

山地户外运动产业研究

杨 毅 著



“国家一级出版社”



中国纺织出版社

“全国百佳图书出版单位”

山地户外运动产业研究

杨毅 著

图书在版编目 (CIP) 数据

山地户外运动产业研究 / 杨毅著. -- 北京: 中国
纺织出版社, 2018.5

ISBN 978-7-5180-4185-5

I. ①山… II. ①杨… III. ①山地—运动竞赛—体育
产业—研究 IV. ①G895

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 252925 号

责任编辑: 武洋洋

责任印制: 储志伟

中国纺织出版社出版发行

地址: 北京市朝阳区百子湾东里 A407 号楼 邮政编码: 100124

销售电话: 010-67004422 传真: 010-87155801

http: //www.c-textilep.com

E-mail: faxing@e-textilep.com

中国纺织出版社天猫旗舰店

官方微博 http: //www.weibo.com/2119887771

虎彩印艺股份有限公司印刷 各地新华书店经销

2018 年 5 月第 1 版第 1 次印刷

开本: 787 × 1092 1/16 印张: 12.125

字数: 220 千字 定价: 66.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社图书营销中心调换

前言

户外运动起源于欧洲，风靡欧美近两个世纪。从 19 世纪至今，全世界的人们开始走向户外享受休闲游憩体验。自第二次世界大战以后，户外活动的数量和规模快速发展。成千上万的人们开始参加背包旅行、越野滑雪、皮划艇、自行车、徒步、攀岩和探洞等活动，人们翻山下海参与到各种户外活动中以获得快乐。户外运动派生出众多探险、休闲等活动，之后在 20 世纪 80 年代传入我国。近年来，随着经济的发展、人们生活水平的提高，户外运动在我国蓬勃发展，尤其在一些自然资源较为丰富的地区。但总体而言，户外运动在我国发展尚处于初级阶段，发展起步晚、认识不充分、行业管理不规范等问题突出。相对于国外户外运动的发展，尤其是和欧美发达国家成熟的发展管理体系相比，我国户外运动的发展还有很长的路要走。

《山地户外运动产业研究》主要对国内外户外运动产业的发展现状进行了详细的分析对比，分别从政策条件、社会条件、资源条件、市场发展情况和人才培养情况等方面进行总结概括，并在此基础上指出发达国家成熟的户外运动发展经验给我国户外运动产业的发展所带来的启示，从而提出我国户外运动产业优化发展的策略。在分析国外户外运动产业的发展情况时，《山地户外运动产业研究》主要选举了一些发达国家作为典型案例，例如美国、日韩、欧洲部分国家，这些国家户外运动的发展已经趋于成熟，对我国户外运动的发展具有深远的学习和参考价值。《山地户外运动产业研究》全书分为八个章节，从山地户外运动产业的概念界定与内涵分析为出发点，对山地户外运动的起源与发展、山地户外运动人员参与情况进行了分析研究；对影响中国户外运动发展的因素、国内外户外运动产业发展进行了对比研究以及对其给我国带来的启示做了阐述，最后本书对我国山地户外运动产业的前景作了展望，并由此提出对我国户外运动发展的建议和对策。

编 者

2017 年 4 月

目 录

第一章 导论	1
第一节 问题的提出	1
第二节 研究的目的和国内外研究现状综述	10
第二章 山地户外运动产业的概念界定与内涵分析	13
第一节 山地户外运动概念的界定	13
第二节 户外运动的内涵与开展区域	24
第三章 山地户外运动的起源与发展	37
第一节 西方户外运动的起源与发展	37
第二节 中国山地户外运动的起源和发展	40
第三节 户外活动教育与宣传	48
第四章 我国山地户外运动人员现状分析研究	63
第一节 我国山地户外运动参与情况研究	63
第二节 我国山地户外运动可利用资源的情况分析	75
第三节 我国户外运动安全保障措施分析	91
第四节 我国户外运动俱乐部发展分析	107
第五章 影响中国户外运动发展的因素分析	122
第一节 山地户外运动在中国发展的积极因素	122
第二节 山地户外运动在中国发展的制约因素与规划	134
第六章 国内外户外运动产业发展对比研究及其对我国的启示	146
第一节 国外户外运动产业的发展现状分析	146

