

游指南、旅行社等正面临巨大挑战^[5]。产品供应商和顾客持续经历着前所未有的互动。信息技术的发展迫使旅游企业重新审视自己的商业动作模式。偏好户外运动休闲的居民主要是通过网络、亲朋好友、报刊获取信息,运用网络促销毋庸置疑。亲朋好友的意见对于居民出行意义重大,产品的形象与口碑非常关键。

6)引领和创造户外运动休闲消费时尚。

虽然我们一再论证户外运动休闲时代的到来,但不可否认的是户外运动休闲旅游并非人们生活必需的物质消费,而主要是一种精神消费、时尚消费,因此旅游企业要想让消费者实现户外运动休闲消费,就必须设法引领和创造出时尚,赋予一些活动与服务以丰富的文化与精神内涵,让人们在户外运动休闲消费时能够获得一种心理上的满足^[6]。在环境布置、服务方式、项目设计等方面营造出一种文化氛围,使户外运动休闲者得到精神满足。由此引申出户外运动休闲产品在宣传时一定要具有感染力与诱惑力。

参考文献:

- [1] 张俊斌. 对我国户外运动发展的障碍因素分析与对策研究[J]. 内蒙古体育科技, 2007, 27(4): 25-27.
- [2] 李俊, 凌洁. 户外运动俱乐部活动组织的风险管理操作程序研究[J]. 浙江体育科学, 2008, 34(3): 34-37.
- [3] 黄河, 朱斌. 旅游城市休闲户外运动产业发展研究——以桂林为例[J]. 河北体育学院学报, 2008, 30(4): 21-13.
- [4] 王莉, 何世权, 张慧峰, 等. 对北京市户外运动产业发展状况的调查研究[J]. 北京体育大学学报, 2005, 39(9): 31-33.
- [5] 朱红香. 体育旅游的界定及归属问题[J]. 体育学刊, 2008, 15(8): 32-34.
- [6] 沈克印, 陈勇, 王健, 等. 费洛姆的消费异化论与休闲体育消费[J]. 体育学刊, 2008, 15(2): 28-31.

[编辑: 谭广鑫]

网罗体育外文书刊的好去处

“体育书屋”和“资源资料”板块,是“体育在线论坛”为方便广大体育工作者更好地进行体育教学和科研而开设的分享体育学术资源的板块。“体育书屋”本着资源共享、互利合作的精神,一直以来不断提升服务,力求方便、快捷,最大限度地满足广大体育工作者对体育类图书的需求。最近,应广大体育工作者的要求,“体育书屋”再添“体育类外文图书检索”

的新内容。登陆“体育书屋”和“资源资料”板块,留下您所需要的外文图书的相关信息,精于此道的dickqin版主就会为大家提供无偿服务,将为您提供外文图书的全文。我们热切期望广大体育工作者和体育爱好者加入我们的论坛!

(版主: dickqin)

体育在线相关链接: <http://www.tiyuol.com/thread-9009-1-2.html>