



● 专题导读

和谐共赢：体育与旅游的完美结合

黄海燕

从2007年国家体育总局和国家旅游局共同合作，成功举办首届中国体育旅游博览会以来，为了进一步促进体育和旅游的有机融合，大力发展体育旅游产业，国家体育总局和国家旅游局发挥各自行业的优势，通过旅游博览会、论坛等形式建立了机制化的信息沟通平台，为相关管理部门、市场主体提供信息服务，互通有无，建立信任，夯实发展基础。自那以后，体育与旅游的交叉融合、互动发展的步伐不断加快。2009年12月，国家体育总局和国家旅游局共同发布“关于促进体育旅游发展的倡议书”，近期，国家体育总局和国家旅游局正在研究出台“关于促进体育旅游发展的指导意见”，该意见的出台将对我国体育旅游产业的发展起到积极的推动作用。笔者认为，要大力发展体育旅游产业，就必须进一步认识体育与旅游的本质，优化体育与旅游资源的配置，从而实现体育与旅游产业的有机融合。

1 耦合：体育与旅游天然本质的体现

所谓“耦合”是指两个或两个以上的系统运动方式之间通过各种相互作用而彼此影响以至联合起来的现象，是在各子系统间的良性互动下相互依赖、相互协调、相互促进的动态关联关系。在不同系统中，通过各自的耦合子系统，产生相互作用而彼此影响，这种现象关系称之为耦合关系。

体育与旅游是一对“孪生兄弟”，体育与旅游之间存在着天然的耦合性。体育是人类社会发展，根据生产和生活的需要，遵循人体身心发展规律，以身体练习为基本手段，达到增强体质，提高运动技术水平，进行思想品德教育，丰富社会文化生活而进行的一种有目的、有意识、有组织的社会活动，是伴随人类社会的发展而逐步建立和发展起来的一个专门的科学领域。旅游是人们为寻求精神上的愉快感受而进行的非定居性旅行和在游览过程中所发生的一切关系和现象的总和。由此可见，体育与旅游都是人类社会发展到一定时期，为了满足人们日益增长的社会文化需求而出现的产物，都能更好地促进人的全面发展。

体育是旅游的重要吸引物，它为旅游提供了丰富的内容。旅游吸引物是指自然界和人类社会，凡能对游客产生吸引力的各种事物和因素。它是旅游活动的客体。旅游吸引物有广义和狭义之分。狭义的旅游吸引物一般是指有形的旅游资源，包括自然旅游资源和人文旅游资源；广义的旅游吸引物除有形的旅游资源外，还包括旅游服务、社会

制度、居民生活方式等无形的旅游资源。在旅游营销过程中，吸引物常常被视为关键的因素，各个旅游城市，常常以标志性的吸引物来进行旅游营销。随着旅游业的发展，传统的、静态性的旅游景点的吸引力较以往有所降低，旅游者日趋偏好体验性、动态性旅游活动，而体育作为参与性强、体验机会多的旅游资源，成为旅游业重要的旅游吸引物之一，为旅游业的发展提供了多种多样的旅游资源，如体育赛事、标志性的体育场馆与体育建筑、休闲娱乐的体育设施等。以2008年奥运会为例，北京为了举办奥运会而新建成8个大型体育场馆，“水立方”（国家游泳中心）和“鸟巢”（国家体育场）等主场馆的建成和开放，就成为北京市旅游发展的重要吸引物之一。2008年北京奥运会结束后，“鸟巢”、“水立方”等主要奥运场馆成为了北京新的旅游亮点，而且也成了成千上万的外地游客到北京以后的必去之地。而赛事及赛事周边活动作为新的旅游吸引物，也进一步丰富和完善了北京的城市旅游产品，很多融入了体育赛事元素（北京的奥运元素等）的新型旅游线路为人们的出行提供了更多的选择，大大促进了北京旅游业的发展。

