

高等学校教材

T i y u

F u w u

Y i n g x i a o

体育服务营销

刘 兵 主编

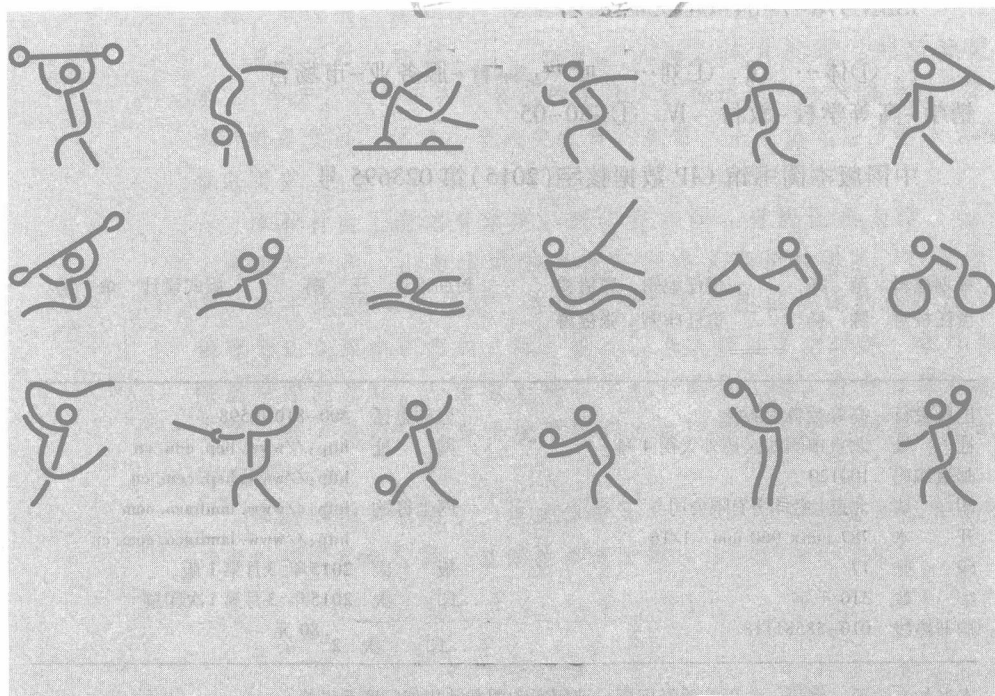
高等教育出版社

高等学校教材

体育服务营销

TiYu Fuwu Yingxiao

刘 兵 主 编



高等教育出版社·北

内容提要

本书为全国社会体育指导与管理专业核心课程系列教材之一,是在总结我国 10 多年社会体育专业办学经验、参考诸多社会体育指导与管理专业课程方案的基础上编写的。本书共分为 10 章,主要包括:认识现代体育、认识现代服务、体育服务企业中的现代客户服务理念、体育服务层次、客户购买体育服务的行为需求与性格分析、体育服务购买中客户关系管理、体育服务营销的管理方法与手段、体育健身娱乐业服务营销、高尔夫俱乐部服务营销、马术俱乐部服务营销。本书既有宏观的理论阐述,也有微观的案例分析,突出实操性和针对性,强调培养学生的专业能力和专业素质,注重理论与实践的结合。本书可作为社会体育专业学生及教师的教学用书,也适用于其他体育专业及体育爱好者。

