

# 体育旅游产业融合发展的动力与路径机制

杨强<sup>1, 2</sup>

(1.四川大学 商学院工商管理博士后流动站, 四川 成都 610065;

2.成都体育学院 休闲体育系, 四川 成都 610041)

**摘 要:** 从产业融合的经济视角出发, 对体育产业与旅游产业融合的定义进行界定, 从基础条件、资源条件和市场条件 3 方面提出双方产业融合的内涵; 然后就双方产业融合的动力机制从体育本体资源的资产通用性、旅游消费结构日趋高级化的内外动力两方面进行了解释; 并就双方产业融合的路径机制从产业价值链的解构过程, 提出了技术、业务、市场融合的 3 种重构手段, 以及 5 种典型重构模式——运动休闲型体育旅游、观赛型体育旅游、参赛型体育旅游、地标场馆游览旅游和场馆体育演艺旅游; 最后从部门规制改革、出台政策与标准、培育精品项目、加强人才培养等 4 个方面提出了体育产业与旅游产业融合发展的对策建议。

**关 键 词:** 体育经济; 体育产业; 旅游产业; 产业融合; 动力机制; 路径机制

**中图分类号:** G80-05 **文献标志码:** A **文章编号:** 1006-7116(2016)04-0055-08

## Driving force and path mechanisms of the converged development of the sports tourism industry

YANG Qiang<sup>1, 2</sup>

(1.Postdoctoral Research Station of School of Business, Sichuan University, Chengdu 610065, China;

2.Leisure Sports Department, Chengdu Sport University, Chengdu 610041, China)

**Abstract:** From the economic perspective of industry convergence, the author defined the convergence of the sports industry and the tourism industry, put forward the connotations of convergence of both industries in terms of basic conditions, resource conditions and market conditions, then explained the driving force mechanism of convergence of both industries in terms of the capital universality of sports resources as well as the internal and external driving forces behind the ever increasingly advancing of the tourism consumption structure; and as for the path mechanism of convergence of both industries, from the perspective of the process of destruction of industrial value chains, the author put forward such three reconstruction means as technology, business and market convergence, such 5 typical reconstruction modes as sports leisure type sports tourism, game watching type sports tourism, game participating type sports tourism, landmark venue visit tourism and venue sports performance tourism; finally, the author put forward the following measures and suggestions for the converged development of the sports industry and the tourism industry: reform department rules and regulations; establish policies and standards; develop competitive projects; strengthen talent cultivation.

**Key words:** sports economy; sports industry; tourism industry; industry convergence; driving force mechanism; path mechanism

近年来随着体育产业与文化产业、旅游产业、信息产业等相关产业融合不断深化, 形成了体育产业融

合发展的大格局。其中, 体育产业与旅游产业都作为中央政府在“十三五”时期需大力发展的生活性服务

收稿日期: 2016-02-15

基金项目: 国家社会科学基金资助项目(11CTY016); 四川省社会科学高水平研究团队建设计划资助(2015—2017 年); 四川省教育厅人文社会科学(休闲体育产业)重点研究基地资助项目(XXTYCY2014A02)。

作者简介: 杨强(1977-), 男, 副教授, 博士, 硕士研究生导师, 研究方向: 体育产业融合、体育旅游与运动休闲规划、体育信息化。  
E-mail: 14047732@qq.com

业的两个重要产业类别<sup>[1]</sup>,双方通过产业融合所形成的体育旅游行业是体育与相关产业融合发展的典型代表,体育旅游业态在全球范围内的国际旅游中所占比例达到 4%~6%<sup>[2]</sup>。我国体育产业在“十三五”时期的一个重要发展诉求是“降低体育用品实物的生产与销售比重,进一步提高体育服务业比重”;我国旅游业在“十三五”时期的一个重要发展诉求是“降低观光型旅游比重,进一步增加度假型旅游比重”。体育旅游作为一种典型的休闲业态,恰好能满足两大产业各自的发展诉求。2014年8月,国务院发布的《关于促进旅游业改革发展的若干意见》(国发[2014]31号(以下简称《31号文》))在“积极发展休闲度假旅游”主要任务中又一次明确指出:“积极推动体育旅游,加强竞赛表演、健身休闲与旅游活动的融合发展,支持和引导有条件的体育运动场所面向游客开展体育旅游服务。”<sup>[3]</sup>同年10月,国务院发布的《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》(国发[2014]46号,以下简称《46号文》)把体育旅游也作为了“促进融合发展”的首个体育相关行业。2016年5月15日国家体育总局与国家旅游局签署了《关于推进体育旅游融合发展的合作协议》,并将于近期共同发布《关于促进体育旅游融合发展的指导意见》和《体育旅游发展纲要》。因此,深入研究体育产业与旅游产业融合具有极大的现实与理论意义。对此,本研究基于产业融合理论,通过研究体育产业与旅游产业融合发展机制,提出基于产业融合视角的体育旅游的定义与内涵、动力机制、路径机制与融合模式,以期能为体育产业与旅游产业融合发展提供理论支撑。

