



# 中国体育旅游博览会的发展历程、现状与展望

骆 雷

**摘 要:** 主要采用文献资料、逻辑分析等研究方法, 总结回顾中国体育旅游博览会的诞生背景、发展历程与现状, 并对我国体育旅游博览会的未来发展趋势进行了展望。

**关键词:** 体育旅游; 博览会; 现状; 展望

中图分类号: G80-05 文献标志码: A 文章编号: 1006-1207(2011)06-0044-05

History, Status Quo and Outlook of China Sport Tourism Expo

LUO Lei

(Wuhan Institute of P.E., Wuhan 430079, China)

**Abstract:** By the methods of literature study and logical analysis, the article summarizes the founding background, development history and status quo of China Sport Tourism Expo. It also depicts the development trend of China Sport Tourism Expo.

**Key words:** sports tourism; exposition; present situation; outlook

随着经济社会的快速发展以及人们生活水平的逐步提高, 一方面, 民众的健康理念和健身意识不断增强; 另一方面, 由于工业化进程的加快, 民众的生活压力不断增加, 需要得到及时的舒缓和释放。而体育旅游作为体育产业的重要组成部分, 很好地体现了绿色、科技及人文的理念, 将体育与自然、人文充分结合, 倡导了一种积极向上, 健康快乐的生活方式, 在“后奥运经济”的浪潮中受到广泛关注。为充分利用北京奥运会带来的重要发展机遇, 以北京奥运会为契机有效整合各类体育资源与旅游资源, 全面促进体育产业与旅游产业的完美互动与融合, 国家体育总局与国家旅游局共同推动了中国体育旅游博览会的发生与发展。

自 2007 年首届中国体育旅游博览会创建以来, 博览会以国际化、专业化、前瞻化和市场化为发展方向, 以创新办展机制, 加强品牌建设, 强化展会功能, 扩大展会影响为重要抓手, 有力地推动了我国体育旅游产业的发展。本文以中国体育旅游博览会为研究对象, 通过研究和探讨其诞生背景, 在回顾中国体育旅游博览会发展历程的基础上, 梳理和总结中国体育旅游博览会的发展现状, 并对中国体育旅游博览会的未来发展趋势进行前瞻性展望。

## 1 中国体育旅游博览会的产生背景

### 1.1 体育产业的快速发展是体育旅游博览会产生的基础和前提

作为体育产业的重要组成部分, 体育旅游产业的发展一方面会有效促进体育产业自身的发展, 另一方面也受到体育产业发展水平的影响和制约。体育产业的发展速度与发展水平是体育旅游博览会乃至体育旅游产业发生发展的重要基础与前提。

从全球范围看, 体育产业俨然形成了具有显著规模的产业类别, 全球体育产业的年产值已达 8 000 亿美元以上。发展体育产业对于扩大内需、拉动消费、调整经济结构、保

持经济增长都具有重要的促进作用。特别是在西方发达国家和地区, 体育产业的增加值一般占到 GDP 总量的 1%~2%, 甚至更高。就国内情况而言, 当前体育产业对我国经济发展的贡献率不断提高, 体育产业成为我国经济新增长点的雏形已经基本显现。根据第一次全国体育及相关产业专项调查材料分析, 我国体育产业正以年均 20% 以上的增速发展, 表现出了巨大的发展潜力和增长空间。体育产业的发展, 不仅为体育事业的发展注入了活力, 不断满足人民群众多元化的体育需求, 同时极大地带动了旅游、建筑、传媒、新闻出版等相关行业的发展, 是我国体育旅游博览会产生的重要基础。

### 1.2 旅游市场的升温是体育旅游博览会产生的重要催化剂

近年来, 我国旅游市场持续升温, 为体育旅游博览会的产生起到了重要的催化作用。从我国旅游业发展的情况来看, 2005 至 2009 年, 国内旅游人数持续增长, 旅游总花费和人均花费也呈逐年增长态势 (见表 1)。

