

旅游体育学

L
V
Y
O
U
T
I
Y
U
X
U
E

蒋伟 钱建龙 凌响超
● 编著



漓江出版社

旅游体育学

蒋 伟 钱建龙 凌响超

编 著

漓江出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游体育学/蒋伟等编著. —桂林:漓江出版社, 2007. 8

ISBN 978-7-5407-3982-9

I. 旅… II. 蒋 III. 旅游—体育活动—研究 IV. G895

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第138183号

旅游体育学

作 者 蒋 伟 钱建龙 凌响超

责任编辑 廖玉桦 张 武

美术编辑 方如意

责任校对 甘智洪 秦 灵

责任监印 黎福芝 杨 东

出 版 人 李元君

出版发行 漓江出版社

社 址 广西桂林市安新南区356号

邮 编 541002

发行电话 0773-3896171 010-85893190

传 真 0773-3896172 010-85800274

邮购热线 0773-3896171

电子信箱 ljcbbs@public.glptt.gx.cn

<http://www.Lijiang-pub.com>

印 制 桂林矿产地质研究院印刷厂

开 本 787×1092 1/16

印 张 18.5

字 数 400千字

版 次 2007年9月第1版

印 次 2007年9月第1版第1次印刷

书 号 ISBN978-7-5407-3982-9

定 价 30.0元

漓江版图书:版权所有,侵权必究

漓江版图书:如有印装质量问题,可随时与工厂调换

编委会名单

主 编：蒋 伟 钱建龙 凌响超

副主编：夏君玫 蒋 泰 赵望娣

前言

随着国家经济水平的增长,人们的物质文明和精神文明也在不断提高,闲暇时间也逐渐增多,据报道,我国职工一年法定休息日为114天,我国城市居民终身的时间分配方式是,正规学习时间约为全部生命的7%,工作时间仅占人的一生中的10%,闲暇时间占人的一生中的30%以上。同时,脑力劳动不断增加,体力劳动不断减少,人类逐渐由运动状态的体力劳动者向安静状态的脑力劳动者转化,由此,旅游、体育也成为新时代的两个热门话题,这是本书孕育产生的原因之一;大众的旅游和健身的实践需求已相当活跃,然而这方面的理论的指导相对滞后,这种状况不利于旅游和体育的良性结合和持久发展,这是本书孕育产生的原因之二;国家的发展和大众的旅游、健身的迫切需求,旅游、体育也将会成为现代人高品质生活的重要组成部分,这是本书孕育产生的原因之三;我国旅游院校和体育院校目前还没有一本专门的旅游体育教材和著作,这是本书孕育产生的原因之四;最后是2008年即将在北京举办奥运会的春风催生了本书——《旅游体育学》的产生。

从现有文献资料来看,关于旅游体育的书籍几乎没有,即使有,也只是片面的、零碎的在某一领域,从某一视角研究旅游或体育,目前还没有旅游体育的专著面世,因此本书可以说是填补了旅游体育专门研究的空白。本书有如下4个特点:一是创新性。本学科是第一次被提出,并且书中所引用的内容和文献资料都是国内外的最新研究成果。二是综合性。书中既论述了旅游学的相关理论知识,也涵盖了体育学的相关内容,将两种既相同又相异的学科知识有机地结合在一起,使两种学科互相补充,相得益彰。三是理论性。全书共分7章,每章都可自成体系,又是全书的有机组成部分,从而形成较完整的系统结构和理论体系。四是实用性。书中介绍的一些简便易行的旅游体育项目,既带有旅游特色又具有体育的内涵,操作性强,均适合在旅游活动中广泛开展。

本书是由几位刻苦勤奋的中青年学者在三年时间内完成的。具体分工如下:第一章,钱建龙(江汉大学);第二章,赵望娣(江汉大学);第三章,钱建龙(江汉大学);第四章,凌响超(桂林旅游高等专科学校);第五章,夏君玫(中南大学);第六章,凌响超(桂林旅游高等专科学校);第七章,蒋伟(桂林旅游高等专科学校)。蒋泰(桂林电子科技大学)协助进行资料收集整理,赵望娣同志对书中的大部分文献进行了检索和收集,全书由钱建龙同志审稿和统稿,最后由蒋伟同志修改和定稿。

本书适应的读者面广泛,既是一部专著,也是一本教材,既可作为旅游专业学生和体育专业学生的必修课教材,也可作为相关专业学者的参考资料,还可作为广大社会读者有益的读物。由于才学疏浅,且编著时间仓促,难免会出现疏漏,敬请读者批评指正。书中参阅了大量的文献资料,但并没有全部列出,对此,我们对参考文献的作者表示深深的谢意!

