

L I L U N T A N T A O Y U D U I C E Y A N J I

中国西部 体育旅游开发

—— 理论探讨与对策研究

**ZHONGGUO XIBU
TIYU LVYOU KAIFA**

主编 柳伯力



电子科技大学出版社

DIANZI KEJI DAXUE CHUBANSHE

图书在版编目 (CIP) 数据

中国西部体育旅游开发: 理论探讨与对策研究/主编
柳伯力. —成都: 电子科技大学出版社, 2004 .10
ISBN 7-81094-691-9

I. 中... II. 柳... III. ①体育—旅游—研究—西
北地区②体育—旅游—研究—西南地区 IV. F592.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 103720 号

中国西部体育旅游开发 ——理论探讨与对策研究

主编 柳伯力

出版: 电子科技大学出版社 (成都建设北路二段四号)
责任编辑: 谢应成 发行: 新华书店
印刷: 四川广播电视大学印刷厂
开本: 850×1168 1/32 印张 7.5 字数 188 千字
版次: 2004 年 10 月第一版
印次: 2004 年 10 月第一次印刷
印数: 1—1000 册
书号: ISBN 7-81094-691-9/G·134
定价: 17.00 元

■ 版权所有 侵权必究 ■

- ◆ 邮购本书请与本社发行科联系。电话:(028)83201635 邮编:610054
- ◆ 本书如有缺页、破损、装订错误,请寄回印刷厂调换。



图4 抱石

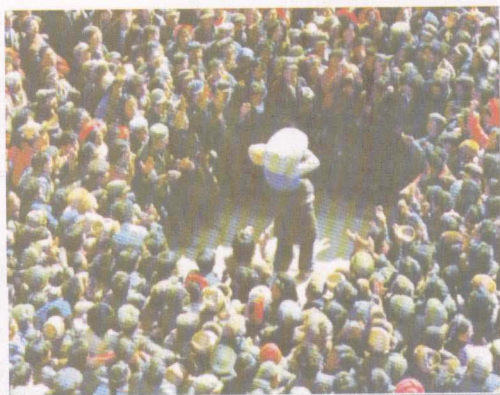


图4.图5.

(图片来源:丁玲辉著
《西藏传统养生体育文化》
西藏人民出版社)

图5 骑马拾哈达



图3 四川大邑举办首届滑草避暑节
(原载《四川日报》2003年
8月13日第5版)

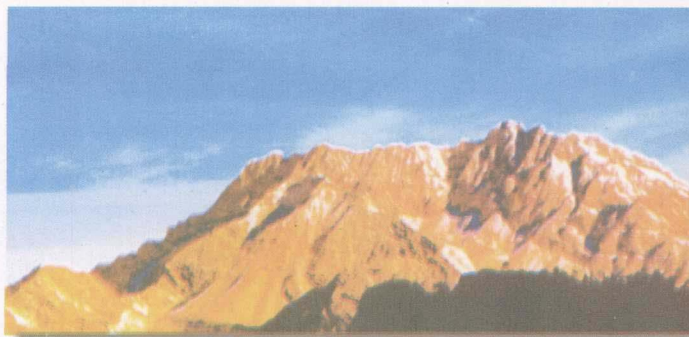


图8 西岭雪山滑雪场



图13 梅里雪山



图14 大石围天坑

图13.图14.
(图片来源:《中国探险圣经》
海南出版社)

图9 西岭雪山滑草场



ZHONGGUO XIBU
TIYU LUYOU KAIFA

2002 年度国家社会科学基金项目：
分析体育与旅游结合的机理
研究探讨西部地区体育旅游业发展对策
批准号：02BTY004

项 目 负 责 人：柳伯力(成都体育学院)

课 题 组 成 员：闵 健(成都体育学院)

魏争光(西北师范大学)

徐玖平(四川大学)

卢 锋(成都体育学院)

参与部分撰写：(按所撰写部分在全文中顺序排列)

尧 燕(四川旅游学院)

张 强(成都体育学院)

陈 正(成都体育学院)

屈世琼(重庆交通学院)

张金桥(陕西师范大学)

邹桂芳(重庆大学)

莫再美(广西民族学院)

