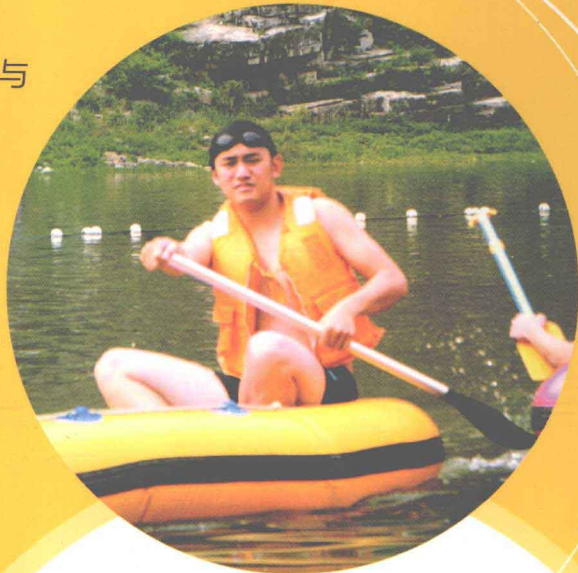


高等学校休闲体育、社会体育指导与
管理专业系列教材



休闲体育产业概论

□ 主编 杨铁黎 苏义民



 高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS

北京市专业建设—新专业—休闲体育资助项目
高等学校休闲体育、社会体育指导与管理专业系列教材

休闲体育产业概论

Xiuxian Tiyu Chanye Gailun

杨铁黎 苏义民 主编



高等教育出版社·北京
HIGHER EDUCATION PRESS BEIJING

内容提要

本教材全面、系统地介绍了休闲体育产业的相关基本理论和实践运作的基本规律。基本理论部分包括休闲体育产业内涵、产业类型、产品特征、消费特征等,实践部分包括体育健身休闲产业、体育赛事产业、体育旅游产业、高尔夫产业、冰雪休闲产业、滨海休闲体育产业、垂钓休闲产业、户外运动产业等。

本教材知识系统性强,覆盖面广,数据新,理论紧密结合实践,难度适中,可作为高等学校休闲体育专业、体育经济专业、体育管理专业、社会体育指导与管理专业课程教材,也可供体育其他专业选用和社会读者阅读。

图书在版编目(CIP)数据

休闲体育产业概论/杨铁黎,苏义民主编. —北京:高等教育出版社, 2011.8

ISBN 978-7-04-032171-5

I. ①休… II. ①杨…②苏… III. ①群众体育—体育产业—高等学校—教材 IV. ①G811.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 109136 号

策划编辑 陈海 责任编辑 陈海 封面设计 张申申 版式设计 范晓红
责任校对 陈旭颖 责任印制 张泽业

出版发行	高等教育出版社	咨询电话	400-810-0598
社 址	北京市西城区德外大街 4 号	网 址	http://www.hep.edu.cn
邮政编码	100120		http://www.hep.com.cn
印 刷	北京市文林印务有限公司	网上订购	http://www.landrace.com
开 本	787 × 960 1/16		http://www.landrace.com.cn
印 张	14	版 次	2011 年 8 月第 1 版
字 数	250 000	印 次	2011 年 8 月第 1 次印刷
购书热线	010-58581118	定 价	25.80 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 32171-00

高等学校休闲体育、社会体育指导与管理专业系列教材 编委会名单

主任委员:王 蒲 齐力新

总 主 编:李相如

编 委 (以姓氏笔画为序):

王 美	王文生	卢 锋	李 婧	李相如	李瑞林
杨 萍	杨树东	杨铁黎	苏义民	陆卫平	周之华
柳伯力	凌 平	展更豪	秦 梅	曹 卫	梁利民

本册编写人员名单

主 编:杨铁黎 苏义民

副 主 编:柳伯力 曹可强 曹 卫

参编人员 (以姓氏笔画为序):