表 1 2005 至 2009 年国内旅游情况统计

Table 1 Statistics of the Domestic Tourism in 2005-2009

年份	国内旅游人数 / 百万人次	旅游总花费 / 亿元	人均花费 / 元
2005 年	1212	5285.9	436.1
2006 年	1394	6229.7	446.9
2007 年	1610	7770.6	482.6
2008 年	1712	8749.3	511.0
2009 年	1902	10183.7	535.4

资料来源: 根据《2010 年中国统计年鉴》进行整理

另据美国波士顿咨询公司 2011 年 3 月 30 日在北京发布的《扬帆启航: 中国旅游业的发展与前景》预计 (中国青年报, 2011 年 04 月 01 日 04 版), 中国将于 2013 年成为全球

收稿日期: 2011-10-21

作者简介: 骆雷, 男, 上海体育学院在读博士研究生。主要研究方向: 体育产业经营管理。

作者单位: 武汉体育学院, 湖北 武汉 430079



第二大旅游市场, 占全球旅游业 GDP 的 8%, 仅次于美国。到 2020 年, 中国对全球旅游业的贡献率将增长至 14%。这份由来自中国 15 个城市 4 250 名游客共同参与的调查报告还预测, 到 2020 年, 中国旅游市场价值将增至 3.9 万亿元人民币, 仅首次出行的中国游客就将达到每年 2 500 万人。与此同时, 中国的出境游市场将达到日本的 3 倍, 人次也将接近美国的水平。国内旅游市场的持续升温为我国体育旅游市场的发展创造了前所未有的历史契机, 是体育旅游博览会产生的催化剂。

### 1.3 体育旅游博览会的产生是体育旅游产业自身发展的必然要求

随着我国旅游市场的升温以及体育产业的快速发展, 体育旅游产业迎来了前所未有的发展契机。据《中国旅游报》有关报道显示, 目前每年与体育相关的全球旅游市场的经济产值已达 1 180 亿美元。作为交叉行业, 体育旅游产业是体育与旅游的结合体, 是旅游产业与体育产业交叉产生的新兴领域。它不同于传统的观光旅游, 也不是单一的体育健身活动, 而是二者的有机结合, 受到二者发展程度的制约。

在我国, 体育旅游还处在起步阶段。作为新生事物, 我国体育旅游产业的发展模式尚未成熟, 仍需要在实践中不断探索和完善。近年来, 我国各级政府非常重视对体育旅游产业的鼓励与扶持, 从政策制定到产业发展指导等方面均做出了积极的尝试, 为此, 国家旅游局还曾推出过将近 60 项具

有地方特色的大型体育健身游活动。

体育旅游产业自身的发展必然要求体育旅游博览会的发生与发展。我国地域辽阔, 具有较为丰富的体育资源和旅游资源, 加之消费人群庞大, 居民的体育旅游消费需求层次和品种较为多元, 体育旅游博览会的举办能够集中展示、推广、宣传各类体育旅游产品, 积极整合各类型的体育旅游资源, 从而有效促进体育旅游产业自身的快速发展。

## 2 中国体育旅游博览会的发展现状

中国体育旅游博览会是由中国国家体育总局、国家旅游局和举办地人民政府共同主办的以“体育旅游”为主题的专业展会。体育旅游博览会是规模最大、影响最广、面向国际的国家级高端品牌会展, 在我国体育旅游行业具有很大的影响力。

2006 年, 由现任中国体育旅游博览会总策划陈晓为组长的《创意举办中国体育旅游博览会》课题组预见到北京奥运会将为中国带来持续的体育旅游热潮, 提出创办中国体育旅游博览会的倡议, 得到政府高层的重视和采纳。2007 年 8 月, 由国家体育总局、国家旅游局和上海市人民政府主办、北京奥组委特别支持的首届中国体育旅游博览会在上海隆重开幕。2008 年到 2010 年, 又分别在西部名城成都、东北重镇哈尔滨、南海边陲海口举办 (见表 2)。

表 2 历届中国体育旅游博览会概览  
Table II Brief Information of the Previous China Sport Tourism Expo