编著者

2007年5月

目 录

前言

第一章 旅游体育绪论

第一节 旅游体育的产生背景	(1)
一、当今社会休闲活动的特点	(1)
二、休闲的精神文化本质及发展趋势	(2)
三、旅游与体育有机结合的社会文化背景	(2)
第二节 旅游体育的概念	(4)
一、什么是旅游体育	(4)
二、旅游体育的内涵	(5)
第三节 旅游体育的类别和特点	(6)
一、旅游体育的类别	(6)
二、旅游体育的特点	(8)
第四节 旅游体育的多元意义	(10)
一、旅游体育的经济效应	(10)
二、旅游体育的社会文化效应	(13)
三、旅游体育的环境效应	(15)

第二章 旅游体育的身体健康功效

第一节 影响身体健康的因素	(17)
一、先天因素的影响	(17)
二、后天因素的影响	(19)
第二节 旅游体育对体质健康的一般功效	(20)
一、旅游体育对运动系统的影响	(20)
二、旅游体育对心血管系统的影响	(22)
三、旅游体育对血液成分的影响	(24)
四、旅游体育对呼吸系统的影响	(25)
五、旅游体育对神经系统的影响	(26)
第三节 旅游体育对体质健康的独特功效	(28)
一、旅游体育娱乐健身之功效	(28)
二、旅游体育生态健身之功效	(29)
三、旅游体育健康长寿之功效	(37)
四、旅游体育综合性功效	(38)
第四节 不良的生活方式和旅游体育	(39)
一、不良的生活方式	(39)
二、旅游体育与健康的生活方式	(40)

第三章 旅游体育的心理健康功效

第一节 旅游体育活动的一般心理健康功效	(43)
---------------------	------

一、影响心理健康的因素	(43)
二、旅游体育活动与情绪	(44)
三、旅游体育活动的心理健康效应	(48)
第二节 旅游体育活动的心理健康功效的原因和机制	(57)
一、旅游体育活动促进心理健康的原因	(57)
二、旅游体育活动产生心理效益的机制	(57)
第三节 影响良好心理效应的旅游体育活动因素	(58)
一、旅游体育活动的类型	(58)
二、旅游体育活动的强度	(59)
三、旅游体育活动的持续时间	(59)
四、旅游体育活动的频率	(59)
五、获得旅游体育活动良好心理功效的方法	(60)
第四节 旅游体育活动的独特的心理功效	(61)
一、旅游的心理健康功效	(61)
二、愉悦情绪,开发潜能	(62)
三、增长知识,开阔眼界	(63)
四、培养思维,使人聪慧	(63)
五、培养意志品质	(63)
六、旅游体育可解压	(64)
第五节 旅游体育与心身疾病	(65)
一、身体疾病引起心理的障碍	(65)
二、心身疾病与社会心理因素	(65)
三、从心理因素的影响认识心身疾病	(67)
四、旅游体育活动对心身疾病和心理健康的作用	(68)
第六节 大学生常见的心理问题及其影响因素	(70)
一、大学生的心理问题现状	(70)
二、大学生的心理健康特征	(71)
三、大学生常见的心理障碍	(71)
四、大学生心理障碍产生的主要原因及表现	(77)
五、大学生健康心理的培养	(78)
第四章 旅游体育的内容及其开展	
第一节 旅游体育的内容	(80)
第二节 旅游体育资源	(80)
一、旅游体育资源概念	(80)
二、旅游体育资源的特点	(81)
三、旅游体育自然资源	(84)
四、旅游体育人文资源	(85)
五、可开发的旅游体育资源	(87)
六、旅游体育设施	(87)
第三节 旅游体育的类型	(87)

一、度假型旅游体育·····	(88)
二、娱乐型旅游体育·····	(89)
三、观光型旅游体育·····	(89)
四、会展型旅游体育·····	(90)
五、民俗型旅游体育·····	(91)
第四节 部分旅游体育活动内容介绍 ·····	(92)
高尔夫球·····	(92)
垒球运动·····	(101)
保龄球·····	(105)
网球运动·····	(113)
门球运动·····	(128)
台球运动·····	(138)
垂钓·····	(148)
攀岩运动·····	(159)
水上运动·····	(164)
摔跤·····	(171)
赛龙舟·····	(180)
木球·····	(184)
滑草运动·····	(192)
定向运动·····	(193)
第五章 旅游体育中的保健	
第一节 旅游体育前的准备 ·····	(206)
一、身心准备·····	(206)
二、着装准备·····	(209)
三、器材准备·····	(209)
四、急救准备·····	(210)
第二节 旅游体育中常见疾病的预防和处理 ·····	(214)
一、常见传染病的预防和处理·····	(214)
二、易发疾病的预防和处理·····	(216)
三、生态环境条件造成的疾病和防治·····	(219)
第三节 意外伤害的互救和偶发危险时的自救 ·····	(223)
一、急救基础知识·····	(223)
二、意外伤害的互救·····	(231)
三、偶发危险时的自救·····	(238)
第四节 一般疾病的自我保健和天然药物的妙用 ·····	(244)
一、一般疾病的自我保健与疗法·····	(245)
二、天然药物的妙用·····	(247)
第五节 时尚旅游体育项目的保健 ·····	(247)
一、球类运动中的保健·····	(247)
二、射箭/射击运动中的保健·····	(247)

