

西部民族地区 体育旅游开发研究

周道平摇张小林摇周运瑜摇著

北京体育大学出版社

摇摇本书为国家哲学社会科学基金项目

“西部民族地区开发体育休闲旅游产业的社

会经济价值与实施对策研究”（批准号：

04070020020001）的阶段性研究成果。

前摇摇言

随着我国社会经济的发展，人们生活水平的提高和余暇时间的增多，体育旅游正进入寻常百姓家，成为人们现代休闲生活的一项重要内容。据统计，目前参加健身与娱乐旅游的人数占国内旅游人数的百分之七十以上。由于存在着这样巨大的市场需求，近几年来，我国体育旅游业发展迅速，社会效益日益显现。面对体育旅游这一良好的发展前景，笔者便自觉不自觉地产生了研究冲动，并在几年前开始关注西部民族地区体育旅游的开发与发展，选择了“西部民族地区开发体育休闲旅游产业的社会经济价值与实施对策研究”作为研究主题，并于2004年获得国家哲学社会科学基金资助。在两年多的研究过程中，课题组成员多次深入广大西部民族地区，就体育旅游的开发情况进行实地考察调研，并就以下问题展开了研究：一是西部民族地区体育旅游开发的支持与制约环境条件；二是西部民族地区体育旅游开发的经济与社会文化效应；三是西部民族地区体育旅游开发现状；四是西部民族地区体育旅游资源、产品与市场开发；五是西部民族地区体育旅游业发展的整体对策与措施。本书是上述问题研究探索的成果汇集，其中的内容、方法、观点乃至资料，可为从事西部民族地区体育旅游开发的地方政府、企业提供借鉴；也可为从事体育旅游研究、教学和学习的同志提供参考。

本书由周道平主持撰写，负责全书从选题、写作大纲的确定和第一、二、

三、八章的撰写工作，以及全书的总纂定稿，张小林撰写第四、六章，周运瑜撰写第五、七章。

本书在撰写中参考了大量书籍和资料，主要参考文献附于书后，并向所有作者表示谢意。同时对北京体育大学出版社给予的支持表示衷心感谢。由于研究水平、时间和掌握的资料有限，书中的内容、观点和文字仍然会有很多值得推敲、斟酌之处，错误、疏漏在所难免，恳请读者和有关专家批评、指正。

作译者

张维源 马源

第一章

绪论

第一节 研究背景及意义

一、研究背景

改革开放使我国的社会经济得到了快速发展，国民的收入水平有了很大提高，人们的思想观念和生活方式发生了深刻的变化。人们已不再仅仅满足于温饱，追求健康，参与健身、休闲旅游已成为人们现代生活的重要内容。体育运动作为现代生活方式的重要组成部分，自然成为人们休闲文化活动的一项重要选择。据统计，我国的体育人口已经接近人口总数的三分之一。城乡居民的体育价值观念基本形成，在经济发达地区，人们已经逐渐形成了“花钱买健康”的观念，加之城乡居民余暇时间的增加，为依附于休闲、健身、娱乐活动的体育旅游提供了越来越丰富的时间条件，这些都为体育旅游业的发展提供了广阔的市场空间。

旅游以其“无污染、高效益、高带动性”的特点越来越受到广泛的关注，随着国家西部大开发战略的实施，西部民族地区也加快了旅游产业开发步伐。从而，以自然风光为依托，以体育资源，尤其是民族传统体育文化资源为主要吸引物的体育旅游产业的发展引起了西部民族各级地方政府的重视。西部民族地区由

于地理环境复杂,加上历史、经济、社会等综合因素制约,与沿海及发达地区相比,西部民族地区相对闭塞,交通不便,社会经济的发展明显滞后。然而,大概也正是由于这些传统社会经济发展制约因素的存在,造就和保存了许多原始、奇秀、古朴的自然景观、人文景观和民族传统体育。在这些地区,优美的自然环境和安宁的生产生活方式、社会结构、风俗习惯以及富有民族特色的健身运动形式等构成了丰富的体育旅游资源,其中不乏许多惟我独有,无论在国内还是在海外旅游市场上都是高品位的旅游吸引物。这些宝贵的旅游资源为西部民族地区体育旅游产业的发展提供了有利的条件。