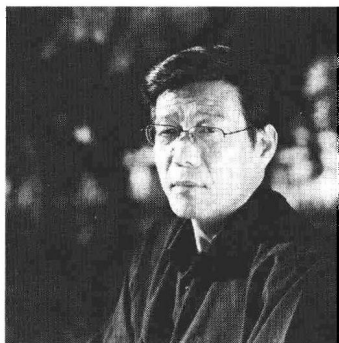
张家喜 李良忠 陈文倩 曹亚东 梁利民 黄海燕

主编简介



杨铁黎,1982年本科毕业于东北师范大学体育系,1987年硕士研究生毕业于华东师范大学研究生院,1993年留学日本佐贺大学获硕士学位,2001年获得北京体育大学博士学位,现为首都体育学院教授,硕士生导师,研究方向为体育产业与体育市场营销。主要社会兼职有中国市场学会理事、中国体育科学学会体育产业分会

委员。近年来主持国家级课题3项,省部级课题8项,发表论文30余篇,主编《体育产业概论》等教材12部。出版专著5部,其中《职业篮球市场论》、《课余训练改革新视野》分别获得第八届北京市哲学社会科学优秀成果二等奖和第六届中国高等教育学会优秀专著奖。2006年被评为北京市人才强教拔尖创新人才。



苏义民,毕业于西安体育学院,曾任武汉体育学院党委常委、副院长,现任西安体育学院党委副书记、教授、硕士生导师,山西大学客座教授、特聘博士生导师,中国大学生艺术体操健美操协会副主席,主要研究方向为体育经济与产业政策。先后承担并主持省部级课题7项,参与国家哲学社会科学基金资助课题研究2项;主编、参编《体育经济学教程》、《体育产业概论》等著作、教材6部;获国家体育总局优秀教学成果

奖一次;发表体育经济学、体育产业等方面学术论文30多篇。

总 序

21世纪是人类社会走向更加文明的世纪。站在世纪初回首人类生活方式的发展和变化的时候,有三个转变给人以深刻的提示:一是人们从对生命存在的关注和敬畏向对生命价值的真实和品质的重视的方向转变;二是人们开始从消极的余暇休闲向积极的休闲体育娱乐的方向转变;三是人们开始从注重心灵的惬意和轻快的休闲方式向注重身心一体、充满运动和刺激元素的体验型休闲方式转变。

休闲,对于中国老百姓来说,已不再是一个陌生的词。中国经济的高速发展和国民收入的不断提高,在带来物质产品极大丰富的同时,也在一定程度上颠覆了人们传统的生活方式和生活理念,休闲娱乐日益成为百姓生活不可或缺的一部分,“休闲”一词也因此成为当前的主流词汇之一。人们普遍认识到休闲在生命中的重要价值,休闲不仅被当作工作之余的消遣,而且被当作一种生活的理念。休闲作为一种生活方式、一种生活态度在神州大地悄然兴起。

休闲体育将对人们的生活方式、人居环境的优化,对绿色体育消费的拉动,对社会、经济活动的促进,对先进文化的推动,对基础教育和人的全面发展的推进,对现代文明病的抵御等方面产生重要的积极影响。

一个大众化的休闲时代正在向我们走来,一幅全民休闲的可喜图景正在展现。

作为公众休闲生活的重要组成部分,作为一种健康的休闲方式,休闲体育的发展备受人们关注。除了传统的休闲体育项目,大量新兴的时尚健身项目也进入休闲体育的范畴并得以快速发展;休闲体育的空间开始向海洋、森林和山地拓展;休闲体育的组织形成公益与营利并存、政府与民间结合的架构体系,并已形成政府大力支持、学界积极倡导、民众主动参与的良好局面。

休闲体育及其相关服务业的快速发展,促使其对高级应用型人才的需求变得愈来愈紧迫。2007年,教育部公布的本科招生目录首次列入“休闲体育”专业,标志着休闲体育专业首次进入高等教育范畴。然而,由于我国休闲体育教育尚处于起步阶段,专业设置时间不长,还没有具有权威性和系统性的专业课程教材。因此,整合全国力量构建我国休闲体育专业教材体系是适应社会需求的应时之举、顺时之策。

