

新疆体育旅游资源开发及可持续发展战略

马慧敏, 孙忠伟

(新疆大学 体育教学研究部, 新疆 乌鲁木齐 830046)

摘 要: 新疆作为我国面积最大的省份, 其旅游资源丰富, 自然景观独特, 民俗文化多样。运用SWOT分析, 对新疆体育旅游资源进行深入研究发现, 不但要看到新疆具备独特的自然环境, 包括冰雪、民族体育等特色体育旅游资源, 同时要看清新疆体育旅游劣势与威胁; 要找出适合自身发展的优势, 把握住北京奥运会带来的体育旅游机会。并针对新疆体育旅游资源的特点制定出切实可行的发展战略, 将对新疆体育旅游业的发展具有重要现实意义。

关键词: 体育旅游资源; 可持续发展战略; 新疆;

中图分类号: G812.7 **文献标识码:** A **文章编号:** 1006-7116(2009)07-0056-04

Development of sports tourism resources in Xinjiang and strategies for sustainable development

MA Hui-min, SUN Zhong-wei

(Department of Physical Education, Xinjiang University, Urumqi 830046, China)

Abstract: As the area biggest province in China, Xinjiang has ample tourism resources, unique natural landscapes and diversified folk cultures. By using SWOT to perform an in-depth analysis on sports tourism resources in Xinjiang, the authors revealed the following findings: Xinjiang is provided with such featured sports tourism resources as unique natural environments, ice and snow related events, as well as national sports, whereas Xinjiang should clearly know about its own disadvantages and threats, find out advantages suitable for self development, seize the opportunities brought by Beijing Olympic Games 2008 to sports tourism, and work out practically feasible development strategies according to the characteristics of sports tourism resources in Xinjiang, which is realistically important and meaningful for the development of sports tourism in Xinjiang.

Key words: sport tourism resources; sustainable development strategy; Xinjiang;

在西方, 旅游资源一般被统称为旅游吸引物, 指旅游地吸引旅游者的所有因素的总和, 包括相应的接待服务。根据中华人民共和国国家标准(GB/18972.2003)《旅游资源的分类、调查与评价》, 把旅游资源定义为: 自然界和人类社会凡能对旅游者产生吸引力, 可以为旅游业开发利用, 并可产生经济效益、社会效益和环境效益的各种事物和因素。近几年来, 新疆旅游产业已经成为新疆富有活力和潜力的朝阳产业, 成为新疆国民经济产业中发展速度最快的行业之一, 旅游产业已逐步成为新疆经济发展的支柱产业之一。所以如何把新疆特色与旅游、体育结合起来, 充分开发

和利用新疆的体育旅游资源, 为新疆的经济快速发展做出贡献, 是一个很有意义的研究课题。

1 新疆体育旅游资源的开发

1.1 新疆体育旅游资源开发的客源市场

旅游需求的时空发布结构, 主要指旅游者的地理来源和强度。其集中性可以用地理集中指数来定量分析, 其计算公式是:

$$G=100 \times \sqrt{\sum_{i=1}^n \left(\frac{X_i}{T}\right)^2}$$

公式中: G 为客源地的地理集中指数; X_i 为第 i

收稿日期: 2009-05-16

基金项目: 教育部人文社会科学一般项目(08JA790114); 新疆大学人文社会科学学院联合资助项目(XY080244)。

作者简介: 马慧敏(1957-), 女, 教授, 研究方向: 体育人文社会学。

个客源地的游客数量； T 为旅游接待游客总量； n 为客源地总数。游客来源越少越集中， C 值越接近100； C 值越小，则客源地越多越分散。对于任一旅游地，客源地越分散旅游经营越趋稳定，相反客源太集中，易受到客源地(国)社会、经济、政治等变化的冲击。从1995~2008年新疆接待入境旅游者数量统计可以看出，地理集中指数虽有起伏，但总体呈下降趋势，客源国由集中于少数国家向世界各地扩散，表明新疆旅游经营日趋稳定。

