

河南大学体育学院
河南大学体育改革与发展研究中心学术著作支持资金资助项目
国家体育总局体育哲学社会科学资助项目

中国体育旅游产业 竞争力研究

Research on Competitiveness of China's
Sport Tourism

王玉珍◆著



新华出版社



中国体育旅游产业 竞争力研究

Research on Competitiveness of China's
Sport Tourism

王玉珍◆著



新 华 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国体育旅游产业竞争力研究/王玉珍著

北京: 新华出版社, 2015. 8

ISBN 978-7-5166-1930-8

I. ①中… II. ①王… III. ①体育—旅游业发展—竞争力—研究—中国

IV. ①F592. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 180220 号

中国体育旅游产业竞争力研究

作 者: 王玉珍

出 版 人: 张百新

封面设计: 李尘工作室

责任编辑: 沈文娟

责任印制: 廖成华

出版发行: 新华出版社

地 址: 北京石景山区京原路 8 号 邮 编: 100040

网 址: <http://www.xinhupub.com> <http://press.xinhuanet.com>

经 销: 新华书店

购书热线: 010-63077122

中国新闻书店购书热线: 010-63072012

照 排: 新华出版社照排中心

印 刷: 北京文林印务有限公司

成品尺寸: 170mm×240mm

印 张: 11

字 数: 180 千字

版 次: 2015 年 9 月第一版

印 次: 2015 年 9 月第一次印刷

书 号: ISBN 978-7-5166-1930-8

定 价: 28.00 元

图书如有印装问题, 请与出版社联系调换: 010-63077101

前 言

体育旅游产业是一个新兴的产业，目前还没有统一的理论框架和科学、完整的评价指标体系，把体育旅游产业竞争力作为研究对象进行系统、全面的分析，本研究以“钻石模型”对产业竞争力的分析为理论分析框架，运用文献资料法、专家访谈法和德尔菲法等研究方法，对中国体育旅游产业竞争力的问题进行了较为深入的研究，主要结论如下：

第一，影响体育旅游产业竞争力的5类因素是：生产要素、市场需求、关联产业、企业竞争和政府行为。它们与体育旅游产业竞争力的影响机理是：生产要素中的体育旅游资源、人力资源和基础设施从不同方面对体育旅游产业竞争力产生影响；市场需求通过需求差异和预期性市场需求影响体育旅游产业竞争力的“宽度”和“速度”；关联产业通过技术创新和基础设施建设作用于体育旅游产业竞争力；企业的规模、产品以及营销水平影响着体育旅游产业竞争力的提升；政府通过财政支持、产业规划和产业政策对体育旅游产业竞争力发挥作用。

第二，中国体育旅游产业竞争力结构模型是由生产要素供给力、市场需求力、关联产业支持力、企业竞争力和政府调控力构成的“五角星”模型。与“钻石模型”不同，该模型认为政府调控力对中国体育旅游产业竞争力具有关键作用。

第三，中国体育旅游产业竞争力评价指标体系共包括5个一级指标和35个二级指标。指标权重结果表明：5个一级指标中，政府调控力的权重最高，这说明，政府调控力对我国体育旅游产业竞争力的影响更重要，应引起足够的重视。

第四，中国体育旅游产业现状分析表明：各级政府已认识到体育旅游产

业的重要性，但是缺乏针对性和操作性强的产业政策、产业规划以及相关制度，因此，政府调控力尚不具有竞争优势；企业竞争优势也不明显，突出表现在企业规模“弱、小、散”，企业营销水平不高；在要素供给力方面，体育旅游资源具备较强的竞争优势，但是体育旅游人才的匮乏严重制约了我国体育旅游产业竞争力的提升；在市场需求力方面，国内体育旅游市场需求具有较强的竞争优势，国际体育旅游市场也有逐步开拓的空间；在关联产业支持力方面，产业集中度低制约了我国体育旅游产业竞争力的提升。

