

# 体育旅游的界定及归属问题

朱红香

(周口师范学院 体育系, 河南 周口 466001)

**摘 要:** 体育旅游不是体育与旅游的简单移植, 而是体育与旅游的特殊组合, 具有功能独立性、异质兼容性和功能延展性等复合特征。体育旅游属于朝阳产业, 应划归旅游学科。体育旅游项目称谓应是由动词与名词组成的动宾结构复合词。

**关 键 词:** 体育旅游; 产业归属; 学科归属; 项目归属

**中图分类号:** G80-05 **文献标识码:** A **文章编号:** 1006-7116(2008)08-0032-03

## Contemplation of the definition and the attribution of sports tourism

ZHU Hong-xiang

(Department of Physical Education, Zhoukou Normal University, Zhoukou 466001, China)

**Abstract:** Aiming at people's inconsistent understanding of the concept and classification of sports tourism in previous researches, the author probed into the attribution of sports tourism from multiple perspectives, and revealed that sports tourism is neither simple tourism nor simple sport, but the special combination of sport and tourism, and provided with such complex characteristics as function independency, heterogeneity compatibility and function extensibility. The author considered that sports tourism is more like a rising industry, should be attributed as a tourism discipline, whose item designation should be a complex phrase in a verb-object structure consisting of a verb and a noun.

**Key words:** sports tourism; industry attribution; discipline attribution; item attribution

自“体育旅游”一词出现以来,人们对它的概念界定、类别划分、特征分析及相关的资源开发、不同群体体育旅游项目等问题的研究日趋增多。但目前最核心的问题,即“体育旅游究竟是什么”仍有很多争议。体育旅游是否存在?以什么形式存在?它与一般意义上的旅游或体育最本质的区别在哪?体育旅游与体育旅游资源又有何不同?本研究在分析人们对体育旅游概念的界定以及类别划分的基础上,探讨体育旅游的归属问题。

### 1 体育旅游的界定

体育旅游究竟是什么?对1991~2008年体育旅游相关研究梳理后发现,人们对体育旅游概念的界定虽有部分类似,但总体看来具有明显的非一致性。例如刘杰<sup>[1]</sup>认为:“旅游”是旅行游览的意思,它是一个动态过程,是从一个地方到另一个地方的空间移动。其

中“旅”是手段,“游”是目的,当“游”主要包含体育,即以自己的健康或提高某一方面的竞技水平为目的时便成为体育旅游。韩鲁安<sup>[2]</sup>对体育旅游从广狭两个方面进行了界定,即体育旅游从广义上讲是指旅游者在旅游中所从事的各种身体娱乐、身体锻炼、体育竞赛、体育康复及体育文化交流活动等与旅游地、体育旅游企业和社会之间关系的总和;从狭义上讲是指为了满足和适应旅游者的各种体育需求,借助多种多样的体育活动,并充分发挥其诸种功能,使旅游者的身心得到和谐发展,从而达到促进物质文明和精神文明、丰富社会文化生活目的的一种社会活动。汪德根<sup>[3]</sup>认为:体育旅游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。谭白英等<sup>[4]</sup>认为:体育旅游,即以非盈利目的离开家庭所在地,以往某一目的地参与

或观摩相关体育活动为主要内容的主题旅游。它是体育产业与旅游产业结合的产物，集竞技与旅游休闲于一体。于素梅<sup>[6]</sup>认为：体育旅游是旅游者较长时间离开生活地以旅游和体育为主要目的，以休闲、娱乐、健身、探险等为主要动机，以欣赏、观看或参与体育运动为主要形式的旅行游览活动。

从上述界定可以看出，目前，人们对体育旅游的认识基本上集中于它是一种“旅游活动”（旅游形式、旅行游览活动）上；有个别研究者认为它是一种经济活动、社会活动；还有人认为是非商业性旅游，而与之相反，有人认为是经营性项目群等。从这种非一致性认识可以看出，体育旅游究竟是什么还未成定论，但基本可以将它确定为一种旅游活动而非单纯的体育活动。因此，研究中那些将单纯的体育活动也称作体育旅游的说法是不确切的。