为了解决休闲体育专业教材的建设问题,首都体育学院作为率先开设休闲体育专业的院校,联合北京体育大学、广州体育学院、武汉体育学院、西安体育学

II 休闲体育产业概论

院、成都体育学院、沈阳体育学院、山东体育学院、杭州师范大学以及山东大学等院校,抓住时代的机遇,充分发挥这些院校的特色和优势,在全国范围内实现强强联合,求新求精,共同打造《休闲体育概论》、《休闲体育产业概论》、《太极拳太极剑》、《瑜伽 普拉提 形体训练》、《健身秧歌》、《健身教练》、《沙滩排球》、《高尔夫教程》、《户外运动》、《社区健身器械锻炼方法图解》等系列教材。系列教材的主编以及诸位参编作者,自开始就力图站在休闲体育教学与研究的前沿来思考教材的编写。我们有理由相信,教材的面世将为休闲体育专业教材建设掀开崭新的一页。

本套教材是北京市专业建设一新专业一休闲体育资助项目。在本套教材的编写和出版过程中,得到了高等教育出版社的大力支持,得到了诸多专家、学者的热心指导,同时也参考和引用了许多专家的学术观点和相关文献,在此一并致以由衷的感谢。

李相如

2011年5月于北京

编写说明

随着休闲时代的到来,休闲体育产业应运而生。新兴的休闲体育产业在引导居民消费、改善产业结构、促进社会经济发展、提高人们生活品质等方面所起到的特殊作用已逐渐被人们所认识。

休闲体育产业发展迅速,在一些发达国家已经成为支柱型产业,在国民经济发展中发挥着积极的作用。然而,休闲体育产业的理论研究相对滞后,知识体系尚不完善,不能满足休闲体育产业实践的发展需要,更不能满足培养休闲体育人才的需要。为此,本编写组试图对休闲体育产业知识体系进行梳理,构建一部知识体系相对科学、完整,内容比较全面的休闲体育产业教材。由于此前尚无专门的休闲体育产业的教材,这项工作对我们来说无疑是一项艰巨的挑战。

“休闲体育产业概论”是关于休闲体育产业内涵、产业类型、产品特征、消费特征等基本理论及与之相对应的休闲体育项目产业化运作规律的一门课程。为了编好这部教材,编写组集中了目前国内相关专家、学者,查阅了大量文献资料,对体育产业与休闲体育产业的内涵及其二者之间的区别与联系等理论问题进行了多次深入的研讨,并在此基础上梳理出了休闲体育产业知识体系的理论框架。在编写过程中吸纳了近年来国内外有关休闲体育产业的最新理论和成果,也收集了一些典型的实践案例,具有较强的理论性、系统性和实践性,可作为休闲体育专业、社会体育指导与管理专业、体育经济管理专业的本科生、研究生的专业课程教材,也可作为体育其他专业的教学参考用书。

本教材共十章,各章具体分工如下:杨铁黎,第一章;张家喜、曹可强,第二章;苏义民,第三章;黄海燕,第四章;柳伯力,第五章;李良忠,第六章;曹亚东,第七章;曹卫,第八章;梁利民,第九章;陈文倩,第十章。杨铁黎、苏义民、柳伯力、曹可强、曹卫进行了统稿,杨铁黎负责定稿。

