Australia; *Sport Diplomacy* 2030; sports events; national interests; sports strategy