第二节 我国户外运动产业发展分析157

第三节 国内外户外产业对比分析总结167

第四节 国外户外运动产业发展对我国的启示170

第七章 山地户外运动的发展前景分析 175

第一节 我国户外运动产业的发展趋势及展望175

第二节 户外运动产品的技术创新与发展趋势181

参考文献 186

第一章 导论

第一节 问题的提出

一、休闲与现代生活

人类社会进入工业化社会后,经济实力的增强、科学技术的进步、城市化水平的大幅度提高,一方面给人类带来了极大的物质财富,另一方面却因对经济利益最大化的不断追求而导致人们精神生活贫乏。现代都市(尤其是大都市)高容量、高密度的建筑实体,狭小的共享空间,城市川流不息的物质流(车流和物流),使人们在闲暇之余固锁在自己封闭的住宅空间内,作为社会主体的人与人之间缺乏必要的交流。人们在失去了心灵休整和陶冶的同时,也丧失了城市空间社会、文化和心理价值。人们在寻求精神家园的时候,逐渐在休闲活动中得到满足、感到舒适,在休闲中与人交流、并获得自我肯定,以及成功地融入社会,甚至在某种程度上,使客观上单调乏味、令人厌倦的工作变得有意义。休闲成为生活中重要的一部分,并作为一种突出的社会现象日益受到人们的关注。休闲质量的高低对于人和社会的健康发展均有重要影响,如何利用这些闲暇时间参与休闲,提高生活质量,成为一个事关人生意义和生命质量的重要问题。

我国改革开放 20 多年来,经济发展取得了重大的成就,经济总产值年增长速度之快为世人瞩目。在未来中国社会,将有越来越多的人口可以过上物质需求可以得到相对满足的生活。另外,我国从 1995 年开始实行 5 天工作制,1999 年开始实行春节、“五一”、“十一”三个长假日。一年当中,中国有 114 天是法定休息日,这就是说,一年中我们有 1/3 的时间都在休假,这给人们的休闲生活带来了更多的发展条件。现在,人们的闲暇生活日益丰富多彩,人们的休闲方式也日益趋于个性化。无论是卡拉 OK,还是迪斯科和蹦迪;无论是激烈的健身,还是祥和的泡吧;无论是通俗的电视,还是高雅的收藏;也无论是轻松的旅游,还是惊险的探险,它们更侧重于发挥个性、实现自我。个人无须从群体中争取那有限的满足,只要你愿意,随时随地都能以自娱达到休闲的目的。

二、体育成为一种重要的休闲方式

近些年随着经济和社会的发展,人们的生活水平和生活质量得到不断的改善,体



育——作为一种文化现象，其价值、功能和作用正在为现代社会的人们越来越多地认识。体育活动具有健身、竞技、游戏、娱乐、教育等属性，具有改善和发展人的身心健康，提高人体技能水平的作用，这些属性和作用恰恰是休闲活动所需要的。以强身健体、愉悦身心为主要目标的多种多样的体育活动，进入了人们的余暇生活，体育活动逐渐成为人们休闲生活的一种方式。随着体育进入人们的余暇生活，它已成为现代文明生活方式的一种时尚的标志，在人类社会文化生活中发挥着越来越大的作用。“体育与休闲的结合并不是体育的一种新的形式，而是在时代背景下，人们对工业文明带来的体育异化现象的反思，是体育以人为本的回归。这种结合不仅昭示了体育的美好前景，也给我们体育工作者带来了全新的课题：充分发挥体育的休闲参与价值，为我国人民综合素质的提高和社会的文明进步贡献绵帛之力，是我们的历史使命和义不容辞的责任。”

1. 现代人的生活方式

全球性的市场经济浪潮影响着现代人追求效率与务实的思维方式。现代人的价值评判标准更倾向于现实生活的成败苦乐，财富与事业为现代人所重视，加上人口增多、资源匮乏，又令现代人的生存竞争日渐加剧。人们所承受的工作压力和生活压力也越来越大。日益紧张的生活环境及竞争环境诱发各种身心疾病。如偏头痛、便秘、高血压、心脏病以及神经过敏、神经衰弱、精神分裂、狂躁忧郁等精神性疾病。人类社会经济发展与进步的终极目标是最大限度地满足个人需要，使社会中的绝大多数个人达到心理的最大愉悦。现代社会的经济发展速度是惊人的，人们的生活水平日益在提高。然而现代工业社会中的某些不尽人意的现象如扭曲的价值观、单纯的拜金主义和物质享乐主义，并不能使人们达到身心健康的目的。现代人已开始寻求身心的解放和回归自然。管理学大师皮特·德鲁曾指出：随着工资的稳步增长和工作时间的不断缩减，人们会将财富积累的一半用于创造休闲。

2. 健康生活方式各要素及休闲体育

生活方式与人们的健康息息相关，生活方式的变化，包括生活内容、生活领域、生活节奏的改变，都会引起个人，乃至社会的健康问题。生活方式的改变可能给健康带来正面或反面的影响。曾有这样一则报道：某发达国家由于财政原因决定停止研制某种飞机，致使数以万计的工程技术人员和工人失业，给许多家庭造成了经济上和情绪上的紧张。据美国流行病学所做的医学调查表明，生活方式是影响人们健康的首要原因。美国 20 世纪 70 年代的死因构成中，来自卫生制度方面的原因占 10%，来自生理因素和环境因素的各占 20%，而来自生活方式的原因则高达 50%。因此拥有健康的生活方式就显得尤其重要。而健康的生活方式往往体现在良好的行为习惯、合理的生活时间、和谐的生活节奏、合适的生活空间及理性的生活消费。而这一切要素往往与休闲体育活动紧密相连。