本教材在编写过程中,得到诸多专家、学者的热心指导和大力支持,并参考和引用了许多专家的学术观点和相关文献,在此一并致以由衷的感谢。

“休闲体育产业概论”是一门发展中的新课程,有许多理论问题和实践问题尚在探索之中,加上作者的水平有限,如有不当之处,请读者给予批评指正。

编者

2011年5月

目 录

第一章 休闲体育产业理论概述	1
第一节 休闲、体育、休闲体育	1
第二节 休闲体育产业内涵与体系构成	4
第三节 休闲体育产品	9
第四节 休闲体育消费	12
第五节 休闲体育经济、休闲体育产业、体育产业	17
第六节 休闲体育产业的经济功能	20
第二章 休闲体育产业的兴起与发展	23
第一节 休闲体育产业兴起与发展的历史条件	23
第二节 国外休闲体育产业的兴起和发展	27
第三节 我国休闲体育产业的产生与发展	33
第三章 体育健身休闲产业	43
第一节 体育健身休闲产业的兴起与发展	43
第二节 体育健身休闲产业的概念与特点	48
第三节 国内外体育健身休闲产业的发展现状	50
第四节 体育健身企业的市场营销策略	57
第四章 体育赛事产业	67
第一节 体育赛事的起源与发展	67
第二节 体育赛事的概念、分类与特点	70
第三节 国内外体育赛事产业的发展	77
第四节 体育赛事的营销策略	84
第五章 体育旅游产业	93
第一节 国内外体育旅游业的发展	93
第二节 体育旅游的概念、产品类型与市场需求的特征	100
第三节 体育旅游业对社会经济的影响	108
第四节 体育旅游市场营销的策略	111
第六章 高尔夫产业	117
第一节 高尔夫的概念、起源与发展	117
第二节 高尔夫产业的概念、类型与特点	123
第三节 国内外高尔夫产业的发展	130

第四节 高尔夫俱乐部的营销策略	133
第七章 冰雪休闲产业	139
第一节 冰雪项目的起源与发展	139
第二节 冰雪休闲产业的概念与类型	142
第三节 国内外冰雪休闲产业的发展	144
第四节 冰雪体育企业的营销策略	147
第八章 滨海体育休闲产业	163
第一节 滨海体育休闲的概念、分类、兴起与发展	163
第二节 滨海体育休闲产业的概念、类型与特点	167
第三节 滨海体育休闲产业的发展	171
第四节 滨海体育休闲经营开发的发展策略	176
第九章 垂钓休闲产业	185
第一节 垂钓项目的起源与发展	185
第二节 垂钓休闲产业的概念、类型与特点	188
第三节 国内外垂钓休闲产业的发展	190
第四节 垂钓休闲产业的经营模式与营销策略	194
第十章 户外运动产业	199
第一节 户外运动与户外运动产业	199
第二节 国内外户外运动产业的发展现状	202
第三节 我国户外运动用品企业的营销策略	206
参考文献	211

第一章

休闲体育 产业理论 概述

【本章导言】本章对休闲体育产业内涵及构成体系、休闲体育产品、休闲体育消费、休闲体育经济、休闲体育产业的经济功能等几个理论方面的问题进行了介绍。

【关键词】休闲体育 休闲体育产业 休闲体育产品 休闲体育消费 体育产业 休闲体育经济

随着休闲时代的到来,休闲体育产业作为一个新兴的产业应运而生。休闲体育产业作为经济发展新的增长点,已经成为学者和企业人士的共识。那么,休闲体育产业的本质是什么?它的基本体系如何构建?休闲体育产品有哪些特征?休闲体育产业在经济发展中的作用有哪些?休闲体育产业与体育产业是什么关系?这是本章要阐述的主要问题。

第一节 休闲、体育、休闲体育

在探讨休闲体育产业之前,弄清楚何谓休闲体育是十分必要的,本节将以休闲和体育两个概念的本质为逻辑起点,揭示休闲体育的内涵与构架。

一、休闲

“休闲”(英文可翻译为 Leisure Sport 或 Recreational Sport)是个古已有之的概念。随着社会的快速发展,20世纪60年代,“休闲”逐渐成为一些发达国家居民的一种生活方式,人们对休闲的认识也越来越深刻。近年来,随着生活水平的提高,人们余暇时间里的生活更加丰富多彩,与人们身体活动相关的体育活动现象蔚为壮观,研究者称其为休闲。及时对这种社会现象进行研究,找出其中的规律,可以更好地引导和促进其发展。

目前,有关休闲概念的论述很多,学者们从不同

视角对休闲本质进行阐释,其中,有代表性的有如下几种:

1. 基于时间角度的定义

布莱特比尔认为,休闲是去掉必要的生理时间和维持生计所必需的时间之后,自己可以判断和选择的自由支配时间。

莫瑟认为,休闲即个人在能自主决定的状态下可以随意利用的时间。

二者均强调了休闲是在生理时间之外的、可以自由选择的那部分时间里所从事的活动。

2. 基于活动角度的定义

法国休闲学者杜马哲迪尔认为,休闲是人们从工作、家庭、社会事务中摆脱出来,为了休息、转换心情、增长知识,而自发地参加并可以自由发挥创造力的任何社会活动的总称,强调的是休闲活动目的的自愿性和修身养性。

国际休闲体育组织通过的《休闲体育宪章》中阐述:“休闲就是人们在完成工作和其他任务之余,在自由支配的时间内所进行的活动,是以补偿性活动为基础的活动”。

学者蔡军认为,休闲是指人们在可自由支配的时间里,为使身心放松和精神愉悦而自愿参与的文化、娱乐、旅游度假、康体等活动。

3. 基于心理角度的定义

休闲是为了达到自己的目的而进行的、从而得到幸福与满足的一种与个人内心世界密切相关的体验和心态,强调的是人们的心理需求与满足的感受,而非功利性的。

4. 基于社会学角度的定义

马惠娣(2003)认为,休闲是人的生命的一种状态,是一种“成为人”的过程,是一个人完成个人与社会发展任务的主要存在空间。休闲不仅是寻找快乐,也是寻找生命的意义。

王德军(2002)认为,休闲就是享受自由,而向往自由是人的本质特性,是人生的终极追求。

从上述几个概念的表述可以看出,休闲这一概念的内涵至少应该由以下几个维度构成:

- (1) 时间维度:在闲暇的自由时间里。
- (2) 心理维度:一种心理需求,一种生活态度,是对兴趣和爱好的满足。
- (3) 活动维度:一种劳作之外的自愿选择的活动。
- (4) 社会维度:人们追求的一种生活方式或生活状态。
- (5) 手段维度:满足休闲需要而选用的方式和方法。

根据上述对休闲本质的理解与分析,要完整地概括休闲的概念,上述五个维度缺一不可。也就是说,休闲的内涵应该涵盖上述五个因素。根据这一思路,本

书将休闲定义为人在自由支配的时间里,自愿选择某种手段而进行的消遣娱乐活动的总称。

二、体育

通过对体育本质的理解,有利于我们对休闲体育的认识。目前,世界各国学者提出的体育概念有上百种之多,其中具有代表性的观点包括:

广义体育是指以身体练习为基本手段,以增强体质、促进人的全面发展、丰富社会文化生活为目的的一种人类社会文化活动。

狭义体育有两种表述:一是体育是身体的教育或体质的教育。二是指学校体育,认为体育是有目的、有组织、有计划地传授锻炼身体的知识和技能,促进身体发展,培养高尚品德和优良意志品质的一个教育过程。

杨文轩等对体育的定义是,体育是以身体运动为基本手段促进身心发展的文化活动。

不论哪一种概念都反映出以下几个含义:以增强体质、增进健康为基本任务,以促进人的全面发展为终极目的,以身体运动为基本手段,是一种教育活动或文化活动。

专家们对体育功能的认识基本是一致的,认为体育既是一种强身健体的重要手段,也是培养人和教育人的一种有效形式,同时还是一种消遣娱乐的手段。因此,体育具有健身性、娱乐性和教育性功能。

三、休闲体育

休闲体育这一概念的出现是随着休闲时代的到来而提出来的,它既要反映休闲的本质属性,又要体现体育的特殊属性,还要反映二者的关系。通过上述我们对“休闲”和“体育”二者内涵的分析,对于“休闲体育”概念的理解不能看做是“休闲”和“体育”简单的相加和交叉。而应该将二者看做是从属关系,是上位和下位的关系,最终归结为目的与手段的关系。

