

适应滨海旅游业发展的体育产业开发

林永革

(湛江海洋大学 体育部, 广东 湛江 524088)

摘 要: 旅游是一种健康的生活方式, 随着我国经济的发展和人民生活水平的提高, 尤其是近年来体育旅游逐渐为人们所接受, 极大地带动了滨海旅游经济的发展。但由于目前滨海体育旅游方式和内容的单一, 严重制约了滨海旅游事业的发展。因此, 开发别具特色的滨海体育产业, 使之成为滨海旅游业新的经济增长点, 为旅游的发展提供更大的空间, 是解决这一问题的关键。

关键词: 体育产业; 滨海旅游; 体育休闲

中图分类号: G80-05; F590.7 **文献标识码:** A **文章编号:** 1006-7116(2004)02-0033-03

The development of sea travel sports industry

LING Yong-ge

(Department of Physical Education, Zhanjiang Ocean University, Zhanjiang 524088, China)

Abstract: Travel is a healthy way of life. As the development of economy and living level, sports travel has been accepted by more and more people. But the problem at present is that the scarce content and style have effected the progress. In order to solve the problem, we should try to find out some special sport items to provide more space for the development of sea travel.

Key words: sports industry; sea travel; sports recreation

1 开发滨海体育旅游顺应世界潮流的发展

自第二次世界大战后, 世界旅游业经过几十年的发展, 现已进入空前繁荣的阶段, 并已成为世界上最大的产业之一。有人将旅游业同体育产业、影视业和网络业并称为 21 世纪最具活力和广阔前景的朝阳产业。使体育产业与旅游业紧密结合, 谋求共同发展, 已成为业者的共识。

在现代旅游业中, 有所谓“3S”(Sun, Sea, Sand), 指的是太阳、海洋和沙滩这 3 种最受人们欢迎的旅游资源, 而此 3 者都与海洋有关。

海洋是世界上最大的水体, 约占地表总面积的 71%, 海水含有钠、钾、碘、镁、氯、钙等多种对人体非常重要的元素, 尤其是碘的作用日益受到世人的重视。海滨空气中所含元素也较多, 对人体健康有利, 更有利于创伤、骨折等疾病的康复。正是发现了它的这种作用, 所以自世界上第一所海滨疗养中心在法国建立之后, 即在各国迅速得到发展。目前, 海滨空气中的氧和臭氧含量较多, 空气清新, 而且少灰尘, 太阳的紫外线较多。由于水的比热大, 缩小了气温变化的幅度, 故环境比较舒适。海滨的沙滩、岩石和海底的珊瑚及水中的鱼类等有很高的观赏价值。海滨宜于开展观景、疗养、度假和海浴、日光浴以及驾船、帆板、冲浪、潜水、垂钓、沙滩足球和排球等多种体育运动。同时人们还可品尝到营养丰富、味

道鲜美的海产品。故海滨多为旅游胜地, 尤其是气候适宜、阳光充足的沿海地区是避暑、疗养、度假、休闲运动和水上活动的胜地。

滨海体育旅游已成为世界上许多国家的公民每年旅游的首选, 特别是欧美各国和亚洲的日韩等国家, 体育旅游已成为许多人日常生活的一部分。因为体育旅游可以改变人们紧张的日常工作生活环境, 开阔视野, 返朴归真, 亲近大自然, 在强身健体的同时, 可以加强人际关系, 健全人格, 使人们更加热爱生活。

以欧洲为例, 每年夏天, 有 2 500 多万旅游者来到地中海的一些旅游胜地和海滨度假。众多的游客意味着为地中海的一些国家带来巨大的财富。与此同时, 意大利 3 万多家旅馆全部客满, 而且还有 1 300 多万的游客在法国的海滩、公园和路边宿营。西班牙那漫长的海岸线更成了众多旅游者慕名前往的地方, 这里每年吸引 3 700 多万游客, 换言之, 旅游人数与西班牙人口相当, 达到 1:1。西班牙人酷爱大海, 乐于与海水一起共度休闲时光, 他们认为, 大海也是一所医院, 对相当多的疾病有缓解作用, 如失眠、精神紧张、风湿、关节炎、腰痛、呼吸系统和心血管等疾病等。在这里, 既可享受大海的乐趣, 又能治病健身, 可谓一举两得。目前, 海水和海藻疗法正方兴未艾, 他们在工作之后利用海水疗法进行精神放