## 1 体育旅游的定义与内涵

### 1.1 定义

体育旅游相关文献对体育旅游概念的界定主要从产品、空间、动机等旅游学的角度,而未有从体育旅游的本质属性的角度去界定。体育旅游概念的内涵关键看其“体育”属性——体育提供核心资源、旅游带来市场,体育旅游在产业属性上具有双面性,不仅是旅游业的一部分,更是体育产业的重要组成部分,本质上是体育产业,是体育多元化功能的重要体现<sup>[4]</sup>。因此,最新《国家体育产业统计分类》明确把“体育旅游活动”归属为体育产业统计的第8个大类“其他与体育相关服务”中的一个新增类别。

本研究从产业融合的经济学视角出发,对“体育产业与旅游产业通过产业融合”所形成的“体育旅游”定义为:“体育产业与旅游产业通过产业价值链的相互渗透,以体育健身休闲项目、体育赛事活动、大型体

育场馆等体育本体资源为核心,以旅游服务要素为载体,经过技术融合、业务融合和市场融合逐步发展形成的一种兼具体育和旅游业特性的新型服务业态”。

### 1.2 内涵

1)两者彼此具有高度的产业关联,为双方产业融合提供基础条件。

产业间的关联性是产业融合的前提条件,如果产业间不存在密切的经济联系,产业之间的融合是不可能发生的<sup>[5]</sup>。同作为“生活性服务业”中的两个重要产业类别,体育产业与旅游产业都是各自与对方具有较高的产业关联度。美国经济学家测算出体育产业与旅游产业的产业关联度最强<sup>[1]</sup>。这为双方产业融合提供了重要的产业基础条件。

2)以体育本体资源为核心吸引物,为双方产业融合提供资源条件。

根据《旅游资源分类、调查与评价》,体育健身场馆(FBD)、民间健身活动与赛事(HCD)和体育节(HDD)都被认定是旅游资源的基本类型<sup>[5]</sup>。因此,体育赛事、各种各样参与性娱乐性强的体育健身休闲活动(漂流、攀岩、滑雪、高尔夫、登山等)、知名度高的标志性体育建筑(博物馆)、传统体育节庆、体育主题公园、户外运动功能区、水上运动目的地、体育度假村、民族民俗体育表演节目都被认定为体育旅游资源<sup>[6]</sup>。上述体育旅游资源都是以体育健身休闲资源、体育赛事资源和体育(馆)场资源为主的体育产业本体资源作为核心吸引物,为双方产业融合提供了重要的资源条件。

3)以旅游服务要素为平台,为双方产业融合提供市场条件。

体育服务产品不能独立存在,需要在传递过程中借助一定的有形要素进行服务的传递,寻找其他产业作为其服务平台就成为必要<sup>[7]</sup>。而旅游业就是体育服务产品最好的服务平台。一方面,旅行社、在线旅游代理商等旅游中介机构可以成为体育健身休闲活动、体育赛事活动、体育馆场活动的营销和销售渠道;另一方面,旅游区也为体育健身休闲资源和体育赛事资源提供了一个市场化的展示空间。因此,以旅游服务要素为平台,为双方产业融合提供了重要的市场条件。

## 2 体育产业与旅游产业融合发展的动力机制

体育产业与旅游产业融合发展的动力机制来自于内外两方面,内动力是体育本体资源的资产通用性推动力;外动力是旅游消费结构日趋高级化的拉动力。

### 2.1 体育本体资源的资产通用性

一般来说,某个产业的资产通用性越强,其资产转换成本就越低,则该产业与相关产业融合发生程度

就越高<sup>[8]</sup>。体育健身休闲活动、体育赛事活动和体育场馆等三大体育本体产业资源对于旅游业都具有极强的资产通用性,这成为了体育产业与旅游产业融合发展的内在推动力。

### 1) 体育健身休闲活动对于旅游业的资产通用性。

《体育及相关产业分类(试行)》<sup>①</sup>确定的“体育健身休闲活动”大类包含的11种小类,都属于《旅游度假区等级划分》中的室内与户外运动健身大类的小类活动设施。而且,《旅游度假区等级划分》的27个室内与户外运动健身活动设施类型占有所有49个室内与户外休闲活动设施类型的55.1%<sup>[9]</sup>。很明显,体育健身休闲活动设施类型占据了旅游度假区中较大比例的休闲活动设施,这说明体育健身休闲业与旅游度假业具有高度的市场基础、产品属性和功能目的<sup>[4]</sup>,因此体育健身休闲项目对于旅游业具有高度的资产通用性。

### 2) 体育赛事活动对于旅游业的资产通用性。

《旅游资源分类、调查与评价》中把地方性体育健身比赛、竞技活动为代表的“民间健身活动与赛事(HCD)”、定期和不定期的体育比赛活动的节日为代表的“体育节(HDD)”都认定是旅游资源<sup>[5]</sup>。体育赛事活动作为体育本体产业中的一项重要资产,对于旅游业而言不仅仅是一场单纯的“竞技赛事”<sup>[4]</sup>,越来越多的旅游目的地把举办特色体育赛事作为一项当地盛大的旅游节庆活动。而且,某些体育赛事由于其强烈的全球文化普及性(例如奥运会、世界杯)或者浓郁的地方传统民俗性(例如汉族端午节赛龙舟、蒙古族草原赛马),从而吸引旅游者前往赛事举办地。因此,体育赛事活动可以作为一项重大事件或特色事件进行专项的赛事旅游开发与经营,并通过举办体育赛事使举办地的旅游业获得更大的知名度和综合效益。因此,体育赛事活动对于旅游业也具有高度的资产通用性。

