

 普通高等教育体育旅游类“十三五”精品教材系列

New Perspectives on the Development of Sports Tourism



体育旅游发展新论

主编◇曾博伟 张晓宇

非
外
借

中国旅游出版社

普通高等教育体育旅游类“十三五”精品教材系列

New Perspectives on the Development of Sports Tourism



体育旅游发展新论

主编◇曾博伟 张晓宇

中国旅游出版社

项目策划：段向民
责任编辑：李志忠 武 洋
责任印制：谢 雨
封面设计：何 杰

图书在版编目(CIP)数据

体育旅游发展新论 / 曾博伟, 张晓宇主编. -- 北京:
中国旅游出版社, 2018.12
普通高等教育体育旅游类“十三五”精品教材系列
ISBN 978-7-5032-6163-3

I. ①体… II. ①曾… ②张… III. ①体育—旅游业
发展—研究—高等学校—教材 IV. ①F592.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第272942号

书 名：体育旅游发展新论

作 者：曾博伟 张晓宇 主编

出版发行：中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲9号 邮编：100005)

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@mct.gov.cn

营销中心电话：010-85166503

排 版：北京旅教文化传播有限公司

经 销：全国各地新华书店

印 刷：北京明恒达印务有限公司

版 次：2018年12月第1版 2018年12月第1次印刷

开 本：787毫米×1092毫米 1/16

印 张：11.5

字 数：245千

定 价：39.80元

I S B N 978-7-5032-6163-3

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与营销中心联系调换

前 言

开创体育旅游产业的美好未来

体育产业是极具增长潜力的产业，旅游产业是蓬勃发展的朝阳产业。党中央、国务院高度重视体育旅游的发展。2009年，《国务院关于加快发展旅游业的意见》提出，大力推进旅游与文化、体育、农业、工业、林业、商业、水利、地质、海洋、环保、气象等相关产业和行业融合发展。2010年，《国务院办公厅关于加快发展体育产业的指导意见》要求，发挥体育产业的综合效应和拉动作用，推动体育产业与文化、旅游、电子信息等相关产业的复合经营，促进体育旅游、体育出版、体育媒介、体育广告、体育会展、体育影视等相关业态发展。2014年，《国务院关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》明确要求，发展健身休闲项目。大力支持发展健身跑、健步走、自行车、水上运动、登山攀岩、射击射箭、马术、航空、极限运动等群众喜闻乐见和有发展空间的项目。鼓励地方根据当地自然、人文资源发展特色体育产业，大力推广武术、龙舟、舞龙舞狮等传统体育项目，扶持少数民族传统体育项目发展，鼓励开发适合老年人的休闲运动项目。2014年，《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》指出，积极推动体育旅游，加强竞赛表演、健身休闲与旅游活动的融合发展，支持和引导有条件的体育运动场所面向游客开展体育旅游服务。2016年，《“十三五”旅游业发展规划》中也明确要求：促进旅游与体育融合发展。编制体育旅游发展纲要，建成一批具有影响力的体育旅游目的地，建设一批体育旅游示范基地，推出一批体育旅游精品赛事和精品线路。培育具有国际知名度和市场竞争力的体育旅游企业和品牌。引导和鼓励特色体育场馆、设施和基地向旅游者开放共享。支持有条件的地方举办有影响力的体育旅游活动。2016年10月，国务院办公厅出台《关于加快发展健身休闲产业的指导意见》，对健身休闲产业发展提出了指导思想和一系列工作部署，大力发展体育旅游产业成为其中的一大亮点。从宏观层面要求制定体育旅游发展纲要，实施体育旅游精品示范工程，编制国家体育旅游重点项目名录，发展一批体育旅游示范基地；从微观层面要求支持和引导有条件

的旅游景区拓展体育旅游项目，鼓励国内旅行社结合健身休闲项目和体育赛事活动设计开发旅游产品和路线。这为体育旅游下一阶段的发展指明了方向。

发展体育旅游产业，首先需要从不同的视角来理解体育旅游。总体来看，休闲是时间的视角，即工作之余闲暇时间的安排；旅游是空间的视角，即离开日常生活环境，前往异地，陶冶身心的一种行为；体育是活动方式的视角，即包含身体锻炼、游戏、竞争要素的身体运动。因此，从休闲的角度看，体育旅游是居民将一部分闲暇时间用于前往异地从事身体运动；从旅游的角度看，体育旅游主要是以身体运动为主要目的的一种旅游产品；从体育的角度看，体育旅游大体与时下热门的户外运动所包含的内容一致。可以说，不论从哪个视角看，体育旅游都是值得大力发展的一个产业。具体而言，有以下三个方面的问题值得引起体育业界和旅游业界的关注。