图书在版编目(CIP)数据

体育服务营销 / 刘兵主编. -- 北京: 高等教育出版社, 2015. 3

ISBN 978-7-04-041954-2

I. ①体… II. ①刘… III. ①体育-服务业-市场营销学-高等学校-教材 IV. ①G80-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 023695 号

策划编辑 范 峰

责任编辑 廖倩雯

封面设计 王 鹏

版式设计 余 杨

责任校对 陈 杨

责任印制 张福涛

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 北京七色印务有限公司

开 本 787 mm×960 mm 1/16

印 张 17

字 数 310 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.landaco.com>

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

版 次 2015 年 3 月第 1 版

印 次 2015 年 3 月第 1 次印刷

定 价 26.80 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 41954-00

前言

以服务创造竞争优势，不仅在于实现客户价值，创造企业蓝海，更重要的是倡导社会发展理念，实现整个社会的价值共享。党的“十八大”报告中指出，要建设学习型、服务型和创新型的马克思主义执政党。从国家建设的高度提出服务型政府的使命与抱负，可见，服务是一种责任，是一种能力，也是一种胸怀。体育事业“十二五”规划中指出，要改善体育产业结构，加快体育服务业发展，提升体育服务业的产值。体育发展的各类文件均表明，在今后很长一段时间里，“服务”是体育发展的主旋律。

当前，我国体育服务业快速发展，尤其是体育健身娱乐和体育竞赛表演等服务性产业在全国范围内开展得红红火火。体育服务业的迅猛发展，不仅满足了人们的精神需求，创造了大量的就业机会，还实现了体育发展的自循环，找到了社会需求的契合点，发现了体育产业融合与关联的魅力，同时也为国家经济的发展创造了新的增长点。

体育服务业的良性发展离不开体育服务营销能力的提升。当前，在体育服务业快速发展的同时，由于整体服务营销能力的欠缺，使得我国体育服务业的发展受到了很大的制约。多年来，关于体育服务营销方面的研究也不是很多，体育服务营销方面的书籍更是少之又少，体育服务业工作者迫切需要一本理论与实践结合得较紧密的书籍。本书的出版，在一定程度上可以弥补这方面理论研究的缺憾。

本书按照体育发展和服务发展的内在逻辑，从认识体育、认识服务和认识体育服务营销这样一个路径进行撰写，把体育服务理论和体育服务实践贯穿其中。为便于学生理解相关知识，本书提供了大量的案例。



本书的编写分工如下：刘兵（第一章、第二章、第三章、第五章）、邓彩兰（第四章、第八章）、仇飞云（第六章、第九章）、李要南（第七章、第十章）。全书由刘兵统稿。

在本书的编写过程中，广泛参阅了服务营销类的书籍和资料，也引用了许多专家学者的研究成果，并在书后的参考文献中一一列出，在此对这些原作者表示深深的感谢！陈瑜、段丽梅、李滨、阮如琼、范国勇几位博士及王慧慧、程红伟两位硕士为本书的撰写收集了许多资料，付出了大量精力；上海体育学院教务处曹可强处长、沈佳老师以及经济管理学院的同仁在本书的编写过程中也提出了很多宝贵的意见；高等教育出版社体育分社编辑为本书的出版付出了辛勤的劳动，在此一并致以诚挚的谢意！

体育服务营销是一项充满智慧与挑战的工作，它要求体育服务工作者善于把握机遇，创新服务思维，总结服务经验，勤练服务技能。在今后的工作中，还需要体育服务工作者继续深入研究体育服务营销领域的诸多问题，不断总结经验，不断攻坚克难，使体育服务营销的理论与实践更上一层楼！

由于编者水平有限，加之时间匆忙，书中难免有疏漏和不足之处，恳请广大读者批评指正。

编 者

2014年9月

目录

第一章 认识现代体育 1

- 第一节 现代体育发展的时代背景/2
- 第二节 现代体育的特点/4

第二章 认识现代服务 23

- 第一节 服务变革的力量/24
- 第二节 服务的定义/26
- 第三节 服务产品分析/32
- 第四节 服务营销及其发展/36

第三章 体育服务企业的现代客户服务理念 48

- 第一节 市场营销发展的阶段/50
- 第二节 体育服务企业优质服务的意义/55
- 第三节 体育服务企业正确的服务理念与
准则/63

第四章 体育服务层次 72

- 第一节 基本体育服务/74
- 第二节 满意体育服务/76
- 第三节 超值体育服务/82
- 第四节 难忘体育服务/88



第五章 客户购买体育服务的行为需求与性格分析

99

- 第一节 顾客购买体育服务行为的心理分析/101
- 第二节 购买体育服务客户的性格分析/116
- 第三节 购买体育服务中的客户性格服务营销/119

第六章 体育服务购买中客户关系管理

128

- 第一节 客户关系管理的概念及内涵/130
- 第二节 体育服务营销中 CRM 的发展历程/138
- 第三节 体育服务购买中 CRM 的设计与流程/145
- 第四节 体育服务营销中的 CRM 评价/146