届数	举办时间	举办地点	展会主题	展会规模
1	2007. 08. 10-12	上海	体育新天地, 旅游新体验	展览面积 20000 m <sup>2</sup> , 其中室内 12000 m <sup>2</sup> , 室外展位 8000 m <sup>2</sup> ; 参展单位: 18 个省、市、自治区, 280 多家单位参展; 专业观众 6000 人次, 社会观众 5 万人次
2	2008. 12. 05-07	成都	体育新空间, 旅游新发展	展览面积 12000 m <sup>2</sup> ; 参展单位: 13 个省市区组团和 100 多家企业参展; 观众人数: 15000 人次
3	2009. 12. 11-13	哈尔滨	冰雪、健康、休闲	展览总面积 20000 m <sup>2</sup> ; 参展机构 100 多个、国外展商数 10 个; 专业观众 3000 余人次, 观摩人数万余人次
4	2010. 12. 18-20	海口	魅力旅游岛, 时尚体博会	展览总面积达 50000 m <sup>2</sup> ; 专业观众: 10000 人次以上, 社会观众: 10 万人次以上
5	2011. 11. 11-14	海口	体育旅游, 休闲生活	展览总面积约 60000 m <sup>2</sup> , 参展单位约为 600 家左右。预计社会观众 15 万人次。

资料来源: 根据 2011 中国体育旅游博览会官方网站资料整理

历届中国体育旅游博览会展览展示丰富多彩的体育旅游景点、景区、体育旅游线路、赛事活动以及房车露营、游艇和水上运动等体育旅游项目, 吸引了数十万专业和社会观众到会参观洽谈, 宣传推广了体育旅游时尚运动休闲生活方式, 实现了以北京奥运会为契机推动我国体育旅游快速发展的初衷。

### 2.1 第一届中国体育旅游博览会

第一届中国体育旅游博览会由国家体育总局、国家旅游局和上海市人民政府共同主办, 博览会净展览面积 20 000 m<sup>2</sup>, 其中室内展位 12 000 万 m<sup>2</sup>。来自北京奥组委、美国、英国、韩国, 以及我国黑龙江、宁夏、青海、贵州、重庆等 18 个省(市、自治区)的国内外体育旅游组织、体育运动项目协会、职业体育俱乐部、其他相关配套项目和专业媒体共同参展, 参展单位共计 200 多家。

本届博览会展出内容丰富多彩、各具特色, 主要包括奥运精神和奥运品牌的推广、奥运旅游项目展示、各地体育旅游景点展示、各类体育旅游项目展示、重大体育赛事推广、体育标志建筑展示、体育旅游服务品牌企业展示和体育旅游咨询活动等。本届博览会还举行一系列有关体育旅游的主题论坛。以“体育旅游、健康快乐”为口号的第一届中国体育旅游博览会结合突出迎奥运、服务奥运的主题, 以加强东西部地区的交流和合作, 推进体育和旅游产业的发展为目的, 积极探索体育产业现代服务业向多元化纵深发展的新模式 (见表 3)。

### 2.2 第二届中国体育旅游博览会

第二届中国体育旅游博览会暨中国国际体育用品博览会 (冬季) 于 2008 年 11 月在四川成都世纪城新国际会展中心举办。本届博览会由国家体育总局、国家旅游局与中国体



表3 第一届中国体育旅游博览会参展内容一览表  
Table III List of the Exhibitions in the 1st China Sport Tourism Expo

参展范围	相关活动及展会成果
迎奥运主题宣传展区	各省市体育系统及中外展商展出内容丰富、各具特色的体育旅游项目和产品，特别来自美国的数十辆各式房车使观众大开眼界，在展会期间就有商家签订购买协议；中国体育旅游主题论坛及中美房车论坛、休闲游艇论坛等系列研讨活动人气旺盛；长风卡通动漫嘉年华、奉贤海滩·碧海金沙千顶帐篷节、城市定向比赛、美国YBOA高中联队与上海青少年篮球队交流活动等系列活动丰富多彩。
体育旅游休闲景点展区	
体育赛事及民族体育活动观摩展区	
城市知名标志体育建筑展区	
体育旅游名人俱乐部和学校展区	
体育旅游品牌产品、知名服务企业展区	
体育旅游中介服务咨询及培训展区	
现代体育旅游前景项目规划展区	