一、促进体育与旅游的共荣共兴

体育与旅游关系密切，体育与旅游的共荣共兴并非生拉硬扯，而是现实的需要。其一，体育、旅游都与民众的生活息息相关。如果说，过去“发展体育运动，增强人民体质”更多是国家号召的话，现在随着生活水平的提高，特别是民众对身体健康的重视，体育已经成为我国民众生活内容中的重要选项。更为重要的是，民众体育活动的方式也不再局限于广播体操、乒乓球、篮球、羽毛球等日常性体育活动，而是利用周末、大小长假、带薪休假的时间，越来越多地前往外地参加各类户外运动。同样，旅游也从过去的“奢侈品”变成了如今生活的“必需品”。目前中国城乡居民人均出游次数已经达到3次，2016年的国务院政府工作报告更是旗帜鲜明地提出了“迎接正在兴起的大众旅游时代”。按照马斯洛的需求层次理论，体育和旅游对应的主要是社会交往、尊重和自我实现等中高层次需要。这也就意味着，经济社会越发展，体育和旅游发展潜力越大。

其二，体育、旅游都是“扩内需、促消费”的重要领域。随着我国经济进入新常态，经济下行压力加大，扩内需、促消费的任务更为迫切。特别是在供给侧结构性改革的大背景下，去产能、去库存之后如何培育经济新动能和增长点，实现新旧动能的转换是各级党委政府经济工作中的头等大事。体育和旅游对应着新兴消费领域，具有广阔的发展前景。此外，体育和旅游都不同程度存在经济不景气时销量上升的“口红效应”。因此，在我国未来的经济增长中，二者的分量自然会不断加重。

其三，体育、旅游都是体验经济和幸福产业。随着城乡居民物质生活的充裕，我国经济已经总体告别了物质资料的短缺。在这样的背景下，更多的人将不再关注占有多少物质，而是关注在有限的生命中能有多少体验。体育和旅游都是丰富体验的重要途径，因此必将在体验经济中占据重要位置。此外，2016年李克强总理在夏季达沃斯论坛中，明确把旅游、文化、体育、健康、养老定位为五大幸福产业。未来随着小康社会建设进程的加快，旅游和体育也无疑会迎来更大的发展机遇。这样，面向未来，促进体育和旅游两大产业的发展都有非常重要的意义。

二、推进体育与旅游的互补互促

体育和旅游具有很好的互补性，二者之间的融合发展具有天然的优势。其一，从发展角度看，体育是旅游业最值得充分利用的资源，旅游则是体育业最好的市场渠道。当前，我国旅游业正在从以观光旅游为主向以度假旅游为主的发展模式转变。在这个过程中，如何利用不同的资源打造具有吸引力的旅游产品，是旅游业界极其关注的问题。体育实际上为度假旅游提供了重要的内容支撑。比如海洋旅游，如果仅仅是观光，很难有吸引力，而仅仅是相对静态地躺在海边晒太阳，内容也颇为单调，但如果依托大海，开展帆板、冲浪、游艇、垂钓、沙滩排球、潜水等体育活动，体验感将会很丰富。对体育而言，非常重要的是要扩大运动项目的覆盖面，特别是要将过去主要由专业运动员从事的竞技类体育活动拓展为广大人民群众参与的活动，而旅游则为各类体育活动的普及提供了重要平台。

其二，从发展历程看，过去我国发展体育更多和中华民族的崛起与复兴连接在一起，这样体育关注的重点自然就是竞技体育，就是在奥运会等国际重大赛事中多拿金牌。随着中国已然成为竞技体育大国以及国民心态的变化，发展体育的重心必然会转移到关注民众的身体健康上来。正因为如此，如何通过政府和市场的力量，扩大体育的规模和领域，促进体育产业的发展自然也就成了政府和民众关心的问题。对旅游而言，从改革开放之初，就把工作的重心放到了扩大旅游市场，发展旅游经济上。经过40年的发展，中国旅游业已经具备相当的规模，据国家统计局的测算，2016年，旅游产业增加值已经占到GDP比重的4.44%。目前旅游业已经成为国民经济的重要产业，并正在向国民经济的战略性支柱产业迈进。体育和旅游的不同发展历程，使得二者之间有巨大的借鉴和合作空间。

