

体育人文社会学

文章编号:1001-747 (2009)04-0410-03 文献标识码:A 中图分类号:G895.1

长三角地区体育旅游资源的整合系统开发研究*

施芳芳,常德胜

(浙江科技学院 体军部,杭州 310023)

摘要:对长三角地区的体育旅游资源的整合开发进行了系统的研究。研究表明,目前该地区的体育资源开发既存在体制方面的壁垒,又存在开发不科学等技术问题。提出相应的开发对策,以便更好地促进该地区的体育旅游业的健康发展。

关键词:长三角地区;体育旅游;资源;整合;开发

Research on Conformity System Development of Sport Tour Resource in the Yangtse Areas

SHI Fang-fang, CHANG De-sheng

(military & PE Department, Zhejiang Institute of Science and Technology, Hangzhou 310023, China)

Abstract: How to develop the sport tour resource is an important thing. The result shows that the development lies both system question and technology question and so on. For promoting this area's sport tour development, we put forward some corresponding countermeasures in this paper.

Key words: The Yangtse area; sport tour; resource; conformity; development

体育旅游作为旅游的一种分支,成为旅游行业的新亮点。近几年中国在体育旅游方面虽取得了可喜的成绩,但总体上体育旅游资源开发不够,缺乏发展后劲。长江三角洲地区旅游资源十分丰富,区域经济发达,旅游交通网密集,是我国旅游发展程度非常高的区域。建设以上海为龙头的长江三角洲及沿江地区经济带,已被正式列入国家“九五”计划和2010年的远景规划。长江三角洲面临新的机遇与挑战,进入一个新的发展阶段,对长三角体育旅游资源的整合系统开发进行研究,有利于促进我国体育旅游业的健康、规范和快速发展,有利于推进该区域体育旅游经济一体化进程。对打造中国体育旅游的金三角,构建长江三角体育旅游经济圈具有十分深远的意义。

1 长三角地区的体育旅游资源概况

体育旅游资源从狭义上讲是指体育旅游的客体,即体育旅游的吸引物和景点景区;从广义上讲是在自然界或人类社会中凡能对体育旅游者产生经济、社会、生态效益的各种事物与因素的总和。体育旅游资源包括为体育的产生、生存和发展提供适宜的自然空间与各种自然生物圈等自然环境,又包括

有参与、观赏和健身价值的各种各样的体育文化、体育项目、体育游戏,同时还包括为旅游或体育旅游而兴建的服务设施。根据长三角体育旅游资源的特征,可以将其划分为自然资源、人文资源和都市资源三类。

1.1 自然体育旅游资源

江浙沪之地水乡风光明媚、风景如画,自然体育旅游资源优势突出。首先,该区域拥有极为丰富的山体体育旅游资源,如浙江临安的天目山和清凉峰均为国家级自然保护区,浙西大峡谷、大明山等著名的自然景观;衢州的烂柯山、温州的雁荡山、金华的双龙洞,南京的栖霞山等。

其次,河网如织、湖荡众多,拥有富足的水体体育旅游资源。如江苏的洪泽湖、常州天目湖、南京秦淮河与莫愁湖、扬州瘦西湖;浙江的淳安千岛湖、杭州西湖、西溪湿地、宁波东钱湖、武义温泉;上海黄浦江等。

1.2 人文体育旅游资源

作为我国古文明的发源地,长三角地区有着悠久的历史和文化传统。深厚的文化底蕴承载了无数文人骚客的才情,也留下了至多璀璨的历史瑰宝。如绍兴的莲花落、绍剧、越剧,金华的道情、婺剧,江苏

* 收稿日期:2009-02-10;修回日期:2009-04-22

基金项目:浙江省哲学规划办课题(NX05LJ04)

作者简介:施芳芳(1964-),女,浙江永康人,教授,研究方向为高校体育教育与科学研究, E-mail: shifangfang666@sina.com;常德胜(1973-),男,山东日照人,讲师,硕士。

的昆曲。独具地方特色的戏剧演绎了众多流传千古的美丽传说,也为本地区体育旅游的发展提供了深厚的体育文化底蕴与素材。

东海的季候锤炼了一大批仁人志士的胸怀,也铸就了绚烂多彩的人文胜景。西子湖畔的美丽传说,中山陵园的肃静幽雅,苏州园林的恬静秀美等等,无一不让游客驻足忘返。“景以文名”,人文艺术的渗透,以其灵活的表现形式,强烈的艺术感染力,不仅可以提高游人的人文修养,更可提升其旅游价值。