当然，旅游的蓬勃发展也为体育发展提供了更多机会。首先，旅游的发展为体育发展提供硬件支持。优秀的旅游目的地需要为旅游者提供充足的吃、住、行的硬件设施。旅游业的快速发展，意味着相关餐饮、酒店、交通设施的充足，这为体育的发展打下了一定的基础。特别是大型体育赛事的举办会在短时间内产生极大的集聚效应，这对基础设施与城市管理水平的要求很高。而旅游业的发展，为这些体育活动提供了一个基础的平台。以奥运会的申办为例，国际奥委会选择候选城市时，必然要对申办城市的基础设施及管理水平进行一系列评估。报名城市将接受住宿、交通设施、环境等全方位的评估。这些都是旅游业发展的基础性条件，当旅游业的发展日益成熟，同时也就为体育的发展提供了更加强有力的硬件支持，增加了城市承办大型体育赛事的机率。其次，旅游的发展为体育发展提供了客源保障。常规性城市旅游的发展可以在一定程度上为体育发展提供客源保障支持。进入21世纪以后，我国更加注重培育和开拓国际国内的旅游市场，2010年我国的国内旅游达到21.03亿人次，入境旅游也超过了1.33亿人次，而入境游客中的过夜游客超过5500万人次。常规游客庞大的基数可以成为体育赛事相关旅游产品及路线可

作者简介：黄海燕，男，讲师，硕士生导师。主要研究方向：体育产业与赛事管理研究。

作者单位：上海体育学院 体育赛事研究中心，上海 200438



行性的依据之一。城市旅游发展程度越高，其潜在游客客源对城市旅游的内容、品质、特性等要求也可能越多。如果举办城市有一个较为成熟的城市旅游市场和较为完善的城市旅游产品体系，其目标客源对城市旅游的吸引物可能会有更高的要求，因此其目标客源对体育也可能具有相对更高的接受度和参与度。此外，体育场馆旅游线路、赛事主题旅游产品等的相继开发，也在大型体育赛事的发展过程中起到了很大的作用。以坎莫尔滑雪中心为例，它在举办完奥林匹克运动会后一年内就吸引了4万名来自全国各地的滑雪者，既解决了赛事举办后遗留场馆的利用率问题，又带动了当地旅游业的发展，还为场馆自身争取了保养、维护的资金。北京奥运会结束以后，国家体育场和国家游泳中心开始对游客开放，仅2009年其旅游门票等收入、承接休闲娱乐商业活动收入约5亿，提高了奥运会场馆的赛后利用率，又丰富了北京的都市观光旅游资源。而旅游业又是一个城市的服务窗口，旅游接待服务也可以说是一个大型体育赛事的服务窗口，并以其面对参赛人员、观众的直接性对赛事起着很大的影响作用。2002年上海大师杯因为上海赛事组委会的有序组织、良好的接待服务等各种努力圆满落幕，而这也得到了ATP的执行总裁麦尔斯的高度赞扬：“这是大师杯有史以来办过的最好一次。为今后网球运动在中国的发展奠定了基础，也对网球这项运动有着深远的意义。”由此可见，较为成熟的旅游业的发展，能够在一定程度上促进体育的发展，为其解决一定的后续经济问题。

总之，体育与旅游作为目前极具潜力的产业，随着社会的不断发展，他们之间千丝万缕的联系会越来越凸显。怎样通过体育与旅游之间的互动达到一个双赢的效果，是一个值得我们密切关注的问题。

2 整合：体育与旅游资源优化的有效途径

所谓“整合”就是把一些零散的东西通过某种方式而彼此衔接，从而实现信息系统的资源共享和协同工作。其主要的精髓在于将零散的要素组合在一起，并最终形成有价值有效率的一个整体。而“资源整合”是通过市场方式或行政手段对区域内闲置资源或未得到最优配置的资源进行挖掘、合并、转移、重组，使资源的二次配置能够带来效益，并促进经济的快速增长。这种资源整合可以在一定的区域内部和组织内部进行，但更多时候则需要从该区域和组织外部引入资源。体育与旅游资源的有效整合就是要优化资源配置，有进有退、有取有舍，从而获得整体的最优状态。从战略思维的层面，体育与旅游的资源整合是系统论的思维方式，就是要通过组织和协调把系统内部彼此相关但却彼此分离的部分，和系统外部的一切可以有效利用的资源整合成一个大的系统，取得“1+1>2”的效果；从战术选择的层面，体育与旅游资源的整合是优化资源配置的决策，是根据产业发展战略和市场需求，通过组织制度安排和管理运作协调对有关资源进行重新配置，以突显产业的核心竞争力，并找到资源配置与市场需求的最佳结合点。