1.2 新疆体育旅游资源开发的SWOT分析

SWOT分析是运用系统论的观点分析市场的一种营销策划方法^[2]。SW是指某行业或部门的内部优势和劣势；OT是指某行业或部门外部环境的机会和威胁。其目的在于，通过综合分析SWOT诸多要素，系统评价发展战略，达到择优而行的目的。

1) 新疆开发体育旅游资源的优势(Strengths)。

(1)新疆自然地理环境资源：新疆地域辽阔，旅游资源极为丰富，全国旅游资源共有68种，而新疆就有56种。中国最干、最热、最冷的地方都在新疆。在新疆可以观赏举世闻名的雅丹地貌、风蚀蘑菇、洞穴、石林以及沙漠中的海市蜃楼、飞沙鸣叫等独特的自然景观^[3]。“丝绸之路”横贯新疆，举世闻名。新疆境内具有历史艺术和科学研究价值的古文化遗址、古墓葬、古建筑、石窟寺(千佛洞)，石刻和现代纪念建筑物有236处，其中10处被列为全国重点文物保护单位。还有佛教千佛洞16处，比较完整的洞窟550多个。另外，文物点有几千处，例如天山天池、吐鲁番火焰山和汉唐故城、喀什清真寺和香妃墓等。新疆还有22个自然保护区。

(2)冰雪特色旅游资源：地处中国西北的新疆，有着冰雪运动的良好自然条件，每年12月后，洁白的雪花覆盖天山南北，雪天一直要持续到来年的4月，相对于东北，新疆的气温不会太冷，这些都是新疆冰雪旅游的优势。新疆随着近几年的发展，冰雪旅游市场厚积薄发，各种冰雪旅游正逐步向高起点和多元化发展。以丝绸之路国际滑雪场、白云国际滑雪场、雪莲山高尔夫灯光滑雪场为代表的一批3S滑雪场，向中外游客展示了新疆一流的滑雪场地、设施和服务水平。新疆一些旅行社也开始提供博格达峰徒步穿越、一号冰川探险、南山攀岩和攀冰、冰雪旅游等专项体育旅游活动。据统计，截止到2006年年底，新疆冰雪旅游接待人数已经由上个世纪90年代初期的零纪录，增加到年接待人数960万人次，旅游收入突破29.6亿元人民币，已成为新疆体育旅游的又一亮点。

(3)少数民族传统体育旅游资源：新疆是多民族聚

居的地区，全国56个民族在新疆都有定居。少数民族大多信奉宗教，由于宗教信仰、生活习惯、文化等诸多因素的影响，少数民族形成了富有浓郁民族特色和地方色彩的民族传统体育项目。如：维吾尔族的切力西、达瓦孜、萨哈尔地、帕尔孜，哈萨克族的叼羊、姑娘追以及赛马、赛骆驼；柯尔克孜族的飞马拾银；锡伯族的射箭等。这些地域性民族体育资源与自然景观相融合，构成了其它任何地域无法比拟的特色体育旅游资源^[4]。特别是骑马、达瓦孜、射箭、赛马、姑娘追、赛骆驼、飞轮秋千、摔跤等8个民族体育项目，成为体育旅游中颇受欢迎的活动内容。由于这些项目观赏性强、民族特色浓等特点，可以让旅游者集中紧凑观赏或参与多种多样的民族体育活动，把自然风光、名胜古迹、文化体育娱乐等有机地融合在一起。

2) 新疆开发体育旅游资源的弱势(weaknesses)。

(1)地理位置、交通问题：新疆位于我国西北部，地处欧亚大陆中心，是我国西北部的边境，与蒙古、俄罗斯、哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦、塔吉克斯坦、阿富汗、巴基斯坦、印度等国相邻，省会乌鲁木齐也是中国离海最远的城市。所以交通问题是阻碍新疆体育旅游资源开发的主要因素之一，相对于中国东南部及其他国家的游客，来新疆花在路途上的时间和金钱都高于其他景区，这就造成对于新疆的旅游几乎都是一次性的，再次游的机率比其他交通便利的地区低。

