



中央高校基本科研业务费专项资金 资助
中国地质大学(武汉)学术著作出版基金

户外运动专业教学训练系列教程

户外运动营销

——理论、案例与实务

HUWAI YUNDONG YINGXIAO

刘华荣 董范 邹占 等 编著



中国地质大学出版社有限责任公司
ZHONGGUO DIZHI DAXUE CHUBANSHE YOUXIAN ZEREN GONGSI

中央高校基本科研业务费专项资金 资助
中国地质大学(武汉)学术著作出版基金
户外运动专业教学训练系列教程

户外运动营销

——理论、案例与实务

HUWAI YUNDONG YINGXIAO

主 编 著:刘华荣 董 范 邹 占

副 编 著:张生康 秦长胜 刘良辉 周 云

卢志成 张 军 邱承柏 张 轩

参编人员:胡 玲 周文源 赵小江 胡 犇



中国地质大学出版社有限责任公司
ZHONGGUO DIZHI DAXUE CHUBANSHE YOUXIAN ZEREN GONGSI

图书在版编目(CIP)数据

户外运动营销——理论、案例与实务/刘华荣,董范,邹占等编著. —武汉:中国地质大学出版社有限责任公司,2013.6

ISBN 978-7-5625-3062-6

I. ①户…

II. ①刘…②董…③邹…

III. ①体育-市场营销学

IV. ①G80-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 140879 号

户外运动营销——理论、案例与实务 刘华荣 董 范 邹 占 等编著

责任编辑:段连秀 李菊凤 技术编辑:阮一飞 责任校对:张咏梅

出版发行:中国地质大学出版社有限责任公司(武汉市洪山区鲁磨路 388 号) 邮政编码:430074

电 话:(027)67883511 传真:67883580 E-mail:cbb@cug.edu.cn

经 销:全国新华书店 <http://www.cugp.cug.edu.cn>

开本:787mm×960mm 1/16 字数:350 千字 印张:17.25

版次:2013 年 6 月第 1 版 印次:2013 年 6 月第 1 次印刷

印刷:武汉教文印刷厂 印数:1—2 000 册

ISBN 978-7-5625-3062-6 定价:39.80 元

如有印装质量问题请与印刷厂联系调换

户外运动专业教学训练系列教程

编 委 会

主任委员：王焰新 李致新

副主任委员：赖旭龙 王勇峰 吕万刚 张志坚

刘 锐 董 范

委 员：殷坤龙 胡圣虹 马欣祥 罗 申

次 落 毕克成 储祖旺 冯 岩

熊和平 牛小洪 刘华荣 李 伦

冯 明 刘良辉 庞 岚 吕占峰

黄江华 刘亚非 徐四平 王 莉

策划编辑：毕克成 段连秀

总序 I



户外运动教学是以户外运动项目群所共有的基本知识、技术、技能为主要教学内容,以培养学生参与户外运动及相关竞赛所具有的身体素质、心理品质和适应能力为主要教学目的,帮助学生形成完满人格、全面提高综合素质的系列体育课程,对促进学生成长成才具有独特的、不可替代的重要作用。

户外运动课程系列教材付梓出版,我由衷地感到高兴。这是近半个世纪来,我校体育教师科研团队在董范教授的领导下,在特色体育教育教学领域中取得的最新科学研究成果。这一系列教材的出版,将有助于更多有志于从事户外运动的人士分享我校特色体育教学和科研成果,促进户外运动教学培训进一步规范高效发展。

自建校以来,我校就以特色体育为方向,充分发挥学科专业优势,不断拓展体育教育的内容和途径。2012年5月19日8时16分,我校大学生登山队成功从北坡登上海拔8844.43m的珠穆朗玛峰顶峰,成为登上世界最高峰的首支中国大学生登山队,其中我校2011级户外运动专业硕士研究生陈晨成为全国第一位登顶珠峰的在校女大学生。当晚,校友、时任国务院总理温家宝向学校表示热烈祝贺,并指出:“这给我们一个重要的启示,那就是只要不畏艰苦和挫折,就一定能够达到光辉的顶点,这应该是我们的传统。”2013年5月4日,在“实现中国梦、青春勇担当”主题团日座谈会上,陈晨同学作为全国大学生代表,畅谈了她去年登顶珠峰的体会,受到习近平总书记的勉励和肯定。2012年9月,我校承办了中国登山协会主办的“中日韩三国大学生登山交流活动”,在亚洲户外