从旅游的角度看，体育资源可以分为3类：一是游客可以参与的体育活动。主要包括滑雪、攀岩、登山、漂流和探险等，让游客体验到运动舒畅感的同时，也满足了他们求新、求奇、求异的心理需求；二是体育赛事。侧重

满足游客强烈的现场感，通过置身于高规格、国际性的体育赛事之中，领略体育魅力；三是体育文化景点。它是一种以文化传播为主要内容的旅游休闲活动。游客通过参观体育场馆、体验竞技设施等，加深了对体育运动及其文化内涵的认识。旅游资源则是旅游业发展的前提，是旅游业的基础，主要包括自然景观资源、人文景观资源、民俗风情资源、传统饮食资源、文化资源和工艺品资源，以及都市和田园风光资源等。体育与旅游资源的整合就是出于对整个或者局部体育旅游产业的预期和总体目标的实现，通过市场主导，将不同类型的体育与旅游资源统一开发，整体利用，全方位合作，充分发挥资源的整体优势，获得体育旅游产业的最大规模效益。

当前体育与旅游资源的整合包括3个层面：第一，政府层面。体育部门和旅游部门一定要进行资源整合，加强合作，科学谋划，努力实践，创新体育旅游融合发展的体制机制，积极探索促进发展的工作方式和方法，研究相关政策措施，引导体育旅游产业健康发展，此外，还要进一步鼓励各级政府深度挖掘、合理配置，充分发挥各地赛事活动资源、场馆设施资源、旅游服务资源，加大对体育旅游基础设施的投入。第二，市场层面。要鼓励旅游企业和体育企业以市场需求为导向，加强合作，创意策划，提供更为丰富、适销对路的体育旅游产品，不断提升体育旅游产品的文化内涵。第三，社会层面。要鼓励社会各界密切关注体育旅游发展，积极投资体育旅游产业，并对其展开深入研究和探讨，积极建言献策，为体育旅游发展提供更多的智力支持。进一步发挥现代传媒的优势，加强体育旅游与新闻传媒的联动，运用各种传播手段和方式，形成覆盖面更广、影响力更大的社会舆论氛围。鼓励各方面力量积极参与到体育旅游发展中，促进旅游、体育与文化、服务、电信、交通等产业的关联发展。

3 融合：体育与旅游产业提升的新模式

关于“融合”的概念，目前较为确定，通常是指两个或更多的不同物质连接起来成为一体的过程。而“产业融合”的界定，从不同角度分析则会有不同的理解，例如，从信息通信产业角度看，“产业融合”是在技术融合、数字融合基础上所产生的产业边界模糊化；从原因与过程看，产业融合是从技术融合到产品和业务融合，再到市场融合，最后达到产业融合，是一个逐步实现的过程；从产品服务和产业组织结构看，产业融合是指伴随着产品功能的改变，提供该产品的机构或公司组织之间边界的模糊；从产业创新和产业发展看，则是指不同产业或同一产业不同行业在技术与制度创新的基础上相互渗透、相互交叉，最终融合为一体，逐步形成新型产业形态的动态发展过程。

体育产业与旅游产业紧密结合、互动发展，是新时期经济社会发展的必然趋势。深化体育与旅游的融合，是体育与旅游产业发展的大趋势，也是体育与旅游互利共赢、和谐发展的重要举措。体育与旅游的融合早期是一个激发演化的过程，它更多是由市场需求而产生的一种主动融合。随着经济社会的不断发展以及体育产业和旅游产业发展思路不断拓展，体育产业和旅游业的融合趋势将更为明显。当今时代，体育与经济日益交融，体育在为广大老百姓提供丰富的公共服务同时，其经济功能也明显增强，体育产业对



