

基金项目：2016 年度广西民族师范学院引进副教授科研启动项目  
(项目编号：2016FG012)

# 中国边境体育旅游 开发模式研究

张兆龙 著

新华出版社



张兆龙，1985年出生于山东省寿光市，2008年本科毕业于山东体育学院，2011年于广西师范大学获得硕士学位。现任教于广西民族师范学院体育学院，副教授，担任理论教研室主任。

主持省教育厅课题2项，主持校级课题项目2项，参与国家社科研究项目2项，参与省社科项目2项，参与校级课题项目8项，并先后在国家级、省级刊物上发表学术论文30余篇。

基金项目：2016 年度广西民族师范学院引进副教授科研启动项目  
(项目编号：2016FG012)

# 中国边境体育旅游 开发模式研究

张兆龙 著

新华出版社

此为试读, 需要完整PDF请访问: [www.ertongbook.com](http://www.ertongbook.com)

## 图书在版编目 (CIP) 数据

中国边境体育旅游开发模式研究/ 张兆龙著. — 北京: 新华出版社, 2018. 4

ISBN 978-7-5166-3977-1

I. ①中… II. ①张… III. ①体育—旅游资源开发—研究—中国 IV. ①F592.3  
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 063151 号

中国边境体育旅游开发模式研究

作 者: 张兆龙

责任编辑: 黄绪国

封面设计: 豪泰祥德

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.xinhuaupub.com> <http://www.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: 豪泰祥德

印 刷: 北京教图印刷有限公司

成品尺寸: 145mm×210mm 1/32

印 张: 6.625

字 数: 154 千字

版 次: 2018 年 4 月第一版

印 次: 2018 年 4 月第一次印刷

书 号: ISBN 978-7-5166-3977-1

定 价: 40.00 元

图书如有印装问题, 请与出版社联系调换: 010-63077101

# 前 言

体育旅游代表了一种新兴的旅游产品，可以从许多新产品中衍生出来，世界发达的国家和地区不断寻找体育产业与旅游经济发展点相结合的市场需求。要发展体育旅游产业，就需要通过多种渠道和途径来推广各种营销策略，使体育旅游更加美好。中国的体育旅游产业有着巨大的发展空间和巨大的潜在市场，其发展应以中国特有的自然和文化条件为基础。在边疆经济蓬勃发展的同时，要尽可能整合旅游资源，全面发展边境旅游。集旅游、体育、娱乐、健身于一体的特色体育旅游消费的市场特点，形成专业化、独立的服务体系。展现中国美好山河之风采，弘扬我国体育文化之精髓。面对巨大的体育旅游市场需求，要充分利用体育资源和旅游资源，力争将体育旅游市场做大做强。

我国边境地区有许多鲜为人知的景观，以其神秘与独特、粗犷与艰险等形成了巨大的吸引力。为了促进中国边境体育产业和体育旅游事业快速发展，作者在梳理边境地区旅游资源的同时，结合体育旅游概念和理论的探讨，提出边疆体育旅游的发展不能盲目跟随传统发展，必须找到适应新形势的新途径。特别是要促进民族体育休闲旅游的推广，开展具有地方特色的“精品”项目，引发社会关注，引导人们对边境地区体育休闲旅游产生兴趣，吸引广大国内外游客，感受边疆地区宏伟神奇的江河，扩大中国边境地区的旅游资源，增加旅游外汇收入和边境体育旅游的

发展潜力。

本书共有六章，主要论述了体育旅游的产生与发展，根据与体育旅游相关的基本知识和理论，科学严谨地阐述中国边境体育旅游开发的途径。详细解读区域体育旅游产业集群发展现状、体育旅游资源的开发与利用研究、西部地区、边境地区体育旅游资源开发等内容。

本专著注重论证，同时还举出一些生动的例子，力求对读者有切实帮助。同时也参考、借鉴了很多专家、学者们前沿的著作、期刊和文献资料，在这里对他们表示衷心的感谢！作者在撰写过程中，虽极力丰富本书内容，力求完美无瑕，但仍难免存在疏漏和错误之处，还望各位同仁斧正。