资料来源：根据2011中国体育旅游博览会官方网站资料整理

育用品联合会等机构共同主办，由国家体育总局体育器材装备中心和成都市人民政府等部门共同承办。博览会展出面积逾15 000 m<sup>2</sup>，包括北京、上海、江苏等13个省市（区）的参展商达100多家。

本届博览会的展示范围主要涉及体育旅游和体育用品两大类。其中，体育用品的展示内容主要为有形产品，如全民健身体育用品、体育场馆设施、户外运动及体育用品和冬季运动器材及装备等；而体育旅游展示的内容则以无形产品为主，例如国内外著名体育赛事的推介与展示、体育

赛事服务组织展示区、体育旅游景点和体育旅游服务展示三大展区。另外，除了以上主要展示区外，博览会还举办了丰富多彩的大型活动及会议，进一步拓展了博览会的功能。活动主要采取论坛、年度峰会、旅游摄影比赛以及各种考察活动等。这些活动对于促进体育用品和体育旅游的互动与融合，打造体育用品与体育旅游的一体化平台，促进我国体育旅游产业的全面、协调和可持续发展具有重要的现实意义（见表4）。

表4 第二届中国体育旅游博览会参展内容一览表  
Table IV List of the Exhibitions in the 2nd China Sport Tourism Expo

参展范围	相关活动及展会成果
国内外著名体育赛事推介与展示区	本届博览会召开了“第一届世界杰出华商体育产业大会”、“2008年中国体育旅游产业冬季体育用品业发展论坛”、中国体育旅游产业战略发展峰会、滑雪和户外运动年度经济论坛等相关专业论坛及会议，同时把体育旅游产业链上的研发、设计、生产、采购、销售等商家和用户完全对接，创造机遇，开创产业链的协同共赢发展。博览会举办了“中国体育旅游摄影图片大赛”、西部体育旅游体验及赛事承办训练基地考察等活动，吸引大批观摩团和展商观众参与，取得了良好效果。
体育赛事服务组织展示区	
体育旅游景点与服务展示区	
全民健身体育用品展示区	
体育场馆设施展示区	
户外运动及体育用品展示区	
冬季运动器材与装备展示区	
自行车运动相关用品展示区	
水上运动相关用品展示区	
运动车用品展示区	

资料来源：根据2011中国体育旅游博览会官方网站资料整理

### 2.3 第三届中国体育旅游博览会

第三届中国体育旅游博览会于2009年12月在黑龙江省哈尔滨市举办。本届博览会以“冰雪、健康、休闲”为展会主题，展厅面积约为20000余m<sup>2</sup>，包括9大类100多个展位，10个省市（区）组团参加，参展商家40多家。博览会设有两大展区，

分别为体育旅游和体育用品，具体包括体育服装服饰、运动器材和运动装备、体育场馆和体育设施、户外体育用品、体育服务组织与机构、体育旅游景点、体育旅游休闲用品、旅游相关服务组织等项目。在本届展会期间，主办方还举办了包括节庆活动、各类论坛、推介会以及体育赛事等系列活动（见表5）。

表5 第三届中国体育旅游博览会参展内容一览表  
Table V List of the Exhibitions in the 3rd China Sport Tourism Expo

参展范围	相关活动及展会成果
冬季体育服装服饰展示区	博览会将黑龙江省冰上训练基地速滑馆作为本届博览会展馆，同时举办了一系列节庆、论坛、推介会、体育赛事等系列活动，进行展场内外、展商与观众、冰上与雪上、专业体育运动与大众群体运动的互动，让体育发展成果更好地惠及百姓、服务社会，推动区域经济发展。本届博览会为黑龙江省在中国举办首次世界大学生冬季运动会所投资建设的冬季运动项目场馆设施资源，赛后得到充分的宣传推广和利用，从而为广大群众参与冬季运动，拉动消费起到了积极的推动作用。
运动器材与运动装备展示区	
体育场馆与体育设施展示区	
户外体育用品展示区	
体育服务组织与机构展示区	
体育旅游景点展示区	
体育休闲用品展示区	
旅游服务组织展示区	