随着改革开放的不断深入,作为西部民族地区最具比较优势的体育旅游资源得到了部分的开发,其旅游产品大都受到消费者欢迎,其社会经济价值也日趋显现。实践证明,近些年来体育旅游业的发展不仅为这些民族地区的财政收入作出了贡献,而且带动了当地相关产业的发展,在帮助民族地区脱贫致富方面成效明显,到今天,体育旅游业已经成为这些地区最具活力的行业之一。毋庸置疑,体育旅游产业开发,无论是在促进西部民族地区的社会发展还是经济繁荣方面都有着积极的价值。

然而,很多现实同时也证明,体育旅游产业在西部民族地区的发展过程中,因开发不当,或由于缺乏良好的规划和有效的管理而导致的各种消极效应也开始出现并逐步显示出其潜在的威胁。如体育旅游资源遭到破坏,环境受到污染,民族传统体育文化失传,传统生活方式受到冲击等。这种状况在边远贫困民族地区的体育旅游开发活动中表现得尤为突出。这说明,体育旅游活动在促进旅游目的地社会经济发展的同时,也会给当地带来一系列的负面效应,如果不对这些负面效应给以必要的重视,不仅体育旅游产业发展的可持续性受到影响,也可能给当地社会经济的可持续发展带来不良影响,因此,必须重视西部民族地区体育旅游产业开发的社会经济价值研究。同时,为了充分挖掘、利用体育旅游产业的积极价值,克服负面影响,保证这一新兴产业健康持续发展,选择科学合理,符合西部民族地区实际的产业发展思路与对策便显得十分关键。

其于以上认识,我们进行了本课题的研究。并重点探讨以下问题:如何使体育旅游的开发和西部民族地区的社会文化发展相互促进?如何通过开发体育旅游产业促进西部民族地区经济的可持续发展?以及体育旅游自身在西部民族地区得以持续发展下去的思路与对策?本研究期望能通过对上述问题的探讨,以寻求体育旅游产业开发与西部民族地区社会经济良性发展的相互作用规律,这是本课题研究的主要目标。

二、研究意义

体育旅游具有健身、休闲娱乐和调节情感等多重功能，是塑造人们健康体魄和美好心灵的一条重要途径，也是对传统旅游的重要补充。它集观光、娱乐、健身、度假、购物、商务活动等为一体，具有广泛的社会经济价值和发展前景。面临西部大开发这一历史机遇，对西部民族地区的体育旅游产业发展理论与实践进行研究，探寻体育旅游开发与西部民族地区社会经济互动发展规律，使各级政府制定社会经济发展规划时，充分考虑体育旅游产业发展的社会经济价值，并将其视为促进社会进步，经济增长的重要因素加以规划和引导，这对加快西部民族地区的经济建设和社会发展步伐，推进西部民族地区小康社会的建设进程，具有重要的历史意义和现实意义。

第二节 研究论域及方法

一、研究论域

当人们以一种似乎熟悉，但同时又不完全清晰的眼光扫描政府报告，学术文献，新闻传媒等载体中出现的某些名词时，可以完全不顾及它所具有的准确涵义，并作为一般名词加以认识。然而，当我们涉及到具体的研究时，则需明确相关研究概念的涵义。这是因为研究概念不仅确定某一研究工作的指涉对象，成为构建命题的基本单位，更重要的是明晰论域，规定论证的逻辑起点。为此，笔者将就本研究的主题，即“西部民族地区”和“体育旅游”两个基本概念进行界定，以明确本研究的研讨范围。

（一）西部民族地区的确定

改革开放以来，我国各领域的体制与相应的运行机制均有了深刻的变化，这种变化从不同的标志进行分类，可以体现在多方面的情况。在 20 多年的改革开放过程中，不仅存在阶段性发展特征，同时在不同阶段区域之间的发展特征也逐渐呈现出来。在这样的发展背景下，无论在社会学领域，还是在经济学领域，人们自然对区域的社会经济发展产生了研究热情，并在社会经济的研究中提出了西