运动界产生了巨大的反响,进一步促进了我校户外运动的国际影响力。

从20世纪80年代开始,我校就把登山训练引入到课堂教学,把登山的基本技术——攀岩,确定为学校体育必修课教学项目;90年代中期,又在国内首创了集体育学、地理学、管理学、气象学、医学等学科为一体的野外生存体验课,引入了智力与体力相结合的体育项目——定向越野。随后,又率先在国内开设了“户外运动”普修课。2005年开始招收全国第一届社会体育专业(户外运动方向)本科生,由此而成为了全国高校户外运动课程和登山户外运动专门人才的“发源地”。经过我校体育教师多年的教学实践、研究与积累,户外运动的教学内容、方法、手段以及组织形式不断完善,逐渐形成了一整套较科学系统的“课内课外相结合”的教学模式和较全面、丰富、前沿的教学内容体系,得到了社会各界的广泛认同。2012年我校体育课部董范教授主持申报,杨汉、刘华荣、牛小洪、冯岩等骨干教师参与的“坚持特色教育,培养拔尖人才——创建登山户外运动教育教学体系的理论与实践”项目荣获湖北省教学成果一等奖。60多年来,我校先后有1万多名学生接受了各类登山户外运动训练,向国家登山、攀岩队输送了多名高水平专业运动员,王富洲、李致新、王勇峰、次落就是其中的杰出代表。

户外运动的发展急需完善的人才培养体系提供理论支撑。面对社会的迫切需求,我校体育教师结合多年来开展户外运动教学的经验和科研积累,编写了一套面向户外运动相关专业的应用型教材。本系列教材内容丰富而系统,涉及户外运动教学的各个方面,具有如下鲜明的教学与实践特征:

(1)体系完整。本系列教材系统总结了我校长期开展户外运动教学与实践积累的经验,吸收了近些年开展户外运动教学、实践与科研取得的最新成果,深入剖析了各户外运动项目之间的知识结构,并进行了有机组合,整个结构体系十分完整。

(2)内容丰富。本系列教材涵盖户外运动下辖的登山、攀岩、野外生存、定向越野、拓展训练等项目课程,内容涉及户外运动教学、训练、活动

与赛事组织、营销等各个方面,教材中的很多内容都是我校优秀体育教师对多年教学、训练、实践成果的经验积累,具有较强的借鉴价值。

(3)注重实践。本系列教材在阐述基本理论的基础上,特别注重学生实践技术与技能的培养和锻炼,力求做到不断强化学生的思维能力、动手能力以及创造性解决问题的能力,促进学生理论知识水平和实践操作能力的全面提高,教学实践操作性强。

对从事户外运动教学、实践、训练与科研的高校教师、研究生、本科生而言,本系列教材均有重要的学习指导价值。希望本系列教材的编写能够成为我国更多高水平、高质量的户外运动教材或专业书籍出版的起点,能吸引更多专业人士参与户外运动的科学研究,为促进我国户外运动事业科学、健康、快速发展做出更大的贡献!



中国地质大学校长

2013年6月

总序2



欣闻中国地质大学编写出版户外运动系列配套教材,谨致热烈祝贺。

户外运动是一项新兴的体育运动,是人们休闲娱乐的重要方式。随着我国经济社会的发展,特别是人民生活水平的提高,人们对高质量、有品位、有个性的生活和休闲娱乐方式越来越看重,并一直在努力追寻。户外运动作为一种愉悦身心、锻炼自我、亲近自然的生活方式受到广大群众的青睐。此项运动在全国发展十分迅猛,据了解,目前我国户外运动活动组织形式多达几十种,各类户外运动俱乐部有700余家,每年参与户外运动人数超过5000万人,已逐渐形成了装备制造与销售、竞赛表演、培训服务等市场,有效刺激了户外运动装备、户外运动服务、户外运动赛事,甚至是旅游等相关产业的发展,成为全民健身运动的重要组成部分和经济社会协调发展的重要促进力量,很好地推动了资源节约型和环境友好型社会的建设,传达了积极健康的生活方式和文明行为观念,为增进人与自然的协调发展和社会的和谐开拓了有效的空间。