（1）良好的行为习惯及休闲体育

行为习惯是生活方式的重要组成部分，也是生活方式的外部体现。良好的行为习惯促进身体健康，有利于人们对体育的参与；不良的行为习惯降低健康水平，抑制人们对体育的参与。美国每年大约有 200 万人死于不健康的生活方式，主要表现为酗酒、吸烟、吸毒、生活无规律、营养失控、体育运动不足等不良的行为习惯。其中饮食习惯不良和体育运动



不足已成为美国人们死因的第二大因素。据 2004 年美国疾病防治中心的统计,美国每年死于体育活动不足的人口大约有 400 000,有三分之二的美国人超重或肥胖,15% 的青少年超重或肥胖,这个数据已经比 1980 年翻了三番。人们对体育的兴趣爱好、体育习惯和体育行为也是生活方式的重要构成部分。随着全民健身计划的深入及闲暇时间的增多,越来越多的人会参与到休闲体育活动中来,也就有利于人们形成良好的行为习惯。

(2) 合理的生活时间及休闲体育

生活时间通常用时间来度量生存活动的过程。按照一昼夜的生存活动周期,可以把人一天的全部时间支出分为工作(学习)时间和业余时间。工作(学习)时间是指为生产和扩大再生产社会生活的物质和精神条件所必需的那一部分时间。业余时间的组成比较复杂,不等于余暇时间。它包括了与工作有关联的时间(如上下班路途往返),满足生理需要(睡眠、吃饭)的时间、家务劳动时间和余暇时间。余暇时间,亦称自由时间,指在一昼夜的全部时间结构里划出一切必要时间后所剩余的那部分个人“可以自由支配的时间”,这种时间不能直接被生产劳动所吸收,而是用于娱乐和休息的,然而这部分时间在人类创造精神文明方面起着重要的作用。而余暇时间的长短和支配余暇时间的质量直接影响到人们的生活方式。我国已经从每周 48 小时的工作时间过渡到每周 40 小时,余暇时间有了一定的增加,如何合理健康地安排余暇时间,关系着一个人的身心健康。而参加放松身心的休闲体育活动是人们度过余暇时间的一个较有意义的选择。

(3) 和谐的生活节奏及休闲体育

随着人类对自然界开发的广度和深度增加,人类社会外部环境的日益“人化”,社会自身结构更加复杂和多样,社会运动的时间节奏越来越充分地展现出由慢到快的变化趋势。生活节奏加快是我们获得越来越多余暇时间必定要付出的代价,生活节奏加快的积极意义在于提高了生命的效率,使尽可能多的社会成员经过高速的协调配合,能为社会创造出更多的物质财富和精神财富。然而,生活节奏的加快,也确实会给不适者带来许多健康方面的麻烦。快节奏的生活使人们的心理变得很浮躁,感情变得很冷漠。现代生产方式中高新技术的运用往往忽略了人们情感的平衡,单调的工业生产也常使人情绪不佳,感到寂寞、无聊,而现代生活方式使家庭逐渐缩小,亲属间情感疏远,给社会带来许多情感问题。体育运动和娱乐活动是人们调整自身、顺应新的生活节奏的重要辅助手段。它们可以克服人们对快节奏生活的抵触、恐惧、怨烦和焦虑等心理障碍,可以稳定心理情绪,抑制身心紧张,以增强人们在快节奏生活中的自信心。另外休闲体育活动是一种极富感情色彩的高尚活动,在活动中,人与人之间的交流得到加强,身心得到了放松,休闲体育活动成为快速生活节奏的心理调节器。

(4) 合适的生活空间及休闲体育

生活空间是我们生活方式不可忽视的一个要素,也是生活质量提高的重要前提。生活空间过于狭窄时,就会感到拥挤,进而让人感到压抑与窒息。然而生活空间过大,也会让人感到空旷、孤独,因此生活空间必须适度。当生活空间过小时,人们会厌倦单调的室内生活,向往回归自然。而休闲体育运动不仅可以扩展自己的生活空间,充实自己的生活内容,而且更可以加大人们宏观的运动区域,回到大自然的怀抱中去。人们可以登山、攀岩、





探险、横渡、漂流……在人类现实生活中没有一项其他活动能比得上体育运动给人那么大的活动空间。

（5）理性的生活消费及休闲体育

生活消费，指使用物质资料以满足人们的物质生活和文化生活需要。人类要生存、享受和发展就必须搞好生活消费。根据社会学理论，生活消费主要是人们的消费水平和消费结构。消费水平，指家庭占有社会产品和劳务的多少。它与家庭的人均收入和总收入有关，也与物价水平有关。因此消费水平也就直接关系到人们对体育的投入。消费结构，指人们在消费行为中，所消费的不同类型的消费资料的比例关系。体育在消费结构中的地位不仅取决于消费水平，而且还与人们的体育价值观念和体育态度有关。我们通常把用于体育的个人支出称为体育消费。体育消费是用于改善社会健康状况、优化生活方式、提高生活质量的重要消费。因此，理性的生活消费应该适当地兼顾体育消费。随着生活水平的提高和余暇时间的增多，愈来愈多的人开始投身到众多的休闲体育运动中去，体育消费的增加和发展，促进了消费结构的优化和合理化。体育消费可以满足不同年龄、性别的各种需要。近年来，老年人的健康消费中体育消费有不断增长的趋势，就业年龄人群为了适应日益激烈的竞争要求和减轻由于生活节奏的加快而造成的心理压力，也在增加体育健身消费。