部民族地区这一地域概念。

我国研究民族地区社会经济发展的黄保勤教授在《西部民族地区经济社会状况与发展研究》^①一文中指出：“我国少数民族地区，从行政区划层次看，主要包括内蒙古、新疆、西藏、宁夏、广西5个自治区和四川、贵州、云南、甘肃、青海5个省份。10省区管辖的县（旗）市共582个，占全国自治县（旗）市总数的90.4%；自治地方人口占全国自治地方总人口的87.9%；少数民族人口占全国少数民族总人口的86.9%。从地理区位角度看，10省区主要分布在西部，故称西部民族地区”。1997年中国统计出版社出版的《中国统计年鉴》中也将上述10省区划归为少数民族地区。重庆市由于是1999年7月1日才从四川省划分出来的直辖市，自然属于西部民族地区。陕西省由于地处西部，少数民族人口同样较多，并具有与上述省区相似的社会经济基础。因此，本课题也将其归入西部民族地区。国家民委研究中心众多专家在2001年组织编写的《西部开发战略丛书》中强调：西部大开发的实质，从某种意义上说就是西部民族地区的大开发。故本课题研究中所指涉的西部民族地区的范围就是上述12省区。

（二）关于体育旅游的界定

近年来，国内学者关于体育旅游内涵的讨论很多，他们从不同的角度进行了多种界说，可谓仁者见仁，智者见智。较为权威的解释有2000年6月出版的新版《体育大字典》：体育旅游是“以欣赏、观看或参与体育活动为内容的旅行游览活动”^②。这种解释虽简单明了，是否涵盖了体育旅游的全部，还值得讨论。如参加体育旅游活动的目的是什么，就不是很清楚。朱克梅认为，体育旅游从狭义上讲，它是以参加各类体育竞赛、会议、交流等为主要目的旅游；从广义上讲，是以各种球类运动和水上水下运动、各类探险活动、康体休闲运动、汽车自行车越野、狩猎骑马、棋牌武术等为主要目的和内容的旅游，是旅游科学与体育交叉渗透而产生的一个新领域。^③王桂忠认为，体育旅游是指参加以游泳、滑冰、漂流、登山、徒步、探险、自驾车等康体活动为主要内容的旅游活动。^④上述两位学者重点解释了体育旅游的内容，而没有阐述体育旅游的目的及其本质。

