



# 上海体育旅游的现状与发展

俞海滨

**摘要:** 借鉴了国外体育旅游发展的经验,剖析了上海体育旅游的状况及其存在的主要问题,提出了上海体育旅游发展对策和建议:统筹规划,加强体育与旅游等行业的合作;加大政策支持力度,完善法律、法规;创建都市体育旅游品牌,加大宣传力度;多渠道培养人才,提高综合服务质量。

**关键词:** 上海; 体育旅游; 现状; 发展对策

中图分类号: G80-05 文献标识码: A 文章编号: 1006-1207(2009)04-0038-05

## Status Quo and Development of Shanghai Sport Tourism

YU Hai-bing

(School of Management, Shanghai University, Shanghai 200444 China)

**Abstract:** The paper analyzes the status quo of Shanghai sport tourism and the main existing problems on the basis of the experience of sport tourism development abroad. It puts forward some suggestions for the development of Shanghai sport tourism, such as making overall planning and strengthening the cooperation between sport and tourism, enhancing the policy support and perfecting laws and regulations, creating city sport tourism brands and increasing promotion, fostering talents in different ways and improving the quality of comprehensive service, etc.

**Key words:** Shanghai; sport tourism; status quo; development measure

## 1 引言

上海是一个生机勃勃的活力之都,全市经常参加体育健身的人口占全市总人口的比例已超过45%。国际国内各项体育赛事接连不断,如网球大师杯比赛、国际马拉松赛、国际武术博览会、世界杯短池游泳赛、国际田径黄金大奖赛等上海传统的国际比赛引起了强烈的反响。而F1汽车中国大奖赛的落户,一度把上海的国际体育赛事推向新的高潮。赛事举办期间吸引众多国内外观众,对旅行社服务业、旅游宾馆业、旅游运输业、邮电通信业、旅游商业、餐饮业、园林文化业等也是一个巨大的促进。2007年11月11日至18日上海网球大师杯比赛在旗忠森林体育城网球中心举行,超过10万人次的观众前往观看(上海旅游年鉴,2008)。作为国际经济、金融、贸易、航运中心,作为世界著名旅游城市,作为亚洲乃至国际体育事业发展、体育活动中心,随着人们闲暇时间的增多,对休闲、娱乐、健身的热衷,以及上海都市生态环境的改善及和平环境和安全的保障,上海正显现出“体育旅游”的效应。这里,有必要对上海体育旅游的发展进一步深入的分析与探讨。

## 2 体育旅游概念的界定与体育旅游的类型

### 2.1 体育旅游概念的界定

目前我国对体育旅游概念还没有明确的界定。韩鲁安、杨春青(1998)曾提出,对体育旅游的界定有广义与狭义两层含义。广义的体育旅游可概括为,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、体育旅游企业及社会之间关系的总

和;狭义的理解为,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,从而达到促进社会物质文明和精神文明、丰富社会文化生活的目的的一种社会活动。闵健(2002)则给出了体育旅游简明的定义,体育旅游是参与和观看体育运动为目的,或以体育为主要内容的一种旅游活动形式。罗永义(2008)认为体育旅游的概念可以这样定义:(人们)出于体育目的而进行旅游或在旅游过程中参加体育相关活动而产生的一类兼有体育与旅游属性的社会文化活动的统称。

依据世界旅游组织(WTO)对旅游的理解,本文认为体育旅游是以体育资源为吸引物,是人们在他们惯常所在环境以外的、连续时间不超过一年的,以参与或观赏体育运动为目的,或在旅游过程中以参与或观赏体育活动为主要内容但与所在访问地获得报酬无关的活动。

### 2.2 体育旅游的类型

2001年国家旅游局发布了《2001年中国体育健身游活动方案》,罗列了146项体育旅游产品,将体育旅游分为专项旅游路线和体育旅游节庆活动,划定了82条路线。这些活动,既有历史悠久、特色浓郁、参与性强的民间传统体育项目,又有举办多年、极富吸引力的体育旅游活动,还有动人心魄的专业体育赛事。同时,推出了攀岩、漂流、滑雪、沙漠探险、登山徒步、自行车旅游、驾车自助游、海滨健身游、武术健身旅游、高尔夫球等11个体育旅游专项产品(周立华,2005)。