第七章 体育服务营销的管理方法与手段

152

- 第一节 客户服务的方法与类型/154
- 第二节 体育客户服务的时机和步骤/162
- 第三节 体育服务营销中卓越服务原则及忠诚客户群建立/167

第八章 体育健身娱乐业服务营销

179

- 第一节 体育健身娱乐服务营销相关概念与特征/183
- 第二节 体育健身娱乐业服务产品与营销理念/190
- 第三节 体育健身娱乐服务营销过程与评价/195

第九章 高尔夫俱乐部服务营销

206

- 第一节 高尔夫运动的起源与发展/207
- 第二节 高尔夫运动的基本特点/212
- 第三节 高尔夫俱乐部的形成与发展/215
- 第四节 高尔夫俱乐部的服务理念与流程/218
- 第五节 高尔夫俱乐部的服务营销评价/221

第十章 马术俱乐部服务营销

226

- 第一节 马术运动的起源与发展/228
- 第二节 马术运动的基本特点及魅力/234
- 第三节 马术俱乐部的形成与发展/237



第四节 马术俱乐部的服务理念与流程/242

第五节 马术俱乐部的服务评价/250

参考文献

258

后记

263

第一章 认识现代体育

本章重点

- ◇ 体育发展的时代背景
- ◇ 现代体育发展的特点

啊，体育，你就是乐趣！想起你，内心充满欢喜，
血液循环加剧，思路更加开阔，条理愈加清晰。你可
使忧伤的人散心解闷，你可使快乐的人生活更加甜蜜。

—— [法国] 皮埃尔·德·顾拜旦



丰富多彩的体育生活催生体育服务

“蹦蹦跳跳，上不了纲要”，这是 20 世纪 80 年代社会对体育理解的真实反映；“目前，我最稀缺的就是健康”，这是 20 世纪 90 年代微软公司总裁比尔·盖茨所发出的感叹；“体育生活化，生活体育化”，这是 20 世纪 90 年代末和 21 世纪初，国家体育总局所倡导的全民体育发展定位；“体育让我充满激情，我为体育而狂”，这是进入 21 世纪后，搜狐公司首席执行官张朝阳对体育的诠释。体育从一种活动、一种健康、一种生活、一种理念到一种习惯，发生了翻天覆地的变化。

强大的体育需求，推动着体育服务业的快速衍生，服务业也因为体育的融入而变得更加精彩。享受健康、享受自然、享受生命中每一个体育的片段，正成为全球共同的理念。我们不再把某一个项目当做一种运动，而是把这种运动冠之于休闲式生活，如高尔夫生活、户外休闲、运动体验。正是这种休闲式的生活，今天才让我们格外感觉到优质的服务、良好的环境、情感的互动、设施的完善、运动的安全以及运动进入的便捷变得日益重要。这些内容都在宣告体育服务及营销伴随社会需求的增加而增长，要求我们去思考如何更好地做好体育服务及营销。

第一节 现代体育发展的时代背景

体育是什么？不同的时代背景下，人们对体育的理解是不一致的。这种不一致基于几个方面的因素：一是社会经济发展水平的变化，导致人们对体育需求的层级在不断提升；二是随着人们体育需求与消费的增长，体育自身的功能在不断得到拓展；三是体育多元化的功能在信息化社会里正成为全球广泛关注的焦点，体育生活化和生活体育化正在成为各国政府致力于改善民生，提高公共服务水平的具体内容；四是体育正在成为一种新兴产业，在改善社会经济结构，推动产业转型升级方面已然表现为一种全新的经济增长点；五是体育与其他领域正在快速结合，这种结合不仅丰富了体育的内容，而且为其他领域的发展延伸了产业链。