### 3) 体育场馆对于旅游业的资产通用性。

《旅游资源分类、调查与评价》中把开展体育健身活动的独立馆室或场地为代表的“体育健身场馆(FBD)”认定是旅游资源<sup>[5]</sup>。一方面,某些极具建筑景观魅力的大型体育场馆往往被作为城市地标性景观开发成为城市特色旅游产品<sup>[4]</sup>,吸引了大量旅游者前去观光游览,例如国家体育场“鸟巢”和国家游泳馆“水立方”。另一方面,体育健身场地设施中的高尔夫球场、室内外滑雪场、网球场等,既可以举办各种类型体育赛事,更可以被旅游业充分使用为旅游者提供高尔夫运动、滑雪运动等服务。因此,体育健身场地设施往往被旅游休闲业更多的利用<sup>[4]</sup>,被体育赛事所利用的程度反而要小得多。这体现出体育场馆资产不仅能直接为体育赛事服务,更具有能

被旅游业充分利用的资产通用性特性。

## 2.2 旅游消费结构的日趋高级化

按照全球旅游休闲业发展的一般规律,当一个国家人均GDP达到3000美元时,该国将进入休闲消费的快速增长期。韩国2013年人均GDP约为2.5万美元,休闲旅游消费已成为其主流市场。从韩国旅游情报知识体系提供的数据看,成年人和老年人是韩国旅游消费市场主要构成群体,而成年人消费群体主要消费休闲体育旅游产品(登山、滑雪、水上运动等),老年人群体主要消费乡村观光和休闲体育旅游产品<sup>[10]</sup>。2015年中国人均GDP已达7924美元,大众化休闲消费的时代已经到来,旅游市场正从观光旅游需求占绝对主体地位转向观光、休闲、度假并重的多样化、多层次旅游消费需求的转型升级时期<sup>[11]</sup>。因此,更多有消费能力的国人将追求健康的、有质量的旅游生活方式,旅游消费结构正日趋高级化。

在旅游消费结构日趋高级化的外在力拉动下,旅游者的消费需求非常注重参与性和体验性,而体育旅游业恰好能充分满足旅游者这样的消费需求,以高尔夫、马术、登山、滑雪、潜水、户外运动等为代表的区别于传统“景点式”观光旅游的体育旅游消费业蓬勃发展。而且,与传统观光旅游相比,体育旅游具有参与群体更广泛、消费需求更多元、客户黏性更显著等特征<sup>[12]</sup>。在现有“食、住、行、游、购、娱”6大旅游基本消费要素基础上,体育产业与旅游产业融合也充分体现出“商、养、学、闲、情、奇”<sup>[13]</sup>的旅游产业新需求的消费特征。“商”是指以高尔夫、网球、海钓等中高端运动俱乐部为依托的体育商务旅游;“养”是指以体育健身、运动处方等为依托的体育养生旅游;“学”是指以高尔夫、潜水、马术、滑雪等运动项目的培训、户外拓展训练为依托的体育研学旅游;“闲”是指以水类、球类、骑行类、冰雪类、走跑类等运动休闲为依托的体育度假旅游,是体育旅游业未来发展的方向和主体;“情”是指球迷们以对某个体育明星或著名职业运动俱乐部的深厚感情,从而前往赛事举办地现场观赛,是一种“粉丝情感”充分宣泄的体育赛事旅游;“奇”是指以户外探险、徒步穿越、登山、攀岩攀冰、跳伞滑翔类等为依托的体育探奇旅游。

因此,旅游消费需求日益“商、养、学、闲、情、奇”的市场结构高级化趋势,呈现出体育产业与旅游产业围绕这些新消费需求而进行深度融合发展的态势,这将极大地拉动体育旅游业的发展,也进一步促进旅游消费结构从低层次的观光需求向高层次的体验性休闲度假需求转型升级。

### 3 体育产业与旅游产业融合发展的路径机制

从产业价值链视角看,产业融合的过程包括产业价值链的分解与产业价值链的重构 2 个阶段。

#### 3.1 双方产业价值链的解构

产业价值链的解构是基于产业专业化分工——即产品研发、开发建设、生产制造、销售等各个环节独立分工运作,当融合的外动力条件(政策环境、市场需求、多元化发展等)成熟时,存在产业价值链“融合点”的某些价值环节就会寻求与原有产业价值链进行分解,成为相对独立的“价值活动单元”<sup>[9]</sup>,为下一步产

业间的重构做好准备。

#### 1) 旅游产业价值链的活动单元。

旅游产业价值链是指旅游企业内部或旅游企业之间围绕旅游服务与某种特定的旅游需求从旅游资源的开发、旅游服务和产品的硬件环境建设、旅游产品营销与中介渠道(如旅行社等)销售、旅游产品的生产与旅游者的时空同一消费等一系列相互依存的价值增值活动链(见图 1)。旅游产业价值链一般的分析框架可简化为旅游资源策划与规划、旅游产品开发与建设、旅游产品营销与销售、旅游产品生产与消费等 4 个环节。