(2)体育旅游市场发展不成熟，缺少完善的体育旅游产品：目前，新疆体育旅游市场大发展的社会氛围尚未形成，特色体育旅游产品的生产者、经营者和消费者等市场体系尚不成熟。相对比较专业的体育旅游提供者都是由一些户外俱乐部组织，如徒步、登山、滑雪等，这些俱乐部规模较小，一般只能涉及疆内的体育旅游消费者。而旅游组织能力较强的旅行社，在体育旅游上缺乏成熟的产品，产品包装创新能力较低。区域内体育消费的意识 and 观念还有待提高，消费能力和水平不高，体育旅游市场化规模较小。

(3)缺少专业人才：由于国内普通高校旅游专业的课程设置比较稳定，对于新兴的休闲拓展、攀岩、漂流、滑雪、探险等体育旅游项目，毕业生的素质和技能难以满足需求。现有的人力资源还远远满足不了体育旅游开发的需求，特别是缺乏地方民族传统体育表演人才，懂管理、善经营的体育旅游人才更是凤毛麟角。

3) 新疆开发体育旅游资源的机会(Opportunities)。

(1)北京奥运会对新疆体育旅游的带动：随着2008年北京奥运会的顺利召开，一方面，会吸引大量国际游客来新疆开展体育旅游，另一方面，还可以激发国

民进行体育运动的热情,对体育旅游的发展有极大的推进作用,这对新疆来说也是大力发展特色体育旅游的最好机会。

(2)政府对旅游业的大力支持:1998年,中共新疆维吾尔自治区党委上报国务院,将旅游业作为新疆经济的支柱产业之一,得到国务院的确认。新疆旅游局与中国科学院地理研究所联合制定《新疆维吾尔自治区1994—2010年旅游业发展规划》,这是新疆旅游业开发的理论依据,是政府发展旅游业的导向及实施步骤。2007年新疆维吾尔自治区人民政府作出关于进一步加快新疆旅游业发展的决定。自治区旅游业2008年上半年发展新闻发布会宣布:全区累计接待入境游客15.57万人次,创汇5525.79万美元,比上年同期有所下降;接待国内游客859.68万人次,国内旅游总收入73.64亿元,比上年同期均略有增长;旅游接待总人数达875.25万人次。

(3)独特的民族传统体育项目优势:北京2008奥运会开幕前新疆木卡姆作为演出节目,被世界所了解,这将是向世界宣传新疆的纽带,借以把人们的目光引向新疆。传统骑马、达瓦孜、射箭、赛马、姑娘追、赛骆驼、飞轮秋千、摔跤等8个著名民族体育项目,都是人们喜闻乐见、易于参与的项目,如果做好策划宣传组织,一定可以为新疆体育旅游做出重大的贡献,把新疆的旅游业推向一个新的台阶。

4)新疆开发体育旅游资源的威胁(Threats)。

(1)民族特色资源退化的威胁:随着经济的发展,国内的旅游大环境逐渐发展成熟,每个省也将会充分发挥自己的风俗民情特点,显示出各个民族文化“百花齐放”的状况,各个区域的特点越发明显,旅游业趋于成熟,例如广西、蒙古、云南等省也是民族特色明显,对新疆发展民族特色体育旅游资源来说都是很有竞争力的省份。

(2)冰雪游较多的威胁:新疆的冰雪游起步较晚,东北由于地理位置及发展较早一直处于中国的“龙头”地位,北京、蒙古、四川等省都开始努力发展冰雪产业。在短短的几年时间里,国内各省根据自身优势与特点,已形成了具有自身文化韵味的冰雪文化,例如哈尔滨冰雪节、长春冰雪节、沈阳冰雪节、北京延庆冰雪节、内蒙古阿尔山冰雪节、四川玉龙雪山冰雪节等。