作为一种旅游活动，一种特殊的旅行游览活动，体育旅游具备“旅游”的一些本质特征，如审美性、异地性、流动性等，同时还具有重复性、参与性、专业性、挑战性、健身性等特征。其中，重复性是指旅游者对某一体育运动项目的喜爱，能促使他多次到同一旅游地从事该运动或观看比赛。参与性集中表现在旅游者需要借助更多的体育手段，通过直接参与和体验，才能体会体育旅游的内在乐趣。专业性是指体育旅游参与者需要拥有较强的技术，即使是观赏体育比赛也需要一定的专业知识。挑战性是指一些体育旅游项目如攀岩、蹦极等需要参与者具有过人的勇气和坚强的意志。健身性是说体育旅游具有促进健康、增强体质功能，能够使旅游者在自娱自乐中得到全身心的锻炼。

## 2 体育旅游的归属

### 2.1 体育旅游的产业归属

关于体育旅游的产业归属问题，不同研究者有着不同的认识。付业勤、闻扬<sup>[7]</sup>认为，体育旅游是旅游与体育产业结合而成的新兴旅游产品，是把体育作为主要内容的旅游方式。杨红伟<sup>[8]</sup>认为，体育旅游业是在改革开放后随着我国旅游业的发展而发展起来的，在我国它还是一个既年轻又有广阔发展潜力的新兴旅游产业。闵健<sup>[9]</sup>认为，从产业的角度认为体育旅游是一项融体育、娱乐、探险、观光为一体的专业性旅游服务产业。大多数研究者不但将体育旅游归属为一种产业，而且更多的是归为一种新型的旅游产业，但也有研究者持反对意见。体育旅游在我国兴起较晚，具有强大的市场开发潜力，因此，如果把它看作是第三产业的一部分的话（因为体育旅游属于特殊的旅游），那么笔

者认同将其定位为“朝阳产业”的观点。

### 2.2 体育旅游的学科归属

目前，体育旅游作为一个专业已经在天津体育学院、成都体育学院、郑州大学体育学院等体育院校设立。但从学科角度上看，这一专业究竟属于体育学还是旅游学？从对体育旅游研究者的分析可以看出，大多数研究者都是体育学界的，很少有旅游学的学者探讨此类问题。事实上，无论从学科发展还是学术研究来讲，这都是一种奇异的现象，而且一定意义上给体育旅游系统理论的建立带来一些不利影响。因此，本研究认为，一方面期待旅游学界加强对体育旅游的研究；另一方面，体育学界与旅游学界若能联合研究将会带来真正意义上的突破性进展。

此外，笔者还认为，体育旅游首先应该在旅游学中被广泛关注，并逐渐从旅游中脱离出来走向成熟，再进一步体育学科化，也就是说体育旅游应该经历一个从旅游学中逐渐脱离的过程，是一种自然的脱离而非强制性归属。因为体育旅游研究的发展首先需要旅游学系统理论强有力的支撑，尤其在发展的初期更是如此。

### 2.3 体育旅游的项目归属

在对体育旅游的研究中，人们或多或少的都会论及体育旅游的项目问题。然而，对于项目的确定存在很大分歧，目前最为突出的问题是，很多研究把部分旅游项目和部分体育项目轻易地划到体育旅游项目中，很多人对此产生质疑。那么，究竟哪些项目是体育旅游？哪些项目不能算是体育旅游？应该如何归类呢？一旦被确立为体育旅游的项目应该无可非议，但从已有研究来看并非如此，存在的最主要问题是部分分类形式中错将体育旅游资源等同于体育旅游。例如，刘杰<sup>[1]</sup>将体育旅游首先分为运动型、观赏型和兼备型。又将运动型划分为健康旅游、趣味旅游、学习旅游和疗养旅游。在进一步细分的时候他把海滨、温泉等归到疗养旅游之中，但事实上海滨与温泉只能算是体育旅游资源而非体育旅游。郑少苹<sup>[6]</sup>将体育旅游划分为休闲体育旅游、健身体育旅游、竞技体育旅游、大型赛事旅游和刺激体育旅游，并作进一步细分，但其中明显存在资源当项目（产品）的现象，如将探险、海底、沙漠、狩猎、激流、攀岩、高山或森林探险、秘境旅游等都划归刺激体育旅游之中，而海底、沙漠等同样属体育旅游资源而非体育旅游项目。这种现象在其他学者的研究中也时有出现。