1.3 都市体育旅游资源

上海作为长三角龙头,自然景观和人文景观相对不如江浙地区,但其拥有丰富的都市体育旅游资源。截至目前,已经建成或在建的体育旅游设施有东方绿洲、淀山湖水上运动场、闵行体育公园、F1 赛车场、室内滑雪场等几个体育项目。体育比赛项目,可作为动态的旅游资源代替传统的自然和人文景观来吸引旅游者,带动区域经济、社会经济的发展。

2 长三角地区的体育旅游资源开发的状况

2.1 自然体育旅游资源开发

长三角地区利用周围的山体资源可开发以登山、攀岩、漂流、溪降、野外生存等为主的惊奇探险游;还可利用水体资源开展帆船、帆板、潜水、游泳、赛艇、垂钓、铁人三项赛、水上摩托、龙舟竞渡等的休闲娱乐游项目;其岸边优质的沙滩和充足的阳光为开发沙滩浴、阳光浴、沙滩排球、足球等运动项目等创造了良好优越的客观条件。

目前开发的资源有舟山传统的海上摩托、帆板、沙滩排球、沙滩足球、沙滩汽车等运动项目;无锡在西部山地体育旅游区开发滑翔、探险、攀岩、漂流、蹦极、定向运动、野外拓展训练等项目;湖州开展皮划艇、赛艇、滑水、摩托艇、水上摩托以及风筝滑水等多种水上运动项目;安吉推出攀岩、山地越野、瀑布溯溪等运动。

2.2 都市体育旅游资源开发

目前,长三角地区都市体育旅游资源的开发突出了地域特色,利用自有优势开发多种多样的体育赛事。主要有上海的东方绿洲、淀山湖水上运动场、F1 赛车、大师杯网球赛、国际田径黄金大奖赛;南京高尔夫运动;苏州国际旅游节、苏州轮滑运动;杭州的国际马拉松赛,千岛湖水运动基地。湖州举行的“国际极限运动精英赛”、长兴机场、安吉直升机场推广航空滑翔、空中游览太湖、航空模型竞翔等项目。

3 长三角地区体育旅游资源开发存在的问题

(1) 产品单调,结构不合理,规模小。在目前的开发过程中,没有很好地处理体育和旅游的关系,更多的体育旅游资源的开发是集中在体育自然资源方面和都市资源,忽略了体育人文资源。体育旅游产品结构单一,缺乏尝试刺激的新产品,忽视了游客对参与度、刺激度的需求。

(2) 区域间合作开发较少,开发多处于初级阶段。大部分景区没有将体育资源引入到旅游和商业发展的轨道,缺乏对特色体育旅游资源项目自身内涵的开发利用;在体育旅游的基础设施建设、体育旅游活动的形式等方面,缺乏合作统一的认识、管理和规划,存在有各自为政和区域分割,依据各自区域的价值取向来确定体育旅游发展项目的现象。

(3) 大型体育赛事策划宣传力度不够。大型体育赛事不仅可以改善当地的基础设施和旅游形象,增加到访的旅游者人次,还可以促进当地的经济的发展。据统计,仅上海市 2004 年举办的国际国内赛事就达 100 多项次,国际赛事达 30 余项次。尽管上海举办 F1 中国大奖赛(上海站)、世界乒乓球锦标赛、杭州举办国际马拉松比赛等赛事,但由于组织和宣传力度的不足,并没有达到预期的理想目标。

(4) 体育旅游专门人才缺乏。长三角虽然聚集了各方面的专业人才,但体育旅游业方面的人才远远满足不了体育旅游开发的需求,尤其是地方民族传统体育和古代传统体育方面的表演人才、管理人才和经营人才缺口较大,这已成为制约长三角体育旅游业发展的瓶颈。

4 长三角地区体育旅游资源整合、系统开发的对策研究

为了保证长三角体育旅游的可持续发展,在体育旅游资源的开发的时候应注意以下原则:长久地满足体育旅游者的愿望和不断增长的体育旅游市场需求原则;注重环境保护原则;增进健康与安全保障原则;突出独特性原则;力求经济原则。通过对其科学合理的开发,不仅可以促进和推动体育产业的发展,而且对国民经济和社会发展也有着重大的作用。

4.1 确立科学的指导思想

在整合长三角地区旅游资源的时候要统一思想,系统规划体育旅游市场,加大宣传力度,构建长江三角洲体育旅游信息网络,为海内外投资者提供

体育旅游项目等信息。建立完善的管理制度,消除人为障碍,依法治体,依法发展体育旅游。

4.2 规范体育旅游市场

在市场经济条件下,为促进体育旅游市场的充分发展,要加强区域体育旅游市场的组织和制度建设,改变地区封锁、市场分割的局面,有选择、有步骤地培育并逐步建立完善的区域体育旅游市场。对长江三角洲的体育旅游资源进行调查,制定体育旅游联动发展规划,用规划来促进和保证区域内体育旅游资源的合理开发,实现体育旅游资源的可持续利用。

