



普通高等学校体育专业教材

# 体育旅游

黄海燕 张 林 主编

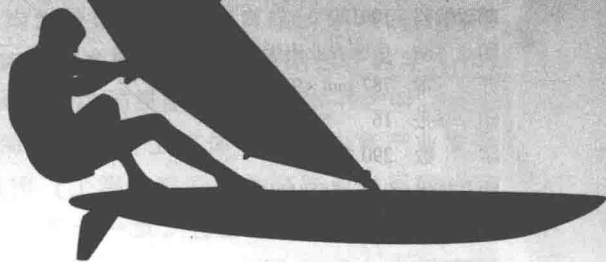
高等教育出版社

普通高等专科学校体育专业教材

# 体育旅游

Tiyu Lüyou

黄海燕 张林 主编



高等教育出版社·北京

## 内容提要

本书为全国社会体育指导与管理专业系列教材之一,以体育旅游的构成要素——旅游资源、旅游者、目的地及市场为核心,从我国体育旅游的发展现状及体育旅游教学的现实需求出发,结合国内外体育旅游理论与实践,对教材体系进行了系统、全面的梳理。全书共11章,主要内容包括:概述、体育旅游资源、体育旅游者、体育旅游市场、体育旅游目的地、体育赛事旅游、民族民俗旅游、滨海体育旅游、冰雪体育旅游、高尔夫体育旅游、探险体育旅游。

本书适用于社会体育指导与管理专业、休闲体育专业以及体育旅游管理专业,也可作为体育旅游从业人员的指导用书。

## 图书在版编目(CIP)数据

体育旅游 / 黄海燕, 张林主编. -- 北京: 高等教育出版社, 2016. 8

ISBN 978 - 7 - 04 - 046099 - 5

I. ①体… II. ①黄… ②张… III. ①体育 - 旅游 - 高等学校 - 教材 IV. ①F590.75

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 189137 号

策划编辑 范 峰

责任编辑 廖倩雯

封面设计 李小璐

版式设计 童 丹

插图绘制 尹文军

责任校对 王 雨

责任印制 耿 轩

出版发行 高等教育出版社

社 址 北京市西城区德外大街 4 号

邮政编码 100120

印 刷 中国农业出版社印刷厂

开 本 787 mm × 960 mm 1/16

印 张 16

字 数 290 千字

购书热线 010 - 58581118

咨询电话 400 - 810 - 0598

网 址 <http://www.hep.edu.cn>

<http://www.hep.com.cn>

网上订购 <http://www.hepmall.com.cn>

<http://www.hepmall.com>

<http://www.hepmall.cn>

版 次 2016 年 8 月第 1 版

印 次 2016 年 8 月第 1 次印刷

定 价 25.00 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换

版权所有 侵权必究

物 料 号 46099 - 00

# 前言



体育旅游不仅是世界范围内广受欢迎的休闲娱乐方式，也是推动区域经济发展的重要方式。自 20 世纪 80 年代以来，我国体育旅游的发展走过了一段不平凡的历程。2014 年 10 月，国务院印发的《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》中提出了要“促进体育产业和旅游产业融合发展”的重要建议。同时，在经济发展环境及转变经济发展方式的大背景之下，我国体育旅游迎来了前所未有的发展机遇。体育旅游的发展离不开人才队伍的发展与壮大。为适应新形势下体育旅游快速发展的需要，培养与当前高速发展的体育旅游相适应的专业人才，我们组织编写了本教材。

当前，国内外关于体育旅游的教材较多，编写视角和体例各异，教材体系不断更新，内容日趋丰富，这为本教材的编写提供了帮助。在借鉴相关教材编写经验与教训的基础上，本书充分吸收国内外最新研究成果，在内容上力求突出我国体育的国情及我国体育旅游的发展实际。本教材的特色主要体现在以下几个方面：

1. 系统性。本书系统阐述了体育旅游的基本理论，通过学习可以使学生较系统地了解国内外体育旅游的形成与发展，掌握体育旅游分类、特征及当前运行的规律。

2. 实践性。在教材内容的选择上，本书注重促进学生理论知识向实践能力的转化，在学生先前所修的管理学、经济学、营销学的基础上，进一步将所学的基础理论知识和实践知识运用到体育旅游的实践中。