(4)自身硬件设施不完善:旅游作为第三产业,它需要一系列的相关产业来支持,如住宿、餐饮、购物、观光等,体育旅游还需要专业的体育场馆设施,如运动场、网球场、羽毛球馆、冰雪器具、户外用品等等,这就需要加强硬件的建设,加强体育旅游的管理,提

高体育旅游产品的质量,才能树立新疆体育旅游的形象,才能改变旅游回头率低的状况^[4]。

2 新疆体育旅游资源的科学开发战略

1)多种渠道引进资金。新疆体育旅游资源开发需要资金的大力支持,然而,由于地方财政能力有限,投资的重点又不在体育旅游项目上,从而导致在市场上无法形成强有力的投资主体,投资效益不高。为了弥补新疆体育旅游资源开发的巨大资金缺口,提高投资效益,必须加强政府引导,深化投资体制改革,在不违背法规的前提下按照谁投资谁受益原则,打破地区、行业间的界限,通过独资、合资、股份制等形式多渠道引进资金。

2)突出特色打造品牌。体育旅游业的快速友展,给体育旅游资源的开发提出了严峻的挑战。新疆体育旅游如何在激烈的市场竞争中占有一席之地,是新疆体育旅游资源开发面临的艰巨任务。因此,对自己独有的资源,如丝绸之路、少数民族文化、少数民族传统体育、楼兰古城、天山天池、喀纳斯湖等,要在开发观赏型旅游的基础上开发出更多的参与性旅游项目,充分利用广大游客的宣传,扩大其在国内乃至世界的辐射作用。对于普通的、不具特色的资源,在开发过程中要实现提高安全性能和高质量的服务,使游客在观赏到美景、体验到刺激、享受到休闲娱乐的过程中留下美好的回忆。

3)优化产品合理配合。开发体育旅游资源应考虑到参与者的广泛性和层次性,不同类型的旅游者对体育旅游产品有不同的要求,开发者应做好市场细分工作,针对不同的细分市场,采取不同的开发措施和宣传促销手段,推出不同的体育旅游产品。新疆可根据当地资源开发出适合各种年龄的体育旅游项目,针对在校学生可以徒步、滑雪、定向运动、野外沙漠夏令营、探险登山冬令营等;针对青年人可开发徒步、探险、攀岩、滑雪等挑战性、刺激性强的项目;针对中老年人可推广登山、垂钓、游泳、老年人长跑、太极拳等休闲健身性体育项目。同时对外可开发少数民族景区特色体育游、知名景点的徒步游、冬季民族特色的滑雪游等新疆特色项目。

4)整合资源提升吸引力。体育旅游资源的开发为了突出提高其资源的吸引力,需要与其它旅游资源联姻,整合资源优势,如将新疆天山天池游与体育旅游的融合开发,充分发挥两种旅游资源深入浅出、生动活泼、潜移默化的特点,把当前亟待加强的思想道德建设和民族团结教育,融入人民群众喜闻乐见、主动参与的活动之中。通过对新疆特色旅游和体育旅游的

科学开发与整合,使旅游者思想感情得到熏陶、精神生活得到充实、理想境界得到升华的同时,还能增强体质、体验惊险、感受刺激,这样既能丰富旅游活动,拓展旅游项目,又能满足人们求新、求异、求奇的心理。

5)强化意识转变观念。新疆体育旅游要想在激烈的市场竞争中获得生存与发展的机会,首先,应具备“超前意识”,密切关注和准确把握国际旅游业的发展趋势,只有使自己的企业跟上国际潮流,才有可能抢占到市场和经营的前沿,在激烈的竞争中获得先机;其次,要树立和强化“国际意识”,我国已加入了WTO,全球经济一体化,体育旅游业的管理者应立足于国内市场,放眼国际市场,定出企业的全球发展战略;再次,要强化“人才意识”,目前,体育旅游人才严重不足是制约新疆体育旅游发展的关键因素。因此,加强体育旅游人才的培养,对体育旅游业的发展将起着重要的作用^[9]。