收稿日期: 2003-06-18

作者简介: 林永革(1970-), 男, 讲师, 研究方向: 体育教学与训练。

松。现在,医学专家已经建起了形形色色的海水治疗中心,目的是使这种古老的治疗方法更趋于现代化与科学化,更好地为人们服务。

2 世界旅游的发展趋势

2.1 旅游中追求更多的参与性

对于单调、机械,使人置身其外的旅游方式使游客失去兴趣,不少旅游者转向那些富有活力、情趣,具有鲜明特色的旅游。旅游方式日趋多样化、个性化、人文化。旅游者喜欢那些轻松活泼、丰富多彩、寓游于乐、游娱结合的旅游方式,他们通过参与和交流得到感情的慰藉和心灵的撞击。在崇尚健康第一的今天,具备了上述功能的各种体育活动是许多游客所向往的。

2.2 旅游从观光型向度假型转变

近年来日本每年出国游客中有 2/3 是重复出国。而美、英、法国重复出国游客所占的比例更高。在未来的市场发展,观光旅游并不完全失去市场,但在传统的客源国家中度假旅游更为盛行,将会逐渐取代观光旅游,成为国际旅游的主体。在东亚、太平洋地区、夏威夷,具有丰富海滩资源的泰国、印尼,我国的沿海省份如广东、广西和海南等将会是滨海旅游者的目的地。中国的国际旅游客源以观光型为主,但中国具有丰富的山水风光和海滩资源,为适应未来世界旅游市场的发展趋势,必须改变目前中国旅游产品单一结构,开发度假旅游资源,以吸引国际客源主流。

2.3 “老人市场”不断扩大

现代的老年人是一个有钱、有闲、健康活跃的阶层。目前,老年人市场已成为各旅游接待国极为重视,并积极开拓的市场。到中国旅游的外国游客中,50 岁的游客占 30% 左右。国内的老年游客也呈不断上升趋势。开发适合老年人的旅游产品,对中国旅游市场营销来讲,具有更突出的意义。

2.4 游客继续向东亚及太平洋地区转移

自 20 世纪 90 年代到 21 世纪初叶,世界经济的重心转向亚太地区,本地区的旅游业迅速兴起。这一地区名胜古迹众多,自然风光优美,旅游资源丰富,具有发展旅游观光事业的巨大潜力。21 世纪,已被公认为“太平洋世纪”,中国将成为亚太地区旅游业发展最快的世界旅游大国。根据国际旅游组织的预测,21 世纪国际旅游的热点将是亚太地区,特别是中国内陆地区,将是最具潜力的国际旅游热点。

3 中国旅游业的现状与未来

3.1 国内旅游业开发的力度不够

2000 年,中国旅游业实现外汇收入 150 亿美元,国内旅游收入 3 300 多亿元人民币。由于我国旅游产品单一,以观光游览型为主,不能有效满足各个年龄段、各种消费层次人群的需要。如适合青少年口味的,富于冒险、惊险刺激、参与感极强的产品就比较少。因此,品种单调成为制约我国旅游业大发展的主要因素之一。目前,不仅是众多的发达国家,一些发展中国家,随着国民的收入不断升高,法定带薪休假的增加,旅游者也日渐增多。如何结合世界和国内旅游市场