第五，中国体育旅游产业竞争力提升策略：充分发挥政府职能作用，提升政府调控力；提高体育旅游产品营销水平，增强企业竞争力；大力拓宽人才供应渠道，夯实要素供给力；开拓国内外体育旅游市场，扩大市场需求力；建构体育旅游产业集群，强化产业支持力。

目 录

前 言	1
第一章 导论	1
第一节 选题背景	1
一、国内体育旅游产业发展的客观要求	1
二、国际体育旅游产业发展的现实需要	2
三、体育旅游产业理论发展的必然选择	4
第二节 研究目的与意义	6
一、研究目的	6
二、研究意义	6
第三节 研究思路及方法	8
一、研究思路	8
二、研究方法	8
第四节 研究创新点	10
一、研究视角的创新	10
二、研究内容的创新	10
第二章 文献综述	11
第一节 关于产业竞争力的研究	11
一、产业竞争力理论框架的研究	11
二、产业竞争力评价指标的研究	19

2 | 中国体育旅游产业竞争力研究

第二节 关于国外体育旅游的研究	24
一、体育旅游概念的研究	24
二、体育旅游分类的研究	25
三、体育旅游产业的研究	26
第三节 关于国内体育旅游的研究	28
一、体育旅游相关概念的研究	28
二、体育旅游相关分类的研究	31
三、体育旅游发展对策的研究	34
四、体育旅游区域发展的研究	38
五、体育旅游竞争力的研究	38
第四节 研究定位	41
 第三章 立论基础	42
第一节 产业竞争力及相关概念	42
一、产业的含义	42
二、竞争力的概念	43
三、竞争力的层次	44
四、产业竞争力的内涵	46
第二节 产业竞争力的理论基础	48
一、比较优势理论	48
二、竞争优势理论	49
第三节 体育旅游及体育旅游产业的含义	50
一、体育旅游的含义	50
二、体育旅游产业的含义	50
三、体育旅游产业的特点	54
第四节 本研究的理论分析框架	56
 第四章 分析与讨论	58
第一节 体育旅游的发展历程	58
一、体育旅游的兴起与发展	58

二、体育旅游产业的兴起与发展	62
三、我国体育旅游产业的兴起与发展	65
四、小结	69
第二节 体育旅游产业竞争力的构成及影响机理	69
一、生产要素	70
二、市场需求	74
三、关联产业	75
四、企业竞争	78
五、政府行为	80
六、体育旅游产业竞争力结构模型	82
七、小结	84
第三节 中国体育旅游产业竞争力评价指标体系的构建	85
一、中国体育旅游产业竞争力评价指标体系的构建原则	85
二、中国体育旅游产业竞争力评价指标体系的构建步骤	86
三、小结	95
第四节 中国体育旅游产业竞争力现状分析	95
一、政府调控力	95
二、企业竞争力	99
三、要素供给力	105
四、市场需求力	115
五、关联产业支持力	119
六、小结	125
第五节 中国体育旅游产业竞争力提升路径	126
一、充分发挥政府职能作用，提升政府调控力	126
二、提高体育旅游产品营销水平，增强企业竞争力	127
三、大力拓宽人才供应渠道，夯实要素供给力	130
四、开拓国内外体育旅游市场，扩大市场需求力	132
五、建构体育旅游产业集群，强化产业支持力	135
六、小结	141

第五章 结论与不足.....	142
第一节 结论.....	142
第二节 不足.....	143
参考文献.....	144
附 录.....	156
后 记.....	164

第一章 导论

第一节 选题背景

体育旅游是一个很有意义的话题。它日益风靡，逐渐成为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兴起，人们从四面八方慕名前往体育旅游目的地，在体育旅游中，人们既可以体验惊险刺激，又可以感受高雅经典，也可以领略高端科技的魅力，甚至可以品味民族文化的魅力。体育旅游在彰显各具特色的活动中丰富着人们的生活内容，拓宽着人们的休闲领域，体育旅游消费日渐成为旅游市场消费的亮点，也有成为体育市场消费热点的趋势。

本文的选题一方面受到国内外体育旅游发展宏观环境的影响，另一方面也与当前理论界对体育旅游产业竞争力的研究现状有关，体育旅游产业现实发展需要与理论研究滞后决定了本文的选题。