三、垂钓中的保健	(247)
四、骑马运动中的保健	(247)
五、水上运动中的保健	(248)
六、滑雪运动中的保健	(248)
七、登山运动中的保健	(249)
八、攀岩中的保健	(249)
九、蹦极中的保健	(249)
第六章 旅游体育的管理和市场开发	
第一节 影响旅游体育的因素	(250)
一、影响旅游体育的客观因素	(250)
二、影响旅游体育的主观因素	(251)
第二节 旅游体育的管理	(254)
一、旅游体育经营	(254)
二、旅游体育管理	(255)
第三节 旅游体育的市场开发	(256)
一、我国旅游体育市场现状	(256)
二、旅游体育市场含义	(257)
三、旅游体育市场构成要素	(257)
四、旅游体育市场细分	(258)
五、旅游体育市场营销策略	(260)
第七章 旅游体育的未来发展及人才培养	
第一节 体育旅游和旅游体育的现状	(265)
一、国外体育旅游的现状	(265)
二、我国体育旅游的现状	(269)
三、旅游体育的现状分析	(278)
第二节 旅游体育专门人才的培养	(278)
一、旅游体育人才分析	(278)
二、培养旅游体育专门人才的必要性及其途径	(279)
三、我国旅游体育人才培养应注意的几个问题	(279)
四、旅游体育人才培养模式	(280)
五、旅游体育专业课程设计	(281)
主要参考文献	(283)
附录一 全国主要体育旅行社	(285)
附录二 全国主要体育景区景点	(287)

第一章 旅游体育绪论

第一节 旅游体育的产生背景

一、当今社会休闲活动的特点

随着社会的全面发展和进步,社会休闲活动也得以空前的发展。据国外的未来学家预测,21 世纪的经济将出现五大浪潮,首先出现的是休闲的浪潮(2015 年),国外很多学者都在研究休闲问题。现代社会的休闲活动已经发展到了一个繁荣的时代,已成为我们这个时代的最重要的特征之一,并且呈现出以下特点:

(一)长时间化

随着社会生产力的发展和人类物质生活的逐步富裕,人们的闲暇时间将比过去大大增加。20 世纪以来,美国整个社会可以计算的工作时间已经骤然减少了近 1/3。据 1987 年的统计显示,欧美发达国家的年劳动时间较一百年前减少了 1/2,仅为 1500~1600 小时。就我国而言,1995 年我国在城市开始实行 5 天工作制,1999 年又增加了法定假日,一年当中有 114 天是法定休息日,也就是说,一年当中我们三分之一的时间是在休假,其中还有“五一”、“十一”、“春节”三个长假的时间,大大增加了人们的闲暇时间。同时,随着人类平均寿命的增加,人们退休之后的时间也在增加。有人说人的正常寿命将会是 120 岁。如果真是这样,那么一个人如果 60 岁退休,退休之后还有 60 年的时间。因此,这么长的闲暇时间,休闲在哲学、社会学、经济学、旅游学、体育学等领域都将是一个重大课题。

(二)大众化

追求愉悦的感受是人类共同本性。无论在什么样的年代里,摆脱压力,追求自由的休闲活动总是大众追求和期望的一个基本活动,只要能够引起人们兴趣的休闲活动方式便很快就会流行于社会各个阶层。联合国《消遣宪章》对“消遣”(休闲)的这种作用曾有过很好的说明:“消遣和娱乐……通过身体放松,竞技,欣赏艺术、科学和大自然,为丰富生活提供了可能性。无论在城市和农村,消遣都是重要的,消遣为人们提供了激发基本才能的变化条件(意志、知识、责任感和创造能力的自由发展),消遣时间是一种自由的时间,但在这个时间里,人们能掌握作为人而后作为社会有意义成员的价值。”这一阐述,表达了现代人自我发展、自我实现的需求,是一种客观、实践的以人为本的表述,是一种大众化的必然需求。

(三)个性化

社会高度发展,人性得以充分解放,个性化的特征就会表现得更加突出,也成为时代的必然产物。人们不仅追求丰富多彩的闲暇活动,还可以在成百上千的方式方法中,自由地选择符合个人兴趣爱好的方法进行娱乐;而且期望在这些活动充分地展示自我,发展自我,不再满足趋同于他人。因此,在对活动方式的选择上呈现出明显的个性化趋向,每个人都对自己的闲暇时间进行精心的安排和设计,以满足个性发展的需要。

(四)高消费化

休闲活动从某个角度来讲就是一种消费活动,这是由于社会本身的经济化、商业化发展所表现出来的一个特点。美国休闲科学研究所对在美国社会生产、消费等经济领域进行长期研究

之后,提出来一句这样的话:休闲已经成为我们经济新的中心!专家们的研究发现,美国人1/3的时间是在休闲,美国人把收入的1/3用来追求休闲的快乐。许多调查研究报告也指出,中国中产阶级是社会消费的主力军,不仅在消费上走在其他阶层的前列,更重要的是他们形成了相对理性和具有超前意识的现代高消费观念,同时,由于消费观念的变化,消费更加注重个性化和文化品味,更加重视教育、旅游和文化方面的消费支出。在休闲活动中,人们为获得娱乐、放松、刺激或者其他感受的条件和机会,愿意付出一定的代价去满足自己的需求,许多人乐意花钱买得心情舒畅和身体健康,愿意觅得自由自在。在公众信息机构1999年对北京和上海两地公众进行的消费行为和生活形态的调查中,公众想做的休闲活动一栏,排名前两位的都是旅游项目。