资料来源：根据2011中国体育旅游博览会官方网站资料整理



## 2.4 第四届中国体育旅游博览会

第四届中国体育旅游博览会于2010年12月在海口市举办。本届博览会由海南省文化广电出版体育厅、海南省旅游发展委员会、海口市人民政府承办,是海南国际旅游岛建设开局之年首次举办的国家级大型会展。博览会共设海南国际旅游岛

主题展区、全国体育旅游景区景点展区、高尔夫国际品牌展区、水上运动及房车露营展区、体育娱乐彩票体验展区等9大展区,展出面积35 000 m<sup>2</sup>,共有来自11个国家和地区的530多家企业参展,观众达24万多人次(专业观众1.2万多人次),参展企业、观摩观众、展会规模创历届之最(见表6)。

表6 第四届中国体育旅游博览会参展内容一览表  
Table VI List of the Exhibitions in the 4th China Sport Tourism Expo

参展范围	相关活动及展会成果
海南国际旅游岛主题展区(室外)	本届博览会举办的相关活动主要包括:2010中国体育旅游博览会开幕式;2010中国体育旅游发展国际论坛;魅力之海南专场文艺晚会;2010中国体育旅游形象大使评选;2010中国体育旅游精品项目评选活动;2010中国体育旅游博览会各类参展项目评选、发布、颁奖;2010中国体育品牌风云榜颁奖典礼;2010中国体育旅游博览会高尔夫球推广邀请赛暨海南“金椰子杯”高尔夫球公开赛;国家体育总局、海南省人民政府战略合作框架协议签约仪式;中国体育旅游休闲产业促进会筹建会议等。
国际品牌高尔夫展区	
水上运动、房车露营展区(室外)	
体育旅游地产、休闲养生展区	
各省市特色体育旅游景区展区	
国际国内体育赛事展区	
体育旅游用品、配套服务展区	
体育旅游休闲长廊体验区(室外)	
体育娱乐彩票体验展区	

资料来源:根据2011中国体育旅游博览会官方网站资料整理

本届博览会受到了国际社会的高度关注和广泛好评,国际房车露营联盟主席佩雷拉认为,本届博览会在组织水平、会展质量和国际影响等方面,与历年相比又有了新的突破。整体而言,本届博览会的主要成果体现在以下几个方面:一是向全世界大力宣传了海南国际旅游岛建设作为国家发展战略的重大意义,展示了海南丰富的体育旅游资源和巨大的发展潜力;二是为海南体育旅游产业发展注入了新的活力,为建设“世界一流的休闲度假旅游目的地”做出了重要贡献。三是重点推荐全国体育旅游精品项目,为全国各省市、各地区发展体育旅游经济搭建了最佳的展示、交流、交易和共赢的平台。

总之,通过回顾近五年中国体育旅游博览会的发展历程,可以看出,自2007年创建以来,中国体育旅游博览会从无到有、稳步发展。一方面,博览会在参展规模、展览面积、观众人数等各方面总体上均呈现不断增长和提高了趋势;另一方面,每届博览会承办单位均以博览会为平台和依托,举办了包括各类高峰论坛、会议、嘉年华、体育赛事等在内的各类丰富多彩活动,有效地发挥了体育旅游博览会的外延功能与辐射作用。

## 3 中国体育旅游博览会发展趋势及展望

客观而言,体育旅游博览会在我国尚属于新生事物,成熟而完善的博览会发展模式还未真正建立,仍需在实践中不断摸索。体育旅游产业是体育产业的重要组成部分,也是体育多元化功能的重要体现。经过多年的实践,体育旅游博览会业已成为展示、推广和宣传体育旅游产品,促进体育旅游消费,吸引海内外游客的有效平台,对于促进体育与旅游的融合,有效挖掘体育旅游资源发挥了积极的作用。面对新形势、新任务,在未来的发展历程中,我国体育旅游博览会要紧密围绕体育旅游产业在国民经济中的定位,结合我国体育产业发展现状及旅游资源特点,探索出一条具有中国特色的体育旅游博览会发展道路。展望未来,我国体育旅游博览会将继续秉持体育内涵与旅游特色的发展