三、现代人对户外休闲的需求

现代社会高效率、快节奏的生活方式使现代人在工作中经常处于激烈竞争和超负荷运行的高度紧张状态中，城市化使人们和大自然交流的机会越来越少。于是，厌倦了都市人造森林生活的人们，开始把目光看向了城市郊区和各种自然资源。远离城市的喧嚣，摆脱工作和生活中的压力，到轻松愉快的自然环境中娱乐身心，充分享受自然山水和新鲜空气给人的身心带来的愉悦和轻松，成为现代人的需求。伴随着人们花钱买健康的消费观念的日益形成，由于在户外的广阔空间里，人们的精神和体质可得到双重收获，因此，越来越多的人愿意花钱到户外寻求一种自我实现和自我表达。另外，中国假期时间的延长为人们的户外生活提供了可能。富裕起来的人们，除了生活必须支出外，有了剩余的积蓄，开始投资户外健康休闲与运动。此外，中国城市化进程的加速及各大建设项目向景观型与功能型的转型，以游览观光、休闲娱乐为主体的公众性休闲场所及各大高级住宅区及别墅群项目纷纷启动，大量兴建的宾馆、体育馆、办公大楼、商店、花园、泳池、海滩、公园、高尔夫球场、网球场、咖啡厅、茶座、高档休闲娱乐场所、私人住宅、企事业单位休闲场所等对户外家具及用品产生强烈需求，也使户外休闲运动空间范围大大增加，为户外用品生产企业创造了商机。经调查，现代人对户外休闲的需求趋势主要有五点。

1. 原生态户外休闲成为国际公认的旅游休闲元素

从国际经验来看，真正被国际社会普遍认可的旅游国际元素，一个是原生态、一个是运动休闲。世界旅游强国的成功恰恰在于它将纯美的自然环境清新宁静地展现出来能与户外运动休闲度假有机融合，最大限度地满足了人们对低调奢华休闲目的地的需求，并通过他们的行为方式和口碑传播进一步引领大众，使之成为全球公认的世界旅游休闲天堂。



2. 体医结合大健康概念成共识，推动健康关口前移，户外运动迎来历史发展极佳时机

历史上将以防治传染病和寄生虫病为主要目标的历程称为第一次公共卫生革命。从20世纪60年代起，把疾病的预防重点从控制传染病转向对慢性非传染性疾病的防治，也即第二次公共卫生革命。健康的影响因素包括生物学因素、行为生活方式因素、物质环境与社会环境因素和卫生服务因素，这些因素以多层面上交互作用的社会生态学模式，影响着个体和群体的健康。从人群健康的角度出发，社会经济与物质环境因素是起着根本决定性作用的上游因素，这些因素又间接影响着中游心理和行为生活方式和下游生物和生理因素，成为“原因背后的原因”。第三次公共卫生革命是以社会生态学模式的综合干预措施来提高人群健康和对生活质量的健康促进，又称为新公共卫生运动。它注重部门合作、社会参与和个体健康生活方式的促进，通过健康促进，使居民从对健康的传统理解转向对健康的生命质量的关注，关注生命、享受生活，同时提高整个社会对健康活动的参与意识。户外运动是天然的抗忧郁剂，是许多现代生活问题的解毒剂！第三个趋势：城市绿道、登山步道、骑行驿站、户外营地等公共基础设施建设催生新的户外需求。从2009年在浙江宁海修建第一条登山健身步道开始，我去年底参加宁海休闲大会时了解到，宁海县户外运动参与率高达54%，比很多一线城市都要发达！目前全国已经完成13条登山步道，在建4条。

步道的建成，将从根本上解决户外安全的问题，也能使更多的人，能够方便自主地参加户外运动。国家旅游局近期公布的五项旅游行业标准中，也专门规定了绿道旅游的基本要求、组成要素、设置要求、植物景观要求、设施设备要求、导向系统要求、代码要求及服务要求等，从2015年4月1日起实施。户外营地和骑行驿站的建设是46号文件中重点提及的户外公共设施，也是下一步重点工作之一。根据我最近了解到的数据，2015年各省市规划中的露营地数据为：北京165个、上海暨长三角地区400—500个、山东180个、四川100个、江苏100个、吉林40个、黑龙江25个、宁夏7个；累计全国各地区共规划1000个左右的露营地，据预测在未来不到3年的时间里，国内有望形成100亿元以上的房车露营地消费市场。