通常,体育旅游被直观地分为参与型和非参与型(观赏

收稿日期: 2009-06-25

基金项目: 2009年上海市旅游局研究课题阶段性成果

作者简介: 俞海滨(1968-),男,汉,讲师,主要研究方向: 经济管理。

作者单位: 上海大学 管理学院, 上海 200444



型),但也有其它不同的分类。在本文,体育旅游既包括健身类、强身类和观战类3种形式(杨秀芝,2008),也包括钓鱼、骑马等休闲体育旅游,以及各种民间节庆活动、民俗风情等民族性体育旅游活动。这里,健身类体育旅游是指由旅游者直接参与某项体育活动,达到健身、旅游双重作用的体育旅游活动。健身类项目包括水上运动游、滑雪游、高尔夫球游、温泉康复游、武术游和医疗保健游等。强身类项目是指路途较远,条件艰苦,锻炼和考验参与者的体力和意志的一种体育旅游活动。因具有挑战性 with 自我满足感、成就感,而越来越受到年轻人的青睐。由于竞技体育具有强烈的观赏性、高度的对抗性,引起了众多体育爱好者的兴趣,由此形成了观战类体育旅游。当然,以上各种分类之间没有绝对的界限,有时是可以重叠的。

### 3 国外体育旅游发展的经验借鉴

国外体育旅游的开发主要分为参与型体育旅游和观赏型体育旅游两大市场。从参与型体育旅游的开发现状来看,发达国家优于发展中国家。人们通过旅游亲身参与体育活动,如滑雪、游泳等,既达到健身的目的,又实现了对大自然的回归,使身心彻底放松。观赏型体育旅游主要是指体育赛事和各种体育旅游节庆。大型体育旅游赛事就是体育旅游资源,比赛的规模越大,体育旅游开发的價值就越大(周立华,2005)。

目前在美国、加拿大、英国、法国、澳大利亚、新

西兰、西班牙、瑞士和荷兰等旅游发达国家,参与型体育旅游风靡全境,成为一种时尚。比如,作为西方发达国家之一,法国拥有丰富的体育和旅游资源,民众在体育和旅游领域分别有各自悠久的传统。在观赏性体育旅游方面,1998年举办的法国世界杯足球赛标志着法国在该领域的地位。虽然法国申办2012年奥运会失败,但这并不能影响观赏性体育旅游活动在法国的开展。每年都要举行的法国网球公开赛、环法自行车赛已经成为法国的标志,周而复始地吸引着来自世界各地的游客。法国每个地区也有自己的特色体育赛事。在参与性体育方面,法国人走得更远。83%的法国人宣称在度假期间会开展一项以上体育活动。法国的划艇、自行车水平居于世界领先地位,得益于它们在法国的广泛开展。丰富的地理资源也为开展各种参与性体育活动提供了绝佳场所。在攀岩、登山、滑雪、冲浪、帆船等领域,法国人的领先地位已经保持了若干年(王锐,2008)。

对澳大利亚来说,第27届悉尼奥运会对澳大利亚体育旅游的发展起到了推动作用。澳大利亚体育与旅游部在2000年初出台了《全国体育旅游的发展战略》(见表1)。它以澳大利亚1998年《国家旅游发展规划》为指导,充分考虑了悉尼奥运会的举办与体育旅游的可持续发展。澳大利亚的体育旅游发展战略无疑对上海市以及我国体育旅游的发展有所借鉴。

