



西部体育旅游

休闲

与

XIBU TIYU LUYOU YU XIUXIAN

余昕 著



西南交通大学出版社

<http://press.swjtu.edu.cn>

1518925

F592.7

015

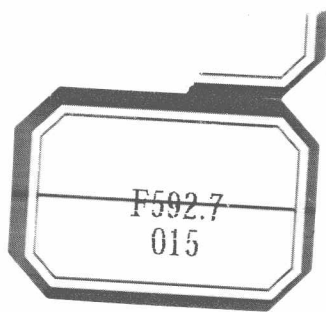


CS1674896

余昕
○
著

西部体育旅游与

休闲



西南交通大学出版社
[Http://press.swjtu.edu.cn](http://press.swjtu.edu.cn)

重庆师大图书馆

图书在版编目 (C I P) 数据

西部体育旅游与休闲 / 余昕著. — 成都: 西南
交通大学出版社, 2012.3
ISBN 978-7-5643-1702-7

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 037175 号

西部体育旅游与休闲

余 昕 著

责任编辑	杨岳峰
特邀编辑	吴明建
封面设计	何东琳设计工作室
出版发行	西南交通大学出版社 (成都二环路北一段 111 号)
发行部电话	028-87600564 028-87600533
邮政编码	610031
网 址	http://press.swjtu.edu.cn
印 刷	成都蜀通印务有限责任公司
成品尺寸	148 mm×210 mm
印 张	5.187 5
字 数	144 千字
版 次	2012 年 3 月第 1 版
印 次	2012 年 3 月第 1 次
书 号	ISBN 978-7-5643-1702-7
定 价	18.00 元

图书如有印装质量问题 本社负责退换
版权所有 盗版必究 举报电话: 028-87600562

前 言

社会经济的高速发展，使人们的生活方式正在发生巨大的变化，休闲作为一种新的文化和经济现象正在浮出社会的水面，休闲观念渐入人心。倡导健康休闲生活方式，变“闲得无聊”为“闲出价值”，即如何认识闲暇时间的休闲方式对人的全面发展的作用，如何引导大众健康、科学、积极地休闲，如何以大众喜闻乐见的文明健康的内容陶冶人的情操、充实人们的业余生活，这些问题已引起越来越普遍的关注。而体育健身和体育旅游活动对健康休闲生活方式的形成，特别是对和谐社会的构建责无旁贷。

休闲不仅仅是“吃喝玩乐”。对于什么是“休闲”，可能有不少人会回答：“休闲不就是吃喝玩乐吗？”其实这样的理解是片面的，因为“吃喝玩乐”的确也属于休闲，但只是休闲中的一部分。真正意义上的“休闲”，或休息、或学习、或交往、或旅游、或健身、或娱乐……都有一个共同点，即获得一种愉悦的心理体验，同时铸造人的坚韧、豁达、开朗、坦荡等品格，让生活变得真诚、友善、和谐、美好；有时休闲还会促进人类的理性思维，在闲暇中诞生哲学思想和科学思想，坚定真、善、美的信念，并激发出发明创造的灵感。尤其是现代人工作节奏快，竞争激烈，内心压力和脑力劳动强度大，精神上的困倦加上体力上的疲劳，因而对休闲的需要也极为迫切。

体育和旅游虽属于两种社会文化现象或人类活动范畴，但两者存在许多共同的或相似的特性。旅游作为一种休闲、消遣与消费活动，主要是满足人们在身体、精神和文化等方面的需求；而体育运动也是人类社会的一种文化现象，其发展也是基于满足人们不断增长的身心享受的需要之基础上的。同时，体育消费也已成为一种社会时尚。

西部地区许多鲜为人知的景观，以其神秘与独特、粗犷与艰险等形成了巨大的吸引力。独一无二的西藏，古老厚重的陕西，多彩的云南，神秘的宁夏，剽悍的内蒙古，以及说不完的古丝绸之路，永远向人类挑战的喜马拉雅山、玉龙雪山、四姑娘山等，都是我国旅游业发展弥足珍贵的财富。本书在梳理西部地区旅游资源的同时，结合体育旅游概念和理论的探讨，意在阐明这样一种观念：在西部大开发的进程中，旅游业不能再一味沿用传统的发展模式，而必须树立起适应新形势的新思路。特别要加大对民族体育休闲旅游业的宣传力度，努力推出地方特色“精品”项目，吸引社会的注意力，提高人们对西部地区体育休闲旅游的兴趣，吸引广大国内外游客走进西部，感受西部山川江河的瑰丽与神奇，从而扩大西部旅游业客源量，增加旅游外汇收入，增强西部旅游的发展后劲。