3. 冬奥会、丝绸之路等重大主题将助推户外运动需求释放

2022年冬奥会的举办城市将在2015年7月31日正式确定，哈萨克斯坦阿拉木图和中国北京成为2022年冬奥会候选城市，冬奥会概念将对我国冰雪户外运动起到空前助推作用，国务院46号文件中也着重指出要发展冰雪户外运动，黑龙江省冰雪产业研究院正式成立，也是顺应这一宏大主题的举措。随着2005年“美丽中国——丝绸之路旅游年”的开幕，户外主题休闲旅游作为开放性、综合性产业，在“一带一路”国家战略中具有先联先通的独特优势，应当主动作为、先动先行，努力实现“互联互通，户外先通”。

4. 多元化需求、梯次消费格局将涌现

人在不同生命周期中将会有与之相适应的休闲方式。虽然户外休闲活动受到身份、地位、财富等多方面的约束，但不同社会阶层的人们只要心态平和、从容睿智，就能各得其



所,找到适合自己并绽放生命快乐的户外运动休闲方式。正如林语堂所言:休闲生活并不是富有者和成功者独享的权利,而是一种宽怀心理的产物。具体来说可能有下列需求倾向更加强烈地涌现出来:

(1) 回归自然的需求

现代化过程中,工业取代农业,城市取代农村,人工环境取代自然环境,使人们远离自然而产生回归愿望外,环境恶化引发的环保意识,也使以阳光、空气、水等自然力增进健康的绿色自然户外运动大行其道。根据户外活动接触自然环境的种类,可将亲近自然的户外运动分为亲空类、亲水类、亲绿类、亲土类等。举例来说:第一,亲空类:滑翔运动、热气球运动、跳伞运动等;第二,亲水类:海水浴、冲浪运动、帆船、帆板、潜水等;第三,亲绿类:森林浴、原始林地探险等;第四,亲土类:登山运动、定向运动、野营等。

(2) 挑战自我的需求

现代社会变迁使人们的生活方式、生活意识、休闲模式发生很大变化。个性发展、自我实现已经成为休闲生活的主要诉求。反映在运动方面,以挑战自我、实现自我为主要目标的极限运动受到推崇。人们通过追求刺激和成就感,放松身心、解放自我、建立信心、发展个性。这类休闲体育主要包括:第一,野外挑战运动:野外生存锻炼、定向越野运动、野外探险、野外攀岩等;第二,超级马拉松运动:百公里跑、24小时跑等;第三,漂流运动等;第四,蹦极运动等。

(3) 社会交往的需求

与之相应的家庭户外休闲、社区或俱乐部休闲等户外运动业态将获得稳定增长。这里有必要分享几个概念:休闲社会、休闲社区和休闲家庭,尤其后两个休闲业态值得关注。休闲家庭以培养家庭成员积极从容的心态及促进家庭成员和睦相处为目的,将大部分闲暇时间与家庭成员从事高品质的休闲活动结合在一起的文明家庭新模式。这在欧美国家是常态休闲方式,值得我们学习和重视。休闲社区是指志同道合的人基于共同的喜好和经历,灵活而有效地采用多种社会性工具和社会性供给聚集起来,共同分享、合作,集体开展休闲活动,并获得理想的休闲绩效的社会网络,所以我们有驴友、摄友等等。

(4) 追求健康的需求

根据央视的调查显示,健康超过金钱成为影响幸福的第一要素。现代社会工作和社会压力较传统更大,人们需要通过休憩、保健等手段来恢复身心。生活意识的变化使人们对美的追求更加强烈,体格健美成为各年龄段人群追求的目标。健身、健心、健美刚性需求不断扩大。户外运动是重要的积极休闲生活方式,具有无可比拟的健身、健心价值。未来社会人们将更加追求健康,健康保障将成为人们生活价值观中首要追求的目标。

(5) 户外教育的需求

户外运动属于必须通过学习进行的休闲活动。户外运动作为人类的走、跑、跳、攀登、爬越等基本生活技能的游戏性表现形式,已成为一门学问。怎样玩得有乐趣、玩得有助于健康、玩得科学,就必须学习科学的运动知识,掌握正确的运动方法。

(6) 交叉融合的需求

休闲活动交叉融合增强了户外运动的文化性、娱乐性与人性化、生活化,最终加强了



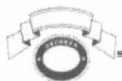
户外运动的参与性。未来户外休闲的发展,这种趋势将进一步加强,从而使户外运动融入人们休闲生活的方方面面,更加普及化与经常化。