认识现代体育，必须了解体育的本质是提高人体机能，满足人的精神需求，促进身心统一，和谐发展。正如毛泽东所说，“体者，载知识之车，寓道德之舍也”，“德智皆寄于体，无体便是无德智也”。这些经典的语录都在诠释



体育的本质功能。当然，今天的体育不仅在诠释更健康，同时从体育本体发展来说，也在为人类诠释更美丽、更自信、更勇敢和更强大。基于此，体育服务的内涵与外延得到重新定位，体育服务从服务于体育锻炼的单一功能走向了服务于体育休闲、体育旅游、体育生态的多功能综合体。

认识体育发展的历史，可以帮助我们依据历史的轨迹，看到现代体育内涵的演进与变革。新中国成立后，在百废待兴的国家建设上，国家既要抓经济建设，又要抓政治斗争，防止新兴的社会主义国家遭到破坏，体育的发展是伴随“军国民”的需求而发展的。尽管这个时候，国家也在推动竞技体育的发展，但总体来说竞技体育是为了“军国民”教育的需要。体育功能单一，但在某种意义上也促进了竞技体育领域的发展。十一届三中全会以后，国家调整了社会发展的重心，提出了以经济建设为中心，改善社会的经济结构。随后，深圳、珠海、汕头、厦门4个城市作为经济改革的“实验田”，纷纷建立起保税区，试验市场经济，原先在国内从未见过的部分体育休闲娱乐产品通过保税区开始进入中国，如20世纪80年代中期国内掀起的保龄球热，报价达到近百元一局，成为一种贵族运动。20世纪90年代初，上海成为改革开放的试点城市，市场经济开始影响城市发展。伴随市场经济的深入，生产力水平快速提高，依靠市场配置资源要素成为社会改革与发展的共识。与此相适应，体育改革正在悄然拉开序幕。20世纪80年代末90年代初，国家确立了竞技体育“缩短战线，突出重点”的奥运争光发展战略，“奥运争光计划”使中国竞技体育飞速发展，特别是进入21世纪以后，中国在雅典、北京和伦敦奥运会上金牌总数始终处在前两位，并且在2008年北京奥运会上取得了奖牌和金牌总数的双丰收。国际社会高度肯定中国竞技体育成绩，并对由体育所带来的社会服务的改善由衷地赞叹。服务体育和体育服务所创造的价值正日益得到中国社会的普遍认知。

从党的十七大开始，我国政府就开始大力倡导公共服务体系的构建，同时政府职能的履行方式也在从行政命令式转换成社会服务，服务成为时代的响亮名词。实际上，政府职能的改变源于市场竞争的倒逼。我们生活在一个快速变化的时代，政府与社会都能够充分认识到服务是一种生产力，也是一种竞争力。服务产业的产值在国民生产总值中的比重反映了一个国家富裕程度。国家体育总局体育产业“十二五”规划中指出：“十二五”时期是我国实现经济发展方式转变、经济结构战略性调整、消费结构不断升级、现代服务业快速发展的重大机遇期，体育日益成为人民群众的重要生活方式，为体育产业发展提供了广阔的空间。作为国民经济和社会发展中不可或缺的有机组成，体育产业已进入快速成长阶段，将迎来前所未有的发展机遇。因此，要以科学发展观为指