二、休闲的精神文化本质及发展趋势

对于休闲的认识和理解,不同的文化有着不同的理解和表达。但对照其本质的追求依然呈现出一种同一性:休闲并不是无所事事,而是人们在空闲的时间里,相对自由地选择做自己喜爱的事情或者从事自己喜爱的活动,以满足个人的愿望,获得良好的心态和感受。休闲是人的—种以文化创造、文化享受为内容的生命状态和行为方式。休闲是一个国家生产力水平高低的标志,成为社会进步的标志,是衡量社会文明的标尺,是人类物质文明和精神文明的结晶,是一种崭新的生活方式和生命状态,是与每个人的生活质量都息息相关的领域,同时也是一种人生境界。休闲的本质和价值在于提升—个人的精神世界和文化世界。

在物质生活日益发达的现代社会,人们对高层次、高质量精神文化生活的追求越来越强烈。然而,在快节奏的现代社会中,人们普遍感到自身工作上的紧张,心理上的焦虑,精神上的空虚,感情上的冷漠,这就是现代人患的—种“现代病”。人们更多地把追求目标转移到心理、精神方面去,希望建立良好和谐的人际关系,不断完善和发展自己,渴望—种更轻松、更自然、更真实、更自我的生活,哪怕只是—种暂时的放松与体验。大量的事实和研究表明,旅游正好能使这种内心精神方面的需求得到—定程度的满足。

于是,现代人找到了一剂治病良方——外出旅游,甚至连见面的招呼语也由原来的“你吃了—吗”改为“你去哪儿旅游了”。而在公众已做的休闲活动—栏排名中,旅游是发达城市公众最热衷的,但又是目前消费能力达不到的休闲方式,因此可以预见,旅游将成为中国最大的休闲消费领域,在现代社会中已是无可非议的发展趋向。的确,人们希望借助旅游,渴望摆脱自己单调乏味的日常工作和生活,寻求不同的经历和体验,充分发挥客体对主体的能动作用,用自己的感官来体验整个世界不同的政治、文化和风俗,充分利用各地旅游资源,培养自己的多种兴趣,获得新的知识和技能,增加新的阅历,从而不断丰富、改变、创造自己的精神素质,主宰自己的人生,获得更高的成就,实现自己的梦想和精神价值,他们有的甚至把自己置于极端危险的境地,充分激发自己的生存本能,向极限挑战,以考验自己的勇气、毅力和智慧等等。因此,现代旅游者的需求正向着高档次高品位精神文化方向发展,表现为求新、求奇、求异、求美、求特、求娱乐、求健康、求知识等集多功能于一体的旅游需求,并寄寓于各项旅游活动之中。

三、旅游与体育有机结合的社会文化背景

旅游作为—种休闲、消遣活动,是人们摆脱了生存压力后的一—种非功利性的自由活动,集

游戏、学习、审美等活动于一身,主要满足人们在身体、精神和文化等方面的需求。而体育运动也是人类社会发展的—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。因此,体育与旅游虽分属两种社会现象或人类活动范畴,但两者又存在着许多共同的或相似的特性,其发展有相同的社会经济文化背景,对人类社会起着相似的作用,特别是其活动内容在满足人们心理和生理的高层次需要方面有异曲同工之处。

(一)旅游与体育都是人类社会发屐需求的精神文化产物

早期的、经济能力低下的、不成熟的旅游,主要是满足人们的休闲娱乐,作为劳作艰辛后的放松,物质享受的成分占较大的比例。但随着人们生活条件的提高和人们文化内涵的加深,以及在旅游认识上的不断成熟,在旅游过程中,人们开始注重精神享受,更强调个体在旅游时期内的文化创造、文化欣赏以及文化建构的存在状态。大量的市场抽样调查结果表明,希望学习和探索异国他乡的文化、历史、艺术、风俗、语言、宗教等的旅游者日益增多,文化旅游成为一种颇受青睐、生机盎然的旅游形式。奇特的自然风光和不同的文化魅力,吸引着人们奔走于全球各地,旅游的跨文化交流功能日益明显和重要。同时,随着现代人回归自然旅游动机的强化,追求淳朴,回归自然,享受自然的旅游趋势在全世界范围内日趋强烈。生态旅游、乡村旅游、海洋旅游、探险旅游方兴未艾,成为世界旅游发展的一种潮流。

