

2021年中国体育旅游产业的发展趋势

中国体育旅游市场正在以30%-40%的速度快速增长,远远高于全球体育旅游市场的平均增速。基于新经济、新基建、新客群和新需求,中国的体育旅游将以创新突破来实现多元发展。

□ 林章林

体育旅游是旅游产业和体育产业深度融合的新兴产业形态,作为产业融合发展的产物,体育旅游对于旅游产业和体育产业的转型升级都有着非常重要的意义。2021年是中国共产党成立100周年,也是“十四五”规划的开局之年。基于新经济、新基建、新客群和新需求,中国的体育旅游将以创新突破来实现多元发展。

一、三大背景

1.2021年是全面建成小康社会的实现之年

2021年是中国共产党建党100周年,也是全面建成小康社会目标的实现之年。体育旅游的全面发展将是改革开放、小康社会建设成果的重要体现方式。行业数据显示,目前全球体育旅游产业的年均增速在15%左右,是旅游产业中增长最快的细分市场。中国体育旅游市场正在以30%-40%的速度快速增长,远远高于全球体育旅游市场的平均增速。

2.2021年是“十四五”的起始之年

“十四五”时期是我国由全面建成小康社会向基本实现社会主义现代化迈进的关键时期,是积极应对国内社会主要矛盾转变和国际经济政治局势深刻变化的战略机遇期。“十四五”是开启全面建设社会主义现代化国家新征程的第一个五年。中国正处于从高速增长向高质量发展转型的攻坚期。旅游业的发展也在由外延式数量型增长向内涵化质量型增长转变,体育和旅游融合发展将是旅游产业和体育产业供给侧结构性改革的重要方向之一。

3.2021年是“百年未有之大变局”反应的呈现之年

由于新冠肺炎疫情的影响,2020年全球经济萎缩。国家统计局于2021年2月8日发布的数据显示,2020年我国GDP同比增长2.3%,是全球唯一实现经济正增长的主要经济体。未来一段时间,世界政治格局将更加复杂多变,诸多传统产业的生产方式将发生改变,在旅游方面,国内旅游成为主要市场,城市周边及近程的休闲游、度假游将持续火爆。体育旅游将以参与性、体验性、经常性等特色在变革中脱颖而出。

二、八大趋势

1.对健康的重视将助力体育旅游快速发展

2019年7月,国务院发布《关于实施健康中国行动的意见》,把“推进健康中国建设”列为关系我国现代化建设全局的一项战略任务,提出“坚持预防为主”的方针,深入实施健康中国行动“重视精神卫生和心理健康”等要求。全球健康研究所(Global Wellness Institute)的数据显示,近5年全球健康旅游增长率为9.9%。预计到2022年,这一市场规模将达到9190亿美元,年复合增长率达7.5%,潜在的市场规模达万亿级。2015年原国家旅游局和国家中医药管理局联合下发的《关于促进中医药健康旅游发展的指导意见》提出,到2025年,中医药健康旅游人数达到旅游总人数的5%,中医药健康旅游收入达到5000亿元。

□ 周焘

2020年十一黄金周期间,笔者远赴青海,以参团自驾的方式实地游览海西蒙古族藏族自治州境内小柴旦湖、大柴旦湖、西台吉乃尔湖、柴达木雅丹魔鬼城、茫崖翡翠湖、艾肯泉等热门景区。结合实地调研,笔者对青海旅游业发展提出一些思考和建议。

一、提升游客旅游体验

高原生态造就了青海的气势磅礴与辽阔壮美,但同时,特殊的地理环境和气候条件客观上也制约着青海旅游资源的开发利用和配套基础设施建设。目前,青海海西州境内景区绝大多数以天然景观为主,不具备圈地收取门票条件;个别已经采取门票制度的景区,尚未对景区内景观进行合理开发和有效保护。如国庆节假日,游客拥挤,对景区内生态造成威胁和破坏。此外,景区周边酒店、餐饮及公共卫生间等配套设施仍显不足,尤其是十一黄金周期间,难以满足游客需求。建议青海有关部门以文化和旅游融合发展为抓手,以国有资本带动社会