促进户外运动健康有序地发展,是全社会非常关注的事情。中国地质大学作为以地球科学为主要特色的重点大学,为我国的登山和户外运动发展做出了卓越的贡献,积累了丰富的成功经验。学校深知该项运动发展离不开高素质专业人才的培育,非常注重规范科学的教材建设,努力改变当前教材和教育教学与蓬勃开展的户外运动及其教育不相适应的状况。多年来,学校一直在酝酿编写户外运动规范教材,总结户外运动实践经验,不断提高户外运动教育教学的针对性和有效性。经过多方

面的努力,数易其稿,终于成就了本套系列教材。作者在教材的编写过程中,努力做到体育理论和运动实践的统一,人体运动科学和社会哲学的统一,理念战略和技术方法的统一,全方位、多层次、有重点地展示了户外运动的全貌,有利于广大读者和户外运动爱好者全面系统地掌握户外运动的基本内涵、重大意义、发展趋势、技术要领等知识和技能,从而推动户外运动健康有序地发展。可以说本教材既是开展户外运动教育的好教材,也是广大运动爱好者的理想读物,既有较强的针对性和时效性,又有较强的趣味性和严密的科学性。

与天浮游、幕天席地是古人笃定的最为旷达的生活方式。“天地与我并生,万物与我为一”。处在现代化和都市化进程的人们,在繁缛的生活中向往着奔赴自然。户外运动成为了人们锻炼身体、适意生活、亲近自然、回归自我、愉悦身心的重要方式。而教材的编写和出版发行,必将更大地推动该项运动的科学开展及其理念的普及,推进其大众化、规范化、科学化、系统化。

最后,衷心希望本教材对户外运动及其教学发挥重要的作用,也希望本教材不断完备,臻于至善,为我国户外运动的科学发展做出积极的贡献。



国家体育总局登山运动管理中心主任
中国登山协会常务副主席

2009年9月

前言



2009年1月7日,国务院颁布《全民健身条例》,将远足、野营等户外运动项目纳入全民健身活动的范围;2011年2月15日,国务院颁发《全民健身计划(2011—2015年)》,将组织开展户外运动、群众登山等作为创新全民健身活动形式和内容的主要措施。两大文件的颁布,既确立了户外运动在全民健身事业中的重要地位,又明确了户外运动从业机构在全民健身事业中肩负的历史重任。

20世纪80年代至今,我国户外运动历经“引入—兴起—繁荣”三个阶段,时间虽然短暂,发展却十分迅猛。目前,我国户外运动市场发展呈现强劲势头,活动与赛事形式多样,服务与产品琳琅满目。有关研究表明,截至2010年,全国户外运动俱乐部、公司企业已近1 000家,户外运动产品销售额已突破60亿元,每年参加活动人次逾5 000万。21世纪以来,我国经济形势持续良好,城镇居民消费能力日益提高,户外运动消费逐渐从“高收入人群的时尚体验”转为“普通民众的普遍爱好和追求”。

随着从业机构数量的激增,户外运动经济行为也日益丰富。与此同时,我国户外运动俱乐部成长缓慢,户外运动市场也十分混乱。究其原因,业内人士有所共识——企业的管理经营、组织结构、人员素质、市场定位、服务产品质量、融资渠道等方面均存在一定问题,具体表现有:未经认证或注册的与认证或注册俱乐部并存;持证上岗与无证上岗并存;市场定价混乱;一锤子买卖屡见不鲜;假冒伪劣产品鱼目混珠;从业人员