6)广泛宣传扩大客源。扩大客源是保证体育旅游可持续发展的重要措施,对于新疆旅游市场而言,由于经济发展相对落后,本地居民对体育旅游的功能、特点及旅游方式缺乏深度认识,对旅游资源缺乏深入全面的了解,有目的地参加体育旅游人数较少,而对外地客源来说,大部分来自中国东部经济较发达区,他们对新疆的体育旅游项目还不够了解,因此,首先应加强宣传促销活动,设计有宣传力的体育旅游产品形象,提出有号召力的宣传口号,利用多种场合、多种活动进行宣传。如利用大型活动、大型会议组织专项体育活动等,利用体育媒体、娱乐媒体、旅游展览、新闻报道、广告,开办体育旅游网站等多渠道宣传。借2008年北京奥运会和2010年广州亚运会之机,加大宣传力度,加强与世界各国的交往,组织体育旅游宣传促销团到世界各国举办各种形式的体育旅游推介会,邀请国内外知名旅行社和新闻媒体到新疆考查、采访,让人们更多地了解新疆,提高新疆体育旅游资源在国内外的知名度。其次,要大力推进社区体育、广场体育、赛场体育、学校体育、大众体育的全面发展,积极培育各种类型的体育协会、体育俱乐部、体育探险娱乐协会,为新疆体育旅游业的发展培养广大的个人和集体市场消费群体。

3 结论与建议

1)新疆拥有良好的体育旅游资源,包括自然资源、冰雪特色、特色民族传统体育等,为进一步合理开发提供了条件,但旅游基础设施建设相对滞后、经营管理人才匮乏、市场主体观念不强、丰富的特色体育旅游资源未得到合理的开发、媒体宣传过少等原因,严重制约了新疆的体育旅游发展。

2)新疆在登山、滑雪、徒步、游泳等方面还缺乏专业的体育导游人员。随着我国旅游业的兴起,各旅游专业在大中专院校中建立,培养出了一批专职的导游人员,但关于体育旅游这方面的专业培养却较为薄弱。人才的缺乏成为新疆体育旅游发展的“瓶颈”之一,所以新疆应加强体育旅游相关人才的培养。

3)实施品牌经营战略,加大营销力度,严格按照品牌理念进行推广宣传,充分发挥政府的力量,参与和投入一些体育旅游基础设施的建设,同时积极鼓励社会力量投资开发体育旅游业,制定出有利于体育旅游发展的法规和政策,保护社会投资的积极性,规范和促进新疆体育旅游市场的良性发展。

4)新疆有着丰富的民族传统体育资源,但进行有效开发的项目屈指可数,要突出民族体育旅游资源的特点,不仅是规模的简单扩大,更要不断地创新发展。同时也要对合适的项目进行正确的市场定位,并加大其主流市场的宣传力度,这样才能吸引更多注意力,引来更多体育旅游消费者,从而形成良性循环。

参考文献:

- [1] 江涛. 乌鲁木齐地区体育旅游现状调查与发展对策[D]. 北京: 北京体育大学, 2008.
- [2] 刘平清. 三峡库区体育旅游产业发展的SWOT分析及对策研究[J]. 北京体育大学学报, 2007, 30(2): 170-172.
- [3] 王天军. 少数民族体育与旅游经济优势互补研究[J]. 新疆大学学报: 哲学·人文社会科学版, 2000(11): 39-43.
- [4] 唐小英. 国外体育旅游研究现状与分析[J]. 西安体育学院学报, 2005, 13(4): 42-43.
- [5] 朱红香. 体育旅游的界定及归属问题[J]. 体育学刊, 2008, 15(8): 32-34.

[编辑: 谭广鑫]