导,把握体育产业的发展规律,抓住历史机遇、创新发展理念、转变发展方式、破解发展难题,促进体育产业又好又快地发展。

当前国家正在研讨竞技体育的职业化和市场化问题,其实质并非改革竞技体育本身的问题,而是改革竞技体育产品如何为社会提供更好的服务的问题。体育内生性的服务特征正日益凸显,体育产品也正成为当今社会消费的主流方式。F1、ATP 大师 1 000 系列赛、NBA 中国、中国网球公开赛、斯诺克中国公开赛、环青海湖国际公路自行车赛等一大批国际顶级赛事进入中国,中国百姓不仅能够近距离观赏国际赛事和国际球星的风采,同时还能够进一步体验体育带来的快乐。国际职业体育赛事,不仅使中国的体育旅游快速发展,同时在推进中国经济结构转型升级、城市改造、构筑产业集群增长极等方面均做出了较大的贡献。体育传播方面,NBA 赛事、网球四大满贯赛事、德甲、西甲、英超、意甲、世界杯足球赛、欧洲杯足球赛、中超等一大批赛事通过电视转播吸引着广大体育迷的眼球,体育文化正在以前所未有的冲击力影响着中国人民的生活方式;社会体育方面,老百姓对体育促进健康意识日益浓厚,更多的人把体育当做社会和谐的稳定器。体育社会化、体育生活化、体育科学化正在影响全体国民的体育意识,促进国民生活方式的提升。

第二节 现代体育的特点

现代体育在满足社会需求过程中,其表现方式呈现多元化,与其他行业的结合程度也日益紧密,向人们展示了丰富多彩的体育世界,让人们的生活因为体育的融入而提高。现代体育表现出了以下几方面的特点:

一、现代体育正日益成为一种全新的生活方式

现代体育的功效不仅仅体现在体育能够促进人的健康,更为重要的是体育正日益成为一种生活的方式。积极、乐观、自信是体育赋予人的基础特征。我们可以看到,有体育活动习惯的人,总是能够表现得年轻和充满活力。近几年,我国体育人口比例逐步上升,目前已经超过 36%,虽然离发达国家尚有一些差距,但不可否认的是,这种增长是一种社会正能量,诠释经济快速发展下社会健康与休闲理念的巨大提升。我们可以看到,如果用体育人口的指标去衡量今天中国人的体育活动方式,还显得非常单调,运动休闲、体育游憩、体育旅游这些在 20 世纪末还比较陌生的词汇,现在已经耳熟能详,因为富裕起来的中国人正在用这种户外活动方式来提升自己的生活品质。伴随这种趋势,我国相继建设了 200 千米的浙江宁海“中国登山步道”、河北崇礼国际级滑雪



场及重庆武隆、宁夏贺兰山和浙江安吉等一大批户外运动基地，这些户外体育活动场所的形成不断满足中国人全新生活方式的需要。



专栏 1-2

一、美国 2012 年户外运动参与情况调查

2013 年年初，美国户外基金会开展了《美国 2012 年户外运动参与情况调查》，被调查对象都是 6 岁及以上美国人，在美国全国一共有 42 363 个家庭或个人接受了互联网在线调查，其中包括 15 770 位个人和 26 593 个家庭。该调查报告涉及 114 项户外运动，是美国规模最大的户外运动参与调查。

2012 年，美国户外运动参与人数创 6 年来新高，在 6 岁及以上的美国人中，约 50% 的人（约 1.419 亿）至少参与了一次户外运动，这个数字比 2011 年增长了 80 万人，而且户外运动次数总计达到 124 亿次，平均每人每年 87.4 次，美国人户外运动参与的积极性创 6 年来新高（图 1-1）。