显然,这些方面的需求在不同时期或多或少地都始终存在于我们生活中,可以肯定的是,随着休闲社会的来临,人民的生活水平、家庭收入的逐步提高、健身意识不断增强,特别是互联网等信息渠道的拓展,使人们有条件和机会更多接触国外已经成熟的户外休闲理念,户外休闲方式逐步在我国兴起。同时伴随新型城镇化进程的深入和局部经济圈的形成,越来越多的城乡居民的生活方式将发生改变,作为生活方式中的重要一环,户外休闲运动将越来越受到人们的重视。户外运动休闲产业不仅是拉动内需、促进消费的全新增长点,而且是改善经济结构、促进经济转型的重要元素,户外运动休闲不仅是数量 GDP,还是质量 GDP,更是提升全社会劳动力品质的精神 GDP。

四、户外运动产业的迅速发展

西方的户外运动是伴随着工业化和城市化逐步兴起的,它强调利用森林、山地、湖泊、水库、海滩等自然资源开展体育活动,由于其独特的休闲性成为人们乐此不疲的追求。“二战”以后,各国政府十分重视户外运动的开展,因此户外运动热潮在西方各国一直居高不下。如户外探险运动在欧美和包括亚洲的日韩等国家非常普及,像日本有近三分之一的人参与探险运动,而韩国号称有近一半的人热衷于户外。它体现了人类返璞归真、回归自然、保护环境的美好愿望,因此已被世界各国誉为“未来体育运动”。曾有人预测,在未来国际大众体育的发展过程中,户外运动将成为国际大众体育的主流。20 世纪 80 年代初,户外运动从欧美国家传入我国。在中国,户外运动的发展并不算快,毕竟中国“有钱有时间又喜欢亲近自然”的人还不是很多。但是,近些年,随着我国国民经济水平的提高,尤其是都市“有钱有时间又喜欢亲近自然”的“驴友”一族的形成,在一些探险活动的带动下,户外运动的发展势头非常迅猛。据有关资料显示,我国以登山、攀岩、野营、远足等为主体的大众性户外运动俱乐部至 2001 年底已经发展到 150 多家,主要集中在北京、广州、深圳、上海、成都等经济发达地区和大中城市,拥有会员近万人,每年组织数万人次参加各种形式的户外运动。户外运动正在中国形成一股浪潮。然而,与户外运动的如火如荼相比,其理论研究却极度贫乏,甚至人们对户外运动的观念都仍然处在模糊认识的阶段。另外,虽然户外运动在中国发展速度很快,但是由于户外运动传入中国的时间并不长,这种高速背后则掩藏着许多的困惑和不足。户外运动毕竟属于“舶来品”,在中国的土地上和中国的文化领域里,如何更好地开展户外运动,使户外运动更好地发展,成为当前应该思考的重要问题。围绕着这一主要问题,《山地户外运动产业研究》进一步提出以下几个问题:第一,什么是户外运动,这一新兴事物或现象具有什么特征,它存在的意义和价值在哪里?第二,目前国内户外运动开展的现状到底如何?存在什么主要问题?第三,如何在中国更好地发展户外运动,针对中国户外运动中存在的问题,应该采取什么相应的对策?第四,我国户外产业的基本思路是什么?





1. 户外运动内容的多样性, 决定了户外产业的发展

户外运动, 是指在自然场地开展的体育活动。换言之, 就是在非专用场地上进行的体育活动。以此, 可以区分户外运动与“貌似”户外运动的高尔夫等“在户外但不属于户外运动”的一些体育项目。按照此认识, 户外运动大致上可以分为空中、水上、陆地三个大的群组, 包含若干项目。因此, 户外运动其实是一个运动项目群, 而不是某一个单项的体育项目。户外运动, 按其性质可分为休闲(健身)类(露营、健身性徒步等)、挑战类(自然岩壁攀爬、挑战性徒步等)、竞赛类(登山比赛、探险越野赛等)和探险类(极端地形、特殊条件下的户外活动, 如高海拔、无人区、极地活动等)四大类。由此可见, 户外运动是一个门类众多、层次齐全的体育运动项目群, 可以吸收接纳各种层次、年龄、职业、兴趣爱好的人群, 因此具有广泛的群众基础。就体育产业而言, 门类众多、层次齐全、参与面广是构成体育产业的三个必备要素。门类众多, 决定了专业技术设施装备(产品)的多样化; 层次齐全, 决定了大众型到专业型不同层次的需求; 而参与面广, 决定了刺激生产和消费的产业基本动力。而产业是指由利益相互联系的、具有不同分工的、由各个相关行业所组成的业态总称。由户外制造业、销售业、服务业组成的与户外相关的行业, 就构成了户外产业。因此, 户外运动的发展, 必然带动户外产业的发展。

2. 不同层次的户外运动的商业价值

(1) 探险类

探险类户外运动是少数户外精英从事的项目。由于其所从事的活动难度大、专业性强, 因而容易受到社会、媒体的广泛关注, 从而具有“新闻价值”, 并诞生“英雄”。而“新闻价值”和“户外英雄”往往能够带来巨大的产业价值。具有新闻价值的事件经过大众媒体的报道与传播, 能够引起社会和大众的广泛关注, 由此产生商业价值。专业英雄人物所推崇的理念、知识、技术以及装备等, 容易被一般的户外爱好者所接受和传播; 专业英雄人物的英雄事迹, 又会激励更多人投入到户外运动中去, 从而持续地推动户外产业的发展。