目 录

第一部分 理论探讨

一、“体育旅游”界定·····	(1)
(一)旅游理论界的相关定义·····	(1)
(二)体育界学者的有关探讨·····	(7)
(三)体育旅游的基本概念·····	(10)
二、体育旅游的产生与发展·····	(12)
(一)国内外旅游业的发展与现况·····	(12)
(二)国内外体育旅游的产生与发展·····	(24)
三、体育与旅游结合的机理·····	(43)
(一)体育与旅游结合的社会文化背景·····	(43)
(二)体育产业和旅游业对经济的作用·····	(44)
(三)体育和旅游产品的共性特征·····	(46)
(四)体育与旅游活动内容的兼容性·····	(48)
四、体育旅游丰富旅游文化的内涵·····	(50)
(一)体育与旅游是现代社会的休闲方式·····	(50)
(二)体育的文化内涵给旅游增添色彩·····	(52)
(三)体育活动丰富着旅游人文资源·····	(53)

五、体育旅游的类型与市场特点····· (55)

(一)体育旅游的分类及类型····· (55)

(二)体育旅游的主要内容与市场构成····· (62)

(三)体育旅游市场需求的特点····· (66)

六、以旅游为突破口打造西部体育产品品牌····· (69)

(一)品牌是一种无形资产····· (69)

(二)形成核心竞争力····· (72)

(三)西部体育产品品牌的突破口····· (74)

(四)西部体育旅游品牌的开发利用····· (76)

第二部分 对 策 研 究

一、发展旅游业是西部大开发的特定抉择····· (79)

(一)资源在西部开发中的地位····· (80)

(二)西部开发的特色选择····· (82)

(三)旅游业在西部特色经济中的作用····· (86)

二、西部地区自然与民俗旅游资源总况····· (90)

(一)西部地区旅游资源的特色····· (90)

(二)西北、内蒙古旅游区····· (93)

(三)西南旅游区····· (97)

(四)青藏旅游区····· (99)

(五)民俗旅游与少数民族风情····· (102)

三、西部各省区体育旅游资源简况····· (104)

(一)西南各省区体育旅游资源····· (106)

(二)西北各省区体育旅游资源·····	(111)
(三)广西和内蒙古体育旅游资源·····	(115)
四、西部体育旅游案例及分析 ·····	(117)
(一)陕西省体育旅游业现状与对策措施·····	(119)
(二)四川西岭雪山项目开展和经营状况分析·····	(132)
五、西部体育旅游业中的问题与发展对策 ·····	(137)
(一)西部体育旅游业中的具体问题·····	(138)
(二)西部体育旅游业发展的对策思考·····	(148)
六、西部体育旅游产品开发思路与规划 ·····	(157)
(一)西部体育旅游产品开发思路·····	(157)
(二)旅游投资分析·····	(160)
(三)体育旅游项目规划设计·····	(165)
七、结束语 ·····	(179)
附 件·····	(184)
(1)美国佛罗里达大学娱乐、公园和旅游学系体育旅游 课程简介 ·····	(184)
(2)中国与西方国家体育旅游比较分析 ·····	(190)
(3)潜在旅游项目对国际国内旅客市场的需求程度评估 ···	(209)
(4)四川省体育旅游业发展状况及问题 ·····	(212)
参考文献·····	(227)
后 记·····	(231)

第一部分 理论探讨

体育旅游既是旅游活动又是体育活动,同属人类休闲活动的大范畴。作为一种社会文化现象,体育旅游这一人类实践活动不仅具有多姿多彩的表现形式,还有着其丰富的文化内涵。在研究探讨我国西部地区体育旅游业发展对策时,对体育旅游以及相关的理论问题进行分析,有助于进一步理解其本质,更好地把握其发展规律。

一、“体育旅游”界定

体育旅游是旅游和体育的结合。那么它究竟是具有旅游性质的体育,还是带有体育内容的旅游,即如何对体育旅游加以界定,以及其性质、基本概念与范畴问题等,目前在我国学术界内还存在着许多不同的观点和解释。