作者

2018年3月

# 目 录

<b>第一章 体育旅游及其产生与发展</b> .....	1
第一节 体育旅游概念界定 .....	1
第二节 国外体育旅游起源与现状 .....	6
第三节 体育旅游的前景 .....	15
第四节 中国体育旅游发展 .....	17
<b>第二章 体育旅游的发展路径</b> .....	38
第一节 体育旅游活动的兴起 .....	38
第二节 国外体育旅游产业的发展 .....	42
第三节 我国体育旅游产业的发展 .....	45
<b>第三章 西部地区的体育旅游</b> .....	54
第一节 西部地区旅游资源的特色 .....	54
第二节 西部地区体育旅游资源与问题研究 .....	69
第三节 西部体育旅游业发展的对策思考 .....	81
第四节 西部体育旅游产品开发思路与规划 .....	88

<b>第四章 我国区域体育旅游产业集群发展研究</b> .....	112
第一节 我国西部体育旅游产业的集群化发展 .....	112
第二节 我国东南沿海体育旅游产业的集群化发展 .....	123
第三节 我国环渤海体育旅游产业的集群化发展 .....	129
<b>第五章 我国体育旅游资源的开发与利用研究</b> .....	138
第一节 我国体育旅游资源的分布与开发现状 .....	138
第二节 体育旅游资源开发的相关理论研究 .....	146
第三节 体育旅游资源开发的内容及价值分析 .....	158
第四节 体育旅游资源开发的评价及原则 .....	162
第五节 我国体育旅游资源开发的模式 .....	166
<b>第六章 中国边境地区体育旅游开发研究与探索</b> .....	169
第一节 中越边境广西地区体育旅游开发研究 .....	169
第二节 云南边疆地区体育旅游资源开发研究 .....	175
第三节 图们江区域体育旅游资源开发利用的战略研究 .....	183
第四节 边疆旅游的区域优势及战略发展研究 .....	190
<b>参考文献</b> .....	202

# 第一章 体育旅游及其产生与发展

虽然体育旅行在西方发达国家早已司空见惯，但大多数中国人在 90 年代之前根本不知道体育旅游。经过短短 20 年，体育旅游不仅在我国享有盛誉，而且成为人们非常感兴趣并热心参与的活动。

## 第一节 体育旅游概念界定

“旅游”的含义包括“旅”和“游”两个方面。“旅”是指旅行，也就是游客从居住地移到目的地，“游”是指旅游、观光，是一种休闲和娱乐活动。旅游以探索旅游目的地内容为前提，将旅游目的地作为景点，主要是为了满足人们的身体、心理和文化需求。也就是说，旅游是一种社交、娱乐和消费者属性的短暂体验，人们为了从不同的地方寻求美丽和快乐为主要目的。

目前，人们对“旅游”所下的定义也是多角度的，有从形式、交往、流动等方面给旅游下定义的，有从目的、性质、特征等方面加以解释的，也有从活动范围与内容等方面加以理解的。但无论对旅游的概念作何解释，大致都围绕着以下三点展开：①旅游是人们离开自己的定居点和访问其他国家、地区的活动；②旅游业是人们短时间旅行留在目的地的活动；③旅游业是由人们的旅行和临时居所引起的关系。

由于人们现在对“旅游”有相同的定义，同时对“运动”的定义进行了讨论，因此很难给出“体育旅游”的下一个精确定

义。在我们看来，我们不应该使用一个相对精确的概念来定义所谓的完整性，因为这个概念的内涵和延伸彼此成反比，即延伸越大，概念越小；无限延伸概念使其含义更模糊。

如果游客承担的旅游活动具有体育性质，即游客的主要目的或主要活动是体育活动的起点，体育旅游可以作为下一个简单的定义，即：游客在旅游过程中，在旅游地，利用当地资源进行体育运动的活动。

“体育旅游”中的“旅游”是游客参加旅游的外在形式、媒介，体育旅游是根据旅游地的体育资源，以旅游为媒介，将体育作为参与者的目标和主要活动，即参与以观看体育运动为目的或运动为旅游活动的主要内容。

虽然体育旅游仍属于旅游活动的范畴，但把体育旅游与一般性的旅游相对照，在其特征上又有一定的区别，除参与的目的、内容和活动方式有所不同之外，其主要分别在于：①一次性与重复性。一般旅游的旅行者前往目的地的行为多是一次性的，至少在短期内是如此；而体育旅游的参与者前往目的地的行为会多次重复；②观赏性与参与性。一般旅游活动可在自然景点和人文景点进行，但旅行者的主要目的是观光；体育旅游则主要是在自然环境中进行，旅游者亲身参与相关的体育活动；③感官性与体验性。一般旅游者主要通过耳闻目睹来获得感受；而体育旅游则必须通过身体的运动甚至体力和毅力的考验来体验；④消费上的差异性。一般旅游，其消费可根据旅游者的经济实力和需要来选择，可高可中可低；而体育旅游的参与条件，决定了体育旅游在我国目前和今后一段时期内，仍会是一种较高层次的消费活动。