一、国内体育旅游产业发展的客观要求

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，目前已有体育旅游产业 4 个国家层面文件和 2 个相关报告。继国家相关政策出台之后，我国已有部分省（市）出台新规划和新举措以推动体育旅游产业的发展，而且，全国已有 20 多个省（市、自治区）将其作为支柱产业或重点产业优先发展。

我国体育旅游历经 30 多年的发展，在国家及各级地方政府的扶持以及奥运会、带薪休假制度等利好因素的综合作用下，体育旅游获得了长足的发展，其产业领域进一步拓展，发展规模不断扩大，经济收益和社会效益日益凸显。据统计，“全国体育旅游产值在整个旅游业产值中所占的比例由 2000

年的10%上升到2004年的35%，并且从事体育旅游消费的人数已从2000年的4000万人次上升到了2004年的1.8亿人次”^①。体育旅游的联动效应在给当地增添经济活力的同时，也创造了大量就业机会。2010年，北京市休闲健身类从业机构吸纳就业人数1250人；浙江体育旅游从业机构吸纳就业人数52370人。

诚然，上述数据可以从一个侧面折射出我国体育旅游产业欣欣向荣的发展景象，但是，从国民经济整个行业来看，我国体育旅游企业创造的利润率却相对较低。有研究显示，“2002年我国旅游业的净利润率是3.6%，其他年份均在1%左右”^②，由此可见，作为旅游产业组成部分的体育旅游产业其净利润率更低，与其他行业相比，体育旅游产业市场占有率依然相当薄弱，其竞争优势尚待提高。正如成都体育学院杨强副教授所言，受人们经济支出水平的制约，我国体育旅游消费还没有成为旅游市场消费的主流，也没有成为体育市场消费的热点。北京体育大学黄亚玲教授认为目前大众对体育旅游的认知还不够高，人们的体育旅游消费意识还有待加强。吴必虎等通过对国家4A级旅游区（点）内设立体育旅游项目的调查发现，第一批231个国家4A级景区内“含有体育运动项目的景区比例较低，共有105家，占总体景区的45.5%”^③，而上海、北京、江苏、浙江等经济水平发达地区尤为严重，可见，体育与旅游的结合仍有进一步拓宽的空间。目前全国虽有20多个省市将体育旅游产业作为支柱产业或重点产业优先发展，但却存在以下问题：即部分省份缺乏自身对发展体育旅游产业优劣势的全面了解以及缺少对产业未来发展前景的科学、系统的测评和分析就一厢情愿地将其作为“支柱产业”和“重点产业”，这种现象势必导致区域产业结构失衡以及体育旅游资源的开发性破坏等后果。

二、国际体育旅游产业发展的现实需要

近年来，体育产业和旅游产业融合形成的体育旅游产业在世界范围内蓬

① 专项调研课题组，全国体育旅游专项调研报告[R]，2011，9。

② 张卉、朱永亮，基于SCP分析框架的我国体育旅游产业分析[J]，武汉体育学院学报，2010，44（8）。

③ 吴必虎、严琳，中国体育旅游发展的战略与政策[J]，体育科研，2007，28（5）。



2015 年欧洲体育旅游峰会

勃发展的态势愈加明显。“从 1967 年至 1989 年这 12 年间世界体育旅游市场有了 1300% 的增长”^①。国际体育旅游委员会统计的数据显示：1994 年全球体育旅游收入占世界旅游收入的 25%，42% 的旅游日程与体育旅游活动有关；1995 年全世界的体育旅游收入为 2.69 亿美元，2005 年将达到 7.9 亿美元^②。目前，全球体育旅游的收入占世界旅游总收入的 32%。根据国际奥委会出版的《奥林匹克杂志》显示，举办奥运会给澳大利亚带来了 42.7 亿美元的旅游收入。Lee 等指出，2002 年的韩日世界杯为韩国带来了 13.5 亿美元的销售额，3.07 亿美元的收入，以及 7.13 亿美元的附加值^③。对欧洲几个发达国家的调查显示，体育旅游带来的经济效益约占一个国家国内生产总

① 谭白英、邹蓉，体育旅游在中国的发展 [J]，体育学刊，2002，9（3）：22—25。

② 柳伯力，体育旅游基础技能 [EB/OL]，www.docin.com/p—886146...html 2012。

③ Lee, Choong—Ki and T. Taylor. Critical reflections on the economic impact assessment of a mega—event: the case of 2002 FIFA World Cup. 2005, 26: 595—603.

