



后世博上海体育休闲旅游发展研究

俞海滨

摘要:“十二五”期间,上海着力打造世界著名旅游城市,推行市民旅游休闲计划,以及大力发展体育休闲产业。主要采用文献资料法、实地调查法等,对后世博上海体育休闲旅游发展的重要意义及上海体育休闲旅游资源现状及其分类进行阐述和分析,并对后世博上海体育休闲旅游发展提出相应对策和建议。

关键词: 上海; 体育; 休闲旅游; 后世博; 发展

中图分类号: G80-05 文献标志码: A 文章编号: 1006-1207(2011)06-0010-04

Study on Shanghai Leisure Sport Tourism Development after World Expo 2010

YU Hai-bin

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

Abstract: In the Twelfth Five-Year Plan period, Shanghai will focus on turning the city into a world-famous tourist city, promoting the leisure tourism program for its citizens and developing leisure sport tourism industry. By the means of document consultation and field investigation, the paper discusses the importance of developing leisure sport tourism in Shanghai after World Expo 2010 and the status and categories of Shanghai leisure sport tourism resources. It sets forth some suggestions on the development of leisure sport tourism in Shanghai after World Expo 2010.

Key words: Shanghai; sport; leisure tourism; after World Expo; development

以“城市,让生活更美好”为主题的2010年上海世界博览会的落幕,中国迈入“后世博时代”。作为本届世博会主办城市的上海也将把世博会带来的绿色、环保、低碳等发展理念有机融入到未来城市发展规划中,体现人类对城市美好和谐生活的向往。美好和谐生活需要健康,而体育是人类实现健康生活最积极、有效的途径之一,同时也是城市生活的重要组成部分,更是塑造美好城市生活的有效手段^[1]。“城市,让生活更美好”需要体育方面的元素。近几年,随着人们用于休闲的可自由支配收入的增加和闲暇时间的增多,原先属于少数权贵才能够享有的体育旅游活动,正在变为大众尤其是有工作压力和精神烦恼的城市人选择和参与的活动项目。对上海来说,“十二五”期间,着力打造世界著名旅游城市,推行市民旅游休闲计划,优化旅游消费环境,发展都市休闲旅游;着力建设亚洲乃至国际体育事业发展、体育活动中心,发展体育休闲产业;加强对后世博上海体育休闲旅游发展研究具有现实意义。

1 后世博上海体育休闲旅游发展的重要意义

1.1 发展体育休闲旅游将促进体育产业和旅游产业融合发展,是进一步拉动上海经济增长的助推器

从旅游角度看,体育休闲旅游是旅游产品系列中的一种,但是从体育角度来看,体育休闲旅游是体育产业的一项重要重要的关联性产业,因此可以认为体育休闲旅游具有双重属性^[2]。挖掘体育休闲旅游资源,发展体育休闲旅游新业态,将促进体育产业和旅游产业的结构调整和融合发展,进一步给上海经济增添新的增长点。近几年来,上海国际

国内各项体育赛事接连不断,网球大师杯比赛、国际马拉松赛、国际田径黄金大奖赛等在上海落户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,曾一度把上海的国际体育赛事推向新的高潮。体育赛事举办期间吸引众多国内外观众,对体育相关产业尤其是旅游服务业(吃、住、行、游、购、娱以及信息等)是一个巨大的促进。比如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^[3]。

1.2 体育休闲旅游演绎上海世博会理念的题中之意,发展体育休闲旅游也是实施“民生战略”的重要体现

上海世博会的主题是“城市,让生活更美好”,而作为城市文化重要组成部分的体育和旅游,在增进市民身心素质和人文素质的提升、改善市民生活方式、建立城市居民良好生活方式等方面都具有重要作用。“体育,让生活更精彩”,“运动,让生活更健康”^[4],体育休闲旅游,让城市更有活力。目前上海经常参加体育健身的人口占全市总人口的比例已超过45%。随着工作节奏和生活节奏同时加快,人们亟需借助某种方式(比如体育或旅游)释放心理上的紧张,缓解精神上的压力,以保持充沛的体力或精力。人们从单一的“工作——休息——工作”的方式转向“工作——恢复和保健——工作”的方式,体育休闲旅游有机结合是恢复和保健的行之有效方式。人们可以在体育休闲旅游活动中,释放和缓解工作的压力和生活的烦恼,实现了人与自然的统一^[5]。体育休闲旅游将大大提升居民生活质量,为城市发展提供人力资源支持,其广泛发展也是实施“民生战略”的重要体现。