综上所述，旅游界和体育界的科学家从各个角度对“体育旅

游”进行了有意义的探讨，并提出了许多有建设性的意见，但没有给出明确的定义，这也说明体育旅游的理论方面必须进一步深化。随着人们对体育旅游认识的不断深入，对体育旅游意义的认识进一步深化。虽然体育旅游的概念尚未定义，但人们普遍承认，体育旅游作为一项新的或特殊的旅游活动项目，不仅是一个客观的现实，也是一个具有巨大发展潜力的领域。

### 一、国外关于体育旅游概念的界定

目前国外引用比较多的体育旅游概念主要有：Ruskin 对体育旅游的定义为，“在特定的休闲时间里，人们会像假期一样，部分原因是因为特殊的自然景观，部分原因是人体运动和户外活动。”Hall 将体育旅行定义为“参与或查看出境旅游活动的非商业目的”。在许多情况下，专业运动员参加的纯粹的商业竞赛，不属于体育旅行。Weed&Bull 将体育旅行定义为“在假期期间观看或参与体育运动”。Heather J. Gibson 将体育旅行定义为“休闲旅游，个人离开家，参加或观看体育比赛，或观看与这些运动相关的景点。”Noga-wa 认为，体育旅游是一个临时性的、短暂的，游客在旅游中至少呆 24 小时，他的主要目的是参加一项体育项目，而这一地区的其他旅游景点成为第二吸引物。Gamlnon-and Robinson 认为体育旅游是：体育旅游者旅行或住在外地，积极或被动参加体育活动，具有竞争性或娱乐性的活动。

### 二、国内关于体育旅游概念的界定

体育旅游这一新型旅游项目，在我国研究刚刚起步，处于初级阶段。体育旅游尚且没有统一的概念，最普遍的定义是广义狭

义的概念,1998年韩鲁安、杨春青提出,可以大致概括为体育娱乐、体育锻炼、体育竞赛、体育康复,以及体育旅游者在旅游时,将体育文化融入旅游中,并开展旅游交流或从事其他活动,通过体育旅游公司与社会之间的关系,整合社会文化。狭义上可以定义为满足游客旅游并参与体育运动的需求,通过参加各种体育活动,增强企业或人民的团结合作能力,使游客能够得到身体和心理上休息及放松,提供社会物质文明和精神文明,丰富人民的文化生活并增进社会文化生活。这种观点与许多研究人员一致,经常被引用。另外,还有其他学者从不同角度对体育旅游进行了界定,2000年朱竞梅提出:“从广义上讲,体育旅游是以各种球类运动和水上水下运动、各类探险活动、康体休闲运动、汽车自行车越野、狩猎骑马、棋牌武术等为主要目的和内容的旅游,是旅游学科与体育学科交叉渗透而产生的一个新领域”<sup>①</sup>。张建平认为:“体育旅游是体育和旅游相结合的产物,指人们在余暇时间为达到返璞归真、释放压力、寻求刺激、健身等多种目的,在一定的自然环境中,从事以体育项目为内容的旅游活动。主要基调是“快乐”“刺激”“轻松”<sup>②</sup>。2002年谭白英和邹容指出:“体育旅游,即以非营利目的离开家庭所在地,以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,它是体育产业和旅游产业结合的产物,具有集体育竞技与旅游休闲观光于一体的特性”<sup>③</sup>。2002年韩丁指出:“所谓体育旅游,是指旅游者在旅游中所从事的各种体育娱乐、健身、竞技、康复、探险和

---

① 朱竞梅. 开发体育旅游项目问题初探 [J]. 体育与科学, 2000 (3) .

② 张建平. 现代体育旅游初探 [J]. 浙江体育科学, 2002 (4) .

③ 谭白英. 等体育旅游在中国的发展 [J]. 体育学刊, 2002 (2) .