3. 前沿性。本教材突出新形势下我国体育旅游的发展背景，突出最新数据资料的运用和前沿性问题的剖析。

4. 权威性。本教材编写组的成员均为长期致力于体育旅游领域研究的专家、学者，且一直活跃在我国体育旅游的学术前沿。他们长期担任教学工作，具有丰富的教学经验，能够将其教学和科研中的最新成果融入本书之中。

本教材是集体智慧的结晶，由黄海燕教授（上海体育学院体育产业发展研究院副院长，博士生导师）、张林教授（上海体育学院体育产业发展研究院副院长，博士生导师）担任主编。全书共十一章，各章节的具体分工如下：第一章由黄海燕博士（上海体育学院）撰写；第二章由赵承磊博士（河南科技大学）撰写；第三章、第四章由杜江博士（沈阳体育学院）撰写；第五章由杨涛博士（西安体育学院）撰写；第六章由温阳博士（南京体育学院）撰

写；第七章由李延超博士（上海体育学院）撰写；第八章由王凯博士（南京体育学院）撰写；第九章由邢尊明博士（华侨大学）撰写；第十章由姜同仁博士（安徽财经大学）撰写；第十一章由刘淑英博士（江西财经大学）撰写。周进、王湘涵、成颖（上海体育学院硕士研究生）参与了本书的汇总和统稿等工作。

本书在编写过程中，参考和借鉴了许多专家学者的学术观点，对此作者已尽可能注明来源或出处。因篇幅有限，还有一些参考文献未能一一注明，在此向有关作者和出版单位表示由衷感谢。感谢高等教育出版社体育分社为本书的出版所付出的辛勤劳动。

