



澳大利亚利用大型体育赛事开展旅游目的地营销的经验借鉴

Australia's Experience of Using Major Sports Events for the Marketing of Tourist Destination

DOI:

中文关键词:[体育](#) [大型赛事](#) [旅游](#) [城市营销](#)

英文关键词:[sport](#) [major event](#) [tourism](#) [city marketing](#)

基金项目:

作者 单位

[杨 蕾](#) [上海体育学院新闻与外语学院](#)

摘要点击次数: 595

全文下载次数: 1128

中文摘要:

澳大利亚是西方较早运用体育赛事进行城市营销、发展旅游业的国家之一。其利用大型体育赛事作为城市形象塑造和品牌推广有相对较长的历史，在体育赛事的开发利用方面有很多可以借鉴的经验和可以吸取的教训。文章通过对其开展的赛事主办地城市营销实践进行回顾和梳理，并归纳总结经验教训，为我国更好更科学的利用大型体育赛事这一手段进行城市品牌营销与形象塑造提供参考。

英文摘要:

Australia is one of the early Western countries that use sport events for city marketing and tourism development. It has a long history in using major sport events for city image creation and brand promotion and has rich experience and lessons in respect of sport event development. The article looks back to its marketing practice of the event host cities and summarizes its experience and lessons. It aims to provide reference for using major sport events in the city brand marketing and image creation in China more scientifically.

[查看全文](#) [查看/发表评论](#) [下载PDF阅读器](#)

关闭

参考文献(共13条):

[1] Trevor Mules. Events Tourism and Economic Development in Australia, in Tourism Management in D. Tyler, M. Robertson & Y. Guerrier, eds[M]. Cities: Policy, Process and Practice, 1998:195-214.

[2] J. P. A. Burns, J. H. Hatch, and T. J. Mules. eds. The Adelaide Grand Prix: The Impact of a Special Event, c.f. Trevor Mules (1998), Adelaide: The Centre for South Australian Economic Studies,1986.

[3] C.M. Hall, 'Imaging, tourism and sports event fever: the Sydney Olympics and the need for a social charter for mega-events', in Sport in the City: The Role of Sport in Economic and Social Regeneration, eds. C. Gratton & I.P. Henry, London: Routledge, 2001:169.

[4] C.M. Hall, 'Imaging, tourism and sports event fever: the Sydney Olympics and the need for a social charter for mega-events', in Sport in the City: The Role of Sport in Economic and Social Regeneration, eds. C. Gratton & I.P. Henry, London: Routledge, 2001.

[5] Trevor Mules. Events Tourism and Economic Development in Australia, in Tourism Management in D. Tyler, M.

文章下载top30

HIDE

- 01 法学视阈下欧洲和北美体育组织...
- 02 国际体育活动及全球体育法中的...
- 03 公共服务均等化视角下上海体育...
- 04 体育视频数据库的制作方案 —...
- 05 上海体育发展的战略环境分析
- 06 国外互联网体育博彩业发展现状...
- 07 肌电图 (EMG) 在运动生物力...
- 08 我国体育学院教育专业排球普修...
- 09 德国和原西德体育电视媒体发展...
- 10 体力活动与代谢健康
- 11 中国体育现代化与体育法制建设
- 12 再论上海竞技体育可持续发展之...
- 13 中国体育法制之殇
- 14 美国《BE ACTIVE K...
- 15 台湾全民运动会的演进历程与特...

文章浏览top30

HIDE

- 01 再论上海竞技体育可持续发展之...
- 02 少年儿童击剑运动员的科学训练
- 03 中国体育法制之殇
- 04 上海竞技体育发展定位研究
- 05 专题导读：体育全球化发展的必...
- 06 我国体育彩票发展现状及对策
- 07 辨析体育现代化概念的内涵与外...
- 08 上海竞技体育可持续发展之路： ...
- 09 体育领域残疾歧视的国际法规制
- 10 体育彩票：公益事业的助推器， ...
- 11 体育彩票彩民网上问卷调查系统...
- 12 女子举重运动员膝关节受伤后的...
- 13 NBA与CBA比赛跳跃步法的...
- 14 张峻旋转推铅球过渡阶段主要关...
- 15 上海市区县竞技体育项目管理发...