道路,不断探索和完善“政府主导、市场运作”的运行模式,着力打造成为“功能多元”且具有较强国际影响力的体育旅游促进平台。

### 3.1 坚持“体育”内涵与“旅游”特色的发展道路

继2007年出台了《关于加快发展服务业的若干意见》之后,国务院又在2009年、2010年相继出台了《关于加快发展旅游业的意见》、《关于加快发展体育产业的指导意见》等相关重要文件,均对发展体育产业和旅游产业提出了新的更高的要求,并明确指出要因地制宜,发展特色体育旅游产品,进一步优化旅游产品结构,更好地满足人民群众多元化的体育旅游消费需求。体育旅游博览会就是国家体育总局和国家旅游局为协调推进体育和旅游的复合经营、融合发展,站在“大体育观、大旅游观、大产业观”的高度和视野,搭建的体育旅游产品展示、交流的重要平台。

体育旅游博览会以“体育”和“旅游”两大元素为主要内容,因此,“体育”内涵与“旅游”特色是体育旅游博览会的两个本质特征。体育旅游博览会应紧紧围绕体育与旅游之间的密切关系,充分调动体育和旅游两个行业的资源优势,利用两个产业的高关联性和高带动性,相互借力,达到互相促进、互为补充的效果。正如海口体育旅游博览会“体育让旅游更加快乐健康,旅游让体育更加精彩时尚”的展会主题一样,包括会展内容的选择以及会展主题的确定,均应充分体现体育与旅游两者之间的互动与融合,从而凸显“体育”内涵与“旅游”特色。

### 3.2 进一步探索和完善“政府主导、市场运作”的发展模式

一方面,中国体育旅游博览会是在国家体育总局与国家旅游局的共同发起下而产生的,博览会的健康发展离不开政府部门的指导,政府部门的主导作用至少体现在以下两个方面:一是建立以国家体育总局、国家旅游局、主办地政府及全国各省市自治区政府为主体的博览会管理机构与组织体系,利用行政手段调动全国的资源 and 力量,确保博览会的



有序实施;二是以全国各省市自治区的精品体育旅游项目为重要会展内容,更好地实现博览会的推介功能。从20世纪90年代开始,各地因地制宜开发了很多体育旅游资源与产品,并逐渐形成了一些品牌项目,比如北京奥林匹克公园、东北冰雪运动体验、青藏高原登山、黄河抢渡漂流、青海环湖自行车、湖北赛龙舟、少林武术、内蒙古那达慕、海南潜泳、宁夏沙漠运动等。诸多城市新建了各类独具风格的体育场馆和运动休闲设施,有的业已成为城市的标志性建筑和旅游景点,比如北京奥运会的“鸟巢”、“水立方”等。另外,各种国际知名体育赛事和地方民族特色的赛会纷纷在我国许多城市和地区举行。例如上海积极引进和精心打造的F1大奖赛、ATP网球大师赛、斯诺克大师赛和国际田联黄金联赛等精品赛事,以上均可成为博览会的重要参展内容。

另一方面,应在以政府为主导的基础上,充分发挥市场机制的重要作用,借助市场的力量促进博览会运作的高效。例如,2010年海口第四届体育旅游博览会,在缺少体育旅游专业人才和办展经验的前提下,组委会改革了以往由政府统管统办的方式,在坚持政府主导的原则下,经国家体育总局推荐,授权委托中国体育旅游博览会原创专家及富有国内外体育旅游资源和办展经验的专业机构——亚太旅游联合会体育旅游专业委员会作为博览会的策划和运作机构,具体负责博览会的总体策划和市场开发工作。坚持“政府主导、专业策划、市场运作”的办展模式,不仅确保了办展质量和办展成功,而且为全国体育旅游系统搭建展示交易平台,也为海南培育了一大批会展方面的人才,积累了宝贵的财富和经验。

