

户外体育赛事与旅游业的融合发展研究

李梦璐 杨文革

中国地质大学(北京)

[摘要]户外体育赛事与旅游业相融合发展的模式逐渐受到大众的欢迎,其融合发展必然会带动特色体育与经济以及文化传播的发展。本文基于户外体育赛事和旅游业两大产业对其融合发展产生的带动当地经济发展、主推地区文化传播、推动体育产业发展、激发全民健身兴趣等积极影响进行阐述。针对融合发展过程中采用的融合方式及存在的问题提出了以下优化建议:完善相关政策条例,保障赛事安全;保留地方特色;充分利用传播媒介;完善旅游保障机制,推动各部门建立长效合作机制;完善体育旅游专业人才培养。

[关键词]户外体育赛事;旅游业;融合发展

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.11.1633

《关于构建更高水平的全民健身公共服务体系的意见》提到深入实施全民健身国家战略,发挥政府作用,激发社会力量积极性,优化资源布局。《意见》也指出完善户外运动配套设施,加强冰雪、山地等户外运动营地及登山道、徒步道、骑行道等设施建设。推动户外运动发展,编制户外运动产业发展规划。开展自然资源向户外运动开放试点,制定在可利用的水域、空域、森林、草原等自然区域内允许开展的户外运动活动目录。户外体育赛事与旅游业相融合必然会带动特色体育与经济的发展,给当地经济及文化传播带来积极影响。

近年来,户外运动在我国发展趋势向好,越来越多的人在工作学习之余选择进行户外运动来放松身心。户外运动包含了从水面运动、陆地运动、登山运动以及空中运动等多种多样的项目,户外体育赛事就是基于各种户外运动项目举办的赛事。体育旅游是以旅游业为载体,体育项目为内容的一种新兴的旅游产品,体育旅游产业的模式有体验式融合模式、举办赛事融合模式、举办体育文化节、打造特色体育旅游文化、医养融合的体育旅游模式、打造体育旅游精品项目等。体育赛事与旅游业的融合是属于体育旅游中举办赛事与旅游业相结合的一种开发模式。户外运动与传统体育活动最大的不同点在于户外运动与自然环境密不可分,人们更愿意在身体也得到锻炼的同时远离城市较快的工作生活节奏,体会大自然给予的美好。在此基础上,户外体育赛事+旅游的发展模式也逐渐受到大众的欢迎,目前我国已经举办了很户外体育赛事,如崇礼168超级越野赛、宁海越野挑战赛、中国攀岩联赛等等。

一、户外体育赛事与旅游业融合发展产生的积极影响

(一) 带动当地经济发展

体育赛事与旅游业对地方来说关联性较强,而体育赛事相比于其他项目来说融合性和包容性极强,通过与旅游业进行资源整合与利用可以提升旅游产业的利润空间,极大地带动了地方经济发展。赛事对举办地的经济水平有短期和长期影响两个方面。因为赛事期间较短,所以创造的短期岗位也是以有偿志愿者、赛事招募的服务人员和赛事会场出租商位等为主。体育赛事的成功举办要求了许多配套产业的同步发展,也间接性地刺激了同行业的竞争与就业岗位的增加,这些表现出的是短期影响。体育赛事对经济水平的长期影响作用在于赛事的举办前期以及举办期间和赛事举办后期总共三个阶段。举办前期需要赛事场地的建设、广告招商、竞标赛事策划公司、冠名商以及赞助商招募等对赛事举办地的经济产生影响,虽然在这个时期投资往往十分巨大,但是成功举办之后带来的收益往往是成倍增长的;赛事中期则是由于大量的外来参赛者、赛事工作人员、观众、旅客的注入带来了例如餐饮、酒店住宿、交通等一

系列的消费来刺激赛事举办地的经济增长;举办后期则是通过媒体的直播和赛事宣传提高当地的知名度,由此带来旅游、外商投资等消费拉动当地经济增长。

(二) 助推地区文化传播

户外体育赛事的举办会通过各大媒体平台、自媒体以及个人朋友圈的关注和报道,为城市树立了良好的名片效应,提升了城市旅游形象与知名度。在赛事举办期间,利用传统民俗节日将当地体育文化资源转化为产品以主题或者趣味竞赛的形式展示给体育旅游者,传播丰富多彩的文化内涵,能够有效刺激到大众的好奇心,使得大众在身体得到锻炼的同时满足精神上的需要。体育赛事本身就具备文化交流的特征,来参加比赛的选手往往都是从四面八方而来,无形中就形成了文化之间的碰撞,加上对某一项目的共同追求或是对举办地的相同向往,体育及本土文化得到推广传播。

