

# 体育旅游在我国体育产业中的地位与作用

刘笑舫, 武胜奇

(南阳师范学院 体育系, 河南 南阳 473061)

**摘 要:**对体育旅游的概念、类型进行了综述,从体育产业学角度阐述了体育旅游在我国体育产业中的地位与作用,并提出相应的发展对策。

**关键词:**体育旅游; 体育产业; 中国

中图分类号: G812; F592 文献标识码: A 文章编号: 1006-7116(2003)04-0018-03

## A brief introduction to the position and role of sports tourism in China's sports industry

LIU Xiao-fang, WU Sheng-qi

(Department of Physical Education, Nanyang Teachers' College, Nanyang 473061, China)

**Abstract:** This essay gives a summary of the concept and types of sports tourism, expounds the position and role of sports tourism in China's sports industry, and advances relative developing countermeasures.

**Key words:** sports tourism; sports industry; China

## 1 体育旅游

### 1.1 体育旅游的概念

关于体育旅游(sport tourism)的概念有多种解说,现有的体育理论和旅游学理论还没有给予统一的科学定义。1992年,美国的体育产业学家们将“以参加或参观体育比赛(或活动)为目的,离开日常生活的非商业性旅行”定义为“体育旅游”,并纳入了体育产业<sup>[1]</sup>。我国体育旅游概念,更多的是旅游学者从旅游学理论对体育旅游进行了界定。谭白英等<sup>[2]</sup>认为体育旅游,即以非盈利性目的离开家庭所在地,以前往某一目的地参与或观摩相关体育活动为主要内容的主题旅游。林佩群等<sup>[3]</sup>认为体育旅游是旅游业的组成部分,它是以体育资源和一定的体育设施为条件,以旅游商品的形式,能为旅游者在旅行游览过程中提供融健身、娱乐、休闲、交际等各种服务于一体的经营性项目群。孙东敏等<sup>[4]</sup>认为,体育旅游不仅是指以从事各种体育娱乐、健身、竞技、康复、探险等活动为内容的旅游,还指体育专业人士或体育爱好者以参与和观赏体育竞技、参加体育大会及体育交流等为目的的旅游。陈金华<sup>[5]</sup>综合了大多数学者的观点,把体育旅游分为广义、狭义两个方面,广义的体育旅游是指旅游者在旅游中所从事的各种身心娱乐、身体锻炼、体育竞赛、体育康复及体育文化交流活动等与旅游地、体育旅游企业及社会之间关系的总和;狭义上讲,则是为了满足和适应旅游者的各种体育需求,借助多种多样的体育活动,并充分发挥其诸种功能,使旅游者的身心得到和谐发展,从而达到促进社会物质文明和精

神文明的发展,丰富社会文化生活的目的的一种社会活动。

综上所述,体育旅游是体育产业与旅游结合的产物,是体育性的旅游事业和旅游性的体育事业<sup>[6]</sup>,体育性的旅游事业,主要是指旅游部门利用能开展体育活动的自然资源及体育文化内涵,达到丰富旅游产品,发展旅游事业的目的,充分体现了体育活动在旅游事业中的价值,及体育产业的辐射功能。旅游性的体育事业,主要是指体育部门依托旅游资源的“引力”作用,争办重大体育比赛,举办特殊条件体育活动,吸引更多参加、参观体育比赛的人数,达到充分发展体育产业的目的。

### 1.2 体育旅游的类型

旅游市场细分的标准是以消费者需求的差异性为基础。细分旅游市场要考虑旅游市场的有形属性及消费者的行为特点两方面因素<sup>[7]</sup>。据旅游者出游的目的不同可将体育旅游分为4类,分别是:体育赛事的旅游者、观摩体育赛事的旅游者、自发进行体育活动的旅游者、参观体育胜地的旅游者<sup>[2]</sup>。根据旅游消费者旅游动机可把体育旅游市场细分为休闲体育旅游、健身体育旅游、体育观战旅游、刺激体育旅游、竞技体育旅游及其他<sup>[8]</sup>。从体育旅游资源角度分析可把体育旅游分为:度假型、娱乐休闲型、观光型、民俗型4种<sup>[4]</sup>。按旅游主体参与体育活动的程度,可将体育旅游分为参与性体育旅游与非参与性体育旅游<sup>[5]</sup>。

总之,体育旅游的类型是依据旅游市场细分的因素及标准进行划分的。旅游市场细分是旅游企业选择目标市场的

基础,而选择目标市场的标准是旅游企业本身的资源情况,营销能力以及细分市场吸引力的大小<sup>[7]</sup>。体育旅游既然是体育与旅游的结合,是体育性的旅游事业,旅游性的体育事业,那么体育旅游的类型也是体育与旅游的融合,从体育旅游的类型来看,有些类型本身就是体育活动,或者是体育活动表现出来的旅游活动,有些类型可以说是与体育活动有联系旅游活动<sup>[9]</sup>。因此体育产业部门可根据不同的目标市场选择不同的体育旅游市场细分类型。