① 《民族研究》1999年第五期

② 陈安槐，陈荫生. 体育大辞典第29页，上海辞书出版社，2000.06

③ 朱克梅. 体育旅游项目问题初谈 [J]. 体育与科学，2000.02

④ 王桂忠. 韶关体育旅游的现状与发展对策 [J]. 韶关学院学报，2002.01

韩鲁安认为, 体育旅游是指旅游者在旅游中所从事的各种体育娱乐、健身、竞技、康复、探险和观赏体育比赛等活动与旅游地、旅游企业及社会之间的关系总和, 是体育与旅游交叉融合而产生出的具有旅游和体育特点的新型产业。^① 唐国梁认为, 体育旅游从广义上可以概括为: 旅游者在旅游中从事的各种身体娱乐、身体锻炼、体育竞赛、体育康复及体育文化交流活动等与旅游地、体育旅游企业及社会之间的总和; 狭义上解释为: 为了满足和适应旅游的各种体育需求, 借助多种多样的体育活动, 并充分发挥其诸多功能, 使旅游者身心得到锻炼。他们从产业的角度给体育旅游进行了广义上的界定。^② 黄燕飞在肯定上述观点的基础上, 还进一步解释说, 无论广义的体育旅游还是狭义的体育旅游, 然其社会本质而言, 都是一种社会经济活动和社会文化活动。尤其是它的社会经济作用在现代体育中表现得极其活跃和与众不同, 并具有强大的生命力, 同时也是体育产业化、商品化的重要内容。体育旅游使社会主体——人(旅游者)与自然、社会和谐统一, 这就是体育旅游的本质内涵。^③ 黄贵认为, 体育旅游是指旅游者参加或观赏各类健身娱乐、体育竞技、体育交流等为主要目的的旅游。它可分为两类: 参与性和观赏性。^④ 汪德根等认为, 体育旅游是以体育资源和一定的体育设施为条件, 以旅游商品的形式, 能为旅游者在旅行游览过程中提供融健身、娱乐、休闲、交际等各种服务于一体的经营性项目群。人们通过休闲体育旅游、健身体育旅游、体育观光旅游、刺激体育旅游和竞技体育旅游等动机来满足旅游需要。^⑤ 孙东海认为, 体育旅游不仅是指从事各种体育娱乐、健身、竞技、康复、探险等活动为内容的旅游, 还指体育专业人士或体育爱好者以参与和观赏体育竞技、参加体育大会及体育交流等为目的的旅游, 是旅游科学与体育科学相互交叉渗透而产生的一个新领域。^⑥ 谭白英则认为, 体育旅游, 即以非盈利为目的, 离开家庭所在地, 前往某一目的地参与或观摩相关体育活动为主要内容的主题旅游。它是体育产业与旅游产业结合的产物, 具有集体育竞技与旅游观光于一体的特性。^⑦ 杨红伟认为, 体育旅游是以旅游商品的形式, 为旅游者在旅行过程中提供各种服

① 韩鲁安, 等. 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, 2000.02

② 唐国梁. 云南省体育旅游产业初探 [J]. 曲靖师专学报, 2000.06

③ 黄燕飞. 我国体育旅游发展前景初探 [J]. 体育文史, 2001.02

④ 黄贵. 初论我国体育旅游发展的战略 [J]. 湖北体育科技, 2001.03

⑤ 汪德根. 体育旅游市场特征及产品开发 [J]. 旅游学刊, 2002.01

⑥ 孙东海. 湖北省发展体育旅游的前景分析 [J]. 河北师范大学学报(自然科学报), 2002.03

⑦ 谭正英, 等. 体育旅游在中国的发展 [J]. 体育学刊, 2002.03

务的各种活动。它既是一种经济事业，又是一种文化事业。^① 张同宽认为，体育旅游是以体育为特色项目的旅游活动。就其本质而言体育与旅游同属社会文化活动。^② 张鲲则将体育旅游界定为：从广义上讲，体育旅游是人们在空暇时间内赴异地旅游时，通过观赏性或体力性或智力性体育旅游活动达到健康休闲、增强体质、锻炼意志、陶冶情操，获得身心满足的过程；从狭义上讲，体育旅游则仅指在异地的、以亲身参加（体力性）为特点的各种陆地、水中、空中的体育比赛、表演、健身与探险活动，它在目的、内容上都与体育旅游有着本质区别。^③ 史斌等认为，体育旅游是借助多种多样的体育活动，并发挥体育的诸多功能，供旅游者在旅游中从事各种身体娱乐、身体锻炼、体育竞赛、体育康复以及文化交流活动。他并进一步阐述道，体育旅游集休闲、娱乐、健身旅游等功能为一体，通过旅游能满足人们与自然的融合（自然、环保、生态、健身）和对自然的挑战（积极、勇敢、愉悦、刺激）心理，从而达到回归自然、增长知识、释放压力、寻求刺激、丰富社会文化生活等多种目的。^④ 综上所述，学术界对体育旅游的界定，大都从体育旅游的内容、分类、目的方面加以阐述。

笔者认为体育旅游的内涵应从四个方面加以阐述。第一，体育旅游首先应是一种旅游行为，是人们利用空暇时间到惯常环境之外的地方旅游，这是体育旅游与一般体育活动的主要区别；第二体育旅游是以人们观赏或参与各种体育活动为内容的旅游，这是体育旅游与一般旅游活动的区别所在；第三就其体育旅游的目的而言，是指人们通过旅游而获得心理满足、强身健体和增加人们之间的相互交流，最后，体育旅游就其本质而言是一种社会文化活动。因此，我们可以对体育旅游的内涵做如下界定：体育旅游是人们利用空暇时间到惯常环境之外的地方旅游，通过观赏或参与各种体育活动，以达到促进身心健康，加强人们之间相互交流为目的的一种社会文化活动。