值的1%—2%^①。1999年, Collins和Jackson指出体育旅游给英国带来了高达26.11亿英镑收入。位于日内瓦湖畔的洛桑奥林匹克博物馆吸引了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)。

据世界旅游组织预测, “2020年世界旅游人数将达到15.6亿人次^②”。由于体育旅游在拉动地方经济发展和创造就业等方面所起的作用越来越显著, 世界各国纷纷采取措施展开全球体育旅游市场份额的争夺。俄罗斯杜马早在1996年通过了体育旅游法, 使体育旅游朝法制化迈进, 2010年3月体育旅游部颁布《体育与旅游中小企业发展纲要》, 明确了2010—2012年包括建设及旅游在内的体育产业发展措施和计划。加拿大为加快发展体育旅游业, 于2002年成立加拿大体育旅游联盟, 负责体育旅游业的具体工作。而且, 在2009年度的联邦财政预算中, 专门拿出1亿美元用于承办大型节庆活动和赛事, 划拨4000万美元用于2009—2010年体育旅游的市场推广工作^③。澳大利亚体育与旅游部在2000年初出台全国体育旅游发展战略(Towards a National Sports Tourism Strategy), 从9个方面提出发展体育旅游的具体策略, 以确保该国体育旅游产业的持续发展。由此可见, 世界各国争夺体育旅游市场的竞争日趋激烈, 都把提升体育旅游市场竞争力作为本国体育旅游发展的重要目标。

在当今体育旅游市场竞争日益激烈的环境下, 如何摆脱体育旅游产业步履维艰的境地, 扩大体育旅游市场规模、提升其市场竞争力并获取更多的市场份额是摆在我们面前的一项重要课题。

三、体育旅游产业理论发展的必然选择

自波特提出产业竞争力概念以来, 各国专家、学者围绕产业竞争力的影响因素、评价指标以及提升策略在不同的产业领域进行了深入的研究并涌现出大量成果, 体育产业、旅游产业以及体育旅游产业竞争力的理论研究也随

① 吴必虎、严琳. 中国体育旅游发展的战略与政策 [J]. 体育科研, 2007, 28 (5).

② 世界旅游组织 (UNWTO). World Tourism Barometer 2003—2006 [EB/OL]. <http://www.unwto.org/facts/> UNWTO World Tourism Barometer, 2007—03—26.

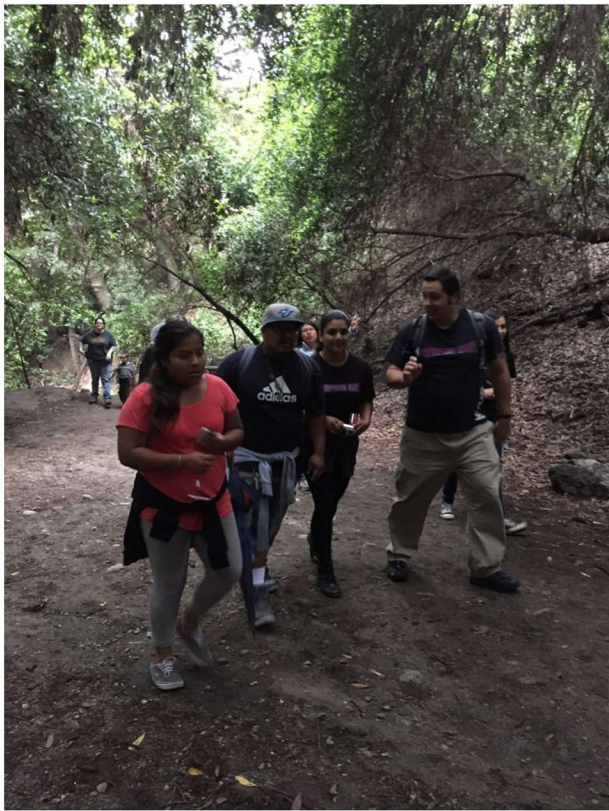
③ 专项调研课题组. 全国体育旅游专项调研报告 [R]. 2011, 9.