表1 澳大利亚体育旅游发展的相关战略

Table 1 Relative Tactics of Developing Sport Tourism in Australia

相关发展战略	具体发展策略举例
加强体育旅游发展的宏观管理	①推动体育部门与旅游部门之间的交流与合作
加强国家、州和地方三层次之间合作与交流	②发展体育旅游产业的框架,构建产业发展主体 ③充分认识投资者的重要作用,加强体育旅游投资者之间的联系
解决赛事运作的资金和赞助	④鼓励各部门协调制定赛事的日程安排,提高交通、媒体和赞助商等相关行业运作的水平
科学合理使用体育设施	①建立国家相关组织,建立各个地区的体育旅游组织,推动各部门交流与合作
制定规范的方法评估赛事	②通过与已有相关数据库的链接,加快体育旅游信息的传播
鼓励开展体育旅游科学研究	③鼓励国家、州和地方相关部门在体育旅游市场开发和经营方面的合作,鼓励各个地区轮流举办大型体育赛事
发展体育旅游教育与培训	④为赛事经营者提供本地区的专门资料库,包括投资者、服务业、体育设施、食宿和基础设施等
提高群众体育参与度	①使地方政府认识到获得体育赛事的资金和赞助面临的困难 ②与有关部门交流,弄清资金来源,哪些资金可以获得,以及如何获得 ③认识到个体在支持体育赛事的补充作用,鼓励政府与个体合作
	①普查各地区体育设施和相关基础设施,鼓励充分利用已有的体育设施
	②鼓励各地区的相互合作,避免体育设施的重复建设
	③评估同一地区不同标准体育设施投资效益,考虑使用多功能体育设施
	①发展适应经济、文化、社会和环境状况的体育旅游运作模式
	②制定适合各地实际的、规范的评估模型
	③制定具体赛事效益的科学评估方法
	①研究有关大型体育赛事对经济、社会和文化的直接和间接的影响(包括近期与长远)
	②对体育旅游已有市场和潜在市场进行深入了解、精确分析
	③推动相关研究成果和资源的利用
	①把握体育旅游教育的层次性和学习方式的多样性
	②通过对各个机构包括志愿者进行有效的专门训练,提高市场运作技能和体育旅游商机的把握
	①意识到群众的参与是发展体育旅游的基础
	②了解和激发不同群体的体育旅游需求
	③鼓励、支持志愿者

资料来源:Leo Jago, Sport Tourism in Australia Journal of Sport Tourism 2003.8(1)7-8



## 4 上海体育旅游的状况及存在的主要问题

### 4.1 上海体育旅游概况

#### 4.1.1 国内外重要体育赛事落户上海，赛事旅游成为一种时尚

赛事旅游作为一种新兴的时尚旅游产品，受到越来越多

市民、游客的喜爱。据统计，2008年在上海市举办的国际国内体育赛事共有79次，其中，国际性的赛事有29次，全国性的赛事有50次。每次比赛都能吸引众多的本市和海内外体育爱好者，形成一次次体育旅游热潮。“十一五”期间在上海举办的重要体育比赛活动如表2所示。

表2 “十一五”期间在上海举办的重要体育比赛

Table II Major Sport Events Held in Shanghai during the 11th Five-Year Plan

类别	比赛活动名称	举办年份
在沪举行的高级别国际赛事	第8届世界游泳短池锦标赛	2006
	网球大师杯比赛	2006-2008
	F1汽车中国大奖赛	2006-2010
	国际田径黄金大奖赛	2006-2010
	第12届世界特奥会	2007
	第5届女足世界杯赛(上海为主赛场)	2007
	世界桥牌锦标赛	2007
	北京奥运会足球预赛	2008
	中国斯诺克公开赛	2007-2010
	在沪举行的重要国际赛事	男女花剑世界杯赛
环沪港自行车大奖赛		2006
射箭世界杯比赛		2006
上海国际马拉松比赛		2006-2010
世界体育舞蹈比赛		2006-2010
国际极限运动挑战赛		2006-2010
汇丰杯国际高尔夫球冠军赛		2006-2010
国际、国内摩托艇赛		2006-2010
国际、国内风筝赛		2006-2010
国际自行车赛和全国公路自行车冠军赛		2006-2010
本市举办的重要赛事	国际篮球赛	2006-2010
	世界攀岩比赛	2006-2010
	世界沙滩排球巡回赛	2008
	全民健身活动周、全民健身节、社区体育大会	2006-2010
	世界著名在华企业员工健身大赛	2006-2010
	上海市第13、第14届运动会	2006/2010
	全国男子篮球职业联赛、全国女子篮球职业联赛	2006-2010
	苏州河龙舟赛、淀山湖龙舟赛	2006-2010
上海市第6届农民运动会	2007	

资料来源：《上海市体育发展“十一五”规划》

#### 4.1.2 都市体育设施大有改观，市民积极倡导科学健身

在过去十几年中，依托先进的体育设施和体育队伍，上海成功地举办了许多重大体育赛事。同时，以承办国内外重大体育赛事为契机，上海规划建设了一批符合国际赛事标准，具有多功能的体育场馆。上海体育场馆种类繁多，其中上海体育场、上海体育馆、源深体育发展中心、虹口足球场、江湾体育场、上海国际赛车场等已经成为标志性体育建筑。第五次全国体育场地普查数据显示，截止到2003年底，上海市共有体育场地14 425个，共3 816万 $m^2$ ，人均体育场地面积从“九五”末的1  $m^2$ 增加到1.75  $m^2$ 。根据《上海市体育发展“十一五”规划》，上海着力建设市、区(县)、街道(乡镇)和居委会(村)四级