收稿日期: 2011-09-18

基金项目: 上海市旅游局决策咨询项目(D.10-0129-10-402)

作者简介: 俞海滨,男,副教授。主要研究方向: 管理学。

作者单位: 上海大学 管理学院,上海 200444



1.3 体育休闲旅游是提升上海都市形象新的活力载体

上海的海派文化、现代建筑群以及国际大都市时尚的体验等因素吸引着越来越多的海内外客人。近年来,上海的“两节三赛”(上海旅游节、中国上海国际艺术节、上海国际田径黄金大奖赛、F1世界锦标赛、网球大师杯赛)为品牌的赛事节庆旅游推广活动,使很多从未来过上海的海内外游客,通过赛事节庆和体育明星等(如上海于2004年和2005年特聘姚明和刘翔两位体育明星作为上海城市形象代言人)认识了这座城市,感知上海国际都市建设中的“创新”、“激情”、“高度”和“速度”的体育元素,感知“海纳百川、追求卓越”的城市精神。作为城市综合实力的重要标志,良好的体育发展有助于塑造鲜明的城市形象^[5],比如上海就成功借助F1赛和网球大师杯等对世博会进行全球宣传推广,加之城市形象的旅游导向性和旅游业对城市形象的带动性日趋显现,体育和旅游有机结合无疑将是进一步提升上海都市形象新的活力载体。

2 上海体育休闲旅游资源现状及其分类

体育休闲旅游的类型,通常被直观地分为参与型和非参

与型(即观赏型),但也有其它不同的分类,如表1。表2是上海各区(县)主要体育休闲旅游资源普查情况。总体来说,赛事资源成为上海体育休闲旅游发展良好的载体,尤其是上海将大都市现代化标志性建筑与景观设施、体育竞赛等巧妙结合的体育活动。近几年,大量重要的国际大赛先后落户上海或在上海举办,赛事的影响之广、规模之大、级别之高、参赛国家和人数之多,都是上海体育史上所没有的^[5]。同时,上海以体育赛事推动各区(县)体育休闲旅游发展,一区一品,每个区(县)都有各自特色的体育建筑和场馆设施,并且能够举办至少一项国际性赛事活动。

表1 体育休闲旅游的分类
Table I Classifications of Leisure Sport Tourism

分类	项目
基于直观分类	参与型和非参与型(即观赏型)
基于资源分类	体育旅游自然类资源(如地文景观类、水域风光类、生物景观类等)和体育旅游人文类资源(如传统节庆、现代节庆、体育赛事、体育建筑和基础设施等)
基于动机分类	名人怀旧、赛事观战、会展节庆、休闲娱乐、健身康复、刺激探险、拓展培训等

表2 上海各区(县)主要体育休闲旅游资源一览表

Table II List of the Main Leisure Sport Tourism Resources in Districts (County) of Shanghai