其三，从发展属性看，体育和旅游都具有产业属性和事业属性两方面的特质。相较而言，体育的事业属性发育更好，但产业属性比较弱；而旅游的产业属性强，事业属性弱。未来体育和旅游都同时面临着促进产业和事业协调发展的问题。这就要求体育界和旅游界在战略层面开展更多合作，以促进二者的共同发展。

三、实现体育与旅游的联动联合

体育和旅游都是国家层面关注的热点，近年来国家体育部门和国家旅游部门采取了一系列措施来推动体育旅游的加快发展。2016年，国家体育总局和原国家旅游局签署了《关于推进体育旅游融合发展的合作协议》；同时两个部门还共同发布了《关于大力发展体育旅游的指导意见》，就引领健身休闲旅游发展、培育赛事活动旅游市场、培育体育旅游市场主体、提升体育旅游装备制造水平、加强体育旅游公共服务设施建设等方面工作做了全面部署，并且提出“到2020年，在全国建成100个具有重要影响力的体育旅游目的地，建成100家国家级体育旅游示范基地，推出100项体育旅游精品赛

事，打造100条体育旅游精品线路，培育100家具有较高知名度和市场竞争力的体育旅游企业与知名品牌，体育旅游总人数达到10亿人次，占旅游总人数的15%，体育旅游总消费规模突破1万亿元”。这为体育旅游的发展指明了方向。2017年7月国家体育总局和原国家旅游局又共同发布《“一带一路”体育旅游发展行动方案》，提出“加大体育旅游宣传力度、培育体育旅游重点项目、加强体育旅游设施建设、促进体育旅游装备制造、推动体育旅游典型示范、发展体育旅游目的地、打造体育旅游合作平台、强化体育旅游智力支撑”八大行动以及配套的20项任务。除此之外，两个部门还在2017年和2018年分别在江苏无锡和海南海口共同举办了两届全国体育旅游大会，极大地推动了体育旅游的快速发展。

此外，全国许多地方也在探索体育旅游发展方面做了很多有益的尝试。上海、浙江、安徽、广东等省(市)已经推出了促进体育旅游发展的政策文件和工作举措。像浙江的富阳、安徽的黄山、深圳的大鹏新区等地，体育旅游产业已经成为当地经济发展的重要组成部分，并展现出良好的发展前景。

未来，旅游和体育部门有必要顺势而为、乘势而上，加强联合，通过共同引导建设不同类型的体育旅游示范基地，来培育和激发巨大的市场潜力；通过共同制定和推广标准等方式，来规范体育旅游的发展和提升体育旅游的服务水平；通过共同推动重点领域的体育旅游发展，迅速提高体育旅游在体育产业和旅游产业中所占的份额；通过共同调动社会资本的投入，来增强体育旅游产业发展的后劲。我们有理由相信，只要体育和旅游各个方面的力量团结起来，就一定能够开创体育旅游产业的美好未来！

目 录

第一章 体育旅游概述	1
第一节 发展背景	1
第二节 发展历程	3
第三节 体育与旅游的相关概念	8
第四节 体育旅游的定义	10
第二章 体育旅游者特征	13
第三章 体育旅游产品类型	19
第一节 体育旅游的分类	19
第二节 体育旅游的类型	21
第三节 运动休闲旅游的分类	26
第四章 体育旅游目的地建设	103
第一节 体育旅游城市	103
第二节 体育旅游小镇	120
第三节 特色体育旅游聚集区	137
第五章 体育旅游运营	146
第一节 体育旅游赛事运作企业	146

第二节	户外运动经营企业·····	150
第三节	体育旅行社·····	152
第四节	体育旅游俱乐部·····	154
第六章	体育旅游标准化建设 ·····	157
第一节	体育产业标准化·····	157
第二节	旅游产业标准化·····	158
第三节	户外体育旅游标准化·····	159
第四节	我国出台的体育旅游标准·····	160
第七章	体育旅游的政策和法规 ·····	162
第一节	体育旅游的整体政策法规·····	162
第二节	专项体育旅游政策法规·····	166
	参考文献 ·····	172
	后 记 ·····	176