属于体育旅游的项目应该满足什么条件？从旅游市场营销角度看，体育旅游产品是指在旅游过程中，能够为旅游者带来体育效用、旅游效用和满足其所需

消费和服务的总和。因此,体育旅游产品与一般旅游产品从旅游学角度来看,本质上是一致的,都具有使用价值,能够在一定程度上满足旅游者的消费需求。但体育旅游又是一种独特的旅游产品,只有同时满足体育与旅游两个前提条件的旅游产品,才能称为体育旅游产品。通过概念分析进一步确定了体育旅游产品区别于一般旅游产品的独特性。这些独特性主要表现在3个方面,即功能独立性、异质兼容性和功能延展性。功能独立性是指,几乎所有的体育旅游产品都可独立地为旅游者提供具有某种体育功能的使用价值,以满足旅游主体在旅游活动中强身健体的需要。异质兼容性表现为几乎所有的体育旅游产品都能与一般旅游产品整合起来而不会影响其使用价值,两者互为对方扩大产品需求。功能适应性是指对于旅游产品而言,体育旅游产品的使用价值可以发生转换和进行拓展。从以上分析可以看出,只有符合以上特性的旅游产品才能称得上是体育旅游产品,而非体育旅游资源。而体育旅游是对体育旅游诸产品的一种消费形式,并且具有明确的目的性。由此,体育旅游项目(产品、活动),若单独从构词上来说,应该是“动词+名词”,如登山、滑雪等。否则便成了单由名词构成的需要开发的体育旅游资源,如海滨、高尔夫球等。

体育旅游近些年逐渐兴起,越来越多的人开始对此有所认识,但大部分人尚未建立清晰的概念,本研究认为,原因是多方面的,但最关键的问题是要认同体育旅游是一种特殊旅游形式,而且从体育旅游项目(产品、活动)的分类体系中,我们应该有一个更加清晰的认识,即并非所有在旅游的基础上参与体育活

动和在体育活动中具有旅游之意的都是体育旅游。是否是体育旅游,需要从对它的归属问题的分析中寻找答案,从而确立体育旅游属于朝阳产业,我们更倾向于将体育旅游划为旅游学科的专业分支。另外,体育旅游项目名称应是由动词与名词共同组成的动宾结构复合词,那些纯是名词称谓的体育项目或自然风光、娱乐场所等都只能归到体育旅游资源之中。

#### 参考文献:

- [1] 刘杰. 论体育旅游[J]. 哈尔滨体育学院学报, 1991, 9(1): 23-26.
- [2] 韩鲁安, 杨春青. 体育旅游学初探[J]. 天津体育学院学报, 1998, 13(4): 61-64.
- [3] 汪德根, 陆林, 刘昌雪. 体育旅游市场特征及产品开发[J]. 旅游学刊, 2002, 17(1): 49-52.
- [4] 谭白英, 邹蓉. 体育旅游在中国的发展[J]. 体育学刊, 2002, 9(3): 22-25.
- [5] 于素梅. 小康社会的体育旅游资源开发研究[J]. 体育科学, 2007, 27(5): 23-35.
- [6] 郑少苹, 郑富. 体育旅游及其项目开发探讨[J]. 长沙大学学报, 2008, 22(2): 111-112.
- [7] 付业勤, 闻扬. 国内体育旅游研究进展[J]. 西南交通大学学报: 社会科学版, 2007, 8(6): 103-108.
- [8] 杨红伟. 四川省体育旅游市场的优势分析及开发策略[J]. 成都体育学院学报, 2002, 28(3): 35-37.
- [9] 闵健. 体育旅游及其界定[J]. 武汉体育学院学报, 2002, 36(6): 4-6.

[编辑: 黄子响]