所谓目的是指人们希望达到的一种目标。目的的产生来自人们内在需求,而人们的内在需求产生于人们并将随着人们生活水平提高而逐渐升级。休闲是人们较高层次的需求,是人们在生存需求满足之后追求享受与发展的需求,具体表现在自由自在、身心愉悦、体验兴趣和爱好带来的满足感等。有学者这样形容休闲的作用,人们的劳作是为了更好的休闲,而不是相反。

所谓手段是实现某一目的所采用的方式和方法。任何一个目的的达成必须运用一定的手段和方法,没有手段,目的是不可能实现的。休闲体育就是运用体育运动作为基本手段,来实现休闲这一目的。

日本休闲体育振兴协会把休闲体育定义为:在体育项目中,以高尔夫为

首,有很多诸如汽车旅游、潜水等娱乐性很强的体育项目,然而休闲体育并非专指特定的体育项目。某一体育项目作为休闲体育活动,当它主要以享受和放松为目的进行时,我们就可以称它为休闲体育。这一定义未必完全正确,但我们可以从中领悟到,在休闲体育概念中的体育项目与一般意义上的体育项目还是有区别的。休闲体育中的体育项目是作为实现休闲体育目的的手段出现的。

休闲体育是人们追求的一种心理体验、生活态度、生活状态、生活方式,是一种个体的内在需求,在休闲体育这一概念中休闲是目的,而体育在这里则是休闲体育的下一位概念,用作为实现休闲这一目的的手段而出现的。因此,休闲体育是指人们在闲暇时间里,自主选择以体育为基本手段满足其休闲需求的一切活动。

这个界定要注意三个方面:一是休闲体育的主体是个体的人;二是这种体育活动不具有职业性;三是这种活动的目的是为了个体休息、自我娱乐、增加知识等,而且这种活动是在自己的余暇时间里进行,活动的目的不是增加收入。简而言之,休闲体育,是人们在闲暇时为了身体健康和心理愉悦等目的而参与的各种体育活动。从运动形式上,无论是为了增进健康而进行的爬山、跑步、游泳,还是群体娱乐性的羽毛球、网球,或是对抗性的篮球、足球比赛,或冒险刺激性的蹦极、小轮车等极限运动均属休闲体育活动,其参与者无论年龄、身份、能力、身体状况。不管是亲身参与的体育活动,还是观赏他人的竞技比赛,都属休闲体育活动。

第二节 休闲体育产业内涵与体系构成

一、休闲产业内涵及体系

(一) 休闲产业的内涵

产业一词最早由重农学派提出,特指农业。在人类迈入资本主义大生产时代后,产业主要是指工业,在英文中,产业与工业的表示方式都是 industry。马克思主义政治经济学曾将产业表述为从事物质性产品生产的行业,并被人们长期普遍接受为唯一的定义。20世纪50年代以后,随着服务业和各种非生产性产业的迅速发展,产业的内涵发生了变化,不再专指物质产品生产部门,而是指“生产同类产品(或服务)及其可替代品(或服务)的企业群在同一市场上的相互关系的集合”。在这里,不管是物质性生产行业,还是服务性行业,产业这个概念都是从生产或供给的角度来定义的。而休闲体育概念则是从个体消费角度来定

义的。我们知道,休闲体育活动本身是个人参与的身体活动,但是这些活动的展开是需要外在条件的,也就是说,体育活动需要外在服务条件。体育活动是由两种活动合成的,一是消费者自己的行为,二是自己或社会提供的作为外部条件的行为。从消费服务总体考察,人类社会存在的基本消费方式有三种类型:第一种是自己生产消费资料,自己消费;第二种是社会提供消费资料,消费者消费,即消费品的供给和消费分离;第三种是消费资料一部分由自己承担加工服务,部分由社会提供加工服务,消费者消费。第一种方式是自给性的,即“自我服务型”消费方式,其特点是“每个人除了自己从事生产劳动或对生产劳动进行剥削外还必须执行大量非生产的并且部分地加入消费费用的职能”。第二种方式是社会化的,其特点是消费者自己承担的加工和服务全部被社会所提供的加工服务所替代。第三种方式介于自我服务和社会化之间,兼有二者的特点。消费服务由消费者个人承担,还是由社会承担,以及各自承担多少,反映着消费方式的不同类型、消费结构是否合理,标志着消费者自由全面发展的水平。