体育场馆设施，完善空间布局。市以规划建设大型体育场馆为主，各区(县)建设和完善多功能的体育场馆，形成区域体育活动中心。同时，结合社区建设，完善社区公共体育设施，到2010年建成300个社区公共运动场地和若干市民健身中心。街道(乡镇)主要加强文化体育活动中心、社区公共运动场地、健身苑的建设。居委会(村)的健身设施，以小型多样为主，不断增强服务功能。目前，上海全民健身节、社区健身大会、全民健身活动周、上海体育健身日已形成传统和制度，市民中崇尚“科学、健康、文明”生活方式的意识不断增强。

#### 4.1.3 各区县开发特色体育赛事，生态体育旅游得到推广

借奥运东风，上海的体育旅游进入一个全面发展的黄金



时期。上海以赛事推动各区县体育旅游发展,一区一品,以区为主,每个区都有自己特色的体育场馆,能举办至少一项国际比赛,使得上海各区县联合起来,扩大了上海举办综合性赛事的能力,吸引更多的国内外游客。如杨浦区建设国际极限运动场馆,打造时尚体育氛围;国际体育舞蹈中心落户于卢湾区;金山区建设国际标准的沙滩排球场;虹口区创新发展足球文化;嘉定区建设F1赛车乐园;徐汇区则成为2008年北京奥运会足球比赛第一阶段中的主赛场所所在地,也是全市体育发展的核心区域。“一区一品”工程的开展为上海体育旅游发展起到了不可替代的推动作用。另外,相对封闭的崇明岛少有大型体育比赛,而从2006年开始承办的国际公路自行车赛已成为崇明人的狂欢节。群众参与热情高加上得天独厚的生态环境,使自行车赛事这项绿色运动正逐步带动岛上的休闲旅游经济,成为上海独特的一个生态品牌、体育新名片。和崇明县一样,得天独厚的场地资源同样也是南汇区发展特色体育项目、举办体育赛事的先天优势。南汇区海港新城滴水湖是目前在尚未成陆的海滩上开挖的国内最大人工湖。滴水湖南岛正逐步发展形成具有举办大型国际水上运动赛事能力和健身娱乐的水上运动休闲中心(上海旅游产业报告,2008—2009)。

## 4.2 上海体育旅游发展中存在的主要问题

### 4.2.1 体育与旅游等部门之间的交流与合作少,还没有形成“社会办”的大环境

上海有着自己都市特色的体育旅游资源,但是,把体育旅游作为产业来经营还存在不少问题,尤其是体育与旅游等部门之间的交流与合作少。可以说,体育旅游组织在自身发展中存在的问题和各个部门之间的交流与合作的不足是上海体育旅游发展的主要障碍之一。

同时,体育旅游资源开发主要是以政府投资为主,没有形成“社会办”的大环境。究其原因,一方面,体育旅游资源开发的经济效益还未引起政府部门的足够重视,对体育旅游的意义认识不足;另一方面,没有形成个人或私企、外企投资的优惠策略和健全的法律保障,导致很多投资商不敢大胆投资(邓凤莲等,2008)。

### 4.2.2 对体育旅游市场缺乏深入分析,产品开发注重观赏性而忽视参与性

受竞技体育思想的影响,人们对体育旅游内涵的理解还不够。误认为体育旅游必然是参加大强度、大运动量的活动,诸如比赛性质的、以决胜负的运动项目或是冒险运动项目;或者认为是只有那些体能好、有一定技能的人才能参与。造成这种状况的主要原因是,一方面,对于体育旅游活动的消费特征、消费行为、预期效益等缺乏深入了解和分析;另一方面,对体育旅游产品的促销、宣传力度不够,没有在全社会形成一种积极参与体育旅游健身活动的意识。

群众的参与是发展体育旅游的基础。多年来,上海开发的体育旅游产品观赏性远远大于参与性。据统计,从市民体育消费看,实物性消费多,娱乐性消费少,体育健身市场的规模、种类都有待进一步发展和开发。上海成年人经常进行体育锻炼的人数仅为16.5%左右。社会上适合成年人(尤其是中年人)的体育服务非常缺乏,影响了上海全民健身整体发展(上海市全民健身发展“十五”计划,2004)。