(一)旅游理论界的相关定义

在国内旅游界和各种旅游学论著中,一般是把体育旅游作为旅游分类形式之一,并从旅游产品的功能、活动的目的、内容以及旅游资源等方面以不同的角度来界定的。

《现代旅游经济学》一书中,在按旅游产品的基本功能分类时,把旅游产品分为康体旅游、享受旅游、探险旅游和特种旅游等,其中康体旅游和探险旅游的内容与体育旅游有着直接的关系。该书解释到:康体旅游,是指能够使旅游者身体素质得到不同程度改善的旅游活动。任何一种旅游活动都有益于旅游者的身心健康,而康体旅游更是如此。康体旅游一般包括体育旅游和保健旅游,体育旅游有滑雪旅游、高尔夫球、探险、漂流、冲浪、滑水、蹦极等;

保健旅游主要有健身旅游、疗养旅游、森林旅游等。探险旅游,是指旅游者从未见过、听过或经历过,既标新立异又使人特别兴奋或惊心动魄的旅游活动。探险旅游主要有秘境旅游、海底旅游、沙漠旅游、惊险游艺旅游等形式。

在《基础旅游学》一书中,则依据旅游发生的心理动因,即人们的旅游动机,划分出八个基本因子,其中第2条便是“健身旅游”。在国家旅游局人事劳动教育司所编写的岗位培训系列统编教材《旅游规划原理》的“旅游项目库”中,除编号为6000的是“娱乐体育”类外,在其他旅游类别中也含有体育旅游项目,如编号1000“旅行”类中的1301~1304为“滑翔、滑翔跳伞、帆船、漂流”项目等。

《中国西部旅游发展战略研究》一书中,虽未直接提及体育旅游,但在其世界旅游产品体系分类里,把整个旅游产品分为传统旅游产品和新兴(或专项)旅游产品两大类,而在新兴(或特种)旅游产品类中则包括了探险旅游、保健旅游、滑雪旅游、沙漠旅游、登山旅游、极限旅游等体育旅游产品。

在《旅游规划学》书中,作者认为:“体育旅游是一种创造美、欣赏美的活动。”并进一步解释:体育活动旅游,似乎纯为健康动机,然而它却离不开优美的环境。再者,有些体育活动本身具有优美的造形,能给人美感。另外,体育锻炼的根本目的,是使人体各部分协调,达到健美的效果。该书作者在对旅游资源评价中关于“地形的适宜性评价”一栏里,所列举的旅游项目绝大多数属体育旅游活动(见表1)。

表 1 地形与适宜的旅游项目

地形坡度	适宜的旅游项目
$\geq 40^\circ$	狩猎、攀登、缆车、眺望、游览、滑沙、滑草、升降梯、缆车(椅)、索道、栈道、蹦极
$30^\circ \sim 40^\circ$	登山、滑雪、漂流、滑草、荡索、滑翔伞、狩猎
$20^\circ \sim 30^\circ$	徒步旅游、滑雪、散步、漂流
$10^\circ \sim 20^\circ$	野外赛跑、障碍赛跑、散步、漂流、滑水、溜索
$5^\circ \sim 10^\circ$	自行车、畜力车、漂流、娱乐、野炊、野餐、野营、溜索、滑板
$0^\circ \sim 5^\circ$	帆船、冰帆、滑板、海水浴、沙浴、器械娱乐

从旅游资源分类的角度看,较为典型的是 1990 年中国科学院地理研究所的“中国旅游资源普查分类表”,在该表所划分的 8 大类中,第 7 类是文化、游乐、体育胜地类;在 1992 年的《中国旅游资源普查规范》所分的 6 类中,第 5 类是消闲求知健身类,与体育有关的包括体育中心、运动场所、其他消闲求知健身活动等。

在《旅游资源学》中,作者认为根据旅游活动的性质,一般可分为观赏型旅游资源、运动型旅游资源、休(疗)养型旅游资源、娱乐型旅游资源以及特殊型旅游资源等。《旅游资源开发与利用》一书中,也按资源分类,列出了“体育与健身场所;其他休闲、文化、健身类旅游资源”。

《现代旅游学》一书把人文旅游资源划为四类,其中第三类为消闲、求知、健身类,并把旅游娱乐产品按其设施的空间位置分为两类:①室内娱乐产品,包括各种形式的俱乐部、舞场、保龄球室、室内游泳池、文娱室和健身房等;②室外娱乐产品,包括游乐园、靶场、高尔夫球场、海水浴场和滑雪场等。此外,该书还从旅游业经营的角度,将旅游资源分为有限类(狩猎、垂钓、购物等)和无限类(海水浴、泛舟、潜水、观光等)两大类。