之兴起,并得到逐步发展。

产业竞争力理论研究一般涉及三个重要问题:1. 影响产业竞争力的因素有哪些,选择这些因素的依据是什么;2. 这些因素影响产业竞争力的机理是什么,即这些因素是怎样影响产业竞争力的;3. 这些因素对产业竞争力影响的程度如何,应通过何种措施使其扬长避短。

从当前有关体育旅游产业竞争力的研究成果来看,近年来已有少数学者开始关注体育旅游产业的影响因素研究,

如于锦华^①从波特五力模型入手,分析了体育旅游目的地竞争力的构成;张云峰等^②将影响体育旅游目的地竞争力的因素归结为现实竞争力、潜在竞争力和环境竞争力三种。从这些研究体育旅游产业竞争力的因素分类、层次划分来看,不同的研究成果存在较大的差异。这说明当前理论界对体育旅游产业竞争力的影响因素还未形成共识,也表明对这一问题进行深入探讨是非常必要的。从目前研究现状来看,理论界对第二个问题的研究基本上处于空白状态。而影响机理分析是正确认识和把握各影响因素对体育旅游产业竞争力



登山活动

^① 于锦华. 体育旅游目的地竞争力提升路径研究 [J], 北京体育大学学报, 2010, 33 (1) .

^② 张云峰、丛聪. 体育旅游目的地竞争力模型与评价指标体系研究 [J], 体育世界, 2010 (8) .

作用方式的重要基础,对这一问题研究的滞后将使人们很难准确把握体育旅游产业竞争力的演进规律,因此,对这一问题的深入研究就显得尤为重要。另外,关于体育旅游产业竞争力的评价指标体系研究,仅有两篇论文涉及了区域体育旅游产业竞争力评价指标构建:钟学思^①从7个维度构建了广西14个地级市少数民族体育旅游竞争力评估指标体系,并运用因子分析、聚类分析等方法对14个地级市的少数民族体育旅游竞争力进行了综合评价。农路华^②从4个维度构建了广西14个地级市的区域体育旅游竞争力评价指标体系,运用因子分析法、主成分分析法、聚类分析法对14个地级市的体育旅游竞争力进行数据分析。但是区域少数民族地区体育旅游产业竞争力的评价指标体系是否适用于全国体育旅游产业竞争力的分析和评价还有待其他研究进行检验和充实。因此,以产业竞争力理论作为剖析体育旅游产业竞争力的切入点,对体育旅游产业竞争力问题进行深入、系统的探讨,以充实、完善和丰富体育旅游产业竞争力的研究成果就显得尤为必要。

第二节 研究目的与意义

一、研究目的

本研究期望达到以下目的:1.梳理出我国体育旅游产业发展的历程;2.分析中国体育旅游产业竞争力的构成因素及各因素与体育旅游产业竞争力的作用机制;3.构建我国体育旅游产业竞争力评价指标体系,并确定我国体育旅游产业竞争力各指标权重;4.在分析我国体育旅游产业竞争力优劣势基础上,提炼出提升我国体育旅游产业竞争力的路径。

二、研究意义

1. 理论意义

产业竞争力理论作为一个很有实际意义的课题,已经引起了国内外学术

^① 钟学思.广西地级市少数民族体育旅游竞争力分析[J].体育学刊,2008,15(11).

^② 农路华.区域体育旅游竞争力评价体系的构建与分析[D].广西民族大学硕士学位论文,2012.