二、研究方法

课题采用了文献研究、实地考察、专家访谈、逻辑分析等研究方法。在研究中检索了中国期刊全文数据库（web）、万方全文数据库、中国重要会议论文集

① 杨红伟. 四川省体育旅游市场的优势分析及开发策略 [J]. 成都体育学院学报, 2002. 03

② 张同宽, 等. 舟山市体育旅游市场的优势及开发策略 [J]. 浙江体育科技, 2003. 06

③ 张鲲. 关于我国开展体育旅游的市场分析 [J]. 北京体育大学学报, 2003. 05

④ 史斌, 等. 对开发西部体育旅游资源的初步研究 [J]. 广州体育学院学报, 2003. 06

全文数据库, 吉首大学图书馆、湖南师范大学图书馆、中南大学图书馆、北京体育大学图书馆、西北师范大学图书馆、广西师范大学图书馆, 国家体育总局信息所 (SPORTS) 数据库等; 查阅了前人在旅游、体育、民族、社会和经济科学等方面的相关研究成果; 实地考察了广西桂林、南宁、云南昆明、丽江、大理, 四川成都、攀枝花, 宁夏银川, 甘肃甘南、敦煌, 青海西宁、青海湖等地区体育旅游产业开发的环境、现状、社会经济价值、以及未来发展前景等问题; 访问了北京体育大学、广西师范大学、西北师范大学、吉首大学等有关专家 15 余位, 与他们就本课题研究的相关问题进行了较为详细的探讨, 并组织课题组人员参加了在西宁市召开的全国第七届少数民族运动会的科学论文报告会, 2004 年、2005 年中国体育管理科学大会, 东方民族传统体育文化科学论文报告会等相关活动, 与众多相关专家学者进行了交流探讨。

第二章

西部民族地区体育旅游开发的环境条件分析

体育旅游开发环境条件是指影响体育旅游开发经营的各种自然、经济和社会因素的总和。通过对西部民族地区体育旅游开发环境的综合考查分析发现，西部民族地区开发体育旅游产业既有良好的支持环境条件，同时也存在多方面的制约环境因素。正确认识其产业开发的环境条件是促进西民族地区体育旅游产业发展的前提。

第一节 西部民族地区体育旅游开发的支持环境条件

一、西部旅游产业发展迅速，为体育旅游产业发展提供良好平台

与东部省份相比，西部旅游业发展总体起步虽较晚，但发展势头强劲。尤其是近年来，旅游产业开发受到西部各省市的高度重视，各省不断健全旅游管理机构和旅游发展政策，改善旅游投资环境，拓宽融资渠道和加大投入力度，从而使西部地区的旅游业平均发展速度超过了全国水平。如图 2-1，在“九五”期间，除个

别省区外，西部的各项速度指标都高于全国的平均水平。当前，西部已有重庆、四川、贵州、云南、西藏、宁夏、新疆等近 10 来个省市将旅游产业列为国民经济的支柱产业或第三产业中的先导产业进行培育和发展，这充分说明了旅游产业在西部社会经济发展中的潜力和地位。而在西部开展的户外旅游资源中，如高山、峡谷、河流、沙漠等都是开展体育运动与休闲旅游活动的优质资源；在西部民族节庆旅游活动中，包含了许多民族体育文化等旅游活动。据调查显示，目前，参加体育、健身和娱乐旅游活动的人数约占国内旅游者人数的 73.53%。因此，西部旅游业的迅猛发展将为西部体育旅游业的开发提供强大后劲与支撑平台。