2.赛事观赛游增长速度将适当放缓

2020年受新冠肺炎疫情的影响,体育赛事大规模取消或者暂停。随着疫情防控常态化,体育赛事和活动将有序恢复,但大规模的跨区域人口流动仍将受到一定的限制,国际和国内大型体育赛事的举办仍具有不确定性。可以预见,2021年体育赛事活动在规模上将呈现小型化和区域化的特点,减少人口的跨区域流动;在发展方式上将呈现专业化和网络化的特点,依靠技术手段,跨时空跨区域同步竞赛;从观赛游的特点来看,由于各种不确定的因素,人们对这类需要近距离与陌生人接触的环境会有所顾忌,所以观赛游的增长速度会适当放缓。

3.突出参与性和娱乐性的户外运动游将蓬勃发展

户外运动逐渐成为人们的生活方式,即便是传统的跑步,场景也在不断延伸;公益跑、马拉松、街头夜跑、垂直跑等多场景的出现,丰富了传统户外运动方式,给人们带来更多乐趣。例如马拉松赛事除了传统的全程马拉松、半马以及四分马之外,还衍生出多种类型的路跑项目,包括彩色跑、乡村跑、越野跑、迷你马拉松、家庭跑以及情侣跑等各种类型。疫情后,人们对于健康的认识更加深刻,对户外体育运动的需求度也将大幅上升。

4.科技创新将加速体育旅游线上线下布局

随着5G网络的逐渐普及,万物互联的时代中,依托互联网和物联网的体育旅游将有更多玩法。2020年9月,国务院办公厅颁布实施《关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》,鼓励发展智慧旅游,大力发展智能体育,创新无接触式消费模式。10月,《关于加强全民健身场地设施建设发展群众体育的意见》印发,提出“十四五”期间建设1000个体育公园,推进“互联网+健身”,提高全民健身公共服务智能化、信息化、数字化。

5.新潮时尚体育旅游的热度将不断提升

随着国内兴起的全民健身热潮,运动成为一种新的时尚。从《极限挑战》《奔跑吧!兄弟》《报告!教练》到《这就是灌篮》《来吧!冠军》《运动好好玩》等,体育运动类的综艺节目在年轻群体中掀起了体育旅游的热潮。2024年巴黎奥运会增设霹雳舞、滑板、攀岩和冲浪四个大项,这些项目都是深受年轻人喜爱的时尚运动,观赏性强,商业化价值高,市场潜力无限。

6.体育旅游将成为城市空间重塑的重要内容

城市体育综合体是体育旅游产业蓬勃发展的空间承载,也是城市空间重塑的重要内容。人民群众健身意识的不断增强,对于体育综合体来说是利好的消息。因此,以体育+商业综合体为核心,建设运动主题区+商业配套区,汇集全民健身、健身培训、大众赛事、餐饮住宿、休闲娱乐等多种体育休闲业态,打造面向全民健身的多功能体育综合体已经是大势所趋。

7.体育旅游IP化、品牌化趋势将更加明显

游客的消费需求经历着“认知—参

与—融入—沉浸”的变化,游客偏好具有核心吸引力及主题性的产品,期待在体育旅游过程中获得身份认同感,而IP的强内容性、高排他性,可赋予旅游产品独具特色的个性主题,符合游客个性化、多样化的旅游需求,提升游客的体验感,满足游客的情感需求。知名赛事、明星级的运动员、著名体育俱乐部、热门体育娱乐活动,以及具有地标意义的体育场馆等,都可以成为体育旅游IP和顶级流量,将能很好地带动一个地区和一个时期体育旅游的发展。

8.体育旅游产品向系统化、精品化方向发展

实现高质量发展是当前我们国家的总体要求。从2014年开始,国家体育总局着手推动体育旅游精品建设,更好地满足人民群众对体育旅游的多层次消费需求。体育旅游精品项目本身具有示范带动作用,在扩大其影响力的同时,能够提升体育旅游品牌的社会认知度和满意度。各地加大力度打造体育旅游精品项目,体育旅游在大健康的背景下将快速发展。

三、十个增长点

1.房车露营旅游

随着近年来自驾游、自由行等新兴旅游方式的逐渐崛起,房车旅游作为一种能够自由调节旅游步伐、随时随地体验各地风土人情的旅游方式,正逐渐被年轻人接受,房车市场也持续升温。以“小聚集、大空间”为主要特点的露营休闲度假游将成为新的体育旅游消费热点。业内预测,2020年中国的房车销量有25%的增幅。2021年随着新冠肺炎疫苗接种规模的扩大,房车露营旅游将继续快速发展。