第一章

体育旅游概述

第一节 发展背景

一、经济发展背景

改革开放前，我国经济发展速度相对较慢，人们的温饱问题还难以解决，包括体育旅游在内的旅游业还是一块待开垦的“处女地”。自 1978 年改革开放至今，我国的经济已经持续高速增长四十年，特别是进入 21 世纪以后，我国的经济总量不断上升，迅速成长为全球第二大经济体。伴随经济的快速发展，我国城乡居民人均收入稳步提升，生活水平极大改善，旅游也因此从“旧时王谢堂前燕”开始“飞入寻常百姓家”。2016 年，旅游产业增加值占到 GDP 比重的 4.44%。旅游业已经成为国民经济的战略性支柱产业。同时，随着中国经济发展进入新常态，经济下行压力加大，扩内需、促消费的任务更为迫切，体育和旅游作为“扩内需、促消费”的重要领域，二者之间的融合不断深入，体育旅游也因此展现出广阔的市场前景，并逐渐成为人们外出旅游的一种新选择。

二、社会发展背景

随着人们生活水平的提高，特别是民众对身体健康的重视，体育运动已经成为我国民众生活内容中的重要选项。更为重要的是，民众体育活动的方式也不再局限于广播体操、乒乓球、篮球、羽毛球等日常性体育活动，而是越来越多地利用周末、大小长假、带薪休假的时间，外出参观重要体育比赛，以及参加各类户外运动。同样，旅游也从过去的“奢侈品”变成了如今生活的“必需品”。目前我国职工平均年法定休息日为 125 天（其中法定节假日 11 天，周休日 104 天，职工带薪年休假平均 10 天），已超过全年

时间的 1/3，闲暇时间的大幅增加，为人们体育健康休闲活动提供了时间的保障。2017 年，中国城乡居民年人均出游已经接近 4 次，旅游业的发展方兴未艾。2016 年的国务院政府工作报告更是旗帜鲜明地提出了“迎接正在兴起的大众旅游时代”。2017 年，李克强总理又提出要培育旅游、文化、体育、健康、养老五大幸福产业。再加上现代科技的发展，让人们能够更便捷的得知全球各种资讯，极大地刺激了人们的消费意识。这些社会发展条件都进一步催生了体育旅游的发展。

三、产业发展背景

(一) 旅游业发展简况

从市场潜力看，目前旅游业的发展正进入“黄金时代”。过去 60 年，世界旅游业收入年均增长率达 6.9%，每隔十年左右就会翻番。2016 年国际游客数量达到 13.22 亿人次，预计 2025 年，会达到 18 亿人次。在中国，2017 年国内旅游人数超过 50 亿人次，增长 12.8%，中国国内旅游市场居世界第一，改革开放以来增长了 20 倍；入境游客 1.39 亿人次，改革开放以来增长 70 多倍；出境旅游 1.3 亿人次，是世界第一大旅游客源国；旅游总收入 5.4 万亿元，旅游业对 GDP 的综合贡献率达到 11.04%；旅游直接间接就业 7990 万人。

从政府的支持力度来看，我国的旅游业发展宏观环境不断优化，国务院于 2001 年发布《关于进一步加快旅游业发展的通知》强化 21 世纪旅游发展之路。最近几年国务院又相继发布了《关于加快发展旅游业的意见》《国民旅游休闲纲要（2013—2020 年）》《关于促进旅游业改革发展的若干意见》等文件，2013 年《中华人民共和国旅游法》正式出台，这都进一步促进了我国旅游业的健康发展。目前，我国几乎所有的省区市都把旅游业作为战略性支柱产业加以重点培育；85% 以上的城市、80% 以上的区县将旅游业定位为支柱产业。可以说，我国旅游业迎来了前所未有的发展机遇。

(二) 体育产业发展简况

总体而言，体育产业市场化的发展要晚于旅游业。随着人们健康运动意识的加强，体育产业开始逐步发展。近几年随着国家政策的密集出台，体育产业进入高速发展期。2010 年 3 月，发布《关于加快发展体育产业的指导意见》（国办发〔2010〕22 号）；2011 年 2 月，发布《全民健身计划（2011—2015 年）》；2014 年 10 月，发布《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》（国发〔2014〕46 号）；2016 年 10 月，发布《健身休闲产业的指导意见》（国办发〔2016〕77 号）。这些政策的出台，为我国体育产业的健康可持续发展起到了很好的引导作用。