体育是社会发屐阶段的产物,集竞技、健身、娱乐、社交等多功能于一体,是一种特殊的社会文化现象。奥林匹克运动可以称得上是历史最为悠久的历史文化现象之一,它给人类社会留下了一笔宝贵的文化财富,对人类文化的发展有着深远的影响。随着社会生产力的不断提高、经济的高度发展以及闲暇时间的增多,人们对身心享受的需求也在不断增大,并以追求高档次、健康文明的体育文化娱乐活动来满足这种需要,这不仅是整个人类社会体育思想的一次飞跃,也是人类文明进步的成功显示。

(二)体育与旅游两种活动都具有丰富的文化内涵

旅游首先是一项文化活动和文化现象,旅游与文化密不可分,与时俱生。旅游活动是一项有着上千年历史的人类喜爱的休闲生活内容,古代的旅行家往往通过旅游来增长见识,陶冶情操,抒发情怀,无论是大诗人李白,还是旅行家徐霞客,都是通过文化来表达旅游,通过旅游来探求文化。人类受好奇心的驱动,总是对不同文化具有新鲜感和奇异感。因此,旅游实际上就是对异地或异质文化的憧憬、遐想等文化介入所导致的文化需求的满足过程。人们通过涉足、观赏、接触、体验异地文化或异质文化的游历过程,拓展了文化视野,文化信息得到了调整与替换。同时,人类分布的地域极其广泛,不同地域存在着不同的民族文化,不同的地域、不同的文化形成不同的吸引。如在乡村的小酒店就餐,出席服装节和民间舞蹈表演,参观“古式”艺术品和手工艺品等;参观异国民族文化及生活方式的旅游,如去印度旅游,观察生活在世外桃源的阿萨姆部落等都属于文化旅游。另外,不同地域的旅游者受到其不同文化的影响,会表现出不同的性格、兴趣爱好,不同的生活方式,这都深深地影响着旅游者的行为。文化在体育活动中的表现形式既是无形的又是有形的。因为人既是体育活动的主体又是文化形式的载体,文化不仅蕴含于人在体育活动中存在的一种奋发向上的精神和意识中,而且体现在与体育活动有直接联系的现代体育设备,以及构成体育活动的技术动作和人体美学欣赏上。现代的休闲体育设备,其设计制作本身融入了审美文化,能够使人在对器械的审美欣赏中体验休闲体育活动带来的愉悦,又能够吸引更多的人驻足观看和参与。体育运动技术本身也蕴藏着深厚的艺术文化价

值,包括动作表演体现的艺术文化品位,以及表演者和观众的文化感受。

(三)体育与旅游活动都是一种社会文化消费活动

作为社会经济活动,人们在体育或旅游活动过程中,参与者总是要与社会方方面面发生经济联系;体育消费和旅游消费都是人们较高层次的消费活动,是人们满足自身精神文化需要的方式。

旅游是经济性很强的文化事业,又是文化性很强的经济事业。旅游消费主要是旅游者的一种心理体验过程,旅游者在整个消费过程中,需要身心的投入,被消费的对象既包括以线路、服务为表征的一段无形、快乐的时间和经历,也包括有形的旅游商品。旅游者为了看到美丽的风景,尤其是为了身临其境,就不得不花钱购买被当作产品开发出来的风光景点。旅游特殊商品消费是一种象征消费,旅游者购买的是非日常性的,如纪念品、艺术品、特殊的家庭生活用品等,这些商品可以满足旅游者馈赠亲友、经济购物、玩味欣赏等需要,而更多地表现出一种特殊的地位宣示功能,是一种地位消费,是一种精神文化消费。

体育消费作为一种集健身娱乐、精神愉快于一体的社会文化消费现象,被认为是大众消费的新热点,已逐步在我国广大地区兴起。随着生活水平的提高,其体育消费动机也是多样的、多层次的,并不断向多元化、多极化方向发展。体育文化囊括了广阔的日常文化活动,为人们提供了广泛的、现实的、基本的文化消费内容选择和消费活动形式,不同的消费者都能从中找到自己喜爱的消费内容和形式。如场馆设施的建设和改善投资的消费,体育服装、鞋帽等物品兼有运动和日常两方面的消费,观赏高水平的运动竞赛或表演消费,参与各项健身娱乐的有偿消费等等,从而形成了较大规模的体育消费群体。同时,从体育消费及体育市场发展的进程看,这种体育消费的形式扩大了传播媒体,起着一种消费示范作用。这种消费示范,在一定条件下,能有效地激发人们的消费欲望,使人们这种消费期望向行为转化,因此,体育市场和旅游业一样,对社会经济增长起着推动作用。