## 2 体育旅游在体育产业中的地位

1995年,原国家体委在《体育产业发展纲要》中把我国体育产业化分为3大类:第1为体育本体产业;第2为体育相关产业;第3为体办产业。体育旅游属体育相关产业的内容。从旅游学角度分析,体育活动是国家旅游资源的组成部分,体育旅游在我国的发展是改革开放的产物,自改革开放以来,我国体育事业蓬勃发展,健身运动遍及城镇乡村,为开展体育健身旅游,发展我国旅游业和体育事业提供了广阔前景<sup>[10]</sup>。但体育旅游在我国刚刚起步,目前只能说是体育产业中的一个重要产业,随着我国旅游业及体育事业的迅猛发展,入世的促进,申奥成功的契机,体育旅游产业,如果将来搞得不好,可能成为支柱产业<sup>[6]</sup>。

## 3 体育旅游在体育产业中的作用

### 3.1 体育旅游与体育产业的国际化

体育旅游的开发,有利于增进国际间的友好往来,扩大国际间的合作,促进体育产业向国际化发展。由于体育旅游是体育与旅游的融合,它既可以体现体育的产业链条作用,又可以充分发挥旅游业的关联效益。体育旅游的一个显著特点就是旅游者要离开居住或工作的地方,短暂地到一个目的地进行体育活动。这种空间的移动,促进了不同区域体育的交流与合作,特别是跨国之间的体育交流,可以有力地促进体育产业的国际化发展。如:郑州少林武术节、中国湖北长江三峡国际龙舟拉力赛、塔克拉玛干徒步探险、环青海湖自行车骑行旅游节一暨国际青海湖环湖自行车挑战赛等活动的开展,不仅体现了我国独特的民族传统、风情、风光,而且为中国传统项目国际化及开展跨国赛事,使体育产业向国际化道路迈进提供了有益的启示。

### 3.2 体育旅游与“奥运争光计划”

大型运动会和高水平的单项比赛是体育旅游资源要素中的基本要素之一<sup>[11]</sup>。体育旅游可以通过引进一些世界上高水平运动队来我国进行旅游比赛,把旅游与体育竞赛和培养国家高水平运动队,提高竞技水平,为我国在奥运会上争光结合起来<sup>[6]</sup>。在体育旅游的开发上,运动会的规模及运动员水平是吸引体育消费群体的重要方面,培养高水平的运动队伍是开发体育旅游的需要,与我国的“奥运争光计划”有着目标的一致性。利用我国丰富的旅游资源及开展体育活动的独特旅游条件,可以大力培养我国高水平运动队伍,如:帆船、赛艇等水上项目,以及滑雪、滑冰等冬奥项目。

### 3.3 体育旅游与“全民健身计划”

在我国政府颁布的《全民健身计划纲要》中,明确提出了全民健身工作的目标是“到2010年,基本建成具有中国特色的全民健身体系,使体育成为人们生活中不可缺少的组成部分,经常参加体育活动的人数、国民体质与健康水平等重要指标接近中等发达国家水平”。“全民健身计划”的颁布,以及整个配套体系的建立、健全,使更多的人投身于体育锻炼。随着医疗体制的改革,又有更多的人宁愿花钱去买健康。有学者预测2030年中国将进入休闲时代,到时将会有更多的人将把体育作为生活方式中的重要内容。体育旅游不但能满足人们强身健体的需要,到阳光下、草坪上、沙滩上、海洋里更可以愉悦身心,接受大自然的洗礼。休闲的徒步、钓鱼、登山,刺激的狩猎、攀岩,这种人于自然的融合,挑战极限的快乐会吸引更多的人参与其中。体育旅游也将以它独特的魅力,吸引更多的群体参与到全民健身之中,使健身娱乐业成为体育产业的主流。

### 3.4 体育旅游与区域体育产业发展

区域体育产业发展不平衡是我国体育产业目前存在的突出问题,特别是地域间的不平衡。西部地区经济比较落后制约了体育产业的发展,但西部丰富的自然资源及多民族优势,为发展体育旅游,促进区域体育的共同发展提供了可能。西部有高山可登,如青藏高原登山旅游;有绝壁可攀,如广西桂林的阳朔月亮山攀岩旅游;有沙漠可以探险,如新疆塔克拉玛干沙漠徒步探险;有人迹罕至的美景可以徒步观赏,如西藏徒步旅游;有惊险刺激的急流可以漂流,如黄河源头探险。西部又是少数民族聚居地区,各民族在其历史发展中形成了种类繁多、风情浓郁的体育项目及活动,如藏族的赛马大会、雪顿节,哈萨克族的“姑娘追”,傣族的泼水节,蒙古族的那达慕大会等,这些都是开发体育旅游的高品位产品、独特产品。因此,利用特有的体育旅游资源,在重视自然资源(有形)开发的同时,加强无形资产的开发,把体育旅游引入到产业优势,最终发展为效益优势,加速西部体育产业的发展步伐。