据 2013 年第六次全国体育场地普查数据显示，全国体育场地数达到 169.46 万个。到 2014 年年底，全国经常参加体育锻炼的人数比例达到 33.9%，比 2007 年提高了 5.7 个百分点。社会体育指导员已超过 170 万人，职业社会体育指导员达到 12 万人。2016

年,中国体育产业总规模达到 1.9 万亿元,体育产业增加值占同期 GDP 的比重是 0.9%。

在政府相关政策的引导下,我国居民健康运动意识开始觉醒,越来越多的人投入到体育运动中,体育产业得到了前所未有的发展机遇。

(三) 体育和旅游融合发展

体育和旅游都是综合性很强、产业边界很广的产业,二者的融合有很强的产业基础和市场基础。

2016 年,原国家旅游局、国家体育总局联合发布《关于大力发展体育旅游的指导意见》,文件强调要大力发展体育旅游,强调要丰富旅游产品体系、拓展旅游消费空间、推动全民健身和全民健康深度融合、推动体育产业提质增效及培育经济发展新动能、拓展经济发展新空间。2017 年,国家体育总局和原国家旅游局发布《“一带一路”体育旅游发展行动方案(2017—2020 年)》,这使得“体育+旅游”的模式在政府层面的合作基础更加牢固。为了进一步推动体育旅游的发展,2017 年 5 月,国家体育总局发布的《关于推动运动休闲特色小镇建设工作的通知》,明确指出“到 2020 年,在全国扶持建设一批体育特征鲜明、文化气息浓厚、产业集聚融合、生态环境良好、惠及人民健康的运动休闲特色小镇”。日前,我国已经在全国范围内(除港澳台)初步选定了 96 个体育小镇示范性试点,以推动我国的体育旅游小镇的建设与发展。

第二节 发展历程

体育旅游与人类旅游活动的产生、发展相伴相随,从人们的旅游动机中可以直接地看到这一点。人们的旅游动机主要有五种类型:身体方面动机、文化方面动机、人际(社会交往)方面动机、地位和声望方面动机、购物方面动机。而这其中,身体方面的动机是人们外出旅游的主要动机之一,即人们以度假休闲、强身健体、康复医疗为动机而外出旅游。

一、国外体育旅游发展历程

(一) 早期体育旅游的发展

体育旅游最早的文献记录可以追溯到公元前 776 年的奥林匹克运动会。从公元前 776 年至公元 393 年,在古希腊曾举办过 292 届古代奥林匹克运动会,历届奥林匹克运动会均可吸引 4 万多名来自希腊各地的观众^①。人们在同一时间通过陆路、海路等不同的

^① Van Dalen D B, Bennett B L. A world history of physical education: cultural, philosophical, comparative [J]. A World History of Physical Education Cultural Philosophical Comparative, 1953, 3 (1): 72-74.

交通方式前往同一目的地。运动会期间几乎所有人都没有其他任何安排^①。

当时运动会中的旅游行为，被作为一种政治工具加以强调、利用。体育旅游被认为有助于加强不同种族、不同文化间的紧密联系，因此古代运动会的主要目的就是强化人们的文化融合观念。

16世纪开始，交通运输的快速发展使得人们的旅行变得容易，因此人们参加体育旅游的机会也大大增加。从16世纪开始至19世纪期间的“欧洲皇室旅游”促进并加速了欧洲各地社会财富在不同目的地之间的流动。而“大旅行”（也译为欧洲皇室旅游）对体育旅游产生了实际、广泛的影响。欧洲皇室旅游是早期旅游业的典型代表，它设计了专门的旅游线路，带动了旅游设施的发展，是早期体育旅游的雏形。尽管“大旅行”主要针对上层阶级，但它毕竟为大众旅游的发展奠定了基础，并推动着大众旅游的不断发展。与此同时，欧洲皇室旅游不仅开创了阿尔卑斯旅游的先河，也对体育旅游的发展产生了重大意义。

随着旅游业在欧洲的不断发展，一些特色的赛事（如格斗比赛和赛车）在欧洲逐渐兴起。同时，还出现了一种新的时尚旅游运动——水浴。欧洲的一些城镇因其水浴设施完备而逐渐成为旅游胜地，如比利时的斯帕（SPA）小镇、德国的Baden-Baden、以色列的Tiberias和英国的Bath等^②。