国家旅游局人事劳动教育司组织编写的岗位培训系列统编教

材《新编旅游学概论》中,按旅游的目的划分,将旅游分为:①休闲、娱乐、度假类;②探亲访友类;③商务专业访问类;④健康医疗类;⑤宗教/朝圣类;⑥其他。关于娱乐旅游,其解释是:娱乐旅游是一种从个人兴趣爱好出发、参与性较强的赏心健体的旅游活动。主要有滑雪旅游、滑水旅游、钓鱼旅游、骑自行车旅游、狩猎旅游、高尔夫球旅游等。娱乐旅游的特点是它对人们具有双重功能,即赏心与健体结合在一起;其次是参与性强,人们必须身体力行,在参与中得到身心的满足。

健康医疗类中包括体育旅游、保健旅游和生态旅游三个亚类。体育旅游是指人们以参与某项体育运动为主要目的的旅游。体育旅游与娱乐旅游有重合的一面,其区别主要取决于人们的动机。如果人们参加某项体育项目,如游泳、滑雪等是出于强身健体目的,则属于体育旅游,如出于寻求乐趣或爱好则属于娱乐旅游。保健旅游是以疗养或治疗疾病以增进身体健康为主要目的的旅游。生态旅游是一种回归大自然的旅游活动。把生态旅游列入健康旅游,是因为它从某种意义上是一项具有保健性的旅游活动。作者认为,体育旅游有着特殊的招徕作用,一是随着人们对健康的越来越重视,体育旅游能吸引大范围的旅客;二是体育旅游可弥补旅游资源的不足,提高接待条件和设施的利用率。

但在《旅游规划学》一书中,却是把体育旅游的内容纳入旅游娱乐活动之中的,认为旅游娱乐活动可按活动场所分为旅游饭店的娱乐活动、游乐园的娱乐活动、专项旅游的娱乐活动三类。①旅游饭店的娱乐活动。包括在三星级以上的旅游饭店和旅游度假村中,作为配套服务设施提供给旅游者的康乐设施,如健身房、保龄球、桌球、壁球、游泳池、网球场、冲浪等,旅游者在旅游之余,可借助上述设施进行自己喜欢的康乐活动。②游乐园的娱乐活动。在一些旅游区设立的如攀登人工岩壁、模拟野战、飞越太空等项目。③专项旅游的娱乐活动。由丰富多彩的专项旅游所构成,如自行

车旅游、森林旅游、草原旅游、登山探险旅游等,还包括野外生存、体能训练、滑雪、溜冰、骑马、划船、高尔夫球等活动。作者提出,此类旅游娱乐活动丰富多彩,极具魅力,商机无限,它在整个旅游业中所占的比重越来越大,已经成为旅游资源开发和经营管理中需要仔细研究、论证的内容。

在《旅游产业规划指南》一书中,从旅游产品开发的角度进行了分类,其中文化型旅游产品就包含有健身康复型旅游产品和猎奇型旅游产品等。作者认为,健身康复型旅游是以康体健身、养生医疗为主要内容的旅游活动,如水上运动游、滑雪旅游、高尔夫球旅游、温泉康复旅游、体育赛事旅游、武术旅游、医疗保健旅游等;而猎奇型旅游则是以寻求刺激、探奇历险为主要内容的旅游活动,如探险旅游、沙漠旅游、海底旅游、登山旅游、漂流旅游、极限运动旅游、狩猎旅游和太空旅游等。该书中还谈到,在旅游文化业中,旅游产业与体育产业的结合,形成了旅游体育业。所谓旅游体育业,即旅游中心城市结合市政建设,建立体育场馆。旅游度假区完善体育运动设施,开展体育健身旅游。旅游地开展大众性体育健身娱乐活动,如河湖、海滨水上游乐活动,山地游乐(自行车、摩托车、赛车、登山、攀岩、滑草、滑道、蹦极跳等),空中游乐项目(飘伞、滑翔、热气球、空中游览等)和野营活动。组织国际性、全国性体育比赛表演,组织“球迷”、“车迷”旅游团。拥有传统体育项目或体育明星的地方,开发特种旅游体育产品,塑造地方的独特旅游形象,促进体育无形资产开发。开发各类旅游体育用品,促进体育用品制造业的壮大等。