4.3 加大政府的扶持力度

体育旅游业是新兴的旅游产业,也是可持续发展中要重点扶持的朝阳产业。体育旅游业的健康发展离不开各级政府的重视和支持。在目前初级发展阶段,体育旅游资源的开发还需要各级政府在产业的政策、财税减免、资金投入、项目开发、宣传促销等方面加大扶持力度。

4.4 加强体育与旅游两大产业的相互融合

体育与旅游两大产业相互融合的契机是存在的,若不进行宏观上的整合,很容易形成两驾马车,势必让体育、旅游形成两个独立的分支,这样一是重复建设会产生发展滞后性,不容易形成大产业化发展,所以说两大产业更应该形成一个整体,彼此带动,共同发展。

4.5 构建合理的体育旅游产品体系,实施品牌战略

体育旅游是典型的形象产业,知名度就是生产力,品牌就是效益。长三角地区体育旅游应积极在整合优势旅游资源的前提下,有计划、有步骤地加强体育旅游品牌的策划和运作。同时,有计划、有步骤、多种类地承办国内外有影响力的体育赛事,使其成为有一定国际影响力的体育旅游胜地。

4.6 加快体育旅游专业人才培养

长三角区域在整合发展的过程中,要实施体育旅游人才战略,筑造长三角体育旅游人才高地。在不断加大对地方教育资源投资的基础上,要加大对体育旅游专业人才的培养力度,充分调动和发挥区域内体育院校和旅游院校在培养人才方面的积极作用,培养适应旅游事业发展需要的体育旅游专门人才。

参考文献:

[1]朱红香.体育旅游资源相关概念及开发原则初探[J].山

东体育学院学报,2008,20(2):48-50.

[2]董宏伟,赵丽光.长江三角洲地区体育旅游产业的现状及可持续发展对策的研究[J].吉林体育学院学报,2005,21(3):8-10.

[3]Joseph Kurtzman, Inaugural Address: Sports Tourism International Council[J]. Journal of Sport Tourism, 1993, (1).

[4]贾铁飞,冯亚芬,张振国.长江三角洲地区旅游资源时空结构分析[J].中国人口·资源与环境,2006,16(3):71-75.

[5]中华人民共和国国家旅游局.中国旅游统计年鉴[M].北京:中国旅游出版社,2000.

[6]韩忠培.中国体育旅游资源和体育旅游市场开发研究[J].体育与科学,2005,26(3):39-41.

[7]韩鲁安.社会体育专业增设体育旅游专业方向的必要性和可行性[J].天津体育学院学报,1999,14(1):65-67.

[8]国务院发展研究中心.中国产业发展跟踪研究[M].北京:华夏出版社,2001.

[9]张尚武.区域整体发展理念及规划协调机制探索[J].城市规划,1999,(11):35-41.

[10]沈玉芳,张超.论长江三角洲未来产业整合战略[J].上海经济,2001,(9):22-25.

[11]马宏丽.体育旅游资源的开发策略研究[J].山东商业职业技术学院学报,2006,6(4):7-10.

[12]卞显红.推动长江三角洲城市旅游产品一体化[J].商业时代·理论,2005,(32):66-67.

[13]王志明.体育旅游资源特征探析[J].广州体育学院学报,2006,26(1):125-128.

[14]赵多平.旅游景区(点)空间竞争力评价指标体系构建初探[J].西安财经学院学报,2008,21(6):53-54.

[15]夏海明.长江三角洲区域旅游资源整合的初论[J].改革与战略,2005,(1):18-23.

[16]李晓光.长三角都市旅游圈一体化模式探讨[J].特区经济,2005,(10):176-177.

[17]卢亮,卓民.长江三角洲区域旅游形象设计研究[J].南京师范大学学报(自然科学版),2005,28(3):115-120.

[18]吴贻刚.长江三角洲体育旅游产业整合发展的研究[J].体育科研,2004,25(5):35-38.

[19]于素梅.影响我国不同群体参与体育旅游的因素[J].上海体育学院学报,2007,31(3):24-28.

[20]卢佩霞,徐永盈.长三角地区体育旅游资源开发的战略研究[J].体育成人教育学报,2006,22(3):37-39.

[21]施芳芳,常德胜.长三角地区体育旅游资源开发的现状与存在问题分析[J].体育与科学,2007,28(6):58-61.

[22]韩鲁安.体育旅游对国民经济和社会发展的作用[J].天津体育学院学报,2000,15(2):42-44.