由于作者水平有限，书中不当之处在所难免，恳请读者批评指正。

编者

2016年4月

# 目录



## 第一章 概述/1

- 第一节 体育旅游的发展背景/2
- 第二节 体育旅游的概念与分类/6
- 第三节 体育旅游发展概况/11
- 第四节 体育旅游的发展趋势/26

## 第二章 体育旅游资源/35

- 第一节 体育旅游资源的概念/36
- 第二节 体育旅游资源的分类与特点/37
- 第三节 体育旅游资源的开发与保护/42

## 第三章 体育旅游者/51

- 第一节 体育旅游者概述/52
- 第二节 影响体育旅游者的主观因素/56
- 第三节 影响体育旅游者的客观因素/63

## 第四章 体育旅游市场/77

- 第一节 体育旅游市场概述/78
- 第二节 体育旅游市场/84
- 第三节 体育旅游市场营销/92

## 第五章 体育旅游目的地/107

- 第一节 体育旅游目的地概述/108
- 第二节 目的地体育旅游规划/118
- 第三节 体育旅游目的地的营销/129

## 第六章 体育赛事旅游/139

- 第一节 体育赛事概述/140
- 第二节 体育赛事旅游概述/145



### 第三节 体育赛事旅游的开发与利用/149

## 第七章 民族民俗体育旅游/157

### 第一节 民族民俗体育旅游概述/158

### 第二节 民族民俗体育旅游的产品类型与运作模式/163

### 第三节 民族民俗体育旅游的发展趋势与推进战略/171

## 第八章 滨海体育旅游/177

### 第一节 滨海体育旅游概述/178

### 第二节 滨海体育旅游产品及资源分析/186

### 第三节 滨海体育旅游的开发现状及发展策略/189

## 第九章 冰雪体育旅游/199

### 第一节 冰雪体育旅游概述/200

### 第二节 冰雪体育旅游的发展概况/203

### 第三节 冰雪体育旅游的发展思路/208

## 第十章 高尔夫体育旅游/213

### 第一节 高尔夫体育旅游概述/214

### 第二节 国内外高尔夫体育旅游的发展/217

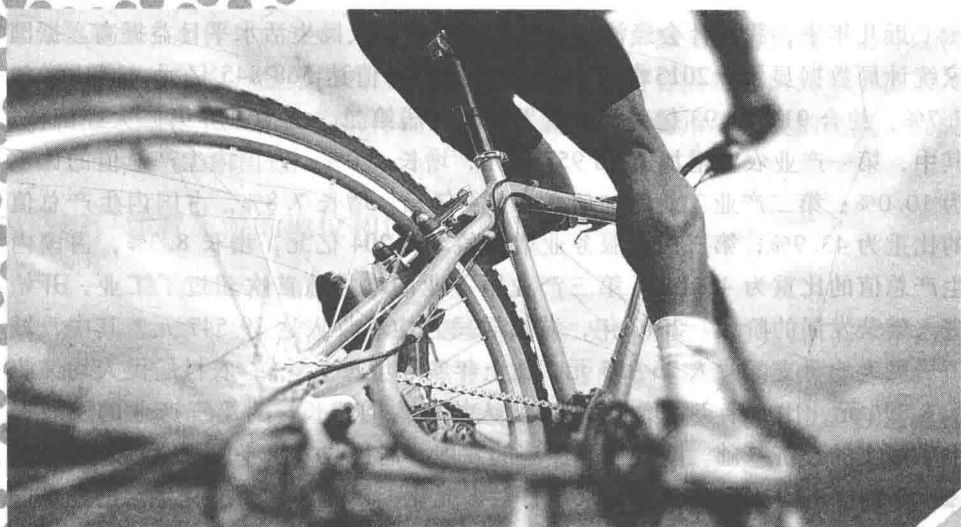
### 第三节 高尔夫体育旅游的发展趋势/223

## 第十一章 探险体育旅游/229

### 第一节 探险体育旅游概述/230

### 第二节 探险体育旅游的发展现状/237

### 第三节 探险体育旅游发展趋势/241



## 本章导语

在经济飞速增长的今天,随着人民可支配收入的提高,越来越多的人选择娱乐休闲消费。体育产业和旅游产业都是当今的朝阳产业,体育旅游将二者融合并逐渐发展成为当今的消费亮点和热点。本章从体育旅游的发展背景以及体育旅游的地位和作用两个方面阐述了体育旅游发展的大环境,并对国内外体育旅游的形成、发展以及现状作了比较全面的介绍,最后对体育旅游的定义和体育旅游分类进行了深入探讨。



## 第一节 体育旅游的发展背景

### 一、当前我国体育旅游的发展环境

近几年来,我国社会经济呈平稳较快增长,人民生活水平日益提高。据国家统计局数据显示,2013年,我国国内生产总值达568 845亿元,同比增加7.7%,约合91 849.93亿美元,世界排名位居第二,成为世界第二大经济体。其中,第一产业农业增加值56 957亿元,增长4.0%,占国内生产总值的比重为10.0%;第二产业工业增加值249 684亿元,增长7.8%,占国内生产总值的比重为43.9%;第三产业服务业增加值262 204亿元,增长8.3%,占国内生产总值的比重为46.1%。第三产业服务业的增加值首次超过了工业,开始进入繁荣发展的阶段。2013年,城镇居民人均总收入达29 547元,其中,城镇居民人均可支配收入26 955元,比上年实际增长7.0%;农村居民人均纯收入8 896元,比上年实际增长9.3%。人均收入的增长,为第三产业的发展提供了坚实的经济基础。随着社会经济的发展,居民收入水平的提高以及社会保障水平的提升,人民的消费需求也日益多元化,单一的物质文化生活已经难以满足居民的需求。

在经济稳步均衡发展的大背景下,我国体育产业得到了长足的发展,规模不断扩大,领域不断拓展,在国民经济和社会发展中发挥着越来越重要的作用。我国体育产业正朝着以体育竞赛表演和体育健身休闲业为核心,体育用品业为支撑,体育旅游、体育培训、体育中介等业态不断壮大的方向发展。2012年,我国体育产业从业人员达376万人,总产值接近1万亿元,实现增加值3 136亿元,占当年GDP(国内生产总值)总量的0.6%。2012年,我国体育产业的增加值总量是2006年的3.19倍,年均增长速度达到16.32%,快于同期我国国内生产总值年均9.22%的实际增长速度。我国体育产业的发展潜力巨大,发展体系更加完善,产业结构更加合理,体育产品和服务层次更加多样,供给充足,为居民日益增长的精神文化需求提供了多元化的选择。