的特点,开发更多、更好和更加符合市场需求的旅游产品,是打造好中国旅游品牌的关键。

3.2 大力开发滨海体育旅游

(1) 国内滨海旅游概况

我国海域辽阔,岸线绵长,大陆岸线 18 401 km,面积在 500 m² 以上岛屿 6 534 个,岛岸线 14 247 km,有开展滨海旅游得天独厚的条件。中国沿海,地跨三带,气候各异,风物不同。据初步估计,我国沿海岸线有近 200 处条件比较优越,可以集中经营,开展丰富多彩的旅游的重点地段。目前已建立 12 个国家沿海旅游度假区,其中著名的有山东的长山列岛和威海地区、浙江的舟山群岛、福建的厦门沿海岛屿、海南岛,以及南海的西沙群岛等,其旅游之盛堪与黄山和张家界比美,年旅游人次超过 1 100 万。这些旅游胜地对于当地和国家都是重要的经济收入来源。

据 2002 年 4 月 22 日《人民日报》报道:2000 年全国海洋产业总产值 4 133.5 亿元中,共有海洋水产等 7 个产业的产值,其中滨海旅游业居第 3 位,占总产值的 15.34%。

(2) 打造别具特色的滨海体育旅游品牌

在众多的滨海旅游胜地之中,我国目前还没有一个世界知名的国际品牌。归根结底在于滨海旅游开发力度不足,产品单一,缺乏个性化。因此,在开发中要有精品意识,突出重点,比如,当说到潜水就会让人想起被誉为亚洲第一湾“潜水者的天堂”的海南亚龙湾。当然,品牌意识的培养不是一朝一夕之功,要经过长期不懈的努力。各地应根据自身的优势和特点,选择最佳的切入点,在选择和设置体育项目时要因地制宜,通盘考虑,有针对性地开发,切忌一拥而上追求大而全,缺乏特色。

(3) 体育项目的设置要有针对性

随着余暇时间的增多和交通效率的提高,国内外游客的增长速度很快,他们对体育旅游项目的需求不同。因此,在项目的设置时,要有全局观,科学地论证,使体育旅游的内容更丰富、更具有时代感和节奏感。应考虑不同年龄段、不同社会阶层、追求不同体验的人群的需要,青少年更喜欢沙滩排球、足球、冲浪、潜水、生存挑战、帆板、滑翔、跳水等有一定挑战性与运动强度、惊险刺激的项目;而游泳、划艇、垂钓、网球相对而言较适合中老年人参与;一些运动项目如高尔夫球,由于其消费昂贵,适合高消费的高收入阶层。当然,随着这项运动日渐平民化,将会有越来越多的人享受高尔夫球的乐趣。另一方面,中国有着优秀的传统民族体育文化,结合地方特色,开发具有浓郁地方色彩,具有参与性和表演性强的民族体育项目,如武术、舞狮、民族舞蹈等,使游客置身其中领略博大精深的中国传统体育文化的魅力,这对中国传统体育文化的继承、保护和弘扬也具有非凡的意义。

(4) 体育旅游产业的开发应形成规模

通过体育旅游提高滨海旅游的知名度。一些体育项目的开发要形成规模,比如以足球训练营的形式建设足球场地和规划一定数量的沙滩足球场,吸引专业足球队来集训,或为本地乃至全国各地的足球爱好者举办形式多样的足球活动(如足球夏令营等)以及提供给游客参与的足球比赛。另

外,通过举办或承办各种体育比赛,如沙滩足球、沙滩排球、冲浪、帆船、赛艇等,吸引更多的游客。各项赛事要有持续性,最好形成有一定知名度的传统比赛。在发展中不断加大开发力度,加快招商引资的步伐,使滨海体育旅游产业朝着良性化、规模化发展。

(5)使体育旅游产业成为滨海旅游的支柱

经营好体育旅游产业可以产生巨大的经济效益。广东深圳的滨海体育旅游产业近年来飞速发展。其中高尔夫球运动为其旅游业带来可观的经济效益。据不完全统计,每到周末,香港大约有1万多人在深圳的高尔夫球场挥杆,即使不计算其它的消费,这些香港高尔夫球爱好者每月在深圳的消费在1亿港元以上。以此为借鉴,各地在以发展体育旅游产业时,要审时度势,走一条适合自身特点、能有一定经济效益的路子。