促进经济增长和经济发展方式转变的贡献越来越大。旅游是一项前景广阔的经济产业，又是经济性质的休闲产业。充分发挥体育在促进经济发展中的重要作用，一个重要途径就是推动体育产业与旅游产业在融合中实现提升：旅游产业以体育为内涵，促进体育资源的资本化与产业化；体育产业以旅游为重要载体，展示体育的内涵和魅力，实现体育的经济价值。

体育与旅游的融合并不是体育和旅游的简单相加，而是一种全新的体育形态。体育产业与旅游产业的结合，既将体育作为一种新经济形态，又发展并创新了体育，成为体育与旅游产业的新业态。体育旅游产业从理论上抓住了体育与旅游的外在联系，体育可以依托旅游发展实现其产品的市场化，旅游可以通过体育发展而丰富其内涵。体育与旅游的产业融合发展，互促互进，相得益彰，将产生巨大的社会效益和经济效益，实现两者的双赢。崇明自行车主题公园就是体育与旅游产业融合，由体育运动变成旅游项目，让体育资源变成旅游产品的典型案例。计划中的崇明自行车主题公园占地 1.2 km²。对专业的自行车比赛来说，建成后的自行车主题公园除将作为崇明自行车国际大赛赛道的一段外，还考虑以此为依托举办小轮车、山地车、自行车极限运动等国际赛事，平时也可作为专业运动员的训练基地。针对游客，公园将提供一系列游乐设施，如滨湖的景观自行车专用道，环坡的山地自行车专用道，水上自行车、轨道自行车等。此外，公园还将设置一处充满童趣的趣味自行车场地，配置了几种独具想象力的自行车，如三角轮的自行车、方轮自行车等等。这些活动新颖、有趣，自行车郊野公园将成为上海市民及其他游客休闲度假的好去处。

体育旅游产业是国民经济的重要组成部分，是跨地区、跨行业、关联度较高的产业群体。正在深入开展的加快转变经济发展方式、调整经济结构的实践，为发挥体育旅游业的独特优势提供了新的契机。与传统产业相比，体育旅游业环境污染少、资源消耗低，是一个人与自然和谐共存、可持续发展的产业；体育旅游业作为现代服务业的重要组成部分，具有高附加值和广泛的关联度，是拉动经济

增长，优化产业结构，社会效益和经济效益显著的重要产业；体育旅游产业就业容量大，就业形式灵活，是增加就业的有效渠道。大力发展体育旅游产业，增强体育旅游产业整体实力和竞争力，是满足人民日益增长的体育需求、提高人民生活质量的迫切需要，是全面深入贯彻落实科学发展观、转变经济发展方式、构建和谐社会的战略选择。

然而，在发展体育旅游过程中，也出现了体育与旅游“两张皮”的问题，离充分挖掘体育与旅游的内涵，产生“1 + 1 > 2”的效应，实现体育旅游经济效益的“最大化”和资源利用的“最优化”还有相当大的差距。体育旅游不只是一道简单的数学加法，如何相融发展，良性互动，实现双赢，是我们需要关注的又一个重要问题。

4 结语

体育与旅游本身就具有天然的耦合性，都是人类社会发展到一定时期，为了满足人们日益增长的社会文化需求而出现的产物，都能更好地促进人的全面发展。现阶段，体育和旅游都已成为重要的民生产业，是当今社会人们休闲生活不可或缺的重要方式，这就需要我们深入把握体育与旅游活动体现出来的共同属性，加强体育与旅游的结合，这将是进一步加快我国体育产业和旅游业共同发展的战略性选择。

体育与旅游资源的整合是出于对整个或者局部体育旅游产业的预期和总体目标的实现，通过市场主导，将不同类型的体育与旅游资源统一开发，整体利用，全方位合作，充分发挥资源的整体优势，获得体育旅游产业的最大规模效益。当前体育与旅游资源的整合包括政府、市场和社会 3 个层面。

体育与旅游的产业融合，是体育与旅游产业发展的大趋势，是体育与旅游产业提升的新模式，也是体育与旅游互利共赢、和谐发展的重要举措。体育产业与旅游产业在融合中实现提升：旅游产业以体育为内涵，促进体育资源的资本化与产业化；体育产业以旅游为重要载体，展示体育的内涵和魅力，实现体育的经济价值。