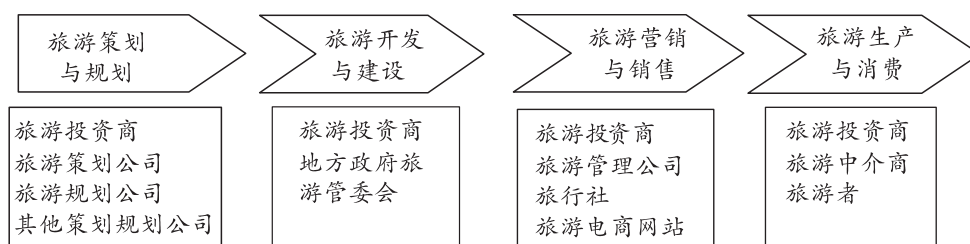


图 1 旅游产业价值链

#### 2) 体育产业价值链的活动单元。

体育产业价值链是一个较为复杂的产业价值网系

统,按照产业行为的特征可将体育产业价值链分为设计、生产、销售和消费 4 个环节(见图 2)。

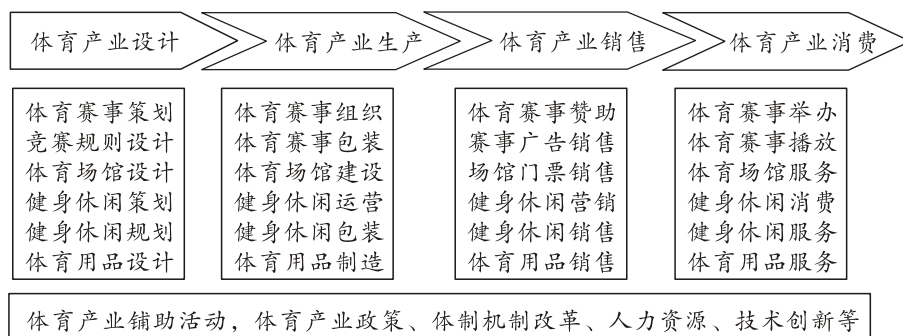


图 2 体育产业价值链<sup>[14]</sup>

#### 3.2 双方产业价值链的重构手段

在体育本体资源具有资产通用性的内在推动力和旅游消费结构日趋高级化的外在拉动力的共同作用下,并根据当前和未来体育旅游融合业态的市场需求,体育产业与旅游产业价值链之间相对独立的“价值活动单元”在技术、业务和市场等 3 个层面出现融合机会——产业价值链上的截取与重新整合形成共同的价值融合点。其中,技术融合是重构基础,业务融合是重构核心、市场融合是重构结果,构成了体育产业与旅游产业融合发展的重构路径。

#### 1) 技术融合。

体育产业与旅游产业价值链的技术融合,是指旅游产业价值链与体育产业价值链在双方相关标准规范

的要求下通过双方资源环节的价值活动单元的规划设计得以重构实现。“标准规范”是技术融合的基础条件,“规划设计”是技术融合的实施手段。

体育旅游资源在国家标准如行业标准《休闲露营地建设与服务规范》(GB/T31710—2015)、《旅游规划通则》和国家标准《旅游度假区等级划分》等的标准的指导下,并在一些体育旅游项目的行业标准诸如《绿道旅游设施与服务规范(LBT 035—2014)》、《自行车骑行游服务规范(LBT 036—2014)》、《旅游滑雪场质量等级划分(LBT 037—2014)》、《高尔夫管理服务规范(LBT043—2015)》、《国家登山健身步道标准》、《体育场所开放条件与技术要求》等基础上,体育产业以运动健身休闲场所(硬件)和运动健身休闲服务、赛事活动服

务(软件)为规划要素,旅游产业以旅游设施(硬件)和旅游服务(软件)为规划要素,在总体规划、概念性规划、产业规划、详细规划上实现双方在产业、空间、土地和产品等层次的规划与设计。

技术融合对于双方产业融合的实现非常重要,通过“标准规范”和“规划设计”把体育资源和旅游资源有效地整合,将为体育产业与旅游产业价值链在业务与市场层面的重构融合创造良好的发展基础。

#### 2)业务融合。

体育产业与旅游产业价值链的业务融合,是指旅游企业与体育企业基于市场需求所进行的商业模式的改变与创新,实质上是双方产业价值链的业务重构,实现双方在管理与组织上的变革<sup>[9]</sup>。

产业融合与新业态发展已经成为推动我国体育与旅游企业朝跨产业经营集团化发展的重要方式<sup>[4]</sup>。在经济全球化背景下,旅游企业和体育企业都面临着竞争压力大的现实。一方面,它们通过合作与竞争,可以在更大的范围内让更多的体育旅游资源得以合理配置和利用,生产出的体育旅游产品或服务将让企业具有更强的竞争力;另一方面,体育与旅游相关企业合作的目的是为了追求范围经济实现效益最大化而进行跨产业多元化的经营,这将为体育与旅游相关企业创造出新的消费市场<sup>[4]</sup>,提高企业经济效益,从而加速驱动体育产业与旅游产业的融合发展。

当前,国内一些旅游和体育产业集团,通过兼并重组成为跨界融合的大产业集团(以北京北奥集团、成都文化旅游发展集团和大庆文化体育旅游集团等为代表),或者在其集团下成立以体育旅游业为新拓展业务的二级子公司(以海航旅业集团、国旅联合集团、湖南体育产业集团、温州体育发展投资集团等为代表)<sup>[9]</sup>,这些企业的跨体育与旅游产业的创新商业模式即是业务融合,将为体育产业与旅游产业价值链在市场层面的重构融合发挥关键作用。