同样,旅游业一直被誉为“朝阳经济”“无烟工业”,是一个具有巨大发展潜力的产业,在国民经济中的地位日益显要,是推动社会经济发展的重要因素。据2013年中国旅游业统计公报显示,2013年,我国国内旅游人数达32.62亿人次,收入26 276.12亿元;入境旅游人数1.29亿人次,实现外汇收入516.64亿美元;中国公民出境人数达到9 818.52万人次;全年实现旅游业总收入2.95万亿元,比上年增长14.0%。越来越多的人选择将旅游作为平时

休闲娱乐的方式。

当体育产业与旅游产业两大朝阳产业融合,优势相互叠加,形成了当今具有独特吸引力的体育旅游,这无论对于体育产业来说,还是对于旅游业来说,都为彼此注入了活力,带来了无限的蓬勃生机。体育旅游是一种极具魅力的休闲生活方式,如今,世界各国的体育旅游已蔚然成风。人们从四面八方前往体育旅游胜地,在体育旅游中,既可以体验惊险刺激,感受高雅经典,也可以领略高端科技的魅力,品味民族气息的精华。体育旅游各具特色的活动丰富了人们的生活内容,拓宽了人们的休闲领域,日益成为旅游市场消费的亮点,也成为体育市场消费的热点。

## 二、体育旅游的地位和作用

### (一) 体育旅游的地位

在我国,体育旅游产业的发展得到了国家及地方政府管理部门的高度重视。据不完全统计,目前已有关于体育旅游产业的6个国家级文件和2个相关报告。继国家相关政策出台后,我国已有部分省、自治区、直辖市出台新规划和新举措以推动体育旅游产业的发展,目前全国已有20多个省(自治区、直辖市)将其作为支柱产业或重点发展产业。各企事业单位也努力抓住新的机遇与挑战,纷纷投入到体育旅游的开发中去。

#### 1. 国家政策性文件支持

在2014年8月国务院发布《关于促进旅游业改革发展的若干意见》指出:要拓展旅游发展空间,积极发展休闲度假旅游,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。随后,在2014年10月,国务院印发《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》指出:促进融合发展,促进体育旅游、体育传媒、体育会展、体育广告、体育影视等相关业态的发展。

除此之外,在2009年《国务院关于加快发展旅游业的意见》和2010年《国务院办公厅关于加快发展体育产业指导意见》中都有提及关于发展体育旅游的相关内容。之后,国家体育总局、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”。为了落实《国务院办公厅关于加快发展体育产业指导意见》,国家体育总局制定了《体育产业“十二五”规划》,其中也明确提出“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”。

## 2. 各省自治区、直辖市的积极响应

一些省市出台了发展体育旅游的新规划、新举措以响应国务院以及国家体育总局的号召。如安徽省出台了《体育旅游产品发展规划》、广东省制定了《广东省体育旅游示范基地认定办法》、江苏省溧阳市出台了《溧阳市国家级体育产业（体育旅游）基地总体规划》、福建省制定的《加快发展体育产业实施意见》中提出了要积极打造滨海运动休闲旅游目的地的要求。

## 3. 企事业单位的重视

在体育旅游发展初期，大量的体育旅游公司纷纷成立。1984年，我国成立了第一家体育旅游的专业公司——西藏国际体育旅游公司；1986年，作为国家体育总局下属事业单位之一的中国国际体育旅游公司成立；随后，一些省市的体育局也成立了相应的体育旅游公司（社），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。与此同时，一些从事户外拓展的中小型公司也异军突起。近年来，随着体育旅游人数的不断增多，一些大型旅行社，如中国国际旅行社、中青旅旅行社等纷纷设立了专门的体育旅游社；一些大型旅游公司开设体育旅游专项，如春秋国旅、上海中信国旅开设F1赛事专题体育旅游，也有部分体育竞技公司纷纷把体育旅游纳入自己的业务范围。