2.红色体育旅游

红色旅游是极具中国特色的文化产业,具有强烈的时代性和民族性特征。以红色徒步为代表的红色体育旅游,将是游客参与红色旅游的重要形式。随着文旅融合发展,市场更加注重红色旅游产品的体验性和情感共鸣,加之受2020年疫情影响,全民对体育、健康愈加重视,2021年,以国防体育运动为典型代表的红色体育旅游将会迎来市场爆发期。

3.以青少年体育运动为主的家庭旅游消费

青少年参加的各项运动夏令营、游学等活动越来越多,这也带动了整个家庭在运动休闲方面的消费。同时,以家庭户外运动、家庭休闲运动为主的体育旅游和运动休闲旅游也越来越受欢迎。从2015年—2019年获得融资的青少年体育培训机构的统计数据可以看出,除了篮球、足球等大众传统项目,击剑、冰雪、橄榄球、棒球等小众项目也逐渐走进大众视野。

4.电子竞技

2019年公布的《体育产业统计分类》中,电子竞技被列入02大类体育竞赛表演活动,与排球、篮球等项目并列。电子竞技将在2021年芭堤雅亚洲室内与武道运动会,以及2022年杭州亚运会上成为正式比赛项目。根据业内统计,2019年中国电竞整体市场规模突破1000亿元,达到1175.3亿元。电竞商业化发展将进一步助推电竞市场的增长,预计在

2021年达到1651.4亿元。

5.体育节事活动

体育活动本身具有很强的社交属性,随着全民健身意识的普及,群众参与体育锻炼的主动性更强,选择面更广,越来越多新颖有趣的体育节事活动将给人们带来更多的运动乐趣。在疫情令人们更加重视身体健康的大背景下,多元化的体育节事活动可覆盖更多有体育锻炼需求的人群,为全民健身助力。

6.体育特色小镇

纵览国际上著名的体育小镇,利用体育赛事来“吸粉”是成功经验之一,长期举办固定赛事的体育小镇更易于走产业化路径。2021年是体育特色小镇的成效年,一定会有部分体育特色小镇因为经营不佳而逐渐被淘汰,同时也将会有一批优质的小镇脱颖而出,成为重要的体育旅游目的地和体育旅游产业聚集地。

7.体育主题公园和主题度假区

体育主题公园是现代城市公园中的一种,它以“体育运动”为主题,向人们提供更为专业、科学、安全、符合运动要求,同时满足人们休闲放松、旅游赏景需求的园林环境。2020年12月文化和旅游部公布新一批国家级旅游度假区,包括河北省崇礼冰雪旅游度假区、黑龙江省亚布力滑雪旅游度假区在内的以体育旅游为主要内容的度假区榜上有名。

8.冰雪体育旅游

冰雪旅游是以冰雪资源为主要旅游吸引物,体验冰雪文化内涵的所有旅游活动形式的总称,是极具参与性、体验性和刺激性的旅游产品。冬奥会的成功申办和有序推进,在全国掀起了冰雪体育旅游的热潮。中国北方地区利用地理气候资源优势,大力开发冰雪体育旅游线路;中国南方地区和中心城市利用科技优势,打造室内外冰雪体育旅游产品。2021年冰雪体育旅游将成为市场投资和消费的热点。

9.夜间体育

2019年,国务院办公厅印发《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》,提出大力发展夜间文旅经济,鼓励有条件的旅游景区在保证安全、避免扰民的情况下开展夜间游览服务,计划到2022年建设200个以上国家级夜间文旅消费集聚区。以天津2020活力河西·哪吒体育嘉年华为代表的夜间体育旅游成为夜间文化和旅游活动的重要组成部分。2021年,在城市夜跑、广场舞、街头篮球等大众体育运动基础上,集趣味性、参与性、竞技性于一体的夜间体育旅游将受到更多人的欢迎,并进一步提升城市夜间市场消费能级。

10.体育旅游展会

近年来,由国家体育总局、文化和旅游部等共同举办的中国体育旅游博览会、中国体育文化博览会,立足国家体育发展战略,聚焦产业发展热点、关键点,激发体育科技动能,全方位构建国际化、专业化、市场化、高端化的体育文化、体育旅游融合发展及展示交易平台。体育旅游展会的热度逐年升高,参展单位和机构的数量及参观人数逐年增多,使体育旅游展会成为推动体育旅游发展的重要平台。