#### 3)市场融合。

体育产业与旅游产业价值链的市场融合,是指体育产业价值链中的体育健身休闲、体育赛事和体育场馆的销售活动单元被截取出来与旅游产业价值链中的销售活动单元通过产业价值链的延伸寻求共同的营销融合点,从而形成同一销售服务平台上的体育旅游产品。体育产业利用旅游产业的营销手段和中介渠道(即线下的旅行社或者线上的旅游电子商务网站)进行产品销售,为体育旅游目的地带来更多的客源。市场融合将为体育产业与旅游产业获得各自更大的市场范围和销售收入,从而在技术融合和业务融合的基础上实现双方产业融合的市场重构。例如,知名度高的标志

性体育场馆、体育博物馆等体育文化设施作为一种城市观光游览型的旅游吸引物(或者称之为“体育主题型景点”),被旅游中介商设计为一条城市旅游线路产品进行销售;一场引人注目的高水平职业体育赛事或者一场充满民族地域性的传统体育节庆活动作为旅游目的地的一项现场体验观赏性的体育娱乐产品,被旅游中介商设计为特色旅游产品进行销售。

### 3.3 双方产业价值链的重构模式

体育产业与旅游产业价值链通过技术、业务和市场等3个层面的价值融合后,体育健身休闲业与旅游业融合发展形成“运动休闲型体育旅游”,体育赛事活动业与旅游业融合发展形成“观赛型体育旅游、参赛型体育旅游,体育场馆服务业与旅游业融合发展形成“地场场馆游览旅游、场馆体育演艺旅游”等重构模式。

#### 1)体育健身休闲业与旅游业的融合发展模式。

《31号文》提出要加强健身休闲与旅游活动的融合发展<sup>[9]</sup>。当前我国旅游业正处在由传统的观光型向休闲度假型转换的关键期,从发达国家的休闲度假类产品结构上看,运动类的休闲与度假产品占绝对的主导地位,特别是滨海运动休闲度假游、冰雪运动休闲度假游和山地户外运动休闲度假游是主要产品<sup>[12]</sup>。滨海水上运动、冰雪运动和山地户外运动为代表的体育健身休闲业与旅游产业价值链重构融合为“运动休闲型旅游度假区”。运动休闲型旅游度假区发展模式往往是体育健身休闲业中某一种中高端运动项目通过相关体育培训、体育用品销售等体育产业要素与旅游度假产业中的度假酒店、美食娱乐等相关旅游产业要素进行价值链的重构融合所形成的运动休闲型旅游度假区。此种发展模式属于《国家体育产业统计分类》“体育旅游活动”中的体验性体育旅游活动(如参与滑雪、帆船、帆板、漂流、马拉松等运动的旅游活动),以及景区体育旅游活动(如户外宿营、徒步骑行、汽车露营等形式的旅游活动)<sup>[15]</sup>。当前,运动休闲型旅游度假区在我国还属于新生事物,但在欧美发达国家此种类型的度假区比比皆是,运动度假将越来越成为国内旅游度假区的主要功能。

#### 2)体育竞赛表演业与旅游业的融合发展模式。

《31号文》提出要加强竞赛表演与旅游活动的融合发展<sup>[9]</sup>。赛事旅游是体育赛事活动与旅游业融合发展的一种模式,两者的产业融合方式是各自产业价值链在营销与销售环节的延伸、互补,最终导致了市场融合,即体育赛事活动业为旅游业带来了更多的旅游者,旅游业也为体育赛事活动现场带来了更多的外地观众,双方在客源市场上获得市场融合发展的结果。本发展模式属于《国家体育产业统计分类》在“体育旅游活动”

中的观赏性体育旅游活动<sup>[15]</sup>，一般有两种类型，一种是观赛型体育旅游，另一种是参赛型体育旅游。

#### (1) 观赛型体育旅游。

观赛旅游模式一般是围绕职业化水平高的体育赛事为主要旅游吸引物的消费方式。近年来，参团赴海外观赛已成为许多体育爱好者喜爱的休闲度假方式，体育赛事旅游愈发受到旅游市场的关注<sup>[16]</sup>，成为 OTA(在线旅游社)和传统旅行社开发特色化与个性化旅游产品的重要发展趋势。市场上对于这类产品的参与人群正在不断增长，各国使馆、境外旅游局、境外体育协会对于此类产品的推广重视程度也在不断提高，在多方作用下，为国内外赛事旅游创造了新的发展机遇<sup>[17]</sup>。当前正值 2016 年巴西里约奥运会之机，众信旅游、凯撒旅游等在观赛旅游产品布局的旅行社都纷纷推出了里约奥运观赛游产品。

国家战略《推动共建丝绸之路经济带和 21 世纪海上丝绸之路的愿景与行动》，即“一带一路”对体育产业与旅游产业都提出了要求：“加强旅游合作，扩大旅游规模，互办旅游推广周、宣传月等活动，联合打造具有丝绸之路特色的国际精品旅游线路和旅游产品。积极开展体育交流活动，支持沿线国家申办重大国际体育赛事。”<sup>[18]</sup>据此，可以以我国西北各省区为主，延展至中亚、西亚至波斯湾、地中海，开发“丝绸之路经济带国际汽车拉力赛”；以我国海峡西岸和珠三角地区为主延伸至南海、印度洋和欧洲，开发“海上丝绸之路国际大帆船拉力赛”，并将这两项国际赛事活动与沿线国家旅游业有机融合，联合打造出具有“一带一路”特色主题的国际精品赛事旅游线路和赛事旅游产品。