及消费者法律意识淡薄。这些问题严重影响了经营主体的发展,同时也给户外运动产业的健康发展埋下了隐患。

笔者在“构建户外运动营销基础理论的研究”、“中国户外俱乐部现状及其发展模式研究”两项“中央高校基本科研业务费专项资金”的资助下,基本完成了全国户外运动从业机构的抽样调查和数据统计,并进行了深入分析和研究。结果表明:户外运动营销的内涵十分丰富,且具有明显特色。市场营销学的理论不能为户外运动营销行为提供全面、有针对性的指导,体育市场营销的理论架构也不能完全涵盖户外运动有形产品与无形服务的实践行为。比如,目前国内颇具实力的户外运动俱乐部大都采用“实体店+网站”的形式进行“器材装备+服务产品”的推销,简单表述就是,通过户外运动用品实体店和俱乐部网站进行产品与服务的一体销售,类似的特殊营销方式,在体育营销或一般市场营销几乎从未发现。户外运动在市场细分、目标市场选择与定位、营销调研与市场预测、营销策略等方面都显示出其不同于其他体育运动或一般商品的特殊性。由此,我们对户外运动营销基本理论进行探索研究,显得尤为必要。本书的编著,参考了大量市场营销、体育营销的教材、著作与学术论文。基础理论部分参考了市场营销的经典理论,实操性极强的方法部分则来源于各位编著者多年户外运动从业经历的经验概括。

本书包括理论和实践两方面,对户外运动营销的相关知识进行了系统梳理和深入分析。全书共分10章,第一章详细阐述了户外运动营销的相关概念;第二、三、四、五章介绍了户外运动市场的相关知识,包括户外运动市场的概述、户外运动市场细分、目标市场的选择与定位,以及户外运动市场的竞争策略;第六章以大量的案例,将理论和实践紧密结合,重点介绍了户外运动营销调查的相关知识;第七、八、九、十章则介绍了户外运动产品或服务的产品策略、促销策略、分销策略和价格策略。

该书重点突出,特点鲜明,典型案例针对性、实用性强,方便学生掌握。相信本书对从事高校户外运动及相关专业的教学及研究工作者、从事户外运动销售活动的经营者、户外运动行业部门的管理者具有参考及指导价值。

本书的主编著为刘华荣。全书由主编著负责设计、策划写作框架和编写思路,并在其主持下完成撰写。参加编著的人员有:刘华荣(中国地质大学(武汉))编写第一、三、六、七、八章;邹占(西南科技大学)编写第四、五、八章;周云(中国地质大学(武汉))、张生康(湖北警官学院)编写第七、九章;秦长胜(中国地质大学(武汉))编写第九、十章;刘良辉编写第二、四章。此外,中国地质大学(武汉)体育教育训练学硕士研究生胡玲、周文源主要负责本书典型案例的搜集。

本书的编著参考、借鉴了一些学者和专家的研究成果,得到了中国地质大学(武汉)科技处出版基金项目、中国地质大学(武汉)教务处、体育课部以及中央高校基本科研业务费专项资金项目的资助,在此一并表示感谢。

由于编著人员的水平有限,书中缺点和不足在所难免,希望专家与读者批评指正,以便今后不断修缮、充实、提高。

编著者
2013年6月

目 录

第一章 户外运动营销概述.....	(1)
第一节 户外运动概述.....	(1)
第二节 户外运动营销概述.....	(7)
第三节 户外运动营销学的研究内容与方法	(10)
第二章 户外运动市场概述	(16)
第一节 户外运动市场概述	(16)
第二节 我国户外运动市场的发展现状	(21)
第三节 国外户外运动市场的发展状况	(27)
第三章 户外运动消费者行为	(33)
第一节 户外运动消费者行为及其阶段特点	(33)
第二节 影响户外运动消费者行为的因素	(42)
第四章 户外运动市场细分、目标市场的选择与定位.....	(49)
第一节 户外运动市场细分	(49)
第二节 户外运动目标市场选择	(62)
第三节 户外运动目标市场定位	(71)
第五章 户外运动市场竞争策略	(82)
第一节 户外运动市场竞争分析	(82)
第二节 户外运动市场竞争策略	(89)
第三节 户外运动品牌竞争	(97)
第六章 户外运动营销调研.....	(111)
第一节 户外运动营销调研概述.....	(111)
第二节 户外运动营销调研的方法.....	(113)
第三节 户外营销调研的技术.....	(122)