第二节 旅游体育的概念

一、什么是旅游体育

随着人们生活水平的提高,经济水平的增长,闲暇时间的增多,旅游和体育越来越成为新时代的热门话题。然而什么是旅游体育?什么是体育旅游?也许很多人不是太清楚。我国的现代体育旅游的起步较晚,起源于20世纪80年代,到1986年我国才成立了少数几家体育旅游公司。1994年以后才兴起,特别是1995年国家体育总局张发强副局长在国际体育旅游座谈会上作了《关于体育旅游业的几个问题》的报告,此后几年才快速发展,报告中指出:体育旅游是体育经济当中很重要的产业,它直接为全民健身和奥运争光服务。人们到阳光下、草坪上、沙滩上、海洋里开展体育活动,这是高雅的享受和健身,对工作也是一种积极的调理。如果全家一起去远方旅游的话,对家庭和睦、身体健康是非常有好处的,可以说是“朝阳产业”。此后,我国体育旅游发展得十分迅速,成立了多家体育旅游公司和体育旅游用品公司,如中国国际体育旅游公司以及各地方国际体育旅游公司、西藏圣地国际体育旅游公司、中国专业化体育旅游公司、泰州市大自然旅游用品有限公司。此外,自1995年后,我国有很多学者对体育旅游进行研究,发表的研究论文也不断涌现,据CNKI(中国学术期刊网)上检索显示,截至2006年6月为止,关

于体育旅游方面的研究论文共计 319 篇。2001 年,中国以举办世界大学生运动会和申办 2008 年奥林匹克运动会为契机,将当年旅游的主题定为“中国体育健身游”,同年国家旅游局发布了《2001 年中国体育健身游活动方案》,共推出了 60 项具有地方特色的大型体育健身旅游活动,还有 11 大类 80 个专项旅游体育产品和线路。从而促进了大众旅游体育的兴趣,搭建了旅游体育健身的新平台。旅游产业是一个大系统,它由多个方面组成,其中旅游体育产业是其重要的组成部分,然而,我国对旅游体育的研究甚少,体育旅游和旅游体育的系统理论还十分匮乏,一个行业如果没有系统理论支持,是很难深入发展的。人们可能对体育旅游有所了解,但“旅游体育”这一概念对国人来说可能还比较陌生,也许还是一个新名词。作者查阅大量的文献资料,且从国内外几大搜索引擎及在中国学术期刊网、超星数字图书馆、人大报刊资料库、维普数据库等电子资料中进行检索,均没有找到“旅游体育”这一概念的解释。通过对相关文献资料的分析、综合和归纳研究后,本人认为“旅游体育”是指与旅游有关的体育活动或指在旅游过程中进行的和观赏的体育活动,如从事或观赏各类探险运动、狩猎骑马、攀岩河流……旅游体育学就是专门研究旅游体育活动及其规律的一门学问或科学。它既属于社会体育的研究范畴,也属于旅游学科的研究领域。旅游体育学和体育旅游学既有区别也有联系。据 2000 年 6 月,上海辞书出版社新版《体育大辞典》中的权威解释:体育旅游是“以欣赏、观看或参与体育活动为内容的旅行游览活动”。这一概念虽简单明了、通俗易懂,但也没有对体育旅游进行全面的解释。旅游体育是指与旅游有关的体育,它是大旅游的一个分支,属于社会(群众)体育的范畴。两者都是旅游科学与体育科学交叉渗透而产生的新领域,旅游体育和体育旅游是一对同父异母的兄弟。旅游体育属旅游产业的组成部分,而体育旅游属体育产业的一个组成部分。前者突出旅游,后者则突出体育。旅游事业产生和发展有一百多年的历史,而旅游体育则是旅游中新的亮点。旅游体育的产生既是旅游事业发展的需要,也是体育运动发展的需要。旅游的发展不只是旅游线路的开发,更是旅游形式和内容的不断丰富和完善。旅游,它必须要有人的身体和心理参与才能实现,也正是有人的身心参与的旅游,才能激发人的生命的潜能和热情,才能体现旅游的魅力。户外运动是旅游的最重要的特点和轴心。可以说旅游离不开体育(身体)运动,没有运动的旅游是不存在的,反之,体育运动也需要旅游才得以不断地发展和完善,不与自然环境结合的运动,也不是完美的运动。

纵观中外旅游一百多年的发展历史,自旅游产生之日起,就与体育结下了不解之缘。体育运动很早就渗透到了旅游的实践之中。现在,国内外旅游体育的实践活动走了先行之路,而体育旅游的理论的发展相对滞后,到目前为止,在一些期刊上发表一些关于体育旅游的论文,但旅游体育方面的研究几乎为零,从目前来看,国内关于系统论述旅游体育的专著还没有。因此,有必要对旅游体育进行系统地论述,以填补国内空白。

二、旅游体育的内涵

(一)体育与旅游活动内容文化互融性

当代旅游需求还具有一个鲜明特征,那就是渴望参与的意识越来越强烈。旅游者更希望自己是表演者、运动员(即使是场外的),而非旁观者。体育和旅游两者对于参与者而言,主要不属于物质生活方式,而是一种精神文化生活。可以说旅游离不开体育(身体)运动,体育运动也需要旅游才得以不断地发展和完善。因此,旅游理论界认为,旅游作为一项内容广泛的闲暇活动,