（二）工业革命时期体育旅游的发展

19世纪以前，交通工具和道路等交通设施都相对落后，而且交通成本十分昂贵，落后的交通运输制约了19世纪以前体育旅游的发展。

Vamplew指出，铁路的发展“是英国体育发展的革命”，它使体育竞技者能够参加全国性的比赛，同时扩展了体育馆中的可达范围^③。

铁路的发展是工业革命的产物，而体育旅游是伴随着城市化进程的不断加速以及人们对体育旅游需求的增加而不断发展起来的，有关城市工业化发展对体育旅游活动影响的认识逐渐出现了两大趋势：一是体育的发展要求参与者自己前往目的地；二是体育活动的发展能带来旅游观光者。

对于体育旅游参赛者来说，一种是为了参加体育比赛而旅行；另一种是为了使用运动设施或资源，而这些设施或资源是参与者所在地没有的，因此他们慕名前往目的地。

随着体育赛事商业化和职业化的不断发展，数量可观的观众也日益成为其发展的重要因素。1860—1913年，实际工资增长率高达91%。由于人们可自由支配的收入在历史上第一次大规模地增加，加上休闲时间的增多以及铁路的发展所带来的旅行便利，使体育观众人数迅速增长。铁路的发展使得体育赛事迅速加入到滨海旅游的行列，并成为

① Finley M I, Pleket H W. The Olympic games: the first thousand years [M]. New York: Viking Press, 1976.

② Kurtzman J, Zauhar J. Sport Tourism, by Joy Standeven and Paul DeKnop. Human Kinetics Europe [J]. International Journal of Tourism Research, 2002, 4 (4): 356.

③ Vamplew W. Pay up and play the game [M]. Cambridge: Cambridge University Press, 1988.

工薪阶层休闲生活的一部分。出游能力的增强不仅使人们可以前往目的地支持他们的球队，也丰富了旅游本身的经历。

（三）20 世纪体育旅游的发展

体育旅游具有的经济、社会文化作用已受到世界范围内的认可，得到了国际上的广泛重视。在 20 世纪初，“带薪假期”运动和“带薪假期法案”的颁布，使每一个工人都可以享受到带薪年假的待遇，因此大多数工薪阶层都有机会享受体面的假期。20 世纪后半叶，随着国际旅游业的迅猛发展，体育旅游得以快速发展。工作日的不断减少，使人们可用于休闲度假的时间明显增多，加上可支配收入的增加以及交通运输条件的不断改善（尤其是汽车和飞机的使用），使普通大众不仅可以大规模地出游观看比赛，而且可以跨地区地参加比赛。

因此，对旅游者来说，参与体育活动的旅游方式显得愈加重要。越来越多的旅游目的地把体育赛事和体育活动纳入旅游产品体系以丰富和充实旅游产品，体育旅游项目日渐丰富并趋向多元化，如帆船、冲浪、攀岩、漂流、探险、高尔夫和网球等。

国际旅游的发展也带来了各种体育旅游形式的繁荣，例如，国际经济体育活动的增加必然会刺激运动员和观众人数的增加，冬季体育运动的发展和多种形式的体育假期的产生都会吸引人们前往独具特色的目的地参与比赛或观赛。20 世纪末，许多国家的政府都开始意识到某种体育的形式，特别是大型体育赛事可以吸引游客、繁荣经济，于是开始积极申办大型国家体育赛事。很多城市通过刺激体育的发展而带动旅游和经济的发展，从而使经济和环境都得到改善。另外，旅游与体育部门的合作也更加紧密。1999 年世界旅游组织（UNWTO）和国际奥委会（IOC）开始在体育方面与旅游方面进行合作；2004 年的第 25 个世界旅游日的主题就被定为“体育与旅游”。

综上所述，国外体育旅游得到迅速发展主要原因有：首先，铁路的发展带来旅行便利；其次，工业化的发展，使人们可自由支配收入大幅度提高，且闲暇时间的增加也使得一些商业化和职业化的体育赛事拥有数量可观的观众；最后，拥有特殊旅游资源和设施的旅游目的地吸引了大批旅游者，如从 1890 年起，阿尔卑斯山滑雪逐渐成为探险旅游者最喜爱的活动之一，而其他有影响力的体育旅游活动有登山、徒步远行、观看国际曲棍球比赛以及足球联赛等。