第四节	户外营销调研的步骤·····	(130)
第五节	户外营销调研报告的范例·····	(131)
第六节	市场调研与预测细化执行和模板·····	(138)
第七章	户外运动产品策略·····	(163)
第一节	户外运动产品及其生命周期·····	(163)
第二节	户外运动新产品开发·····	(175)
第三节	户外运动产品的特征·····	(181)
第八章	户外运动促销策略·····	(194)
第一节	促销概述·····	(194)
第二节	广告·····	(195)
第三节	人员推销·····	(203)
第四节	销售促进·····	(206)
第五节	公共关系·····	(207)
第九章	户外运动产品分销策略·····	(218)
第一节	分销渠道的概述·····	(218)
第二节	中间商·····	(223)
第三节	户外运动分销渠道设计与管理·····	(227)
第四节	户外运动零售销售·····	(232)
第五节	户外运动经纪人·····	(235)
第十章	户外运动产品价格策略·····	(239)
第一节	户外运动产品定价的目标·····	(239)
第二节	影响户外运动产品定价的内外因素·····	(241)
第三节	户外运动产品定价的方法·····	(247)
第四节	户外运动产品定价策略·····	(249)
第五节	户外运动产品价格调整·····	(251)
参考文献	·····	(255)
编后寄语	·····	(258)

第一章

户外运动营销概述

【内容提要】 户外运动是一项在自然场地举行的一组集体项目群,户外运动产品(服务)是一种最能体现和适应体验经济时代的旅游活动,体验经济与户外运动的结合推动了户外运动营销学的产生与发展。户外运动市场营销学与市场营销学、体育市场营销学有着不可分割的渊源关系,前者的基本理论是建立在后两者的基础之上,依据户外运动项目特点、分类方法、研究内容等方面,建立起的一个市场营销学的新分支。本章主要讲解有关户外运动的产生与发展,以及户外运动营销学研究对象、研究内容和方法的问题。

【学习要求】 了解户外运动的产生与发展;掌握户外运动的定义和分类;掌握户外运动营销学的研究对象;了解户外运动营销学的产生与发展;熟悉户外运动营销学的研究内容和方法。

第一节 户外运动概述

一、户外运动的产生与发展

(一)户外运动的产生

户外运动的历史,最早可以追溯到 18 世纪的欧洲。在那以前人们很怕接近山区,总认为那是魔鬼一样的地方。直到 18 世纪,才开始有一些传教士为了传教,不得不穿越山区。随后,科学家开始走入山区,做一些自然生态的科学研究。除了这些人外,还有一些因工业革命所赐而形成的实业家和企业家等社会新阶层,这些人有了一定的资金后,开始追求体验式刺激,就把登山当成一种体验方式。在当时,首登(某座山头被人类第一次登顶)就成为所有登山者追求的目标,当那些在阿尔卑斯山区中,比较平缓而容易到达的山头都被首登过后,剩下的就是有着相当难度的大山了。当时的登山者,为了克服这些终年积雪的冰岩地形,进而研究出一整套技术和装备。只是当时无论技术上还是装备上都还相当简陋。

早期的户外运动其实是一种生存手段,采药、狩猎等活动无一不是人类为了生

存或发展而被迫进行的活动。在二战期间,为了适应战争的需要,英国特种部队开始利用自然屏障和绳网进行障碍训练,以配合登陆作战,提高野外作战能力和团队合作能力,这是人类第一次系统地把户外活动有目的地运用到实际中。二战中发生的多起海难,后来经过统计发现,在海难中能逃生的人群的年龄段分布在28~38岁之间最多。经过专家研究发现,在这一年龄群中的人员大多心理成熟,有各式各样的生活经历,有良好的身体素质和团队精神,而恰恰是这些因素能帮助他们逃生。二战后,随着战争的远离和经济的发展,户外活动开始走出军事和求生范畴,成为人类娱乐、休闲和提升生活质量的一种全新的生活方式。

(二)户外运动的发展

1. 户外运动在国外的的发展

现代户外运动的大众化发展,是伴随着西方社会经济的工业化和城市化进一步发展而产生的。人们为了逃避现代工业文明下繁忙的都市生活,开始将目光投向森林、山地、湖泊、水库、海滩等广阔的自然资源,逐渐利用这些自然资源进行体育活动,户外运动由于其活动的独特休闲性,而受到人们的普遍欢迎。自然环境、休闲、户外娱乐成为不可分割的一个整体。可以说,国外户外运动的兴起,与人们对环境的关注、社会的富裕、汽车的普及、美国人的拓荒传统以及渴望生活的丰富多彩等因素有关。

由于户外运动受到世界各国人民的普遍欢迎,各国政府也十分重视户外运动的开展,因此户外运动热潮在西方各国一直居高不下。到20世纪70年代,户外运动已逐步发展形成分类的体育项目。虽然户外运动许多分类项目的历史都很短,但是由于其非常受欢迎,而在短短几十年中迅速发展成为各个发达国家很普及的运动。比如,在欧美国家,野外露营已经成为上至老人下至孩子都十分喜爱的活动;户外探险运动在欧美和亚洲的日韩等国家非常普及。