分类	项	目
自然类资源	地文景观类、 水域风光类、 生物景观类	共青国家森林公园、崇明东平国家森林公园、北部水上旅游运动区、金山城市沙滩黄金海岸、奉贤碧海金沙水上乐园、海湾国家森林公园、青浦东方绿舟、环淀山湖休闲旅游区自驾游、水上运动场、松江青青旅游世界、佘山国家森林公园、浦东滨江森林公园等;
	传统节庆、 现代节庆	苏州河龙舟赛、全民健身活动周、全民健身节、国际大众体育节、国际武术博览会、农民运动会、世界著名在华企业员工健身大赛、黄浦区“弄堂运动会”、九子大赛、奉贤国际国内风筝赛、淀山湖龙舟赛、浦东舞龙大赛、东方明珠登高节、海派秧歌等;
人文类资源	体育赛事	市运动会、F1汽车中国大奖赛、国际田径黄金大奖赛、网球大师杯赛、国际马拉松比赛、斯诺克公开赛、国际高尔夫公开赛、国际国内摩托艇赛、国际自行车赛和全国公路自行车冠军赛、国际泳联世界锦标赛、全国男子女子篮球职业联赛、国际极限运动挑战赛、国际篮球赛、世界体育舞蹈比赛、世界攀岩比赛、世界桥牌锦标赛、大宁灵石绿地举办“空中芭蕾”航空跳伞表演、陆家嘴房车赛、东方明珠电视塔下举行沙滩排球巡回赛总决赛等;
	体育建筑和 设施	上海体育学院、上海体育馆、上海体育场、虹口足球场、江湾体育场、上海国际赛车场、源深体育中心、上海游泳馆、黄兴绿地公共运动场、卢湾区国际体育舞蹈中心、杨浦区国际极限运动场馆、黄浦区道顺射箭馆、普陀区澳洋国际潜水俱乐部、徐汇区海上星国际潜水俱乐部、九子公园、根宝足球基地、奉贤海滨水上运动中心、奉新国际风筝放飞场、松声马术俱乐部、上海骏马园、金山区沙滩排球场、松江大学城体育中心、太阳岛高尔夫俱乐部、佘山生态体育旅游基地、天马赛车场、东方绿舟体育训练基地、上海射击中心、滨海高尔夫俱乐部、浦东体育公园、闵行旗忠网球中心、银七星室内滑雪场、锦江乐园等。

3 后世博上海体育休闲旅游发展必须关注的几个问题

3.1 体育休闲旅游产品开发不能仅仅注重观赏性而忽视参与性

目前上海体育休闲旅游产品观赏性远远大于参与性,尤其是景观体育赛事等成为上海体育休闲旅游的一大亮点。上海虽然在一些景区内建有不同内容的参与性体育活动项目,将体育融入旅游之中,一些沪上旅行社还把体育赛事作为业务一个新增增长点,比如涉入F1票务代理和推出“F1旅游”产品,但无论是体育部门还是旅游部门,都还没有共同设计具有市、区(县)特色的参与性体育休闲旅游产品^[6]。

3.2 群众的广泛参与性是体育休闲旅游产业发展的基础

体育休闲旅游不再属于少数权贵才能够享有的活动。上海体育休闲旅游业持续发展,必须提高群众的广泛参与性,把握好大众消费不同的需求。通常,可以将体育休闲旅游者分为3类^[7]:(1)首要体育休闲旅游者,即把参与体育活动作为出游首要目的的体育休闲旅游者,比如大众性探险体育活动的参与、大众体育活动事件的参与等;(2)附带体育休闲旅游者,即参与体育休闲旅游的原因不仅仅是体育活动的体育休闲旅游者,比如马术观众、高尔夫球参与



者等，其首要动机是为获得“附带体验”，尤其是地位和声望的象征；（3）体育休闲爱好者，即把体育活动作为其主要目的之一的游客。比如传统滨海度假者参与趣味体育、非忠实的赛事观光者等。

3.3 体育与旅游等部门必须加强合作关系及其连续性

虽然大型赛事和节庆是体育和旅游部门联系最明显、最主要的活动，相关部门已经认识到大型赛事和节庆具有吸引游客的潜力，但体育和旅游行业之间的合作关系却存在时间很短或不和谐的问题。由于体育与旅游等部门之间的交流与合作少，对体育休闲旅游资源的内涵、外延及其市场开发价值认识不足、估计不足，导致各种资源没能很好发挥作用^[6]。各个部门之间的交流与合作的不足也将是上海发挥其长三角中心体育休闲旅游城市扩散作用和示范效应的主要障碍之一。

3.4 可持续再利用各种体育休闲旅游资源

上海市人民政府发展研究中心关于世博会的研究报告提出了衡量世博会成功与否的8个特征性指标，其中“能够有效后续利用相关设施”被列为其中5个硬性指标之一^[8]。2010年上海世博会后续再利用可持续服从“城市，让生活更美好”的主题原则，对场馆和绿地以及设施等进行再利用，比如由一家体育用品商赞助的法国馆将成为该赞助商的体育用品业务中心。这些对后世博上海发展体育休闲旅游有着借鉴意义。另外，上海还有大多数企事业单位（尤其是学校）、工会系统内部的体育场地设施没有向社会公众（包括社区居民和游客等）开放；不少设施先进的体育场地，早晚和节假日处于闲置状态，这是体育休闲旅游资源的很大浪费，更不利于“人人运动”计划的实施^[9]。