本书在写作过程中参考了许多相关的专著和论文，并引用了不少学者的观点，在此对这些专家学者表示谢意。同时，对成都体育学院柳伯力教授的大力支持和帮助表示衷心的感谢！

余 昕

2011年5月

目 录

第一章 体育与旅游的结合

一、体育旅游	(1)
(一) 旅游理论界的定义	(2)
(二) 体育界学者的探讨	(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状	(12)
(二) 国内外体育旅游的产生与发展	(22)
三、体育与旅游的结合	(36)
(一) 体育与旅游结合的社会文化背景	(37)
(二) 体育产业和旅游业对经济的作用	(38)
(三) 体育和旅游产品的共性特征	(39)
(四) 体育与旅游活动内容的兼容性	(41)
四、体育旅游丰富旅游文化的内涵	(43)
(一) 体育与旅游是现代社会的休闲方式	(43)
(二) 体育的文化内涵给旅游增添色彩	(44)
(三) 体育活动丰富着旅游人文资源	(46)

第二章 休闲中的体育旅游

一、休闲中体育与旅游的结合	(48)
二、国外体育旅游的发展	(50)
三、我国的体育旅游	(53)
四、体育旅游与社会休闲的互动关系	(61)
(一) 社会休闲为体育旅游搭建平台	(61)
(二) 体育旅游活动丰富社会休闲内容	(67)
(三) 体育旅游与社会休闲	(74)

五、体育旅游的功能与作用	(82)
六、社会休闲与体育旅游的双向性	(85)

第三章 西部地区的体育旅游

一、西部地区旅游资源的特色	(92)
(一) 西北、内蒙古旅游区	(95)
(二) 西南旅游区	(99)
(三) 青藏旅游区	(101)
(四) 民俗旅游与少数民族风情	(103)
二、西部各省区体育旅游资源	(105)
(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)

第四章 西部体育旅游的发展

一、西部体育旅游业中的具体问题	(118)
(一) 管理体制滞后, 服务意识和质量较差	(120)
(二) 体育旅游资源开发缺乏深度, 没有形成规模效应	(122)
(三) 基础设施滞后, 宣传促销不够, 环境保护乏力	(125)
二、西部体育旅游业发展的对策思考	(128)
(一) 合理规划, 使体育旅游业朝规模化经营方向发展	(128)
(二) 加大投资力度, 优化投资环境, 创造休闲氛围	(129)
(三) 突出特色, 根据市场需求设计开发旅游产品	(131)
(四) 树立体育旅游业的良好形象, 抓好体育旅游 专业队伍建设	(133)
(五) 注重生态环境保护, 健全体育旅游产业政策法规	(134)
三、西部体育旅游产品开发思路与规划	(136)
(一) 西部体育旅游产品开发思路	(136)
(二) 旅游投资分析	(139)
(三) 体育旅游项目规划设计	(144)

第一章 体育与旅游的结合

休闲生活方式,指的是人们在闲暇时间内的活动内容和活动类型。从人类社会发展史来看,随着生产力的不断提高,人们用于社会生产的时间越来越少,闲暇时间越来越多。但是,现代社会快节奏、高效率的生产生活方式,也会给劳动者带来身心上的高度紧张与疲劳,这就需要构建健康的休闲生活方式,以求最大限度地预防因生活方式不当引发的疾病。在这一背景下,追求身心健康及个性的协调发展,将成为21世纪人类的共同要求和社会的时尚。

尽管大家对“休闲”“体育”和“旅游”等词都十分熟悉,但将它们组合在一起进行专门研究,在国内还是近几年的事。体育旅游是以休闲为主要目的的旅游,虽然其中有追求冒险刺激和向人体极限挑战的成分,但它与休闲旅游一样,注重旅游者的身心享受,更强调人们在参与时与自然和文化融为一体的状态。

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,还有着丰富的文化内涵。

一、体育旅游

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,目前我国学术界还存在许多不同的观点和解释。

（一）旅游理论界的定义

在国内旅游界和各种旅游学论著中，作者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。

《现代旅游经济学》一书，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。该书中解释道：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，作者则依据旅游发生的心理动因，即人们的旅游动机，划分出 8 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》一书中，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型,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。该书作者在旅游资源评价的“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,旅游资源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4类,其中第3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》，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。