(三) 推动体育产业发展

通过对我国近些年来户外体育赛事发展研究调查,可以发现体育产业与旅游产业的关系密切,两者都需要融合其他相关产业来推动自身发展,以体育赛事为主要内容,利用好当地旅游产业的资源,可以为体育产业的发展夯实基础。旅游产业的要素不断丰富,基础设施不断完善,旅游企业人才骨干不断涌现,为体育赛事的举办创造了机会,提供了保障,推动了体育产业的发展。

(四) 激发全民健身兴趣

以旅游为载体进行的体育赛事活动也是一个能够刺激全民参与体育活动的动机。对陌生的环境进行探索,体验不同地区的风土人情,了解当地文化内涵,丰富自身眼界的同时锻炼了身体,体验了运动本身的乐趣。大多数参赛者在备赛中会进行身体素质训练,参赛过程中能够增强运动技能,提升身体素质水平,深厚家人彼此之间的情感,获得团队意识的提升,表现出和谐融洽的赛事氛围,影响周围大众对体育运动的态度,从而激发全民健身兴趣。

二、户外体育赛事与旅游业融合发展存在的问题

通过文献查阅和调查研究大致归纳出户外体育赛事与旅游业的融合方式,主要有通过相关政策支持促进融合、利用媒体信息传播促进融合、设立户外赛事与旅游融合发展的常设协调机构以及利用课程专业性保障融合人才培养充分。这些融合方式有效促进了户外体育赛事与旅游业的融合,但依然存在一些问题亟待解决。

(一) 融合发展缺乏政策支持

我国现在针对体育赛事旅游融合发展的鼓励政策还不明确,大多只是在鼓励全民健身的前提下提及利用赛事旅游发展体育与城市经济。另一方面我国对于户外体育赛事的评估

考核政策也不完善,缺乏科学的评估与考核标准体系,考核主体单一,使得赛事举办质量无以保障。再有对于赛事本身的针对性条例也严重缺乏,对赛事举办方的各项责任没有明确规定,使得赛事保障体系不够完善。

(二) 户外体育赛事旅游的融合宣传意识淡薄

我国现存在一些举办地旅游资源丰富,旅游行业发展较快,承办较多大型户外体育赛事,但是户外体育赛事与旅游业的融合没有充分显示出来,以成都市赛事旅游发展为例,成都市是全国著名的旅游城市,吸引游客众多,全年会举办双遗马拉松赛、成都国家马拉松赛等众多大型赛事,但是户外体育赛事举办方一般只宣传赛事相关内容,而旅游部门一般只宣传当地旅游文化与地方特色,两者之间配合不到位,没有充分利用媒体信息进行融合传播,彼此内容分离,交叉不够,宣传力度较弱,大众对户外体育赛事与赛事旅游项目了解不够。

(三) 缺乏户外体育赛事与旅游融合发展的常设协调机构

赛事与旅游本身就属于不同的两个管理部门,现如今赛事主管部门与当地旅游部门交流较少、合作意识不强,彼此之间大多独立运作,不能积极主动开展合作,没有专门的体育赛事旅游组织机制机构,缺乏长效合作机制。体育赛事主管部门不能从长期的旅游发展角度对赛事进行设置和规划,旅游部门认为赛事是短期活动未投入大量宣传与经济支持,旅游保障相关机制还不够完善,未能充分利用好当地旅游资源。

(四) 体育旅游领域专业人才匮乏,专业课程设置存在不足

现阶段户外体育赛事与旅游业的融合过程中缺少体育旅游经营管理人才,整个与体育旅游相关的体育经纪人、经理人、体育场馆运营人才、专业赛事技术人才、服务技能人才都存在总量不足、结构不均衡的问题。虽然现阶段我国有多所学校,例如首都体育学院、上海体育学院、北京体育大学、山西师范学院、西安体育学院等都以开设体育旅游本科专业,但是均处于起步阶段,课程结构与内容较为单一,且多依据体育、旅游两方面课程为主要课程,融合课程内容没有创新。