(作者单位:复旦大学工商管理博士后流动站、上海体育学院)

文旅融合视野下黄河长江文化保护传承弘扬思考

黄河、长江流域是践行“以文塑旅、以旅彰文”、产业融合发展的重要实践场所,在推动两大流域高质量发展过程中,要创造条件和契机,为社会化参与、市场化运营、多元化发展、开放化合作激发动力、活力、弹力与合力。

□ 石培华 申军波

三、为“四园目标”提供新模式、新路径

文旅融合助力黄河、长江流域高质量发展、建设“国家公园、美丽家园、幸福乐园、生态田园”,为“四园目标”提供新模式、新路径。

文化和旅游产业作为“五大幸福产业”重点,受到国家和地方的高度重视。国家已经启动的“根”和“魂”。习近平总书记亲自调研考察、亲自谋划部署,就黄河、长江流域文化保护传承与弘扬工作发表了一系列重要论述,为两大流域生态保护、文化传承和经济社会高质量发展提供了根本遵循。两大流域有多元的文化体系、深厚的历史底蕴、丰富的文化遗产和旅游资源禀赋,新时代“讲好黄河、长江故事”和“传播好黄河、长江声音”,打造“文旅融合、江河互济”的“大江大河”格局是摆在我们面前的重要课题。

一、形成“四轮驱动”的新动力、新机制

文旅融合激发黄河、长江流域文化保护传承弘扬的“内生动力、创新活力、开放弹力、协作合力”,形成“四轮驱动”的新动力、新机制。

二、形成“四轮驱动”的新动力、新机制

文旅融合激发黄河、长江流域文化保护传承弘扬的“内生动力、创新活力、开放弹力、协作合力”,形成“四轮驱动”的新动力、新机制。

黄河文明、长江文明两大文明拥有独特的“文化基因”和旅游特质,使黄河、长江流域成为践行“以文塑旅、以旅彰文”、产业融合发展的重要实践场所。在推动两大流域高质量发展过程中,要创造条件和契机,为社会化参与、市场化运营、多元化发展、开放化合作激发动力、活力、弹力与合力。

长江、黄河从西向东流经我国西部、中部和东部众多乡村地区、产业集聚区和城市核心功能区,大力推动文旅融合能够助推沿线乡村、城镇为实现精准扶贫、文旅兴城目标提供内生动力,充分调动起沿线各地及广大人民群众的积极性、主动性和创造性。此外,文旅融合能够激发沿线地区加快产业转型升级、加速新旧动能转换、加强产业发展进程,为构筑更加开放、更为协调、更具韧性的黄河、长江文化经济带提供新契机。同时,文旅融合也为推动沿线地区加快“堤(岸)、疏、蓄、滞”综合治理、系统治理和源头治理,加快沿线地区形成流域管理、区域管理、行业管理相结合的管理体制和联席会议制度等制度探索,构建“共生、共建、共享、共荣”体制机制创造重要条件。

黄河、长江两大流域沿线横跨我国东、中、西部,因沿线经济社会发展基础不同、资源环境禀赋各异,区域发展不平衡。通过大力推动文旅融合,在两大流域沿线大力发展乡村休闲度假产业,能够推动沿线城镇与乡村地区人流、物流、资金流、信息流、技术流的交流互融;能够推动沿线上下游、干支流、左右岸与周边山地、森林、田园、湖泊、草原的综合保护与统筹开发,共同构筑“山、水、林、田、湖、草”生命共同体;能够推动黄河沿线兰西城市群、关中原城市群、中原城市群、京津冀城市群和长江沿线长三角城市群、长江中游城市群、成渝城市群之间的资源互补、文化互通、经济互动与产业互促,最终实现两大流域上中下游城市群的协调联动发展。

五、为贯彻“四高战略”提供新思路、提出新要求

文旅融合为贯彻黄河、长江流域“高质量发展、高效能治理、高水平转化、高品质生活”“四高战略”提供新思路、提出新要求。

虽然黄河、长江对中华文明的形成具有极其重要的作用,但两大流域沿线面临传统产业依赖严重、沿线环境污染问题突出、沿线居民生活品质有待提高等难题。因此,如何提高两大流域沿线的产业转型升级能力和治理现代化水平,将黄河、长江打造成为真正的“幸福河”“民生河”成为重要议题。