## （二）体育旅游的作用

体育旅游是随着当代社会物质文明和精神文明的发展而兴起的综合性产业，并逐渐成为促进体育产业和旅游业发展的一个不可缺少的部分，对经济和社会的发展都有极大的推动作用。

### 1. 提高目的地知名度，拉动当地经济发展

体育旅游是一种社会经济活动，参与者在过程中与社会各方面发生经济联系，通过货币交换来满足相应的需求，对社会经济发展起着拉动作用。在拉动经济发展的同时，通过体育旅游，可以提高旅游目的地的知名度。洛桑奥林匹克博物馆位于日内瓦湖畔，每年都吸引着大批体育爱好者前来领略整个奥林匹克的发展历程，每年收益1亿瑞士法郎（合6700万美元）。据广州旅游局统计显示，2010年广州亚运会期间，广州市接待游客就达166万人次，同比增长45%，旅游总收入近14亿元，同比增长59%。亚运会期间约有70万中外游客来到广州，11月和12月的旅游总收入比2009年同期增加20亿元以上，旅游相关产业收入达到80亿~100亿元。

### 2. 带动相关产业的发展，增加就业机会，维护社会安定

体育旅游业的发展能够有效带动相关产业的发展，如体育用品业、体育培训业、体育建筑业等产业，这些产业可以吸纳大量就业人口，安置闲余劳动

力,维护社会稳定。根据对湖南、浙江、广西、江西、宁夏、北京、内蒙古、安徽8省份的不完全统计,目前8省(自治区、直辖市)共有体育旅游的相关从业机构7224家,创造各种就业岗位112万余个;体育旅游带动湖北省宾馆、交通、餐饮等服务业发展,直接就业人数3万人,间接就业20多万人。在河北省崇礼县,以滑雪为龙头的服务业总产值占到崇礼县GDP的30%以上,转移农村剩余劳动力近万人。

### 3. 完善基础设施建设,提高城市配套服务功能

发展体育旅游的价值和空间是不可估量的,体育旅游除了带来直接的社会经济效益以外,其间接的社会经济效益也不可小觑,尤其是在促进旅游设施条件的改善、提高城市配套服务功能方面,由赛事带动基础设施建设再到带动体育旅游发展的案例数不胜数。以1992年的巴塞罗那奥运会为例,奥运会投资支出中,运动基础设施、训练设施和其他设施的投资仅占9.1%,而90%以上的资金用于道路交通配套设施建设。城市环境设施总投资约362亿美元,建成了5千米长的海滨沙滩,改造了港口,修建了两条环形公路、两条隧道、改建了飞机场,建成了城市的排水系统等。1989—1992年,巴塞罗那的道路设施数量增加了15%,污水处理系统增加了17%,绿化带和海滨旅游区增加了78%,人工湖和喷泉增加了268%,这些都为巴塞罗那体育旅游的开展奠定了基础。

### 4. 促进国际交往与合作

体育运动是没有国界的,各国、各地区各具特色的体育旅游项目的开展,增进了各国人民的合作与交往,使人们在娱乐、竞争、健身的友好氛围中相互了解、相互学习。当代体育旅游是联系世界各民族优秀体育文化的纽带,是架构各国人民相互了解和学习的桥梁。在这方面,作为体育旅游一大盛宴的奥运会可称为促进国际合作、加强国际友好往来的典范。奥林匹克运动让来自世界各地的体育工作者聚集到一起,为了共同的体育盛会而通力合作;采用对人类社会具有普遍价值的体育运动作为交流平台,让不同国家和不同民族的运动员在相互尊重、和平、友谊、进步的宗旨下,为国家集体个人的荣誉而竞赛交流;吸引来自世界各地的体育爱好者来到比赛地,共同欣赏一场世界体育顶级的饕餮盛宴。

### 5. 弘扬民族传统文化,保护传统体育文化资源

不同民族因社会、政治、经济、文化和自然生态环境、生活方式不同,形成了不同民族文化的独特魅力。体育旅游具有参与性、互动性的特征,民族传统文化可通过这种特殊的方式进行交流,这为民族传统文化的传播及其功能的放大提供了有效的途径,也大大促进了民族传统文化的弘扬与发展。如中国的

武术、气功、龙舟、摔跤、围棋、舞龙、风筝等民族传统体育文化正是通过体育旅游这一载体传播出去的。同时,体育旅游也有利于体育旅游资源的保护与发展。新中国成立以来,我国政府曾多次拨款维护和重修即将倒塌的民族体育古迹,资助 55 个少数民族的近 200 个传统体育项目恢复活力以供国内外游客体验参观,使其得以流传下来并大放光彩。