(2) 竞赛类

竞赛是体育活动最典型的特征之一。在对户外产业的影响上, 竞赛与探险类基本相同: 既具有“新闻价值”, 又可诞生“户外英雄”。当然, 不同级别的户外赛事, 新闻价值和户外英雄的影响力是不同的。

以上两种户外活动的类型, 不具有群众参与性, 而是通过新闻事件和英雄人物的社会影响, 转化为商业价值, 从而为户外产业的发展做出贡献。

(3) 挑战类: 是指在后勤有充分保障和危险因素得到有效控制的前提下, 接近或超过人体的体力或精神极限的户外活动。显然, 挑战类户外活动也具有新闻价值, 并可以造就英雄。不过, 和探险性活动不同, 挑战性户外运动是很多人都能参加的活动, 因此它还同时具备群众性。由于参加挑战活动的一般都是长期参与户外活动的人群, 因而这些活动还具有“半专业”的性质, 甚至不乏社会名流的加入, 因此, 其商业价值巨大, 是最能推动户外产业发展的活动类型之一。

(4) 休闲(健身)类: 此类活动参与人数众多, 具有广泛的群众基础, 对户外产业的



发展具有巨大的,尤其是潜在的推动作用。但因为此类活动比较缺乏新闻价值和典型人物,又与专业户外有一定距离,因此,其现实的商业价值有限。

3. 国内外户外产业发展概况

(1) 美国户外产业情况

根据美国户外产业协会(outdoor industry association, OIA)2012年公布的数据, OIA统计了10种在未平整的(原始的)道路上进行的户外运动,包括自行车、摩托车、健行(攀岩攀冰)、露营(房车及帐篷营地、木屋)、越野汽车、水上运动、雪上运动、钓鱼、打猎、野生动植物观赏。

①概况:创造就业岗位:610万个;消费:6460亿美元;联邦财政收入:399亿美元;地方财政收入:397亿美元;户外人口:1.4亿;户外装备(1207亿)/旅行及相关支出(5248亿)≈1比4。

②与美国其他行业的比较

据美国经济分析局的数据,户外休闲业的年度消费额在金融服务业和保险业、门诊医疗服务行业之后居第三位:金融服务业和保险业:7800亿;门诊医疗服务行业:7670亿;户外休闲业:6460亿;汽油及其他燃料业:3540亿;汽车及配件业:3400亿;药品业:3310亿;家用设施业:3090亿。

③户外产业在美国经济中的比重(据美国经济分析局):

制造业:20%;住宿和餐饮业:12%;租赁贸易:10%;艺术、娱乐和休闲业:8%;批发贸易:7%;金融保险业:6%;房地产:5%;储运业:4%;高科技服务:4%;信息业:3%;其他:21%。

④就业比较:(单位:人)

户外休闲业:610万;金融保险业:580万;建筑业:550万;储运业:430万;教育业:350万;信息业:250万;汽油燃料业:210万;房地产业:200万。

(2) 我国户外产业基本情况:

2011年,出货总额:54.3亿元;零售总额:107.6亿元;年度品牌数量:717个,国内品牌:334个;国外品牌:367个;品牌数量同比分别增长29.42%、45.85%、12.92%。(数据来源:中国纺织品协会户外用品分会,2012)

(3) 基本认识:

①户外产业规模巨大,包含装备产业和户外服务业,基本比例为1比4。

②我国处于户外产业发展的初期,产业以制造业、销售业为主,没有形成有规模的服务业。产业链发展不均衡。

③我国发展户外产业前景广阔,今后应尤其注重户外服务业的发展。





第二节 研究的目的是国内外研究现状综述

一、研究的目的

《山地户外运动产业研究》对户外运动产业的研究,具有重要的理论和实践意义。首先,通过对户外运动基本理论问题的深入探讨,包括户外运动的内涵,以及其理论体系的构建,这些都填补了户外运动基本理论问题研究的空白,并为该书后半部分的实践分析打下了良好的理论基础。其次,《山地户外运动产业研究》立足于休闲理论视角,将户外运动当成一种新兴的休闲现象进行分析,并结合社会学、管理学、经济学、文化学以及发展学等学科理论,从多学科多视角对户外运动现象进行深刻剖析。第三,《山地户外运动产业研究》除理论分析以外,还做了大量的实践调查,充分做到了理论与实践的结合。第四,经过深入的理论分析和实践调查后,论文最后总结出一些关于中国户外运动的对策和建议,以指导户外运动及其产业实践。