其中包括了野营、登山等户外活动和体育竞赛活动,这本身就是体育与旅游活动的一种互含;在宾馆、饭店等设置的诸如保龄球场、网球场、游泳池等为游客提供的体育健身娱乐服务项目,是体育与旅游项目结合发展的结晶;而漂流、攀岩、滑雪等利用自然条件进行开发的项目,则是对体育产业与旅游业融合的深层次的挖掘。某些旅游活动之所以受到人们的青睐,就是因为将体育活动与旅游活动融为一体。

(二)旅游体育的含义

旅游界把以体育为特色项目的旅游活动称为旅游体育。旅游体育的产生既是旅游事业发展的需要,也是体育运动发展的需要。旅游的发展不只是旅游线路的开发,更是旅游形式和内容的丰富和完善。而在这一领域开展商业运营的活动则称为旅游体育业。所谓旅游体育业,包括在旅游中心城市结合市政建设建立体育场馆;在旅游度假区完善体育运动设施,开展体育健身旅游;在旅游地开展大众性健身娱乐活动,如河湖、海滨水上游乐活动,山地游乐活动(自行车、摩托车、赛车、登山、花草、蹦极等),空中游乐活动(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;在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,促进体育用品制造业的壮大等。因此,旅游与体育的联姻,将有力地推进体育的产业化、社会化进程。

(三)旅游体育的人文体验

旅游体育不只是走马观花、游山玩水,它的延续必须依靠丰富多彩的体育活动内容支持。旅游体育也不可能在家里坐着不动就能产生一定的健康娱乐的功效,它必须要有人的身体和心理参与才能实现,也正是有着人们的身心参与,才能激发人的生命的潜能和热情,才能体现旅游体育的魅力。

在旅游体育过程中,人们通过个体身心放松、竞技活动、艺术欣赏、科学求知和接触大自然等方式,丰富自己的生活内涵,既希望身在山水间享受大自然的恩赐,更愿意驻足与“历史对话”,从平面的景观旅游和体育赛事观赏,变为立体的文化旅游,以获得精神满足和愉悦的心理体验,得到知识层面上的收获,在深度旅游体育中促进人们学习知识、增进友谊、沟通心灵、保健娱乐、猎奇刺激、丰富个性及真情感物等多方面的需要。人们既领略了大自然的美景,又体会了人与自然的和谐;既欣赏了人类的文化遗产,又丰富了现代文化生活知识;既了解了世界各地的风土人情,又促进了各国和各民族之间的交往和友谊;既增长了见识,又增强了体质。

第三节 旅游体育的类别和特点

一、旅游体育的类别

旅游体育属于大众体育的一类,也是社会体育的一个分支。与其他体育不同之处就是旅游体育与旅游联系紧密,是在旅游中进行的体育活动。旅游体育按不同的分类标准有不同的分类方法。旅游体育的类别主要有如下几类:

(一)按旅游体育的功效分为健身类、强身类和观战类

1. 健身类

健身类旅游体育是指由旅游者直接参与某项体育活动,达到健身、娱乐、疗养、康复等功效目的的旅游活动。健身类项目很多,包括水上运动游、滑雪游、高尔夫球游、温泉康复游、武术

游、医疗保健游等等。近年在国内在一些大城市的周边地区,建立了不少此类旅游体育的主题公园,如北京的十渡、雁栖湖,广州白云山极限运动中心,深圳的欢乐谷和水上世界,长沙的世界之窗等等。这些主题公园的体育娱乐设施一般配备齐全。由于靠近城市,因此,吸引了大批节假日游客。健身类旅游体育最大的特点就是健身目的非常明确,一般都有明确的健身主题,如美洲的一家游船公司专门为那些喜爱旅游,而且需要保持良好体形和健康的女性推出了“健身娱乐减肥旅游”项目。参加该项旅游活动的所有游客都不能自带食品上船,只能吃船上营养师烹制的特别餐,而且还要按规定时间到甲板上做运动、晒太阳、经受风雨的洗礼,并参加一些特殊安排的健身娱乐性活动。半个月后,每位游客体重至少减少了2公斤,而且还非常健康。

2. 强身类

强身类项目是指路途较远、条件艰苦、锻炼和考验参与者的体力和意志的一种旅游体育活。参与者一般结合精心设计的拓展训练内容和某些活动形式,组织旅游者在崇山峻岭、瀚海大川等自然环境和人工环境中磨炼意志、陶冶情操、完善人格、熔炼团队、满足旅游者需求、猎奇、挑战极限意愿的旅游形式。强身类旅游体育因具有挑战性与自我满足感、成就感,而越来越受到年轻人的青睐。如登山、漂流、蹦极、悬崖跳水、探险、骑自行车、自驾越野车或摩托车远行。这类旅游体育项目在国外已非常普及,参加的人很多,但在我国此类运动才刚刚起步。

3. 观战类

竞技体育由于其强烈的观赏性、高度的对抗性以及所体现出来的拼搏精神引起了众多体育爱好者的兴趣,由此形成了观战类旅游体育,如观摩奥林匹克运动会、世界杯足球赛、F1方程式赛车比赛等等。