由于休闲这一活动现象包含的范围非常宽泛,由此决定了休闲产业包罗万象,涉及不同的行业和领域的特点,只要与人们的休闲行为和休闲消费有关的产业,都可以列入休闲产业。休闲产业是以满足人们休闲需要为目的的产业,这一点也决定了休闲发展的内涵。从这个角度来讲,休闲产业是一个体系。因此,对休闲产业的界定与划分应该以系统论的思维作为方法来考察。

目前,有关休闲产业的定义很多,但由于认识的角度不同,在表述上有很大差异,下面对主要几个观点进行介绍。

美国休闲产业非常发达,但产业范围及其经营管理仍然是个模糊的概念。根据美国维基百科的定义,休闲产业是指为人们提供娱乐、消遣及旅游等相关产品和服务的部门集合,即为满足人们休闲体育需要而提供 entertainment, recreation 和 tourism 及相关产品和服务的产业集群。

日本学者中山裕登著的《休闲产业界》一书中提到:休闲产业是指向人们自由选择的生活及其活动而提供的产品和服务的所有产业。他认为休闲产业的分类有以下三种类型:

- (1) 休闲空间产业:保龄球场馆、高尔夫场等需要提供一定的空间的产业。
- (2) 休闲设备产业:提供体育用品设备等的产业。
- (3) 休闲服务产业:提供信息及其他服务的产业。

布朗和威尔(Brown & Veal, 1988)认为,休闲业主要是指那些为满足人们在闲暇时间里的消费而向他们提供物品、服务和设施的组织和个人的集合。

于光远认为,休闲产业就是为满足人们休闲的需要而组织起来的产业,在市场经济条件下,休闲产业需要有人投资,有人去运作,而且还一定要有一些其

他产业为其服务。

马惠娣认为,休闲产业是指与人的休闲生活、休闲行为、休闲需要(物质的与精神的)密切相关的产业领域,特别是以旅游业、娱乐业、服务业为龙头形成的经济形态和产业系统,一般包括国家公园、博物馆、体育(运动项目、设施、维修等)、影视、交通、旅行社、导游、纪念品、餐饮业、社区服务以及由此连带的产业群。

卿前龙认为,休闲产业应被定义为由消费者的休闲消费需求引发的、国民经济中那些生产休闲物品和休闲服务行业的总称,它广泛存在于国民经济三大产业之中,存在于三大产业中的休闲生产部门分别称为休闲第一产业、休闲第二产业和休闲第三产业,其中休闲第一产业和休闲第二产业可以统称为休闲物品业,休闲第三产业也称为休闲服务业。

唐湘辉认为,休闲产业是指由消费者的休闲消费需求引发的、以休闲消费者为对象,为满足消费者的休闲需要而生产休闲产品和提供休闲服务的综合性产业群。也就是说,休闲产业是一组与休闲需求相关联的产业群,它广泛存在于国民经济三大产业之中。

王琪延认为,休闲产业是指从事休闲产品生产(包括服务)活动的厂商集合。它远不止是一个传统意义的产业,而是与人的休闲消费需求(物质的和精神的)密切相关的产业群或产业链领域,主要包括旅游、娱乐、体育、文化和休闲体育教育、兴趣爱好、公益活动等以及与此有关的产业。休闲体育产业的供给情况,直接影响到人们休闲消费的满足程度。

从上述几位学者对休闲产业内涵的理解,可以看出各国关于休闲产业的界定虽然各不相同,但在产业的实际运行中遵循着基本相同的发展规律,产业所涵盖的领域也大同小异。主要集中反映了以下几个含义:

(1) 休闲产业是由消费者的休闲消费需求引发的产业,是以休闲消费者为对象的产业。

(2) 休闲产业是提供休闲产品的产业。

(3) 休闲产品包括休闲体育物质产品和服务产品。

(4) 休闲产业是一个业域宽泛的复合产业,包括旅游、文化、娱乐、体育以及相关装备等领域。

(二) 休闲产业体系构建

从上述对休闲产业内涵的分析,可以看出休闲产业是一个业域宽泛的复合产业,是一个完整的系统,是由不同的产业层次构成的。通过归纳整合,可以将休闲产业体系划分为:休闲基础产业、休闲延伸产业和休闲支撑产业三个层次。这三个层次产业组合起来,形成了较为完整的休闲产业体系(图 1-1)。

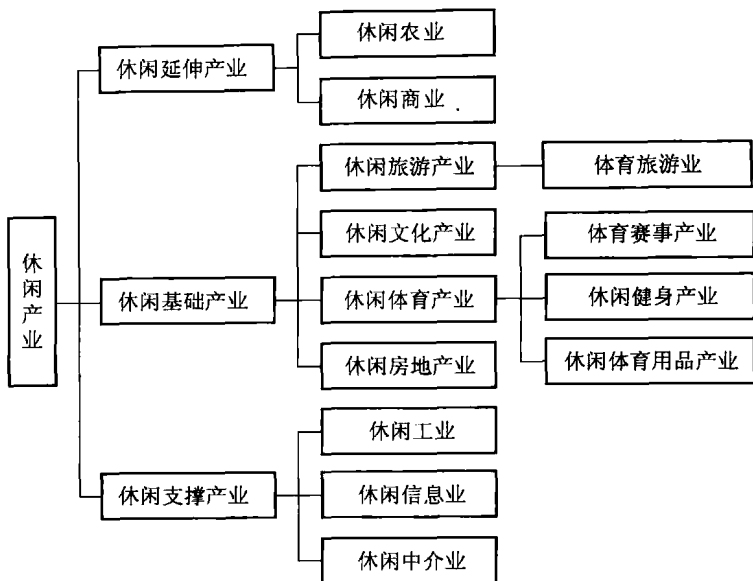


图 1-1 休闲产业结构图

1. 休闲基础产业

休闲基础产业包括休闲旅游产业、休闲体育产业、休闲文化产业和休闲房地产业，这部分构成了休闲产业的主体，是休闲经济的主要组成部分。

(1) 休闲旅游产业：旅游产业是休闲产业的重要组成部分，是以旅游的方式和活动，提供相关旅游产品和服务来满足人们在休闲生活、休闲行为、休闲消费、休闲需求中的物质和精神文化需求的产业业态。旅游是休闲活动的重要实现途径和表现形式，休闲则是旅游活动的根本目标和最终归宿。

(2) 休闲文化产业：休闲文化产业是满足人们休闲消费中的精神文化需求的行业和部门，包括一切以精神文化为内容来满足人们休闲需求的服务产品，如游戏产业、娱乐产业、品尝产业、观赏产业、阅读产业、养趣产业等。

(3) 休闲体育产业：休闲体育产业是休闲产业和体育产业的交叉部分，它是以休闲为主要目的，以体育活动为手段来满足人们在休闲体育活动中的健身、娱乐、交际等物质和精神文化需求的产业，包括竞赛表演业、健身娱乐业、休闲体育用品业等。休闲体育活动是现代人生活的必需，它具有从小开始、贯穿始终，户外为主、室内为辅，身动为主、神动为辅，团队为主、个人为辅，参与为主、收获为辅，娱乐为主、教育为辅，社会为主、经济为辅的特点。

(4) 休闲房地产业：休闲房地产业是在一般住宅要素基础上，依托项目周边良好的自然生态环境，把房地产和房地产以外的其他产业资源，包括生态资源、旅游资源、健身娱乐资源、益智资源等相融合，使居住者有良好的条件充分放松