#### (2) 参赛型体育旅游。

参赛旅游模式一般是在职业化不高的赛事项目上，把赛事开发为体验性更强的产品，从而适合旅游者有兴趣亲身参与，比如马拉松、徒步、钓鱼、攀岩、滑雪等。近年来跑步运动在国内城市白领中流行，出国跑马拉松也渐成时尚，各大国际马拉松主办方也特别推出带有旅游性质的主题来吸引中国跑友，例如韩国的全州樱花马拉松、法国波多尔红马马拉松、泰国普吉岛马拉松，都是中国跑友们最向往的马拉松旅游胜地<sup>[19]</sup>。《46 号文》提出要一律取消商业性和群众性体育赛事活动的行政审批<sup>[20]</sup>，这也将激发旅游目的地企业和体育赛事中介机构通过市场机制开发出更多的赛事型旅游产品，将赛事打造为旅游地的品牌旅游节庆产品，以此进一步丰富旅游目的地的产品体系及提高其知名度。

按照“支持地方根据当地自然人文资源特色举办体育竞赛活动”<sup>[21]</sup>的国家体育产业发展的政策指导意见，体育赛事旅游将会从国际大型体育赛事向具有地

方特色的中小型休闲体育赛事的方向转变，因此具有节庆娱乐性质的地方特色体育赛事的旅游融合发展模式在当前和未来将成为体育赛事节庆旅游市场上的一个新趋势与新热点<sup>[1]</sup>。例如，已经举办了 12 届的重庆武隆国际山地户外运动公开赛，比赛线路充分借助南方喀斯特世界自然遗产和国家 5A 级旅游景区的自然风光，融入抬滑竿等当地民俗文化特色项目，获得了良好的社会效益与经济效益。

#### 3) 体育场馆服务业与旅游业的融合发展模式。

《31 号文》提出要支持和引导有条件的体育运动场所面向游客开展体育旅游服务<sup>[3]</sup>。2015 年 2 月 1 日起施行的《体育场馆运营管理办法》提出鼓励有条件的体育场馆发展体育旅游等多元业态<sup>[22]</sup>，将大型体育场馆建设运营与旅游开发紧密结合，提升场馆体育休闲旅游功能，使之成为集运动健身、旅游休闲为一体的体育休闲旅游中心<sup>[23]</sup>。体育场馆服务业与旅游产业链的重构融合有两种模式，一种是体育场馆作为重大赛事遗产的游览旅游模式，另一种是在体育场馆内观赏以体育运动为主题的旅游演艺产品的模式。此种发展模式属于《国家旅游及相关产业统计分类(2015)》在小类“体育场馆旅游服务”中供游客观赏体育赛事的室内、室外体育场所，以及室外天然体育场地的管理服务活动<sup>[24]</sup>。

一方面，大型体育赛事的举办，将会为主办城市留下一些宝贵的标志性体育场馆遗产。将著名体育场馆开发为旅游观光点，从而形成体育场馆遗产游览旅游产品。此类发展模式国内最成功的就是北京奥林匹克公园。北京奥林匹克公园作为 5A 景区，容纳了国家体育场(鸟巢)、国家游泳中心(水立方)、国家体育馆等北京奥运会最著名的比赛场馆。自 2008 年 8 月奥运会后至 2014 年 12 月，园区累计接待游客 3.1 亿人次，日均游客在 15 万人以上，高峰期间日均近 50 万人。其游客人数总量位居北京所有 5A 旅游景区首位，旅游收入也成为各场馆运营的主要来源。

另一方面，体育场馆空间也可改造成为一个舞台式的文化表演空间，开发打造出精品体育旅游演艺产品。例如国家游泳中心的“梦幻水立方”、广州国际体育演艺中心的“冰上迪斯尼”等演艺产品。

## 4 体育产业与旅游产业融合发展的对策建议

### 4.1 体育与旅游主管部门的规制融合

产业融合可以破除体育产业与旅游产业之间部门管理的条块分割，从而减少产业之间的进入壁垒和利益之争，加强产业间的合作关系，有效降低市场交易成本，因此旅游部门与体育部门互相的规制融合将对

体育产业与旅游产业融合的水平与效率起到至关重要的作用。产业融合与业态创新带来管理变革和组织变革，国外很多国家的体育主管部门都不是单独的一个政府部门，而是体育和具有强关联度的部门共同组建的大部制<sup>9)</sup>。例如俄罗斯体育旅游与青年政策部、泰国旅游与体育部、韩国文化体育观光部，目的就是为了更好地让体育与旅游部门在同一政府部门下更好地协同发展。因此，国家体育总局与国家旅游局通过规制融合组建“国家体育与旅游部”是大部制改革可研究论证的一个设想。当前，国家体育总局与国家旅游局将共设“全国体育旅游工作领导小组及其办公室”（领导小组办公室设在国家体育总局经济司，国家旅游局规划财务司），共同组织研制《全国体育旅游发展纲要》，启动全国体育旅游示范基地和体育旅游项目的遴选，探索建立体育旅游统计指标体系和标准体系，加强体育旅游从业人员培训进而提高服务质量等工作。