## 4 对策与建议

### 4.1 转变观念,确立体育旅游产业的独立地位

体育旅游,既能丰富和促进旅游业的发展,又能以其优先发展领域,带动和促进体育产业的发展,促进体育产业成为我国新的经济增长点<sup>[12]</sup>。在体育旅游的发展中,我们必须转变观念,重新审视体育旅游的地位与作用,从有利于体育旅游开发的角度出发,既要发挥它对旅游的促进作用,更应重视培育其在体育产业中的独特功能,以体为本,多开展一些体育本业的旅游,确立体育旅游姓“体”的独立地位。

### 4.2 理顺管理关系,加强宏观调控

体育旅游是体育产业的相关产业,是体育性的旅游事业和旅游性的体育事业。体育旅游中的体育活动,特别是大型活动,旅游部门管不了,也没有专业方面的管理能力;体育旅游的游览,体育部门也管不了,也不在其管辖范围。因此,发展体育旅游,必须解决政出多门、管理混乱的现实,理顺管理范围,明确管理责任,政府部门应把体育旅游推向市场,同时

加强宏观调控,设立体育旅游管理的专门机构协调体育及旅游部门,加强对经营体育旅游的旅行社、景区的资格审批、经营监督,防止项目的重复建设及经营市场混乱。

#### 4.3 科学合理开发,重视可持续发展

旅游的开发,也会加剧环境的损耗和地方特色的消失,在开发体育旅游资源时,要坚持可持续发展的原则<sup>[13]</sup>。在体育旅游的开发上应围绕“生态旅游”的主题,实行“绿色”开发,大力推广森林旅游、草原旅游、冰雪旅游、空中旅游、漂流旅游、登山旅游、探险旅游等体育旅游产品,在防止建设性破坏的同时,加强环境保护意识的教育,形成可持续发展的“绿色体育旅游体系”。在民族体育资源的开发上,也要依据资源结构的特点和区位,划分出相应的保护项目和确定保护级别、类型,使民族体育的资源效益、经济效益和社会效益持续发展<sup>[14]</sup>。同时,在体育旅游产品的开发上,还应考虑参与者的广泛性和层次性,开发满足不同类型的旅游者对于体育旅游产品的不同需求,吸引广泛客源,稳定开发效益,维护自身的可持续发展。

#### 4.4 建立监督机制,重视安全保障

体育旅游具有参与度高、专业性强等特点,有些项目还带有刺激性、挑战性和危险性,如:攀岩、蹦极、漂流、探险、滑雪等竞技体育旅游产品,这些产品容易发生安全事故。在这些项目的经营上,要加强专业人才培养,建立经营者资格审批制度,体育产业管理部门还要成立安全检查队伍,对体育旅游的设备、条件进行安全检查,同时还要大力宣传,增强游客的安全意识。在项目设计和组织中更要精心设计,规范操作,使游客放心。此外,在组织大型体育旅游活动时,安全问题也不容忽视,如足球场上的球迷骚乱、恐怖组织的破坏等,必要时以行政干预方式监督大型体育旅游的安全,在确保体育旅游者人身与财产安全的前提下发展体育旅游。

#### 参考文献:

[1] 周进强,卢元镇,梁纯,等.体育产业成为我国国民经济新增长点的研究[A].国家体育总局政策法规司.体育产

业现状趋势与对策[C].北京:人民体育出版社,2001:16.

[2] 谭白英,邹蓉.体育旅游在中国的发展[J].体育学刊,2002,9(3):22-25.

[3] 林培群,李建萍.假日生意经——文化消费篇[M].广州:广东经济出版社,2000.

[4] 孙东敏,路紫,王佳.河北省发展体育旅游的前景分析[J].河北师范大学学报(自然科学版),2002,26(2):198-202.

[5] 陈金华.浅论中国体育旅游——兼论奥运热对中国体育旅游的影响[J].北京第二外国语学院学报,2002,(1):37-40.

[6] 张发强.体育经济漫谈[M].西安:世界图书出版西安公司,2000:127-128.

[7] 林南枝,李天元.旅游市场学[M].天津:南开大学出版社,1996:81-95.

[8] 汪德根,陆林,刘昌雪.体育旅游市场特征及产品开发[J].旅游学刊,2002,17(1):49-53.

[9] 王民康.体育市场的界定与划分[J].成都体育学院学报,2002,28(4):9-10.

[10] 国家旅游局.2001中国体育健身游活动方案[Z].国家旅游局文件,旅促进发(2000)346号.

[11] 侯书森,邱卫东.举办奥运意味着什么[M].北京:中国商业出版社,2001:210.

[12] 韩鲁安,崔继安,和平,等.体育旅游对国民经济和社会发展的作用[J].天津体育学院学报,2000,15(2):42-44.

[13] 孙文昌.现代旅游开发学[M].青岛:青岛出版社,1999:300-303.

[14] 芦平生,杨兰生,郭层城,等.西北少数民族地区体育资源的开发与利用[J].体育科学,2002,22(1):18-21.

[编辑:李寿荣]