#### 6. 促进科学技术的传播与交流

体育旅游既是一种文化现象,也是一种文化载体。作为社会文化交往的媒介,体育旅游在科学技术的传播和交流中起着十分重要的作用。许多新兴的体育旅游项目,便是现代科学技术的投影。高能内燃发动机的制造,造就了赛车、摩托车大奖赛等体育旅游项目;轻型飞行器的出现,使得乘热气球飞越大西洋的探险旅游应运而生;太阳能的科学利用,出现了只身驾驶太阳能游艇横渡太平洋的惊险旅游。除此之外,人们在参与体育旅游的过程中越来越追求高科技、高品质的产品为其带来的便捷与安全保障,一些有高科技含量的体育产品也由此应运而生。如始祖鸟 GORE-TEX 防水保暖羽绒夹克,集合 GPS 定位、心率检测、高度计等众多功能为一体的 SUUNTO 手表和缓震耐磨的 Salmon 两栖鞋等运动用品。

#### 7. 提高人们的身心健康,改善人民的生活质量

多种形式的体育旅游为人们的生活带来极大的享受与便利。如观赏体育赛事和活动,是现代人生活最普遍的一种娱乐消遣方式。在美国,有很多人为欣赏一场 NFL 赛事,开 5~6 小时的房车,从平日紧张的工作和生活中解脱出来,身临现场近距离为自己喜爱的运动员、球队以及赛事疯狂呐喊加油。此外,利用自然资源进行户外体育旅游活动,也是当下流行的娱乐休闲方式。人们在风景优美风光秀丽的大山名川、江河湖海或是极其恶劣的冰天雪地下进行户外拓展,无疑是一种追求与挑战,利用这种方式强身健体、排解压力、振奋精神、锻炼意志是现代城市生活环境下的体育运动所无法比拟的,对放松心情、陶冶情操、提高身心健康、改善生活质量具有独特的作用。



## 第二节 体育旅游的概念与分类

### 一、体育旅游的概念

体育与旅游二者的结合,不仅为旅游业提供了持续利用旅游资源与发展的动力,而且为体育产业的发展扩展了空间。体育旅游作为体育和旅游两个相对成熟产业交叉渗透产生的新领域,理论体系逐渐形成,研究领域也日渐扩大。

### （一）体育的定义

体育是一种社会文化现象,形式多样,丰富多彩。在不同社会中体育有不同的表现形式,但不论以何种表现形式出现,体育在总体上是社会文化的组成部分。是人类社会发展中,根据生产和生活的需要,遵循人身心发展规律,以身体练习为基本手段,达到增强体质,提高运动技术水平,进行思想品德教育,丰富社会文化生活而进行的一种有目的、有意识、有组织的社会活动,是伴随着人类社会的发展而逐步建立和发展起来的一个专门的科学领域。杨文轩主编的《体育概论》一书中将体育定义为:以身体运动为基本手段,促进身心发展的文化活动。

### （二）旅游的定义

一般认为旅游有概念性定义和技术性定义两种不同的定义,每种定义都有它的道理和应用范围。Bucart&Medlil指出,“概念性定义旨在提供一个理论框架,用以确定旅游的基本特点以及将它与其他类似的、相关的活动区分开来。技术性定义则用以为统计和为立法提供旅游信息。技术性定义的采用有助于实现可比性国际旅游数据收集工作的标准化。”

#### 1. 技术性定义

为实现国际旅游数据收集工作标准化,掌握旅游业的总体发展情况,人们尤其是管理机构对旅游的技术性定义给予了较多关注,其中有代表性的有:1979年,英国旅游协会(BTS)指出:“旅游是人们离开其日常生活和工作的地点向目的地作暂时的移动以及在这些目的地作与短期逗留有关的任何活动。”该定义对时间长短和出游的距离都没有界定,是一个非常宽泛的定义。1981年旅游科学专家国际联合会(International Association of Scientific Experts in Tourism)认为,旅游是“由人们向既非永久定居地亦非工作地旅行并在该处逗留所引起的相互关系和想象的总和”。这也是人们常说的艾斯特(AIEST)定义。世界旅游组织(WTO)在1991年6月对旅游的基本概念重新作了界定:“旅游是指人们离开平时的环境,为消遣、公务或其他目的而到外地旅行或逗留连续时间在一年内的活动。”