此外，按照国民休闲和全民健身两大国家战略的总体要求和“以旅兴体，以体促旅”发展思路，地方政府可以建立体育局与旅游局主要领导及相关处室等参加的体育旅游工作联席会议机制，定期协商、布置、落实相关工作，促进体育与旅游融合发展<sup>[23]</sup>。当前，地方政府中先行涉及体育与旅游部门机构合并的代表有深圳市文体旅游局、银川市体育旅游局、乐山市旅游和体育发展委员会”。

#### 4.2 出台体育旅游融合发展政策与规范标准

一方面是出台双方产业融合发展的政策法规。《旅游法》明确提出“国务院和县级以上地方人民政府应当制定并组织实施有利于旅游业持续健康发展的产业政策，推进旅游休闲体系建设，促进旅游与工业、农业、商业、文化、卫生、体育、科教等领域的融合。”因此，在《旅游法》的要求下以及《31号文》和《46号文》的指导下，国家体育总局与国家旅游局拟在2016年内共同发布《关于促进体育旅游融合发展的指导意见》和《全国体育旅游发展纲要》，以此为体育产业与旅游产业最大程度、最大范围的产业融合提供更好的政策发展环境。

另一方面是出台双方产业融合发展的规范标准。体育旅游产品的标准化建设，已成为体育产业与旅游产业融合和一体化发展的基础性工作。因为很多体育旅游与运动休闲项目存在一定的危险性，需要通过标准化工作使得体育旅游项目能够规范、安全运行。若相关行业监管规范与运营标准缺失，双方的产业融合将出现严重的发展障碍。国际旅游标准化领域中，欧洲旅游标准化关注的热点主要集中在潜水、水疗、各类户外运动及游客信息提供等游客体验性和自主性越

来越强的休闲领域，而在我国的《旅游业标准体系表》中，尽管也包含了一些与休闲相关的标准，例如2015年4月1日起实施的国家旅游行业标准《自行车骑行服务规范》(LB/T036-2014)、《旅游滑雪场质量等级划分》(LB/T037-2014)，以及2016年将要发布的《漂流景区旅游服务规范》、《体育休闲旅游服务质量要求》和《自行车骑游领队服务质量要求》等国家旅游行业标准，但数量有限，零星散布于旅游标准体系中，自身不成体系。因此，要建立健全我国体育旅游项目尤其是高风险运动项目的技术安全规范标准体系，加快制定热气球、滑翔伞、滑雪场、高尔夫球场、皮划艇、海钓、休闲潜水、户外探险、露营房车等备受体育旅游者喜爱的水陆空体育旅游项目安全标准，规范体育旅游市场，强化对体育旅游项目的安全监管。

#### 4.3 积极发展体育旅游精品项目

《体育发展“十三五”规划》提出要“开展全国体育旅游精品项目推介，打造一批体育旅游重大项目”。目前，我国体育旅游业仍处于发展阶段，在体育旅游精品项目和体育旅游示范区发展数量与质量上还十分不足，体育旅游业建设还缺乏方向。体育旅游业发展重点应是在环城游憩带、自然风景区、旅游度假区、乡村旅游区等开发常态化的参与体验型体育旅游产品——即“运动休闲项目”的“旅游化”、“度假化”，这是体育旅游业态的拳头产品。体育赛事活动、大型体育场馆等体育资源与旅游产业融合所形成的赛事旅游、场馆游览旅游只能作为体育旅游业的配套产品。因此，针对不同市场需求，借鉴国际经验，在有条件的地区培育发展山地徒步运动、皮划艇帆船帆板上运动、冰雪运动、航空运动、航海体育、高尔夫运动、海钓运动、汽车运动、马术运动等中高端体育旅游与运动休闲产品。

以2015年国家旅游局重新开启国家级旅游度假区评定工作为契机，做实做强一批在旅游度假区内的体育旅游精品项目，尤其是户外营地、徒步骑行服务站、汽车露营地、航空飞行营地、船艇码头等运动休闲设施，需加强与旅游度假区在规划建设上的技术融合，打造运动休闲型营地度假区。同时，充分把国家体育产业基地和省市级的体育产业园区从旅游开发的角度，结合地方自然与文化特色，二次开发转型升级为运动休闲型度假旅游目的地。

#### 4.4 加强体育旅游专业人才培养

体育产业与旅游产业融合发展，人才是关键。例如，出境观赛旅游产品的研发，与常规出境游产品相比，体育赛事类产品的操作将对旅行社或OTA从业人员提出更高的标准及专业化的要求，需要大量的既懂

旅游也懂体育方面的专业人才,以更好地设计、宣传该类类型产品<sup>[7]</sup>。当前,中国体育旅游发展遇到的挑战就是缺乏体育旅游富有经验的策划和运营管理人才。如果懂体育的不懂旅游,懂旅游的不懂体育,二者就很难协调融合发展。所以,旅游部门和体育部门需加强合作,建立一批体育旅游培训和实践基地,积极培育体育旅游专业技术型人才,加强体育旅游从业人员培训,提高体育旅游服务水平;全国的旅游院校和体育院校可开设旅游管理专业体育旅游方向,高层次培养各类专业体育旅游经营管理人才。

### 注释:

① 此处为了更好地说明“体育健身休闲活动对于旅游产业的资产通用性”,没有采用新版《国家体育产业统计分类》关于“体育健身休闲活动”的分类,原因是新版并没有像老版《体育及相关产业分类(试行)》就“体育健身休闲活动”细分出若干小类,仅是笼统称为“休闲健身活动”。