(6)体育与海洋疗养的有机结合

结合国外的成功经验,利用海洋自然环境的独特条件,将中国传统养生体育、中医(医术和药膳)与海洋理疗结合起来,开创一种具有传统特色的疗养方式。海洋中的水产品不仅可作美味佳肴,而且对一些疾病的防治有一定的疗效。食物疗法在我国有悠久的历史,在《本草纲目》、《名医别录》等古籍中,对水产品的食疗作用已有记载。而我国的传统养生体育项目如气功、五禽戏、太极拳等的养生、健体、疗病功能已得到证明。这些疗养方式将会吸引更多的中老年游客和体弱多病者的参与。

(7)培养从事滨海体育旅游的相关人才

目前,相关的体育专业人才极度缺乏,我们必须清楚认识到体育旅游作为一种专项旅游,必须有更多的专业人才参与运作和管理,为广大游客提供专业的指导;同时,要建立严格的安全保障制度,保证游客在参与运动中的安全。这样,就需要大量的从事体育旅游产业的开发、管理、运动技术指导和安全保障的专业人才。而我国各大大专院校在滨海体育旅游相关专业的设置和培养上还不能赶上发展的步伐。如何加大对专业人才的培养,完善滨海体育旅游专业人才的培养体系是当务之急。

(8)加大滨海体育旅游的宣传力度

滨海体育旅游要获得更大的发展、得到更多人的认识,还有很长的路要走,还需要付出艰辛的努力。在完善软硬件的前提下,通过现代的传播媒介,尤其是网络、报刊和电视,或通过举办旅游节和学校教育,改变那种“养在深闺人未识”的局面,为滨海体育旅游的宣传推广制造声势,让全社会对其有全面的了解和认识。

4 滨海体育旅游的可持续发展与环境保护

资源短缺、环境污染和生态恶化,已经成为当前世界各国发展旅游的一大障碍。西班牙以阳光及沙滩著称于世,但在利用外资上对外国公司缺乏必要的约束,在许多黄金海岸建造了过高、过多、过密的旅馆和公寓群,不但使自然景观受到严重破坏,也给环境保护、供水和污水处理以及现有设施的更新改造带来了许多难题。而英国每年至少向大海倾泄3亿加仑污水,其中一半以上的污水根本未经处理或只经过初步的净化处理。到1993年初,英国140多处海滨浴场被污水和垃圾污染。海水中的细菌和病菌经常引起腹泻、肝炎、喉炎等病症,致使游人望而却步。

前车之鉴,我们在发展滨海旅游的同时,要加大环境保护的力度,规划各项设施时一定要把环境保护放在第一位,培养每一位游客的环保意识,处理好眼前的经济效益和长远发展的利益关系,协调好开发与保护之间的关系。因为旅游资源是一种脆弱的资源,再生能力差,一旦失去,很难恢复。旅游活动既有毁坏自然生态的能力,也有摧毁传统文化的倾向,而这两点对旅游本身都可能是致命的。

世界旅游组织主持的可持续发展世界会议通过《可持续发展的宪章》和《可持续发展行动计划》指出:保护生态环境的重点是对4类地区优先考虑,即沿海地区、小岛屿、高山和历史文化名城。因为这些地区是多种产业的交汇地带,而且旅游资源丰富,特色突出,是旅游开发和旅游发展的重点。

参考文献:

- [1] 韩杰. 旅游地理学[M]. 长春:东北财经大学出版社, 2002:174-178, 369-370.
- [2] 刘振礼. 中国旅游地理[M]. 天津:南开大学出版社, 2000:11.
- [3] 谢彦君. 旅游概论[M]. 长春:东北财经大学出版社, 2002:31, 115-116.
- [4] 张建平. 现代体育旅游初探[J]. 浙江体育科学, 2002, 24(10):28-29.
- [5] 谢思佳. 广东高球产业过剩了吗[N]. 南方日报, 2003-03-25.
- [6] 田雨普. 新时期我国群众体育的新发展[N]. 中国体育报, 2002-10-31.

[编辑:李寿荣]