加快推进文旅融合进程,坚持“防、治、管”相统一,能够有效统筹推进国家“文化强国”“体育强国”“健康中国”“乡村振兴”等战略实施与脱贫攻坚、生态保护和高质量发展战略相衔接,协同推进沿线上下游、干支流、左右岸的协调联动,成为贯彻“以水而定、量水而行”的科学发展观和“共抓大保护、协同推进大治理”的协同治理观的行动议程,同时也是践行“两山理念”和加快生态文明建设的行动要义。

(作者单位:南开大学现代旅游发展省部共建协同创新中心,南开大学旅游与服务学院)

从四方面着力 推动青海旅游业发展

发展自驾游对于完善青海旅游产品结构、充实旅游内涵、提升旅游形象,更好地融入“一带一路”建设具有十分突出的意义。

资本,推动省内旅游资源的深度开发、配套基础设施的建设,以提升游客的旅游体验。

二、优化旅游产品设计

受新冠肺炎疫情影响,境外游业务发展停滞,国内游客存量转入国内游市场。携程数据显示,2020年,上海、广东等大城市的游客从8月便开始计划出游大西北,青海、甘肃机票搜索热度最高。其中上海赴西宁国庆期间机票搜索热度上涨307%。西北旅游热的时候,也暴露出旅游产品单一与游客需求多样之间的矛盾。以海西州旅游线路为例,国庆期间各大旅行社推出的旅游产品多是大巴跟团游等传统旅游方式,极少有旅行社推出房车、自驾等新颖方式。游客多是“停车拍照、上车睡觉”的走马观花式旅游。建议青海有关方面依托省内地域广袤、自然生态独特以及公路网迅速发展的有利条件,开发以自驾游为特色的旅游产品,设计以专业领队为导向的旅游线路,构建“通道+景区+城镇+营地”的全域旅游格局。同时,根据游客的不同需求,定制差异化产品,例如房车自

驾亲子游、“越野车+酒店”式探秘游及“越野车+帐篷扎营”式深度探险游。自驾车旅游作为青海全域旅游发展的有效手段和突破口,对于完善青海旅游产品结构、充实旅游内涵、提升旅游形象,更好地融入“一带一路”建设具有十分突出的意义。

三、加强专业人才培养

文化和旅游的人力资源主要集中在大城市,但文化和旅游的重要场景,特别是一些比较复杂、专业性较强、影响较大的场景却往往较为偏远。建议文化和旅游有关部门实行文化、旅游专家驻村、驻乡(镇)、驻县制度,发挥体制内专家学者的作用,下沉乡村,建言献策,指导工作、开展实践,形成人才帮扶的体制机制,帮助西部文化和旅游工作人员强化专业技能,加强导游领队专业能力建设,其中,专业服务保障和安全服务保障方面的能力建设显得尤为关键。以自驾游为例,需要建立与之配套的不同于大众化旅游的专业服务保障体系,要求导游或领队具备专业领航、特殊地形的驾驶技术指导、特殊地形的车辆状况检

测、高海拔地区的通行指导、交通救援、医疗救护等专业技能。此外,青海因其旅游资源特色,还呈现出户外旅游多样化的特点,如越野、登山、攀岩、滑翔、滑雪等旅游项目均为技术型消费,这对导游和领队的专业性提出极高的要求。换言之,在青海旅游,参加户外体验,导游、领队技能是否专业、路线是否熟知、保障是否有方,将成为决定游客旅游体验的关键因素。

四、重视旅游与科技融合

我国东西部经济社会发展不均衡,一定程度上呈现出“旅游资源在西部,旅游市场在东部”的现状。建议青海强化科技手段的运用,如,利用抖音、快手、微视等新媒体平台广泛推广青海旅游资源信息,从而获取目标客群,并通过短视频的精准投放,实现目标客群“转化率”的提升;利用人工智能、大数据精准等手段获取游客流量数据,实时监测客流动态,分流、导流游客人群,避免景区扎堆拥堵过于集中,以此推动景区管理手段、文化和旅游管理平台的迭代升级。

(作者单位:中国艺术研究院)