被引频次top30

HIDE

Robertson & Y. Guerrier, eds. Cities: Policy, Process and Practice, 1998:195-214.

[6] Western Australian Tourism Commission, c.f. Hall, imaging, tourism and sports event fever, gratton 2001: 169

[7] Ingerson, L. A comparison of the economic contribution of hallmark sporting and performing arts events, in Gratton (2001).

[8] Sonia Francis and Peter Murphy, Sport Tourism Destinations: the Active Sport Tourist Perspective, Higman, eds. Sports Tourism Destinations: Issues, Opportunities and Analysis, Oxford: Butterworth Heinemann, 2005:73.

[9] Ingerson, L. A comparison of the economic contribution of hallmark sporting and performing arts events, in Gratton (2001).

[10] Graham Brown. The Games of the xxvii Olympiad in Sydney (2000). In. M. Weed, Olympic Tourism. (pp. 137-151). Oxford: Butterworth-Heinemann, 2008.

[11] Graham Brown. The Games of the xxvii Olympiad in Sydney (2000). In. M. Weed, Olympic Tourism. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2008:138.

[12] Graham Brown. The Games of the xxvii Olympiad in Sydney (2000). In. M. Weed, Olympic Tourism. (pp. 137-151). Oxford: Butterworth-Heinemann, 2008:149.

[13] Hall, imaging, tourism and sports event fever, gratton 2001: 170

相似文献(共20条):

[1] 许兰,刘苏.基于城市营销的大型体育赛事效能分析[J].体育科技文献通报,2013,21(8):10-13.

[2] 金昱,慕宝贵.大型体育赛事与体育市场营销的研究[J].湖北体育科技,2015(6).

[3] 陈怡,戴健.对市场化进程中大型体育赛事志愿者培训工作的若干问题的思考[J].体育科研,2006,27(3):23-25.

[4] 马成国,季浏.体育赛事的"项目营销"探析[J].成都体育学院学报,2011,37(5).

[5] 刘清早,何琛珏,吴爱君.上海市大型体育赛事市场的开发——以上海市第十三届运动会为重点[J].体育科研,2007,28(2):28-34.

[6] 许彩明,于晓明.我国大型体育赛事微博营销公众参与意愿影响因素的研究[J].体育与科学,2015(1).

[7] 贺峰,王霖.重大体育赛事网络营销行为的法律问题研究[J].吉林体育学院学报,2014(3):42-44.

[8] 庞徐薇,高文倩,郑月平,楼诗予,刘培.上海大型体育赛事与城市旅游业互动的发展模式[J].体育科研,2011,32(6).

[9] 邢尊明.大型体育赛事隐性市场行为模式研究——组织管理学视角且以2008年北京奥运会为例论证[J].体育与科学,2010,31(1).

[10] 张振芳.大型体育赛事物流服务研究[J].物流技术,2012(17):181-183.

[11] 张振芳.大型体育赛事物流服务研究[J].物流技术,2012(9).

[12] 卢晓,泮秀芬.上海发展大型体育赛事旅游研究[J].城市问题,2012(4):42-45,88.

[13] 顾亮.大型体育赛事的运作范式与营销策略[J].体育文化导刊,2006(6):5-7.

[14] 王霖.重大体育赛事隐性营销侵权行为的法律分析[J].河北体育学院学报,2013(3):8-10.

[15] 姚芹.大型国际体育赛事的认知效果[J].体育科研,2008,29(5):44-46.

[16] 陈芳,张晋峰.我国体育赛事营销的品牌塑造[J].山西高等学校社会科学学报,2010,22(9):46-48,79.

[17] 李爱群.体育赛事营销策略的发展研究[J].湖北广播电视大学学报,2007,27(4):97-99.

[18] 刘悦,李燕燕.绿色营销:我国体育赛事"概念营销"的新旗帜[J].湖北体育科技,2011,30(1).

[19] 陈华伟,周龙峰.我国大型综合性体育赛事申办模式的研究[J].山东体育科技,2008,30(4).

[20] 高瑞鑫.我国大型体育赛事专项标准化[J].标准科学,2012(8):28-32.

版权所有：上海体育科学研究所《体育科研》编辑部 沪ICP备12022260号  沪公网安备 31010402002917号

技术支持：北京勤云科技发展有限公司

历史访问量:1987227 今日访问量:596