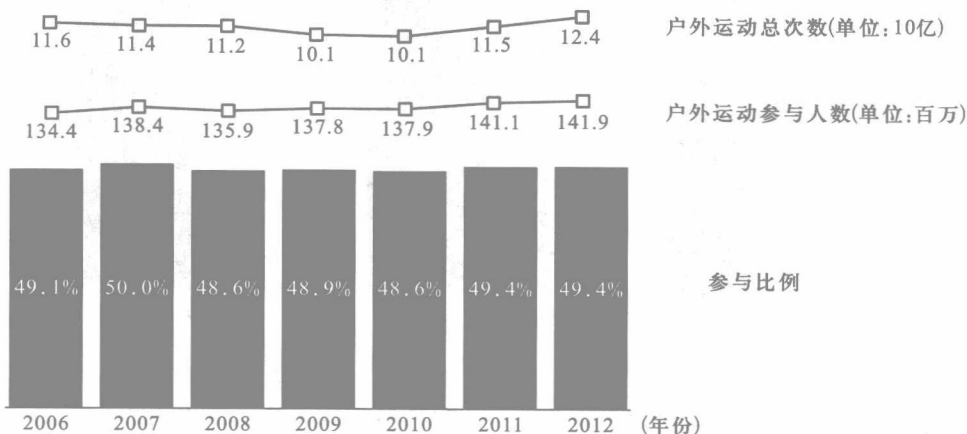


图 1-1 美国户外运动近年来参与情况

在美国 6~24 岁的年轻人中，户外运动参与人数呈稳定增长趋势，户外运动的发展前景看好，但是增长率不高，只有 1%。2012 年，美国年轻一代的户外运动次数超过 48 亿次，每人年平均次数达到 98.3 次。尽管 2012 年的调查数据喜人，但是与 2006 年相比，仍有较大的差距。举例子来说，在金融危机爆发前的 2006 年，78% 的 6~12 岁美国青少年参与户外运动，这一比例在 2011 年为 63%。而且，2012 年少数民族青少年儿童参与户外运动的比例仍然较低，在青少年户外运动参与者中，71% 是非西班牙裔白种人，而在美国总人口中，非西班牙裔白种人的比例是 63%。



从参与人数来看,在美国年轻人中最受欢迎的户外运动仍然是跑步、骑自行车、露营、钓鱼和远足。从参与频率来看,美国年轻人最喜爱的户外运动包括滑板运动、铁人三项和观鸟活动。有趣的是,美国成年人的参与情况与年轻人类似。

二、美国年轻人的户外运动参与情况

2012年,美国6~24岁的年轻人群户外运动总次数达到48亿次,平均每人每年98.3次(图1-2)。

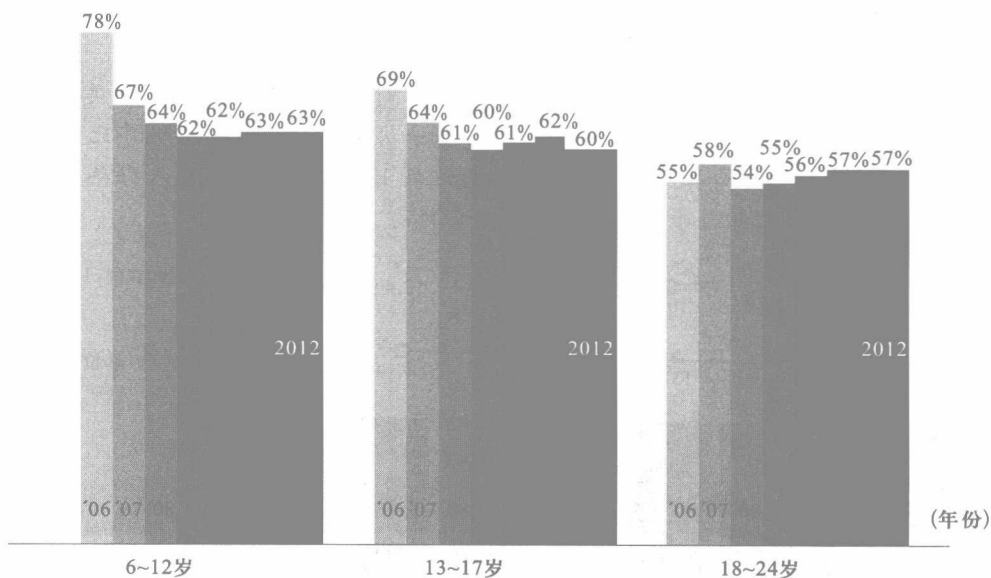


图1-2 美国6~24岁青年人户外运动参与比例

从参与人数来看,最受美国年轻人欢迎的前5项户外运动的情况是:

跑步、慢跑和小径跑步的参与人数达到2 270万人,占美国该年龄段总人口的28.1%;

骑自行车运动(包括公路自行车运动、山地自行车运动和小轮车运动)的参与人数达到1 800万人,占美国该年龄段总人口的22.3%;