二、国内体育旅游发展历程

（一）体育旅游的萌芽阶段（1985 年以前）

在原始社会，人们为了求生而进行狩猎活动。到阶级社会后，狩猎活动演变成为贵族阶层的一种享乐和健身活动，其内容不断丰富，形成了具有中国特色的狩猎文化。到近代，体育旅游也仅仅在某些阶层或个人身上表现得比较突出。

无论是原始社会人们的求生需求,还是阶级社会贵族阶层的享乐活动需求,都不能算是真正意义上的体育旅游。

早期中国人还没有明确的体育旅游意识,其活动带有一定的自发性或阶级性;鉴于当时的社会经济水平、人们收入水平以及交通设施等条件的限制,体育旅游还没有形成一定的市场规模。所以说早期的这些活动与现代意义上的体育旅游还存在着相当大的差距,因此我国体育旅游业的兴起和发展都滞后于西方国家。

1984年,西藏自治区体育运动委员为了满足国外登山爱好者登珠穆朗玛峰的需求,成立了我国第一家体育旅游专业公司——西藏国际体育旅游公司,该公司标志着我国体育旅游产业步入了起步阶段,也为我国体育旅游开创了先河。

(二) 体育旅游的探索起步阶段(1985—1994年)

我国现代意义上的体育旅游业始于20世纪80年代中后期。1986年,国家体育运动委员会(1998年3月改组为国家体育总局)组建了全国体育旅游管理机构——中国国际体育旅游公司,统筹兼顾全国体育旅游管理,并促进了体育旅游的快速发展。一些体育旅游公司(社)相继成立,如贵州省国际体育旅游公司、湖南省体育旅行社、甘肃国际体育旅行社、广东省国际体育旅游公司等,但当时这些体育旅游公司(社)主要经营普通旅游项目,所以体育旅游活动项目非常少。

20世纪90年代以来,随着我国经济快速发展、改革开放步伐加快、人民生活水平日益提高,及国务院颁布新的休假条例,使得国内掀起旅游热潮。由于体育旅游具有刺激、娱乐等独特魅力,所以受到人们的欢迎,一些体育旅游项目如登山、滑雪、漂流、沙漠探险等开始在我国兴起。我国各地也因地制宜,开发了各种体育旅游产品,较著名的有青藏高原登山、黄河漂流、东北滑雪、湖北赛龙舟、郑州少林武术、内蒙古那达慕大会等。

(三) 体育旅游的稳步发展阶段(1995—2008年)

1995年,国家体育运动委员会张发强副主任做了《关于体育旅游业的几个问题》的报告,这也是国内首次把体育旅游作为一个产业提出,因此吹响了体育旅游业大发展的号角。该报告深刻地阐述了体育和旅游、体育旅游与健身的关系等问题^①。2000年悉尼奥运会时,国内旅游行业也提出了“体育旅游”的概念,并组织1114名国内游客分批赴悉尼感受奥运会的魅力,这也是我国第一次大规模民间组织的奥运会观摩活动。

2001年,原国家旅游局开展了主题为“中国体育健身游”的活动,同时推出60项具有地方特色的大型体育健身旅游活动和11大类80个专项体育健身旅游产品和服务,并推动构建以“两湖”(“环太湖体育圈”和“北京龙潭湖体育主题公园”)基地体育健身设施和活动建设为主的20个全民健身景观。2005年,国家体育总局公布了在全国建

^① 张发强.关于体育旅游业的几个问题[R].1995.

设以“环青海湖民族体育圈”为代表的16个“体育圈”项目。2008年我国开展了“中国奥运旅游年”的活动。随着体育旅游产品多样化,体育旅游消费大众化,体育旅游经营产业化,体育旅游经济高效化,与世界接轨的、可持续发展的良好局面开始形成,我国体育旅游业也因此进入一个崭新的阶段。

(四) 体育旅游的快速发展阶段(2009年至今)

2009年12月1日,国务院下发《国务院关于加快发展旅游业的意见》(国发〔2009〕41号),其中多处指出与体育产业融合发展的措施。此时,上至国务院下至各省(市、自治区)政府都纷纷出台推进体育旅游发展的相关措施或方法。