三、促进户外体育赛事和旅游业融合发展的建议

(一) 完善相关政策条例,保障赛事安全

一是出台户外体育赛事与旅游融合发展的鼓励政策,通过对部门、单位、个人等多方制定具体鼓励规定。二是完善对户外体育赛事的评估考核政策,由多方进行考核评估,包括政府、参赛运动员、教练员、志愿者、记者以及观众等,并具体到对赛事、旅游、交通、市政、公安等多部门的考核评估。三是政府应当出台相关责任条例,确保主管部门加强监督检查安全问题,注重沟通、交流、监控与反馈,户外运动项目本身就以探险性和挑战性吸引大众,同时也因为其具有一定的危险性,频繁发生了意外事故导致很多人望而却步,所以对于具有挑战性、危险性的项目,例如攀岩、越野赛等需要注重安全防护措施,构建完善风险管理体系,赛事过程中保障了安全,才能吸引更多参赛群体,更好地促进赛事与旅游的发展。

(二) 保留地方特色

体育旅游作为新时期的朝阳产业,占据国民经济的重要位置,户外体育赛事与旅游业相融合发展的过程中对于当地的特色旅游项目最大程度的予以保留,打造出属于当地特色的旅游名片,继续挖掘特色项目,可以通过借助政府的力量打造完整的体育旅游产业链,借助赛事举办宣传效果,在适当的季节或传统节日推出特色鲜明的旅游项目和赛事活动。户外体育赛事

相比于传统体育项目,比如篮球、足球等观众的观赛感受有所下降。在例如马拉松、定向越野、山地越野跑等这类比赛受到比赛范围大、距离长的因素影响,观众只能通过媒体转播观看到部分比赛过程或者是通过GPS的移动了解比赛情况,对整个比赛过程没有直观的参与,可以以赛事主要项目为主,辅以主题活动或知识竞赛的方式开发和利用好体育旅游资源,让从五湖四海奔赴而来的人们感受到多样的地方特色,加深赛事参与感,深化文化内涵,增强地方魅力。

(三) 充分利用传播媒介

在信息化飞速发展的当今时代,户外体育赛事与旅游业融合也必须借助媒体信息传播的力量。通过微信公众号、自媒体、网站宣传等多种方式对赛事信息进行传播,宣传内容应当突出赛事与旅游特色,激发大众兴趣,让更多的人看到并愿意了解相关内容。建立好户外体育赛事品牌,有计划有针对性地进行品牌定位,针对不同需求的观众和游客,实施相应的市场营销手段,迎合观众与游客的喜好,在增强赛事影响力的同时也能够使当地形象得到提升。利用好传播媒介,使得赛事与旅游双方相互渗透共同发展。

(四) 完善旅游保障机制,推动各部门建立长效合作机制

户外体育赛事作为内容来说,只是起到引导作用,吸引参赛者或者观众,要想充分发挥好户外体育赛事与旅游业融合的优势,必须保障旅游相关设施服务的正常运行。从旅游业下的餐饮、交通、住宿等行业来说,基础设施与服务水平是影响旅游业向好发展的重要因素,户外体育赛事的举办往往会引起短时间内游客的大规模增长,为了应对大规模游客的短时间涌入,完善好旅游保障相关机制,整合出一套完整的服务体系,通过多种措施手段提升旅游品质,使游客对当地产生好感,激发当地后续旅游发展,在保证消费者利益的同时获取长期的旅游收益,发挥最大经济效益,推动经济发展。作为体育部门要积极主动融合,从长期的、发展的角度制定出具有特色的赛事举办方案,认识到户外体育赛事对地方旅游的长期积极影响,加大资金投入。其他政府部门以及相关部门与赛事部门、旅游部门也应积极联动,建立长效合作机制,保障赛事成功举办,为当地带来多方面积极影响。

四、结语

当前人们对户外体育运动的重视程度与日俱增,户外运动和旅游产业发展趋势向好,户外体育赛事与旅游业的相互融合已成必须要求,通过双方融合发展不仅可以带来积极的影响,同时也为双方提供更多的发展机会和空间,将来会有更多的城市承办更多综合性户外体育赛事,赛事与旅游融合的实践会不断增多,要利用好赛事从申办、筹办、举办到赛事结束后品牌延伸带来的所有资产,更深入对户外体育赛事与旅游结合的融合模式进行研究,产生更多的融合经验,推动户外体育赛事与旅游业融合向更持续、更高水平的方向发展。

参考文献:

[1] 佟伟. 产业结构调整背景下长治市“体育+旅游”融合发展研究[D]. 广西: 广西师范大学, 2019.

作者简介:

李梦璐(1998-), 中国地质大学(北京)在读硕士研究生。研究方向: 户外运动

杨文革(1967-), 中国地质大学(北京)副教授。研究方向: 体育教育与运动训练。