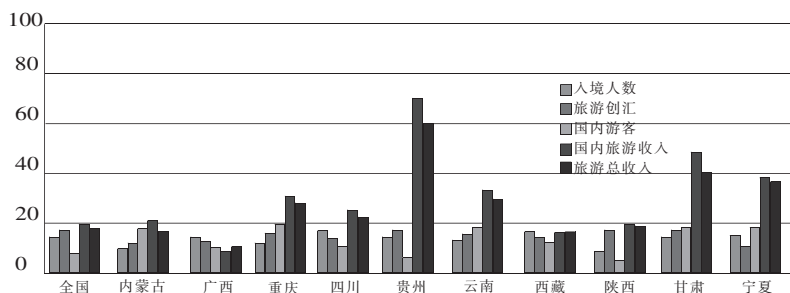


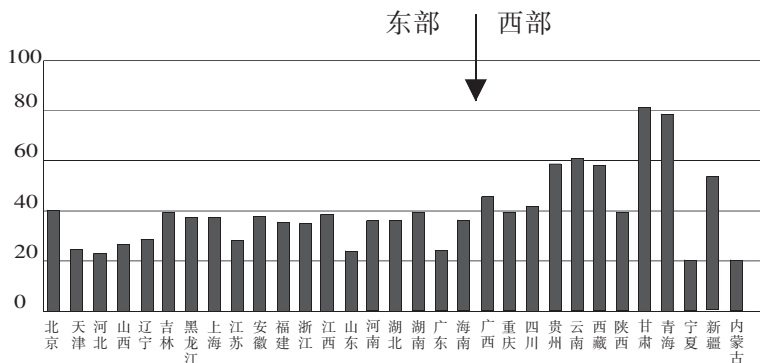
图 2-1 全国及西部部分省(市、区)“九五”期间旅游业发展增长速度(%)

二、体育旅游资源是西部民族地区优势资源和特色资源

首先，西部民族地区具有大量丰富且具有垄断性的体育旅游自然资源。西部民族地区独特的地理环境造化出千姿百态、雄奇壮丽的自然景观，形成了以高原、峡谷、盆地为主体的完全不同于东部以平原、丘陵、三角洲为主体的自然景观组合。从而也形成了大量适于开展极限、攀登、冰雪、漂流、探险、穿越等活动的高品质户外运动与休闲旅游资源，同时也适于开展各种户外体育比赛项目。如利用西部民族地区众多的山地资源开展自行车、登山等旅游活动；利用丝绸之路古道和大漠戈壁开展各种汽车、摩托车拉力赛；利用高原气候等特征，组织高原训练和竞赛等。

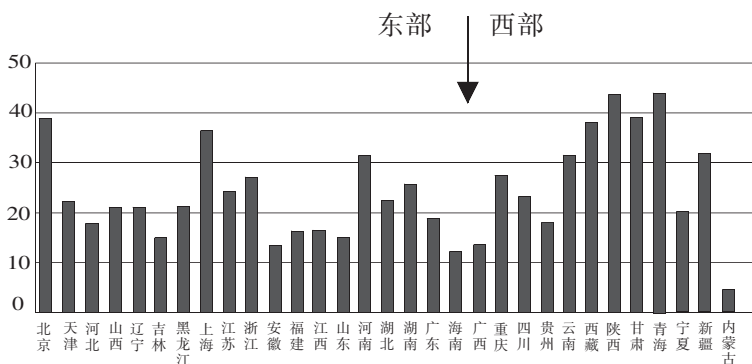
其次，西部民族体育文化旅游资源丰富独特。由于历史等原因，西部一直是少数民族聚居地，在数千年社会变迁中，西部众多少数民族各自保留着其独特的文化习俗和民族风情，创造出绚丽多彩的民族文化、悠久的民族史，以及浓郁的民族风情景观。而其中的民族体育文化活动更是数千年来民族文化的一道亮丽风景线，

是西部民族传统习俗和民俗风情的重要组成部分。据统计，西部民族传统体育项目共有 700 多项，因此无论是与少数民族人们生活密切的射弩、轮子秋、叼羊、姑娘追、骑毛驴等体育项目，还是蒙古族的那达慕大会、苗族龙舟节、侗族的赶歌节等民族节庆活动，由于其独特性和稀有性而对游客产生强大的吸引力。根据国内魏小安等著名旅游学者的调查显示（见图 2-2、2-3、2-4），除个别省区外，西部民俗风情、文化艺术和自然旅游资源的吸引力明显大于东部地区。