#### 2. 概念性定义

随着学术研究的深入以及学术队伍构成的多元化,一些人越来越注意到旅游的文化内核,甚至主张旅游是一种社会文化行为,是众多休闲行为的一种。这些学者提出的定义在一定程度上深入到旅游的本质。其中较为典型的有:1942年,瑞士学者汉泽克尔和克拉普夫在其合著的《普通旅游学纲要》中将旅游定位为“非定居者的旅行和暂时居留而引起的现象和关系的总和”。此定义在强调旅游非经济属性的同时,引入了旅游的社会属性。20世纪50年代,

奥地利维也纳经济大学旅游研究所给旅游下的定义为：“旅游可以理解成暂时在异地的人的空余时间活动。旅游的主要目的是出于休养，其次是出于受教育，扩大知识和交际的原因，再次是参与这样或那样的组织活动，以及改变有关的关系和作用。”1966年，法国学者梅特森认为：“旅游是一种消遣的活动，它包括旅行或离开定居地点较远的地方逗留。其目的在于消遣、休息或为了丰富经历和文化教育。这些定义都触及了旅游的实质，注意到了旅游的文化内涵和休闲特征。

上述关于旅游的定义或多或少地道出了旅游的含义，对我们分析和认识旅游的概念和本质有一定的启发作用。从不同角度出发分析客观事物，有助于我们对事物的全方位认识。随着对旅游的研究不断深入，旅游的概念也会不断趋于明确和完善。

### （三）体育旅游的定义

目前，体育学界与旅游学界乃至其他学术圈的学者，均尚未能给出一个各方统一认可的关于“体育旅游”的概念。特别是“体育”与“旅游”的元概念，相关学科的专家也难以给出明确的定义。不同的学者从不同的侧面对体育旅游的概念进行了探讨和总结。基于以上对于体育和旅游的理解，特选取国内外著名体育旅游学者和体育旅游领域较为认可的概念进行分析。

#### 1. 从时间维度分析体育旅游

Ruskin 在 1987 年定义体育旅游是指“在特定休闲时间的人们的行为方式表达，如假期，部分因为特殊自然吸引物或人工体育和户外休闲设施，或度假过程中涉及参与和观战的体育旅游活动”。这里的定义强调了人们参与体育旅游的另一个条件，即休闲时间，并且提出在度假过程中参与、参加或观赏体育活动、设施、赛事等。北美两位著名学者 Hinch 和 Higham 总结体育旅游为“在限定时间内以体育为基础的外出旅游活动，而且体育活动有其特殊的比较规则，能体现体育的竞技性和娱乐性”。这里强调了旅游是在限定的时间内进行，但是两位学者并没有给以具体的限定。

#### 2. 从空间维度分析体育旅游

美国著名体育旅游者 Gibson (1998) 认为体育旅游定义是“人们短时间内离开居住地去参与体育活动，观看体育活动，或是游览与体育活动相关的场馆，且是以休闲为目的的旅行”。从空间的角度来说，Gibson 的定义是“离开居住地从事体育相关活动的行为”。Hall (1992) 把体育旅游定义为：“为了参加或参观体育活动，而离开日常生活范围的、非商业性的旅游。”Hall 对体育旅游的定义强调离开日常生活范围，比 Gibson 的居住地这一地理性概念涵盖面更加广泛。国内学者谭白英、邹容 (2002) 认为：“体育旅游是以非营利

目的离开家庭所在地,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。”它强调的是参与者离开家庭所在地,前往某一目的地这一行为,并提出了体育旅游是非盈利性的活动,但在一定程度上局限了体育旅游的作用。

### 3. 从动机维度分析体育旅游

从参与者的动机来看,国外很多学者一再强调体育旅游是以休闲为主要目的的非商务性活动。Gibson 和 Cohen 等认为“体育旅游应以休闲为主导”,另外有一些学者试着通过描述体育旅游的核心产品来给予定义,如 Kurtzman 和 Zauhar (1997)表述体育旅游的定义是:“体育旅游景点、体育旅游景区、体育旅游游轮、体育路线游、体育旅游赛事。”学者 Redmond 指出罗列体育旅游产品是无法全面概括出体育旅游概念的。Standevan 也表示同意这一观点,认为这一方法无法概括体育旅游的本质和相伴体育旅游出行的各方面现象。