(二)按旅游体育项目特点可分为休闲旅游体育类、健身旅游体育类、旅游体育观战类、刺激旅游体育类、竞技旅游体育类和其他旅游体育类

1. 休闲旅游体育类

这类项目的主要特征就是运动量和运动强度不大,一般在余暇时间里完成。它既满足了人们外出旅游的愿望,又巧妙地将平时不大接触的新鲜、刺激的体育项目融入其中。因此,休闲体育类主要满足人们增长知识、开阔视野的旅游需求,丰富并提高人们生活质量,使人的身心达到最佳的放松协调状态。其特点是趣味性强、轻松愉快。如步行、钓鱼、登山、冲浪、骑马、打高尔夫球、跳舞、游泳等。

2. 健身旅游体育类

这类旅游体育的主要特点就是健身效果好。如打保龄球、打网球、健美、溜冰、打台球、打羽毛球等。

3. 旅游体育观战类

这类旅游体育的主要特点是观看体育比赛,而主体并不参与。如参观大型体育比赛等。

4. 刺激旅游体育类

此类旅游体育项目的特点是危险和刺激。如攀岩、激流勇进、沙漠旅游、高山探险等等。这类旅游项目比较适合年轻人。

5. 竞技旅游体育类

竞技旅游体育类的主要特征就是具有比赛和对抗性质,按比赛名次还有奖励。如帆船、滑雪、射箭、滑翔伞等。

6. 其他旅游体育类

其他旅游体育类有武术旅游、徒步旅游、骑自行车旅游、骑骆驼旅游等等。

(三)按旅游体育资源(或场地)分布来分,主要划分为山地项目型、水上项目型、空中项目型和冰雪项目型

1. 山地项目型旅游体育者人数较多,主要是依托山地资源开展旅游体育活动,这种类型的旅游体育者喜好的项目一般为登山、攀岩、越野、高山速降、高山探险、秘境探险、自驾车。山地旅游体育包括的项目较多,一年四季都可开展活动,选择范围也很广。体育旅行社组织的旅游体育多为此类型。

2. 水上项目型旅游体育,主要是依托水体资源开展旅游体育活动,这种类型的旅游体育者多在夏季或温带地区进行活动,主要项目有冲浪、滑水、潜水、帆板、漂流、溯溪、溪降、钓鱼等。

3. 冰雪项目型旅游体育,主要是以冰雪为依托开展旅游体育活动,这种类型的旅游体育项目有滑雪、溜冰、冰帆、雪橇、冰雪雕塑等。

4. 空中项目型旅游体育不多,但参加这类型的旅游体育者一般具有较高的经济收入。因为空中项目危险性大,对器材要求高,而这些器材也价值不菲。没有一定的经济实力是难于参加此类旅游体育的。这类旅游体育者主要开展滑翔伞等项目的旅游。在西方发达国家,一些有钱人也自驾飞机进行旅游活动。

(四)按旅游体育的目的分为度假型旅游体育、娱乐休闲型旅游体育、民俗型旅游体育、观光型旅游体育、会展型旅游体育。本书主要论述这五种类型的旅游体育,具体内容见第四章

(五)按参与的性质可划分为参与型和观赏型

参与型旅游体育者在旅游体育过程中是体育运动项目的直接参与者,同时在体育活动中承受一定的生理和心理负荷,达到愉悦身心,增进健康的目的。而观赏型旅游体育主要指观赏各种体育竞赛和休闲体育表演。如观看奥运会比赛、观看亚运会、观看世界杯、观看大型运动会或大型体育赛事。在观看比赛和表演的过程中,人们会表现出赞赏、激动、惊叹、沮丧、愤怒等各种情绪,心理压力得到充分的释放。同时,在观赏的过程中,还可以学习一些体育知识,欣赏到体育运动的意识魅力,感受到体育精神的熏陶,也是一种间接参与旅游体育活动。

除以上分类方法外,还有按旅游体育者消费能力划分,可划分为豪华型、标准型、经济型;按旅游体育者年龄和性别可划分为老年旅游体育、成年旅游体育、青年旅游体育、少年儿童旅游体育;也可按生理正常标准划分为正常人的旅游体育和残疾人的旅游体育等等。

二、旅游体育的特点

(一)自然生态性

所有的旅游体育活动几乎都是亲近自然而在户外进行的。在旅游体育活动中,人们从喧嚣的、污染的城市环境中解脱出来,回归自然。以旅游景点的自然景观为基础,在鸟语花香中、在山川河流中、在日月星辰中及环境优雅的自然环境中享受充满情趣的旅游体育活动,通过人与山水土地之间的亲密交流,消除疲惫,缓解压力,获得自由和健康。中国有雄奇险峻的三山五岳,悬崖对峙的长江三峡,秀甲天下的桂林山水,烟波浩渺的太湖,鬼斧神工的石林,位移磅礴的万里长城……一旦置身于青山秀水、优雅恬静的环境中,伴随而来的便是一种清新甜蜜,令