界的高度关注并产生了大量研究成果。随着研究的深入,竞争力的相关理论已经在体育领域和旅游领域被广泛运用并有一些成果相继问世。与之相比,将体育旅游产业竞争力作为研究对象进行全面、系统的研究,目前来看,无论研究成果还是研究者数量都屈指可数。

由于对体育旅游产业竞争力的研究还缺乏一套普适性的理论框架和科学、全面的评价指标体系。因此,本文将产业竞争力理论引入体育旅游产业进行研究,将进一步深化和丰富体育旅游产业理论研究体系。体育旅游产业高度综合性的特征决定了影响其发展的因素是多方位的,因此有必要借鉴一切与之相关的学科理论和研究成果来更好地指导产业发展实践。本文以构成体育旅游产业竞争力的因素作为主线,运用德尔菲法对构建的体育旅游产业竞争力评价指标体系进行量化计算,这样做,一方面可以拓宽体育旅游产业研究的问题视域,另一方面可以提供一个从竞争力视角研究体育旅游产业的思路。本研究通过对体育旅游产业竞争力问题进行系统、深入、综合研究,对完善和丰富我国体育旅游理论研究有积极意义。

2. 现实意义

对我国体育旅游产业竞争力的研究有利于政府部门加深对体育旅游产业竞争力主要来源的认识和理解,从而为其制定科学合理的体育旅游产业规划和发展战略提供参考意见。目前,除了安徽省制定了《体育旅游产品发展规划》外,我国大多数省市在体育旅游开发中缺乏统一的规划和指导。本文对体育旅游产业竞争力的因素分析将为我国各级政府正确认识体育旅游产业竞争力的来源提供理论指导,为体育旅游规划工作者编制科学合理、现实可行的产业规划提供决策参考。

此外,通过对体育旅游产业竞争力的分析和研究,能够对体育旅游企业进一步认识到自身的竞争优势和劣势,制定切合实际的发展战略,提升企业的竞争力,推动企业的持续、快速发展有重要的现实意义。

第三节 研究思路及方法

一、研究思路

本文遵循发现问题——分析问题——解决问题的路径，综合运用管理学、旅游学、体育学、产业经济学的相关理论和方法，通过文献述评、概念界定、理论解析、现状分析和对策设计对体育旅游产业竞争力进行研究，具体步骤是：首先，厘清产业竞争力、体育旅游、体育旅游产业的相关概念，分析体育旅游产业的特征，然后对体育旅游及体育旅游产业的发展历程进行梳理。其次，运用“钻石模型”竞争力分析框架探讨我国体育旅游产业竞争力的构成并厘清各构成因素对体育旅游产业竞争力的影响机理。再次，构建我国体育旅游产业竞争力评价指标体系并运用德尔菲法确定该评价指标中各指标的权重；最后对我国体育旅游产业竞争力现状进行分析，探寻制约竞争力提高的因素，在此基础上，总结提升我国体育旅游产业竞争力的路径。本研究的逻辑框架图如图1所示。

二、研究方法

1. 文献资料法

根据研究的目的和内容查阅大量相关文献。首先，导师为本研究提供了第一手资料，包括：《全国体育旅游专项调研报告》《溧阳市国家级体育产业（体育旅游）基地总体发展规划》《体育事业“十二五”规划文件资料汇编》以及其他相关文件。在当前体育旅游发展很不成熟，数据和资料很难获得的情况下，这些资料无疑对本研究弥足珍贵。尤其是《全国体育旅游专项调研报告》为本文的现状分析提供了大量翔实的数据和案例。

其次，围绕“体育旅游”“体育旅游产业”“产业竞争力”“sport tourism”“sport tourism industry”等主题词对中国学术期刊网、万方数据库、中国博、硕士学位论文全文数据库、Google 搜索引擎中的学术搜索系统、百度搜索引擎等进行检索；同时，通过国家图书馆、北京体育大学图书馆等多种途径查询国内外相关文献和专著，广泛搜集与体育旅游和产业竞争力相关的论文、专著，其中所涉及的领域包括社会学、经济学、管理学、体