户外运动属于非奥运项目,也是群众体育项目,仅仅依靠政府的经费支持,无异于杯水车薪,是绝对搞不好的。户外运动的发展,必然会带动户外产业的发展。反之,户外运动的发展,必须依靠户外产业的发展。因此,发展户外产业,是更好地发展户外运动的基础和前提。《山地户外运动产业研究》力图在以下理论问题上有所创新,其主要意义在于厘清我国发展户外产业(服务业)的基本思路。我们应该自觉地把关注、推动户外产业的发展,作为发展户外运动的重要工作来对待。户外产业包括制造业、销售业和服务业。

1. 健全户外服务业的产业链,为户外运动爱好者提供全方位的服务

户外服务业包括信息咨询业、技术服务业和后勤服务业三个领域。目前国内的户外服务业领域,主要以技术服务为主。在信息咨询业和后勤服务业不发达的今天,技术服务业要想生存和发展,则主要依靠定制技术培训来完成。这就是为什么目前国内的户外俱乐部(企业)主要以拓展培训为主要内容的原因。信息咨询业,需要整理推出全国版图、甚至是世界版图上的户外运动信息资源,并架设起消费者(户外运动爱好者)和技术服务机构、后勤保障机构的桥梁。后勤保障业,需要按照全新的户外运动理念,重塑户外生活的形象——不仅仅是艰苦的、凑合的,可以按照消费者的需求,提供各种不同档次和级别的后勤服务。

2. 建立健全户外运动的公共服务体系

户外运动的公共服务体系,包括“硬件”和“软件”两方面。基础设施、项目条件是“硬件”,管理、服务是“软件”。总体来说,公共服务体系应包括信息咨询机构、基地(活动区)、俱乐部(技术服务机构)、后勤服务机构、营地(生活区)、技术人员六个方面。户外运动不同于旅游,它不是靠“新、奇、特”吸引人,不是一次性的消费,它是由兴趣爱好或者说生活习惯驱动,因此环境、服务质量就成为户外服务业的根本。

户外运动与户外产业是相互依存、共同发展的关系。户外运动的发展,带动了户外产



业的发展;反之,户外运动必须依靠户外产业的发展,才能有新的发展。这就要求我们在做户外运动时,能够从产业的角度,考虑运动的可持续发展动力,从而创立新的运动模式及新的运动操作模式,更好地发展户外运动。

二、国内外现状综述

1. 国外研究现状综述

西方的休闲思想与东方的休闲思想有所不同,西方人更强调借助于休闲活动,寻求浓烈和刺激的感官享受并通过具有极大张力的活动形式,充实和完善以自我为主题的人格意识。因此,相对于中国语言的“户外运动”,国外更多的是用“特种旅游”或“探险旅游”来表达。“特种旅游”在我国用的并不多,而“探险旅游”比较常见。因此,通过对国外有关探险旅游的文献进行了搜集和整理。国外对探险旅游的研究较为全面和成熟,涵盖了概念分析、理论基础、风险管理、体系构建、产品市场、企业运作等各个方面的研究。研究的范围也从发达国家传统探险目的地延伸到全球视野的新兴探险旅游目的地。

(1) 国外探险旅游理论概述

国外有多位专家对探险旅游的概念作过科学界定。Proton(1979)认为探险旅游是指人类为迎接自然、生理世界诸如山川、空气、对流、波浪等的挑战而参与的活动总称。Buckley(2006)认为探险旅游是有人引导的商业旅游,它的主要吸引物是依托自然环境特征的、需要特殊体育或者类似设备支持的、令游客激动的室外活动。通过阅读大量文献发现,Buckley对探险旅游的这一界定得到我国学界的普遍认可,在国内学术论文中被引用过多次。而加拿大旅游委员会把探险旅游定义为,发生在非同一般的、异国他乡的、遥远与荒野的旅游目的地的活动,涉及一些非传统的交通与各种难度的活动。

(2) 国外探险旅游安全管理研究

在对探险旅游风险产生的原因分析及风险评估研究上,克利夫特等人(Clift et al, 1997)、维克斯和佩奇(Walks & Page, 2003)通过对苏格兰的专题研究,提供了一系列探险活动及事故数据的回顾,得出最危险的探险旅游活动是骑马、四轮越野车和雪上运动,对于活动的研究要点则集中在登山、滑雪及潜水运动方面。佩奇等学者(Page, Bentley & Walker, 2005)用对比研究方法调查了新西兰和苏格兰探险旅游的安全体验。这一比较方法有助于帮助分析在不同范围下旅游发展和变化的区别和联系,这种空间上的横向比较研究为理论的应用提供了更普遍的意义。

(3) 国外探险旅游产业发展与管理

国外探险旅游产业起步时间较早,经过几十年的发展,行业管理已经形成比较完善的管理体系,户外俱乐部,探险旅游企业等都有着自己成功的运作模式,涌现出不少国际知名企业。同时,户外用品行业的发展也一直处于领先的地位。纵观西方发达国家探险旅游的先进经验,企业运作、教育培训、风险管理、产品运营、政府规制、社会监管、保险救援等方面都有完善可行的管理方式,这为国外探险旅游的繁荣发展提供了重要的先决条件。