在《区域旅游规划原理》中,把旅游产品分为传统旅游产品和新兴旅游产品两大类,而在新兴旅游产品中就包括了一般体育旅游、高尔夫运动和高尔夫旅游、滑雪旅游、漂流、汽车旅游、探险旅游、赛车旅游、海滨旅游、沙漠旅游、狩猎旅游、运动和娱乐活动等。

《WTO与中国旅游产业发展新论》一书中作者谈到:“康体娱

乐与度假休闲互为度假旅游的重要补充,无论是泛舟、垂钓、品茗,还是冲浪、骑马、攀岩这些度假旅游产品形式,它们都共同服务于旅游者身心健康的塑造和良好社会风气的形成。”

安徽师范大学旅游学院的学者所撰文章“体育旅游市场特征及产品开发”中对体育旅游概念的解释是:“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。”虽然这一解释从字面上理解大致等同于现代旅游中的康乐服务,然而作者在对体育旅游市场细分时却已跳出其定义的范围(见表2)。

表2 体育旅游市场细分表

体育旅游细分市场	细分市场产品
休闲体育旅游	钓鱼、登山、冲浪、骑马、打高尔夫球、跳舞、游泳等
健身体育旅游	打保龄球、打网球、健美、溜冰、打台球、潜水、打羽毛球等
体育观光旅游	观看奥运会旅游、观看亚运会旅游、观看世界杯旅游、观看 NBA 旅游、观看其他大型球赛旅游、观看其他大型运动会旅游等
刺激体育旅游	探险旅游、海底旅游、沙漠旅游、狩猎旅游、激流旅游、攀岩旅游、高山探险、森林探险、秘境探险等
竞技体育旅游	帆船、滑雪、射箭、滑翔伞等
其 他	参加各种大型体育赛事旅游、武术旅游、徒步旅游、热气球邀请赛旅游、冰雕雪橇旅游、沙漠汽车拉力赛旅游、骑骆驼旅游等

科波克等人依据旅游资源适宜的旅游活动,对英国旅游资源的分类是:

1. 供陆上旅游活动的资源:包括①露营、篷车旅行、野餐旅游资源;②骑马旅游资源;③散步及远足旅游资源;④狩猎旅游资源;

⑤攀岩旅游资源;⑥滑雪旅游资源。

2. 以水体为基础的旅游活动资源:包括①内陆钓鱼水域;②其他水上活动内陆水域;③靠近乡间道路的水域;④适于海上活动的海洋近岸水域;⑤适于海岸活动的靠近乡间道路地带。

3. 供欣赏风景的旅游资源:包括①低地;②平缓的乡野;③高原山地;④峻秀的小山;⑤高的山丘等。

联合国的“官方旅行机构国际联合会”对旅游所下的定义是:到一个国家访问,停留超过 24 小时的短期旅客,其旅行目的属于下列两项之一:①悠逸(包括娱乐、度假、保健、研究、宗教或体育运动);②业务、家庭、出使、开会。

1963 年,联合国罗马旅游会议曾将旅游者出游的目的进行了分类,在 9 大类型中体育活动被列为其中之一。美国旅游学家罗伯特·W·麦金托教授把人们出游的具体需求而产生的旅游动机概括为 4 大类,身体方面的动机被列为其中之首,它包括度假休息、参加体育活动等直接与保健相关的活动。

就上述资料可以看出,虽然目前在旅游界中多未明确解释“体育旅游”这一概念,但承认体育旅游作为特种旅游活动是客观存在的,或认为在旅游中包含了以体育健身为目的而出行的活动内容,并认为体育旅游的发展有着极为广阔的前景,这一点是肯定的。

(二)体育界学者的有关探讨

近年来,随着体育旅游的升温,体育学术界内对体育旅游的理论与实践问题的探讨增多,不少学者撰文对体育旅游的概念、范畴、活动内容及其相关问题,从各个侧面进行了探讨。

对体育旅游的概念比较集中的是从广义和狭义上作解释。持这种观点的学者们认为,从“广义”上讲,体育旅游是旅游者在旅游中所从事的各种身体娱乐、身体锻炼、体育竞赛、体育康复及体育文体交流活动与旅游地、体育旅游企业和社会之间关系的总和。