### 参考文献:

- [1] 杨强. 中国体育旅游研究 20 年: 述评与展望[J]. 中国体育科技, 2011, 47(5): 90-100.
- [2] PETER T. 托克尔岑的运动与休闲管理[M]. 北京: 中国旅游出版社, 2014: 171.
- [3] 国务院. 国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见(国发〔2014〕31号)[EB/OL]. [2014-08-20]. [http://www.gov.cn/zhengce/content/2014-08/21/content\\_8999.htm](http://www.gov.cn/zhengce/content/2014-08/21/content_8999.htm).
- [4] 杨强. 体育产业与相关产业融合发展的内在机理与外在动力研究[J]. 北京体育大学学报, 2013, 36(11): 20-24.
- [5] 国家质量监督检验检疫总局, 国家旅游局. 中华人民共和国国家标准《旅游资源分类、调查与评价》(GB/T 18972—2003)[EB/OL]. [2015-08-29]. <http://www.doc88.com/p-3324308398139.html>.
- [6] 国家体育总局经济司, 国家旅游局政策法规司. 关于开展全国体育旅游专项调查的函[EB/OL]. (2011-05-11) [2015-08-20]. [http://www.110.com/fagui/law\\_381505.html](http://www.110.com/fagui/law_381505.html).
- [7] 王艳, 刘金生. 体育产业融合与产业发展——我国体育产业发展的新视角[J]. 成都体育学院学报, 2009, 35(7): 7-10.
- [8] 郑明高. 产业融合发展研究[D]. 北京: 北京交通大学, 2010: 68.
- [9] 杨强. 体育与相关产业融合发展的路径机制与重
- 构模式研究[J]. 体育科学, 2015, 35(7): 3-10.
- [10] 陈虎. 后现代视角下韩国旅游消费者行为特性分析[J]. 旅游学刊, 2014, 29(8): 11-12.
- [11] 国家旅游局. 中国旅游业“十二五”发展规划纲要[EB/OL]. [http://govinfo.nlc.gov.cn/jssnjfz/xxgk/njsfzhggwyh/201301/t20130121\\_3344348.shtml?classid=401](http://govinfo.nlc.gov.cn/jssnjfz/xxgk/njsfzhggwyh/201301/t20130121_3344348.shtml?classid=401).
- [12] 晓敏. 大力发展体育旅游促进体育事业与体育产业协调发展——在 2012 年中国体育旅游发展论坛上的主旨演讲[J]. 体育文化导刊, 2013(2): 1-5.
- [13] 李金早. 开辟新常态下中国旅游业发展的新天地——2015 年全国旅游工作会议工作报告[EB/OL]. [2015-08-20]. [http://www.cnta.gov.cn/jgjj/jldjs/ljz/ljz\\_zyjh/201506/t20150611\\_29021.shtml](http://www.cnta.gov.cn/jgjj/jldjs/ljz/ljz_zyjh/201506/t20150611_29021.shtml).
- [14] 常丽英, 杨永强. 我国体育产业价值链整合及其策略探讨[J]. 北京体育大学学报, 2011, 34(4): 35-39.
- [15] 国家统计局. 国家体育产业统计分类(国统令[2015]17号)[EB/OL]. [2015-10-10]. <http://www.stats.gov.cn/tjsj/tjbz/201509/t20150928-1250512.html>.
- [16] 杨一帆. 旅游盯上世界杯[N]. 人民日报海外版, 2014-06-21(07).
- [17] 梁璇. 以体育旅游的名义, 中国人要“出国转转”[N]. 中国青年报, 2014-09-19(08).
- [18] 国家发展改革委, 外交部, 商务部(经国务院授权发布). 推动共建丝绸之路经济带和 21 世纪海上丝绸之路的愿景与行动[EB/OL]. [2015-08-20]. <http://www.mofcom.gov.cn/article/resume/n/201504/20150400929655.shtml>.
- [19] 汪雅云. 体育游, 不再只是看个球[N/OL]. (2015-03-16). [2015-08-29]. <http://www.nandu.com/nis/201503/16/333638.html>.
- [20] 国务院. 关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见(国发[2014]46号)[EB/OL]. [2015-08-20]. [http://hdytj.bjhd.gov.cn/flfg/flfg/201506/t20150615\\_817818.htm](http://hdytj.bjhd.gov.cn/flfg/flfg/201506/t20150615_817818.htm).
- [21] 国务院办公厅(国办发[2010]22号). 关于加快发展体育产业的指导意见[EB/OL]. [2015-08-28]. [http://www.gov.cn/gongbao/content/2010/content\\_1565482.htm](http://www.gov.cn/gongbao/content/2010/content_1565482.htm).
- [22] 国家体育总局. 体育场馆运营管理办法[EB/OL]. (2015-01-22). [2015-08-29]. <http://www.sport.gov.cn/n16/n33193/n33208/n33448/n33793/6120554.html>.
- [23] 上海市体育局, 上海市旅游局. 关于促进上海体育旅游融合发展的意见[Z]. 2012-02.
- [24] 国家统计局. 国家旅游及相关产业统计分类(2015)16号[EB/OL]. (2015-08-17)[2015-08-29]. <http://www.cnta.gov.cn/xxfb/hydt/201508/t20150817-744941.shtml>.