钓鱼活动(包括淡水钓鱼、咸水钓鱼和飞蝇钓鱼)的参与人数达到1 460万人,占美国该年龄段总人口的18%;

露营活动(包括驾车露营、后院露营和RV露营)的参与人数达到1 420万人,占美国该年龄段总人口的17.5%;

远足活动的参与人数达到1 030万人,占美国该年龄段总人口的12.7%。

从参与频率来看,美国年轻人最喜爱的前5项户外运动分别是:



跑步、慢跑和小径跑步的参与次数总计达到 19 亿次, 平均每人每年 84 次;

自行车运动 (包括公路自行车运动、山地自行车运动和小轮车运动) 的参与次数总计达到 12 亿次, 平均每人每年 67.6 次;

滑板运动的参与次数总计达到 2.918 亿次, 平均每人每年 58.8 次;

观鸟活动的参与次数总计达到 6 970 万次, 平均每人每年 25.4 次;

冲浪运动的参与次数总计达到 3 040 万次, 平均每人每年 25.3 次。

三、美国成年人的户外运动参与情况

2012 年, 美国 25 岁及以上的成年人群户外运动总次数达到 76 亿次, 平均每人每年 81.8 次 (图 1-3)。

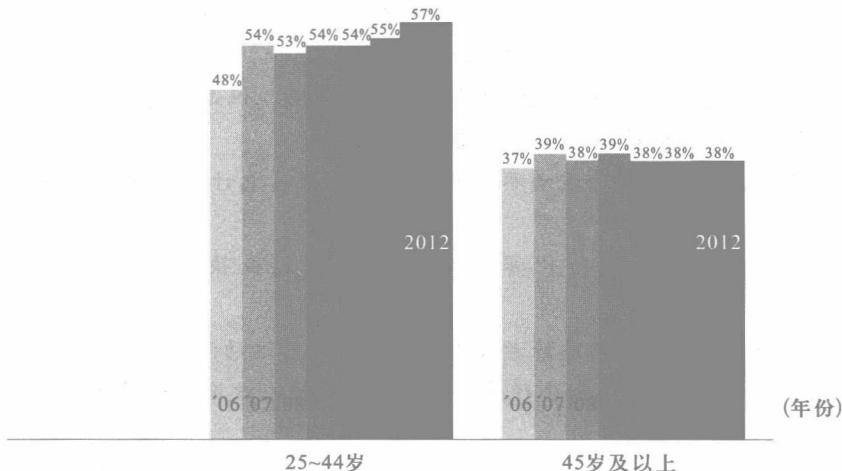


图 1-3 美国 25 岁以上成年人户外运动参与比例

从参与人数来看, 最受美国成年人欢迎的前 5 项户外运动分别是:

钓鱼活动 (包括淡水钓鱼、咸水钓鱼和飞蝇钓鱼) 的参与人数达到 3 250 万人, 占美国该年龄段总人口的 15.7%;

跑步、慢跑和小径跑步的参与人数达到 3 080 万人, 占美国该年龄段总人口的 14.9%;

骑自行车运动 (包括公路自行车运动、山地自行车运动和小轮车运动) 的参与人数达到 2 480 万人, 占美国该年龄段总人口的 12%;

远足活动的参与人数达到 2 420 万人, 占美国该年龄段总人口的 11.7%;

露营活动 (包括驾车露营、后院露营和 RV 露营) 的参与人数达到 2 380 万人, 占美国该年龄段总人口的 11.5%。

从参与频率来看, 美国成年人最喜爱的前 5 项户外运动分别是:



跑步、慢跑和小径跑步的参与次数总计达到 27 亿次, 平均每人每年 87.2 次;

自行车运动 (包括公路自行车运动、山地自行车运动和小轮车运动) 的参与次数总计达到 15 亿次, 平均每人每年 58.4 次;

观看野生动物活动的参与次数总计达到 5.409 亿次, 平均每人每年 29.9 次;

观鸟活动的参与次数总计达到 4.679 亿次, 平均每人每年 40.7 次;