所以,Standevan 从旅游目的地的动机出发,将体育旅游定义为“以体育赛事、体育活动场为载体,伴以休闲、娱乐观光的形式来吸引人们参与旅游的产业”。国内学者陆光兆(2003)认为体育旅游是“是旅游的一个组成部分,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,为旅游者在旅行游览过程中提供各种服务于一体的一种经济活动”。他认为体育旅游活动侧重以体育资源为基础,是吸引人们参加与感受体育活动和大自然情趣的一种新的旅游形式,是体育与旅游相结合的一种特殊的休闲方式。

### 4. 其他角度定义体育旅游

国内学者在定义一项概念时,通常会有广义与狭义之分。在体育旅游的定义里杨秀丽(1999)将体育旅游的概念分为广义和狭义,认为广义的体育旅游“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、体育康复及体育文化交流活动与旅游地、体育旅游企业和社会之间关系的综合”;从狭义而言,体育旅游是“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,充分发挥其多种功能,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,以丰富社会文化生活为目的的一种活动”。韩丁(2000)延续了上述概念,并从产业的角度将之发展,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”。也有学者认为体育旅游是人们在空暇时间内赴异地旅游时,通过观赏性或体力性或智力性体育活动达到健康休闲、增强体质、锻炼意志、陶冶情操、获得身心满足的过程;从狭义上讲,体育旅游则仅指在异地的、以亲身参加(体力性)为特点的各种陆地、水中、空中的体育比赛、表演、健身和探险活动,它在目的、内容上都与传统旅游有着本质区别。以上学者主要侧重区别了体育旅游广

义和狭义的概念,从广义上讲,体育旅游活动不仅仅是参与者自身在旅游过程中参与体育性质的活动,而是囊括了旅游目的地与体育旅游企业、社会相关机构、参与体育项目和休闲娱乐等活动。在狭义的观念中,体育旅游的定义更侧重满足旅游者亲自参加这一原则,强调参与者参与的具体活动,并不特别强调其他组织或活动产生的较为复杂的关系。

根据以上对体育旅游定义的分析,我们认为从参与的动机来看,体育旅游可能是旅游过程中的一个项目,也可能是整个旅游的过程。体育旅游是旅游者短期内离开长居地(生活和工作的地方)以休闲娱乐为目的参与、参观、参加与体育有关的活动的总和。

## 二、体育旅游的分类

体育旅游的分类也有其历史发展阶段,最初,学者们根据体育旅游的特点和定义将其分为5个类别,每个大类别都被进一步细分表明体育旅游的范畴,并划定各个类别的具体项目类型。在每个体育旅游类别中都进行了深度的调查研究、会议研讨和专业论述。主要包括:体育旅游活动、体育旅游景点、体育路线游、体育旅游度假村、体育旅游游轮5个方面。

2000年之后,体育旅游理论和实践进一步发展,以上的分类类型不能囊括所有体育旅游内涵,现如今,学者们普遍认为体育旅游应分为三个大类别,从参与层面上讲称为参与性体育旅游,从观赏的角度上讲叫观赏性体育旅游以及怀旧型体育旅游。

### (一) 参与性体育旅游

参与性体育旅游,又被称为运动型体育旅游,是旅游目的地为旅游者提供运动的条件、机会以满足旅游者在旅游过程中参与某项体育运动的行为或经历,以达到健身、休闲、娱乐、求新、求异、求险等不同的目的。其中,体育运动的项目主要为体验型的运动,主要包括冰雪运动、水上运动、山地户外运动、高尔夫运动以及我国一些传统的民族民俗运动。

### (二) 观赏性体育旅游

观赏性体育旅游,通常又被称为赛事型体育旅游,但不仅仅局限于观赏体育赛事,也可以包含体育表演等相关体育活动。以竞技性为主的体育赛事尤其是一些超大型体育赛事还有一些职业型赛事,因其比赛的精彩程度、比赛结果的难以猜测性、或是旅游者对某一运动队和运动员的喜爱而吸引大批旅游者涌入赛事举办的城市观赏赛事。体育表演又称为体育演艺,是体育与艺术的结合,包括中国传统民族民俗体育项目,如舞龙、武术、龙舟等项目以及借助传统民族民俗体育资源设计的实景演出等。