观赏体育比赛等活动与旅游地、旅游企业及社会之间关系的总和”<sup>①</sup>。汪德根认为：“体育旅游是旅游业的组成部分，它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，能为旅游者在旅行游览过程中提供融健身、娱乐、休闲、交际等各种服务于一体的经营性项目群。”<sup>②</sup>汪薇萍认为：所谓体育旅游是指游客以参与或观赏体育运动项目为主要目的有组织旅游活动<sup>③</sup>。这一概念以体育旅游的主要特点突出体育运动为主要目的的活动或观赏，体育旅游活动可以没有组织。张金桥对体育旅游概念的界定是：体育旅游是非定居者出于非盈利目的而进行的以育为主要内容的旅行和逗留，以及由此所引起的各种现象和关系的总和<sup>④</sup>。这一概念所衍生出体育旅游的异地性和非就业性。孙东敏等对体育旅游的概念进行了这样的界定：体育旅游不仅是指以从事各种体育乐、健身、竞技、康复、探险等活动为内容的旅游，还指体育专业人士或体育爱好者以与和观赏体育竞技、参加体育大会及体育交流等为目的的旅游<sup>⑤</sup>。可以看出此概念主要从旅游需求者的角度进行界定的。安徽师范大学旅游学院汪德根等人在“体育旅游市场特征及产品开发”中对体育旅游概念所做的解释是：体育旅游是旅游业的组成部分，它是体育资源和一定的体育设施

---

① 韩丁．我国体育旅游专业人才培养模式及课程体系设计 [J]．天津体院学报，2000（3）．

② 汪德根．体育旅游市场特征及产品开发 [J]．旅游学刊，2002（3）．

③ 汪薇萍．对当前体育旅游研究中若干问题的探讨 [J]．经济问题探索，2002（11）．

④ 张金桥，蔡小微．发展体育旅游的现实作用 [J]．安徽体育科技，2003（3）．

⑤ 孙东敏．河北省发展体育旅游的前景分析 [J]．河北师范大学学报，2005（1）．

为条件，以旅游商品的形式，能为旅游者在旅行游览过程中提供融健身、娱乐休闲、交际等各种服务于一体的经营性项目群。

## 第二节 国外体育旅游起源与现状

现代人的生活已离不开体育旅游，体育旅游即增加了人们的休闲娱乐项目，又为现代休闲生活增添了乐趣。体育旅游在国外已有上百年的发展历史，全球许多发达国家的体育旅游资源已经被大量开发和充分使用，已是整个休闲产业的重要组成，也是现代人生活方式的重要内容之一。

### 一、国外体育旅游的起源与发展

体育旅游的起源可追溯到原始社会。当时人们的为了生存开展的一系列活动，如徒步迁徙、狩猎和交换商品都是所有成员必须参加的活动。在古希腊罗马历史文献中记载了人们出去参加的各种体育活动。从记载中可查到真正意义的体育旅游，开始于 20 世纪中后期。

体育旅游与现代旅游几乎是同步发展。如 1857 年，英国人根据地理特点建立了一个攀岩俱乐部；1883 年挪威、瑞士等国家根据气候特点建立了滑雪俱乐部；1885 年英国人根据旅游者需求成立了野营俱乐部；1890 年法国根据法定节假日的特点成立了休闲旅游俱乐部。各种体育协会为登山者、滑雪者、野营人员等游客提供各种休闲和旅游相关服务，通过逐步提升相关服务以满足各类游客的需求。

随着欧美人民生活水平的提高，空闲时间的增加和新思想和

新文化的发展，休闲、度假、康复、健身和娱乐活动逐渐成为时尚。在 19 世纪下半叶，娱乐的概念开始发展。休闲旅行始于海岸、温泉、山脉、山谷、森林和世界各地著名的大都市之美。诸如登山、滑雪和漂流以及诸如赛马、钓鱼、狩猎、棒球、垒球、网球、高尔夫和射击等娱乐和体育活动的热门体育活动已经开始启动。

在二十世纪初，英、美、法等国家陆续建设了高尔夫球场、大型滑雪场，1994 年冬季，去法国滑雪的人数超过 540 万，其中滑雪总收入的 78% 来源于国外 180 万人的滑雪者。截止 2001 年 12 月 31 日，全球共有 6000 个滑雪胜地，4 亿滑雪爱好者，年收入超过 500 亿美元。欧美国家在二十世纪中后期，以体育运动为旅游目的的项目，在旅游业中得到迅猛的发展和普及。1997 年—1999 年间，体育旅游的年平均增长率在德国为 17%，在法国为 7%。从二十世纪 90 年代以来，西班牙入境的人数达到约 5600 万/年，其中 60% 以上的是旅游者，外汇收入保持稳定在 170 亿美元/年，相当于西班牙国民生产总值的 9.6%。以休闲和娱乐为主的体育旅游产业在欧美国家已形成了自己的规模。