### 4.2.3 市民健身的各方面配套的规章制度有待完善,体育旅游安全保障体系还不健全

上海已施行《上海市市民体育健身条例》,在市民健身权益上有法的保障,但各方面配套的规章、制度有待完善。尤其缺乏振兴政策型的法规,法规制度的激励作用尚不充分。

另外,从体育旅游活动的特点看,有些项目是带有一定刺激性和挑战性的,通过挑战和超越自我而获得满足和愉悦,正是体育旅游的魅力所在。但是,如攀岩、蹦极、探险等,确实具有一定的危险性。因此,必须对体育旅游的基础设施进行安全检查,提出标准,保证安全。

## 5 目前上海体育旅游发展对策和建议

### 5.1 统筹规划、综合开发,加强体育与旅游等行业的交流与合作

发展上海体育旅游,要统筹规划、有序开发、避免重复开发和浪费,要体现出各区县的特色和优势。政府首先要把握宏观调控力度,依据体育旅游的社会、人文效益、生态效益做出综合决策,对体育旅游的功能区域要分类、有序规划,合理开发体育旅游项目,必要时考虑体育旅游业的“适度超前”发展。要加强体育行业与旅游行业的交流与合作,协调体育旅游与旅行社、交通运输、住宿、通讯、商业、传媒业等相关行业关系,完善体育旅游配套设施建设,共同培育市场体系,把体育旅游做大、做强,达到共同受益的目的;

发展上海体育旅游,还要防止对生态破坏或无效的体育旅游盲目开发,积极倡导生态体育旅游。生态体育旅游作为一种对自然和文化旅游资源有着特别保护责任的可持续发展模式,可以通过减轻环境压力,实现体育旅游资源可持续利用,做到社会、人文、生态、经济效益全赢,是实现体育旅游可持续发展的必然抉择。

### 5.2 加大政策支持力度,完善体育旅游法律、法规建设

建议政府把体育旅游市场开发作为发展旅游事业和体育事业的战略重点之一,并成立专门的组织,推动各部门在开发与经营体育旅游资源方面的合作,同时为他们之间体育旅游市场信息、市场开发的手段的交流搭建一个平台;要尽快制定相关扶持政策,开辟多元的投资环境,吸引投资意向和力量,继续鼓励企业冠名、赞助或经营,积极引进外资,拓展海内外投资空间,逐步形成以“政府办”为主导、“社会办”为主体的多元化的体育旅游资源开发的新格局(邓凤莲等,2008)。

另外,上海要明确体育旅游的管理部门,依法加强宏观管理,通过规范体育旅游市场竞争秩序,规范体育旅游企业和经营者经营行为,提高服务质量。同时,完善相应的法律法规,保证体育旅游安全的有效监督与控制,防止各类安全事故特别是重特大恶性事故的发生。

### 5.3 创建上海都市体育旅游品牌,加大宣传促销力度

由于消费者不同的需求,任何一种体育旅游产品都不能满足所有的消费者。按消费者的体育旅游动机,体育旅游则可以分为休闲体育旅游、健身体育旅游、体育观战旅游、刺激体育旅游、竞技体育旅游等(杨培玉,何佳梅,2003)。所以,体育旅游资源开发之前,做好市场细分,以



适应不同年龄、不同阶层、不同区域人群体育旅游的需求(包括潜在需求),合理开发不同层次、不同需求的体育旅游产品,增强体育产品的参与性。同时,根据上海的自然资源、人文资源和体育设施情况,力争形成自己的特点,以特色吸引人,以特色兴体育旅游业,创建上海都市体育旅游品牌。比如,充分利用本市河流、建筑等资源,结合黄浦江、苏州河等沿岸开发改造,实施“绿化、江河、建筑、体育”四位一体的建设,建设一批规模较大的自然景观体育设施,逐步形成国际大都市特有的城市景观体育风景线。结合本市地理自然资源,积极构筑和建设淀山湖水上休闲运动、崇明(横沙、长兴)生态休闲体育旅游、佘山登山运动、安亭F1赛车竞技等特色体育休闲基地,在南汇、金山、奉贤等区建设形式多样的主题体育休闲度假设施,形成体育旅游、休闲、度假为一体的新兴体育休闲基地等(上海市全民健身发展纲要<2004-2010>,2005)。