4 后世博上海体育休闲旅游发展对策和建议

4.1 把握体育休闲旅游大众化导向，合理开发体育休闲旅游市场，彰显上海都市体育休闲旅游特色

基于体育休闲旅游动机的视角，上海体育休闲旅游产品体系将包括：名人怀旧（比如参观冠军摇篮上海体育学院）、赛事观战（比如F1世界锦标赛）、会展节庆（比如国际大众体育节）、休闲娱乐（比如上海环淀山湖休闲旅游区自驾游）、健身康复（比如佘山生态体育旅游基地项目）、刺激探险（比如杨浦区国际极限运动场馆项目）、拓展培训（比如上海根宝足球基地）等。后世博时期，把握体育休闲旅游大众化导向，首先，根据本市及郊区健身休闲需求日益增长的趋势，结合上海自然和人文资源的特点，开发基于绿色、环保、低碳等理念的大众性、休闲性、康健性体育旅游产品，目标市场定位本市及郊区甚至邻近省市消费者。其次，根据上海多年来在申办国际性高水平体育赛事方面取得的显著成绩，精心开发赛事观战类体育旅游产品，目标定位为国内、国际市场^[6]。除了已形成的F1汽车中国大奖赛、网球大师杯、国际田径黄金大奖赛、斯诺克上海大师赛、上海国际马拉松赛、国际高尔夫公开赛等六大品牌赛事，还有一些赛事比如商业精英马赛、国际帆船赛以及F1摩托艇比赛等对上海树立国际金融中心和航运中心形象有着一定促进作用。尤其是，我们要把握时尚元素，充分利用上海“城市景观体育旅游”独特性，利用上海会展综合服务功能健全的优势，可持续再利用“后世博”场

馆，发挥上海在长三角、全国乃至全球体育赛事尤其是体育旅游用品会展建设中的核心与带头作用。

4.2 率先倡导体育休闲旅游生活化，全方位宣传和推广体育休闲旅游及其品牌形象

近几年，上海大力推广“人人运动”计划（即：参加一个体育组织；学会一项基本的体育运动锻炼项目；每星期有一次以上体育锻炼；每年参加一次社区体育比赛；每年现场观看一场比赛；每年接受一次健康体质测试，使体育锻炼成为终身习惯，让健身成为一种文明生活方式），尤其是为了使上海大众体育与世博会契机形成良好的互动，上海市各区、县、街道（乡镇）开展了大量工作，比如“迎世博600天健身”、“上海体育与世博同行”、“全民健身与世博同行”等活动。后世博时期，各级政府要积极探索生活体育新模式，把体育健身和休闲旅游融入市民百姓的日常生活，体育休闲旅游，“让城市更有活力”，“让生活更美好”。

率先倡导体育休闲旅游生活化理念，离不开各区（县）体育与旅游等部门牵头的宣传和推广，离不开通过若干个品牌体育旅游产品、品牌或龙头体育旅游企业等形象引导。尤其是，扩大市民百姓参与面还离不开运用互联网，国内外体育旅游交易会或博览会、体育明星形象展示，以及联合促销、捕捉偶发事件等多种宣传推广。其中，利用网络信息技术，开展体育休闲旅游资源宣传和体育休闲旅游产品推广，可由政府组建或政府支持、企业组建体育旅游专业网站，来宣传体育休闲旅游资源和体育休闲旅游产品，吸引社会各界参与体育休闲旅游资源和体育休闲旅游产品开发，打造体育休闲旅游产品品牌系列^[6]。