健康医疗类旅游中包括体育旅游、保健旅游和生态旅游三个大类。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，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，是因为它在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越来越重视，体育旅游能吸引大范围的游客；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了旅游娱乐活动之中，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游客的康乐设施，如健身房、保龄球、桌球、壁球、游泳池、网球场、冲浪设施等，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。指

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、打高尔夫球等活动。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,作者从旅游产品开发的角度进行分类,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。该书还认为,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。具体包括: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,作者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。

在《WTO 与中国旅游产业发展新论》一书中, 作者认为: “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在所撰文章《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、高尔夫球、跳舞、游泳等
健身体育旅游	保龄球、网球、健美、溜冰、台球、潜水、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 内陆的钓鱼水域。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 平缓广阔的乡野。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 小时的短期游客, 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. 麦金托教授把人们因出游的具体需求而产生的旅游动机概括为四大类, 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, 虽然目前在旅游界人士的著述中多未明确解释“体育旅游”这一概念, 但都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) 体育界学者的探讨

近年来, 随着体育旅游的升温, 体育学术界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、体育旅游企业与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

还有学者撰文谈到,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。并进一步解释道,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身体娱乐、健身、竞技、康复、探险和观赏体育比赛等活动与旅游地、旅游企业与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

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》,见《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》,见国家体育总局政策法规司《体育软科学研究成果汇编》,2002年版。

③ 张汝深:《体育旅游产品的开发策略》,见《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》,见《天津体育学院学报》2000年第3期。

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，在一定自然环境中开展，以体育项目为主要内容的旅游活动。^③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，满足旅游者购物娱乐的需求，并感受各种体育活动与大自然情趣的一种旅游形式。^④

还有学者认为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。^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，即以非营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年，

① 张杰等：《论我国西部体育旅游资源的开发》，见《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》，见《广西体育科技》2000年第3期。

③ 陈涛：《体育旅游探析》，见《广州体育学院学报》2000年第4期。

④ 王天军：《发展民族体育旅游业的前景与对策》，见《广州体育学院学报》2000年第2期。

⑤ 蒋健保等：《宁波市体育旅游业现状分析与发展对策初探》，见《西安体育学院学报》2002年第3期。

⑥ 马铁主编：《体育经纪人》，中国经济出版社2002年版。

⑦ 黄贵：《初论我国体育旅游的发展策略》，见《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》，见《体育与科技》2000年第2期。

Hall 先生将体育旅游定义为：“为了参加或参观体育活动离开日常生活范围的非商业性旅游。”并且还强调说，在“很多情况下，职业运动员参加没有胜负的纯商业比赛，是排除在体育旅行之外的”。然而，我们并不认为应该把职业运动员参加商业比赛的旅行排除在体育旅游之外，因为无论是职业运动员还是业余运动员外出比赛，尽管参赛的性质可能不同，但旅游的性质却是不变的。

1995 年，原田宗彦先生根据体育旅行的目的，把体育旅游分为“以参观体育活动为目的的旅行”和“以参加体育活动为目的的旅行”两大类。在 1996 年时，日本学者长积先生提出：“体育旅行，是指将参加体育活动或参观体育活动作为目的的人们，从暂时离开日常生活范围起，到返回日常生活范围止的这样一个活动。”

美国学者莉莎等人则从另一角度看待体育旅游，在其所著《美国体育管理理论与实践》一书中，认为包括滑雪、舟桨运动、高尔夫、夏令营、野营以及探险等在内的旅游活动，都属户外娱乐业的范畴。

近几年，随着对体育旅游理论与实践问题研究的升温，在国内体育学术刊物上发表的有关体育旅游方面的研究论文逐渐增多，在论文中，学者们以不尽相同的理解对体育旅游这一概念加以解释，虽目前并无定论，但这无疑有助于体育旅游概念的进一步明晰。

（三）体育旅游的基本概念

“旅游”的含义包括“旅”和“游”两个方面。“旅”是指旅行，即旅游者从住地到目的地的空间移动；“游”则是指游览、观光，是一种休闲、消遣活动。旅游以游览对象和内容为基本条件，以出行目的地为吸引物，主要是为了满足人们在身体、精神和文化等方面的需求。也就是说，旅游是人们以前往异地寻求审美和愉悦为主要目的而度过的一段具有社会、休闲和消费属性的短暂经历。

目前，人们对“旅游”所下的定义也是多角度的，有从形式、交往、流动等方面给旅游下定义的，有从目的、性质、特征等方面加以解释的，也有从活动范围与内容等方面加以理解的。但无论对