西方国家的许多人看到体育旅游处于发展的前沿。从全家人骑自行车到乘坐动力伞飞行等高风险体育旅游都有各种各样的参与者。自行车旅游是欧洲和美国许多国家的旅游市场总量中占很大比例的一个例子。1999 年，超过 200 万的自行车运动员在美国缅因州直接花费了 3630 万美元，其中自行车一日自骑游占旅游人数 98%，消费额达 3000 万美元购买。与自行车相关的行业所获得的工资总额，可提供 1200 个工作岗位的平均工资。除了徒步穿越、高尔夫球场、钓鱼场等传统的旅游项目外，还产生出更

加细化的旅游项目。

法国地中海俱乐部是世界上最大的旅游运营商之一，在体育旅游方面，具有广泛的体育度假旅游活动的示范作用。该俱乐部成立于1950年，目前在世界各地拥有98个地点。地中海俱乐部度假村是游客到在旅游过程中暂且停留的明智选择，它总能为游客提供轻松舒适的入住环境，游客7%是法国人，10%是意大利人，25%是日本人。在二十世纪末期，每年有160万个游客。不仅旅客数量在增加，旅游收入也是日益增加。

位于新西兰南岛南阿尔匹斯的瓦哥提布湖畔的昆士兰州因其优越的地理位置和宜人的景色而被誉为新西兰的冒险之都，也是户外运动和探险旅游的世界。来自世界各地的游客来这里度假。非常受欢迎的冒险活动有深海潜水、漂流、平底雪橇、独木舟、滑雪滑雪板、悬挂式滑翔等14个。还有钓鱼、台球、游泳、帆船、网球、软式网球、山地自行车赛和冰舞等16种体育娱乐活动。1995年，该市每年约有10500名居民，每年接待40万国际游客和20万国内游客。据估计，未来20年内，游客人数将翻一番。

至于游乐园，荷兰鹿特丹的一个热带天堂可以说是另一个例子，除了在美国成功推出了一些迪士尼体育和旅游活动，水上运动是鹿特丹热带娱乐公园的核心产品，这个备受尊敬的室内水上乐园可能是欧洲最好的，拥有各种各样的高品质水利工程设计、建造、安装和维护。该公园面向所有年龄段的人们，他们喜欢在水中玩耍和放松，每年能容纳超过600000名客人。外来游客和当地居民都受益于城市复苏而建的旅游景点，方便人们参加体育运动锻炼。

韩国、日本、新加坡等亚洲国家的体育旅游项目也日渐丰富，不仅有登山、滑雪、钓鱼等传统体育项目，还有一些高端、新兴的旅游项目也在悄然兴起。的新加坡举办的水上运动等更多重大体育赛事，都将努力使国家成为国际体育旅游中心。亚洲体育旅游越来越受到世界的关注。

在西方国家，体育旅游相当成熟。人们到世界各地旅行观看奥运会、世界杯和 F1 锦标赛等各种重大体育赛事，较小的赛事包括各大洲的杯赛和国内的各种赛事。例如，在欧洲，几个主要的足球联赛和各种各样的杯赛，就像球迷迎接他们的节日一样，都会与他们喜爱的球队队员一起共进退。球迷们不局限于举办比赛的场地情况如何，因为只有少数粉丝能获得门票，更多的粉丝更喜欢在场上或在酒吧前看比赛。与家庭体育赛事不同，设计用于追踪重大体育赛事的体育之旅将更加现实，更能反映场景的氛围。

奥运会、世界杯等重大国际比赛的开赛，人们高涨的热情，促使赛事和旅游活动急速发展。随着大型体育赛事和具有一定规模和规模的文化，体育和休闲娱乐场所作为现代化、人造的旅游资源，许多体育场馆都在深度挖掘并开展体育旅游项目，为当要人们创造了巨大的旅游商机和工作机会。

## 二、西方国家体育旅游现状

### (一) 总体状况与特征

英国《体育商业》杂志曾发表过一篇关于体育旅游的专题报道，据杂志社统计，全球体育旅游占有率在 2003 年是整个旅游