4.3 进一步加强各区（县）体育与旅游等部门的联姻，确立体育休闲旅游发展战略地位，实现体育休闲旅游资源共享，合理再利用已有体育和旅游设施

发展上海体育休闲旅游，既要发挥市场机制，调动区（县）和社会各方的参与度和积极性，同时也应注重政府的引导与调控，完善法律法规（比如与探险旅行有关产业的法律规范等），规范行业秩序，加强政府财政等政策性支持和各方面的协调。尤其是体育部门与旅游部门首先要放弃自身行业的局部利益，要站在上海市宏观经济发展的高度，加强体育行业与旅游行业的沟通、交流与协调合作，确立体育休闲旅游发展的重要战略地位，建立上海体育休闲旅游促进中心，实现体育与旅游融合发展，统一规划，统一运作，促进体育事业与旅游业双赢发展^[6]。同时，还要考虑与周边地区尤其是长三角地区融为一体，实施战略错位，形成联动效应或互补产业链。比如，上海就可以探索长三角赛事的联动发展，充分发挥上海国际顶尖赛事的效应，搭建更大平台，在更广范围内、更高层次上放大国际顶级赛事效应，通过分站赛、巡回赛等形式，组建长三角体育赛事组织和协调机构，与兄弟省市共享国际顶级赛事带来的发展机遇和成果^[5]。

后世博时期，一方面，上海要整合广场、公园绿地等体育场地资源，推进各种体育休闲旅游设施向居民和旅客开放，实现体育休闲旅游资源共享。比如，除了社会体育场设施应当积极向居民和游客开放，学校的体育场在节假日也要向居民和游客开放^[10]。另一方面，要重视如何合理再利用体育和旅游设施。比如，破败不堪的20世纪30年代远



东第一体育场的江湾体育场,在修旧如旧的基础上,如今改建为国内首个体育休闲公园。而位于浦东的2010年上海世博会新建场馆成为第14届国际泳联世界锦标赛的主赛场,举行游泳和花样游泳两个项目的比赛,游泳世锦赛的主新闻中心、主招待村、主注册和制证中心也设立在世博会场馆内,使世博园区设施体育后续利用规划得到落实^[11]。

4.4 培养体育休闲旅游复合人才,建立体育休闲旅游特色旅行社

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^[12]。需要提出的是,除了各类体育休闲旅游中介组织、体育休闲旅游俱乐部或行业协会等,旅行社是从事体育休闲旅游的专门企业,是体育旅游活动的组织、接待者,是体育旅游者与完成体育旅游目的之间的中介体,也是体育休闲旅游产品的销售渠道之一,它是体育休闲旅游产业发展的一项重要资源。体育休闲旅游资源和体育休闲旅游产品开发的很重要环节就是要挖掘旅行社潜能,充分利用旅行社最接近客源市场的优势,建立体育休闲旅游特色旅行社,发挥其在体育休闲旅游市场中的作用。同时,旅游主管部门要与体育部门联手,加强对体育休闲旅游从业人员的培训和资质认证,包括为在线旅行社开展体育休闲旅游活动提供人力支撑^[6]。

参考文献:

- [1] 徐士韦,等.上海体育与上海世博会互动研究[J].南京体育学院学报,2010(1):33-40.
- [2] 吴必虎,严琳.中国体育旅游发展的战略与政策[J].体育科研,2007(5):1-4.
- [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] 陆小聪,等.体育与上海世博会理念的演绎[J].体育科研,2009(3):15-19.
- [5] 于晨.腾飞中的上海体育[M].上海:文汇出版社,2008:22-24,48-50,54-57,103,221-224.
- [6] 刘东生.陆前安.周红.上海市体育旅游资源开发与对策研究./2006年上海市体育社会科学研究成果报告[M].上海大学出版社,2007:352-362.
- [7] Mike Weed and Chris Bull.体育旅游[M].戴光全,朱竑主译,郭淳凡校译.天津:南开大学出版社,2006:19-20,37,68-89,139-142.
- [8] 徐佳,顾锋.上海世博会规划与场馆后续利用研究[J].技术经济与管理研究,2005(2):91.
- [9] 上海市体育局.上海全民健身发展报告——体育蓝皮书[M].上海:上海三联书店,2005:109-114.
- [10] 于晨.2008年上海市体育社会科学研究成果报告[M].上海:上海大学出版社,2009:35-51.
- [11] 李顺英.论世博会与上海体育发展[J].体育文化导刊,2009(12):58-64.
- [12] 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),55-58.

(责任编辑:陈建萍)