徒步旅行活动的参与次数总计达到 1.843 亿次, 平均每人每年 33.4 次。

四、2012 年美国户外运动发展趋势

在最近 3 年中, 综合性户外运动的参与人数大幅度增长。在近几年中, 铁人三项和探险活动的参与人数也大幅度增长。然而, 高山滑雪、越野滑雪、露营、RV 露营和皮划艇运动的参与人数在减少。

2012 年, 美国有 1 300 万人开始参与户外运动, 但是也有 1 200 万人终止了户外运动。户外运动参与人数净增 100 万人。

2012 年, 美国人户外运动参与总次数在增长, 总计达到 124 亿次, 创历史新高。

在过去 5 年里, 探险比赛的参与人数增长最快, 总参与人数增长了 211%。

几乎 25% 的户外运动爱好者每周至少参加户外运动两次。

跑步运动, 包括慢跑和小径跑步, 是最受美国人欢迎的户外运动, 参与人数和参与次数皆为最多。

不参与户外运动的青少年把原因归结为没有兴趣。对于年轻人来说, 缺少闲暇时间是参与户外运动的最大阻碍。

接触户外运动时年纪越小, 对户外运动的兴趣持续的时间越长。在户外运动参与者中, 75% 接受过体育教育, 42% 在小学时参与过户外运动。

白种人户外运动参与比例最高, 而黑种人户外运动参与比例最低。

表 1-1 美国人参与户外运动的总体情况 (单位: 千人)

户外运动项目	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	近 3 年平均 变化百分比
探险比赛	1 089	1 339	1 065	2 170	35.4%
通宵徒步旅行 (与家或者车辆的 距离超过 0.25 英里)	7 647	8 349	7 095	8 771	5.9%
小轮车	1 811	2 369	1 547	2 175	12.2%



续表

户外运动项目	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	近 3 年平均 变化百分比
山地自行车	7 142	7 161	6 816	7 714	2.9%
公路自行车	40 140	39 320	40 349	39 232	-0.7%
观鸟活动（与家或者车辆的距离超过 0.25 英里）	13 294	13 339	12 794	14 275	2.6%
冲浪	1 128	1 617	1 151	1 593	17.6%
RV 露营	17 436	15 865	16 698	15 108	-4.4%
露营（与家或者车辆的距离不超过 0.25 英里）	34 338	30 996	32 925	29 982	-4.1%
独木舟运动	10 058	10 553	9 787	9 839	-0.6%
运动攀岩/室内攀岩/抱石攀岩	4 313	4 770	4 119	4 592	2.8%
传统攀岩/攀冰岩/登山攀岩	1 835	2 198	1 609	2 189	9.7%
飞蝇钓	5 568	5 478	5 683	6 012	2.6%
淡水钓鱼	40 961	38 860	38 868	39 135	-1.5%
咸水钓鱼	12 303	11 809	11 983	12 017	-0.8%
远足（1 日）	32 572	32 496	34 491	34 545	2.0%
打猎（弓箭）	4 226	3 908	4 633	4 075	-0.3%
打猎（手枪）	2 276	2 709	2 671	3 553	16.9%
打猎（步枪）	11 114	10 150	10 807	10 164	-2.7%
打猎（猎枪）	8 490	8 062	8 678	8 174	-1.1%
皮划艇（娱乐性）	6 212	6 456	8 229	8 144	10.1%
皮划艇（海上/观光）	1 771	2 144	2 029	2 446	12.1%
皮划艇（激流）	1 369	1 842	1 546	1 878	13.3%
漂流	4 318	4 460	3 821	3 690	-4.8%
跑步/慢跑	43 892	49 408	50 713	52 187	6%
帆船运动	4 342	3 869	3 725	3 958	-2.8%
潜水运动	2 723	3 153	2 579	2 982	4.4%
滑板运动	7 352	6 808	5 827	6 627	-2.7%
高山滑雪	10 919	11 504	10 201	8 243	-8.4%
越野滑雪	4 157	4 530	4 318	3 307	-6.6%