### 3.3 着力打造功能多元、具有较强国际影响力的体育旅游促进平台

一是加强展示功能。为进一步丰富展会内涵,不断提升体育旅游博览会的品牌价值,要调动一切力量,运用一切手段,大力加强海内外招展工作,集聚国际国内体育旅游精品项目和优秀产品,向广大观众和专业客户进行展示推介。如2011年11月在海南海口举行的第五届中国体育旅游博览会,共设立了体育旅游精品项目、港澳台及国际体育旅游相关机构组织及国际友好姐妹城市、国际动力艇和水上运动项目、国际房车及露营地项目、国际航空运动项目、国际高尔夫系列品牌、户外休闲运动用品、体育旅游专业人才培养、体育赛事推介、体育旅游摄影展示、体育彩票及娱乐体验、美食等12个展区以及6项活动、5项赛事,预计参展单位600家、观众15万人次,成为一届规模大、项目全、国际化程度高的体育旅游盛会。

二是突出交易功能。实现交易是办展的根本目的,要努力组织好专业观众与参展单位的对接工作,开展各种交流、推介和交易活动,促成交易和成功的合作。如第五届体育旅游博览会,专门开辟全新的旅游产品交易区,主要展示旅游工艺美术品、民间艺术纪念品、民间手工艺品、地域特色的礼品、民族服饰、书籍图像、古玩字画、珠宝首饰、旅游纪念品、旅游日用品、旅游户外用品、旅游水上用品、旅游休闲活动器械等。

三是拓展体验功能。体育旅游区别于观光旅游的特点就是游客的参与性、体验性和互动性。因此,体育旅游博览会的展览形式也要区别于一般的旅游展会。大力拓展体验功能,引入和组织多样化的比赛表演和互动体验活动,以吸引更多观众和买家。如第五届体育旅游博览会开辟了以下深具体验功能的展示区:公益体育彩票及娱乐体验展区主要展示国内外彩票玩法,开展专项赛事体育公益彩票现场销售等;海南美食展区(室外)旨在呈现地道海南经典美食,使观众在领略及体验国家级展会的同时,享受视觉及美食体验。而体育旅游摄影艺术作品展区则委托专业机构和协会向国内外专业摄影和业余爱好者征集作品;特色体育旅游赛事活动展区主要展示全国群众体育特色赛事和趣味游戏以及具有民族、民间、民俗特色体育旅游活动项目等。

四是发挥激励功能。博览会应实行激励机制,开展评选活动,进行宣传推广和市场营销。如第四届中国体育旅游博览会上,共评选出“中国体育旅游博览会精品项目”58个;“中国体育旅游博览会优秀创意及贡献奖”28个;“中国体育旅游博览会最佳组织奖”44个。在体育旅游博览会初创阶段,政府应积极搭建各种宣传展示平台,通过各种方式协助和激励国内优秀体育旅游项目与国际接轨,促进体育旅游产业发展。

### 参考文献:

- [1] 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
- [2] 张强,柳伯力.国内外体育旅游业发展概况[J].四川体育科学,2003(2):1-2
- [3] 谭晖辉,等.体育旅游研究的国内外比较分析[J].上海体育学院学报,2009,33(4):54-58
- [4] 周珂,周艳丽.体育旅游的界定综述[J].中国体育科技,2005,06(4):12-15
- [5] 舒宗礼,夏贵霞.我国体育旅游研究进展分析[J].山东体育科技,2010,32(2):54-57
- [6] 中国将进一步发展体育旅游[N].中国旅游报[N].2002-05-27(2)
- [7] 扬帆启航:中国旅游业的发展与前景.中国青年报[N].2011-04-01(4).
- [8] 2011中国体育旅游博览会官方网站[EB/OL].<http://www.chnste.com/2011-10-02>
- [9] 2010中国体育旅游博览会官方网站[EB/OL].<http://sports.sohu.com/chinasportsrs/2011-09-25>
- [10] 中华人民共和国统计局.2010中国统计年鉴[M].北京:中国统计出版社,2010

(责任编辑:陈建萍)