2009年12月10日,国家体育总局、原国家旅游局联合发出的《促进中国体育旅游发展倡议书》指出:“旅游部门和体育部门科学谋划,努力实践,创新体育旅游产业融合发展体制机制,积极探索促进发展的工作方式和方法,研究相关政策措施,引导体育旅游产业健康发展”;国家体育总局也把体育旅游列入了《体育产业“十二五”规划》,明确指出“大力发展体育旅游业,创建一批体育旅游示范区,鼓励各地建设体育旅游精品项目”。在这些政策、措施的促进下,我国的体育旅游业取得了长足发展,主要表现在以下三个方面:

第一,各地方体育旅行社、体育俱乐部等体育旅游从业机构逐渐增多。随着旅游产业的繁荣,我国的体育旅游也得到了迅猛发展,呈现出崭新的面貌,产生了一批体育旅游从业机构。

第二,体育旅游产业带来的经济效益和社会效益已初见端倪。

第三,已初步形成体育赛事、冰雪运动、水上运动、民族民俗项目等相结合的、多样化的体育旅游产品体系。随着人们的旅游消费由单纯的观光向休闲、度假、体验、参与的全面推进,一些旅游目的地更加重视体育旅游产品的开发,期望通过优化旅游产品结构,吸引游客,延长旅游地的生命周期。

三、体育旅游的发展趋势

(一) 体育旅游活动普及化

随着新一代年轻消费群体的崛起,体育旅游将成为重要的消费领域。大量过去只有专业运动员才能参与的项目,开始有了普通消费群体的参与。比如像过去的贵族运动——网球和高尔夫球,也受到越来越多普通群众的喜爱。其他体育运动旅游项目同样受到广大群众的喜爱,据统计,在美国,有一半的人会参加徒步、露营、钓鱼、自行车、慢跑等各类户外运动,按照美国的标准,我国的体育旅游活动普及化还有很长的路要走。

(二) 体育旅游市场细分化

随着人们的技能越来越专业化,人们对体育运动的细分化要求越来越明显。以奥运

会为例，在举办第一届夏季运动会时，仅有9个运动大项，而随着时代的发展，现今的夏季奥运会已经有接近30个大项，300多个小项。受夏季奥运会比赛季节的限制，人们在1924年又开始举办冬季奥运会，现在的冬季奥运项目近20大项。如果再加上大量非奥运体育项目，以及大量的民族体育运动项目，体育活动的玩法至少上百种甚至更多。未来基于互联网和俱乐部等平台 and 载体，体育旅游的市场将被进一步细分。

（三）体育旅游引导规范化

为了体育旅游更好更健康地可持续发展，旅游主管部门与体育主管部门制定“体育旅游示范基地标准”等一系列相关标准，以便更好地引导和规范体育旅游市场的发展。未来，通过标准化的方式引导体育旅游发展，将成为政府部门推动体育旅游发展的重要手段。

（四）体育旅游发展国际化

随着入境游、出境游旅游人数的增加和体育全球化程度的不断加深，国际体育旅游者也越来越多。在“互联网+”的全面介入下，赛事的载体、主体、媒体都发生了深刻变革。对于体育旅游爱好者来说，能够到现场观看或者参与其中，是一件非常荣幸的事情。如2016年巴西里约热内卢奥运会的召开，吸引了很多国内的体育爱好者到赛场参观比赛，中国女排在里约奥运会的决赛吸引了很多中国球迷到现场观看比赛，马拉卡纳齐诺体育馆成为红色的海洋，在中国球迷的现场加油助威声中，中国女排最终夺得冠军。再如，世界六大马拉松赛事经常是一票难求，很多的中国路跑爱好者会积极报名参加国际六大马拉松赛事，形成了全球追赛的景观。与此同时，也有越来越多的外国游客参与到中国的体育旅游活动中。

（五）体育旅游工作协同化

随着国家政策的出台，体育部门和旅游部门的合作正在不断深化，体育、旅游部门与其他部门的联动也将不断增加。伴随着政府、社会和企业力量的凝聚，彼此都在发挥着各自的优势，以促进体育旅游的快速发展，这也意味着体育旅游发展的合力在不断增强。

第三节 体育与旅游的相关概念

一、体育的概念

体育是一种社会文化现象，是社会文化的组成部分，是人类发展进程中根据生产和