创建上海都市体育旅游品牌,大力拓展体育旅游客源市场,需要完善体育旅游宣传促销手段,运用影视、歌曲、广告、互联网以及参加国内外体育旅游交易会等多种宣传促销形式,提高宣传促销的影响力、覆盖面和科技含量,增强体育旅游宣传促销实效(杨秀芝,2008),吸引消费者的兴趣和参与积极性,提高群众体育参与度。比如2005年第十六届上海旅游节期间,旅游节组委会首次向国内外旅行社推出“两节三赛”的联合促销活动,除第十六届上海旅游节、第七届中国上海国际艺术节外,上海国际田径黄金大奖赛、F1世界锦标赛中国大奖赛和2005年网球大师杯赛等赛事在香港、澳门等地开展了多次系统的宣传推介活动,使本市的旅游与体育赛事活动紧密结合,满足了国内外游客的多样化需求,成为上海都市旅游的新亮点(上海旅游年鉴,2006)。

#### 5.4 多种渠道培养体育旅游人才,不断提高体育旅游综合服务质量

目前体育与旅游两大产业内部均存在专业人才结构问题,体育产业内部缺乏精通顾客服务、组织活动、经营管理的人才,而旅游产业内部缺乏掌握体育专项技能,熟悉体育器材的专业人才。两大产业的相互融合实质上首先要求从业人员必须同时兼备两大领域的专业知识和技能(上海旅游产业报告,2008-2009)。因此,必须加强体育旅游专业人才的培养,这一点可借鉴国外教育经验,在体育专业下设置旅游休闲方向专业进行培养,或在旅游休闲专业的教育中强化体育专项知识、技能的培养,或通过体育学院和旅游学院联合办学、双向合作,发挥各自的师资优势,培养具备从事体育旅游工作需要的综合型人才。同时,强化在两大产业内从业人员相关知识的培养。对一些特殊岗位通过职业鉴定考核方能上岗。

作为服务产品的生产,体育旅游企业要把握其“一站式”服务特点,尤其举办重大赛事要统筹“赛事前期目的地的充分展示与定位”、“赛事举办期间努力提高参与者的赛事体验”、“赛事举办后期旅游潜力的开发”(李晓莉,2009),整合发挥体育旅游效益;要加强服务质量规范管理,牢固树立服务质量第一的观念,扩大体育旅游服务的领域,提高体育旅游综合服务质量。归根到底,这些都需要加速培养一支高素质的体育旅游专业服务人员队伍。

#### 参考文献

- [1] 《上海旅游年鉴(2006)》编辑委员会. 体育旅游[M]. 上海:上海辞书出版社,2006:200-201.
- [2] 《上海旅游年鉴(2007)》编辑委员会. 体育旅游[M]. 上海:上海辞书出版社,2007:239-240.
- [3] 《上海旅游年鉴(2008)》编辑委员会. 赛事旅游[M]. 上海:上海辞书出版社,2008:312-313.
- [4] 上海市旅游局、上海市信息中心. 体育旅游[R]. 上海旅游产业报告(2008—2009年度),2009:55—58.
- [5] 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.
- [6] 闵健. 体育旅游及其界定[J]. 武汉体育学院学报,2002,36(6):4-6.
- [7] 罗永义. 对体育旅游概念的思考[J]. 山东体育学院学报,2008(12):42-44.
- [8] 周立华. 国内外体育旅游开发的比较研究[J]. 武汉体育学院学报,2005(1):23-25.
- [9] 杨秀芝. 我国体育旅游开发与发展对策的研究[J]. 山东体育学院学报,2008(11):32-34.
- [10] 王锐. 法国体育旅游发展研究[J]. 体育文化导刊,2008(7):110-112.
- [11] 邓凤莲. 体育旅游的内外动因分析[J]. 南京体育学院学报,2008(2):57-60.
- [12] 邓凤莲等. 中国体育旅游资源分类和开发支持系统及影响因素研究[J]. 北京体育大学学报,2008(8):1048-1050.
- [13] 杨培玉,何佳梅. 21世纪初中国体育旅游开发的必要性研究[J]. 山东师范大学学报(自然科学版),2003,18(2):58-61.
- [14] 李晓莉. 大型体育赛事中旅游杠杆效益的发挥[J]. 旅游学刊,2009(1):11-12.

(责任编辑:陈建萍)