而从“狭义”上讲,体育旅游可以理解为是为了满足和适应旅

游者的各种体育需求,借助各种各样的体育活动,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,丰富社会文化生活的目的的一种活动。^①

有学者从市场的角度解释体育旅游市场。如认为从广义上说,体育旅游市场是指体育旅游商品在交换过程中的经济行为和经济关系的总和;从狭义上说,体育旅游市场是指体育旅游商品交换的场所。^②

另有学者撰文谈到,从旅游市场营销的角度看,体育旅游产品是指在旅游过程中,能够为旅游者带来体育效用、旅游效用和满足其所需消费和服务的总和。并进一步解释到,体育旅游是一种独特的旅游产品,只有同时满足体育与旅游两个前提条件的旅游产品,才能称为体育旅游产品。^③

从产业的角度给体育旅游的界定有:所谓体育旅游,是指旅游者在旅游中所从事的各种体育娱乐、健身、竞技、康复、探险和观赏体育比赛等活动与旅游地、旅游企业及社会之间关系的总和。体育与旅游的交叉和融合,产生出了具有体育旅游特点的新型产业——体育旅游业。体育旅游业是以提供多种多样、综合性的体育旅游产品和服务,满足人们从事体育旅游活动需要的服务组织、行业与社会构成关系的总和。^④

从旅游资源的角度,可把体育旅游资源狭义地理解为:以体育赛事、运动场所、体育文化、运动兴趣和参与运动体验为载体,伴以休闲、娱乐观光的形式来吸引人们积极主动地参与旅游的潜在市场。广义地可概括为:为满足和适应旅游者的各种体育需求,借助

① 杨秀丽,“社会主义市场经济条件下体育旅游业经济效益的思考”,《沈阳体育学院学报》1999年第1期

② 韩鲁安等,“我国体育旅游消费市场的现状分析与发展对策研究”,《体育软科学研究成果汇编》国家体育总局政策法规司,2002年

③ 张汝深,“体育旅游产品的开发策略”,《广西体育科技》2002年第2期

④ 韩丁,“我国体育旅游专业人才培养模式及课程体系设计”,《天津体育学院学报》2000年第3期

多种体育方式,使身体得以锻炼,心理得以放松和满足的一种潜在物质。^①

有学者认为,体育旅游是我国旅游业的一个组成部分,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,为旅游者在旅行游玩过程中提供各种服务的一种经济活动。^②

其他的解释还有:体育旅游是以休闲度假、观光探险、康健娱乐为目的的,在一定自然环境中,从事以体育项目为主要内容的旅游活动。体育旅游是旅游市场中的一种新产品,是以体育资源为基础,利用各种体育活动来规划、设计、组合而引起旅游消费欲望,满足旅游者购娱的需求,并感受各种体育活动与大自然情趣的一种旅游形式。^③

体育旅游是一项融体育、娱乐、探险、观光为一体的专业性旅游服务产业。^④体育旅游是以休闲度假、观光探险、康健娱乐为目的,在一定的自然环境中,从事以体育项目为内容的旅游活动。^⑤体育旅游是以体育资源为条件,以体育活动作为旅游商品,旅游者在旅行过程中参与不同种类体育活动的旅游方式。^⑥

体育旅游是指旅游者以参加或观赏各类健身娱乐、体育竞技、体育交流等为主要目的的旅游。^⑦体育旅游,即以非盈利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。^⑧

此外,国外学者对体育旅游的概念也作出了解释。如 1992

① 张杰等.“论我国西部体育旅游资源的开发”.《安徽体育科技》2002年第2期

② 陆元兆.“广西少数民族地区体育旅游资源开发的思考”.《广西体育科技》2000年第3期

③ 王天军.“发展民族体育旅游业的前景与对策”.《广州体育学院学报》2000年第2期

④ 蒋健保等.“宁波市体育旅游业现状分析与发展对策初探”.《西安体育学院学报》2002年第3期

⑤ 陈涛.“体育旅游探析”.《广州体育学院学报》2000年第4期

⑥ 马铁主编.《体育经纪人》.北京:中国经济出版社,2002年5月版

⑦ 黄贵.“初论我国体育旅游的发展策略”.《湖北体育科技》2001年第3期

⑧ 朱竞梅.“开发体育旅游项目问题初探”.《体育与科技》2000年第2期