2. 户外运动在国内的发展

(1)探索和学习阶段(20世纪50年代至90年代初)。户外运动在中国的发展最早是从登山探险运动开始的。随着世界登山探险运动的发展,人们渴望攀登比阿尔卑斯更高的山脉,中国的青藏高原成为他们更大更高的目标,我国为了顺应国际化发展形势,于1956年组建了第一支国家级登山队——中华全国总工会登山队。两年后,国家体委正式成立登山处,与国家登山队一并归入同年成立的中国登山协会。登山协会作为最早的国家登山运动组织,曾组织过多次在国内外有重大影响的高山探险活动。例如,1960年首次从北坡登上珠穆朗玛峰;1975年有9名运动员再次集体登上珠峰;1988年中、日、尼三国联合登山队实现在珠峰顶峰会师和南上北下、北上南下大跨越等。与此同时,其他一些欧美流行的户外运动,如攀岩、攀冰等项目也开始传入我国。由于这些项目大都有其特殊的场地和装备要求,

需要花费大量时间和经费,因此我国在起步上要落后很多,为以,登山协会开始着力扶持这些项目。1987年,中国登山协会派学员到日本学习攀岩运动的相关攀爬技术和运动规则。同年10月在北京市郊怀柔大水峪水库自然岩壁举办了第一届全国攀岩比赛。1990年怀柔国家登山队训练基地建立了国内第一座大型人工攀岩场并举办了大型比赛。在这一时期,国内的户外运动几乎局限于一些登山探险爱好者以及一些青年前卫推动者,户外运动的推广也更多地采用各种比赛以及探险活动的形式,开展的内容也非常有限。户外运动在这一时期基本上处于探索和学习阶段。

(2)兴起和推广阶段(20世纪90年代至2003年)。“我国大规模的民间户外运动始于1995—1996年,最初是一些比较前卫的大学效仿国外的大学相继组建了登山队,像北大山鹰社就是1989年成立的。随着这些学生的毕业和运动的扩延,户外运动逐渐传入了社会,成为一项时尚的都市运动。”中国登山协会前秘书长于良璞曾经这样描述中国户外运动的开始兴起。

1990年“昆明市登山探险协会”正式成立,这也是中国最早进行有偿服务的户外探险组织。北京的“三夫户外运动俱乐部”于1997年成立,它是目前北京最大的户外运动俱乐部之一,现有会员3000多人。从1998年开始,户外运动首先在北京、广州、昆明、上海等地悄然兴起,电视、杂志、报纸和互联网等媒体给予了强力的报道,使户外运动迅速成为一种社会时尚,这种时尚很快影响到国内其他大城市。户外运动在我国大规模开展也只有近10年的光景。中国真正意义上的户外探险最近几年才兴起。据有关统计资料,我国以登山、攀岩、野营、远足等为主体的社会性大众俱乐部截至2001年底已经发展到150多家,主要集中在北京、广州、深圳、成都、上海等经济发达地区和大中城市。而到2005年前后,仅北京市各种规模的户外运动俱乐部就达到100余家。另外,网络上各种各类的户外运动门户网站和论坛数量之多,增加速度之快,也为户外运动的开展提供了良好、快捷的传播平台,对于传播户外运动相关知识和信息、户外运动参与的组织和管理起到了有效的媒介作用。

(3)规范化发展阶段(2004年至今)。2005年4月,山地户外运动被设立为我国正式开展的体育项目,隶属于登山项目下属分项,其业务工作由国家体育总局登山运动管理中心管理。这标志着我国户外运动正式进入规范化发展的轨道。2004年,教育部设立了“大学生野外生存生活训练”课题,并于2004年7月至2006年7月在全国部分高校进行实验。从2007年7月开始,“野外生存生活训练”课程作为体育课的选修科目在全国各高校全面推广。教育部已在19个试点学校,进行过野外生存素质培训,目前“野外生存素质培训”开始成为许多学校的选修课或必修课。中国地质大学体育课部已经设立了户外运动专业,这是国内第一所开设户外