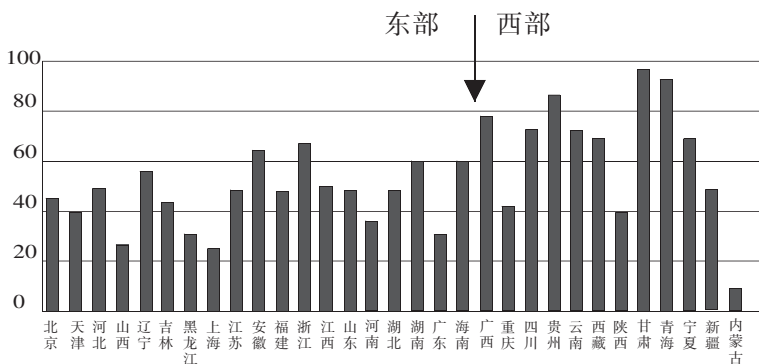
资料来源：“西部开发旅游发展战略”

图 2-2 国外游客对各省市区民俗风情的兴趣比较 (%)



资料来源：“西部开发旅游发展战略”

图 2-4 国外游客对各省区、对文化艺术的兴趣对比 (%)



资料来源：“西部开发旅游发展战略”

图 2-3 东西部自然旅游资源对游客的吸引力对比

三、西部大开发战略的实施，为体育旅游发展提供政策法规、财政等支持

党和国家的西部大开发战略的实施，无疑为西部体育旅游的发展提供了非常难得的历史机遇，使得加快体育旅游等西部新兴和特色产业发展的内在要求与国家发展西部的战略不谋而合。一方面，为了实施西部大开发战略，国家在基础设施、产业发展政策、资金投入、人才等方面向西部地区倾斜，为西部体育旅游产业的发展提供了良好的资金、人才、旅游基础设施等方面的物质条件；另一方面，西部大开发是个系统工程，需要寻找突破口，而整个旅游产业具有开放度高、关联性强，又是劳动密集型行业，符合边远地区劳动力素质低的实际情况，所以旅游产业已被作为西部大开发的一个重要切入点，而作为西部旅游业中颇具特色和魅力的体育旅游产业也必将得到强劲发展。当前，国务院已做出了扶持西部旅游业的决定，将每年发行 10 亿国债支持西部旅游开发，国家旅游局、国家计委、国务院西部开发办还联合编制了《西部旅游投资规划》（2003—2007），提出了一批西部地区旅游优先发展项目，并向海内外发布《西部旅游投资项目指导目录》，这其中不乏与体育旅游有关的项目。此外西部地方政府也非常重视，纷纷出台相关加快旅游发展的决定（如表 2-1），甚至建立旅游专项资金。

表 2-1 西部地区关于加快旅游业发展的地方性法规、政策

省区	年份	发布机构	名 称
陕西	1985	省委	关于大力发展旅游业的决定
	1995	省政府	关于陕西省加快发展旅游业的决定
	1998	省委、省政府	关于深化旅游体制改革、加快旅游业发展的决定
云南	1992	省政府	关于大力发展旅游业的意见
四川	1993	省政府	关于加速四川省旅游业发展有关问题的通知
	1998	省委、省政府	关于加快旅游业发展的决定
新疆	1995	政府	批转自治区旅游局关于加快旅游业发展的通知
西藏	1996	政府	关于加快发展旅游业的决定
甘肃	1997	省政府	关于加快旅游业发展的决定
重庆	1998	市委、市政府	关于培育和发展旅游业发展的 14 条政策措施
青海	1998	政府	关于加快旅游资源开发的若干决定
宁夏	1999	政府	关于加快旅游业发展的决定
内蒙古	1999	党委、政府	关于加快旅游业发展的决定
广西	1997	党委、政府	关于加快旅游业发展、建设旅游大省的决定

资料来源：《旅游调研》及各省区市旅游局有关文件。

四、国民经济发展迅速，体育等新兴旅游消费市场潜力巨大

随着国家改革开放的深入和全面建设小康社会步伐的推进，国内人们的生活水平大大提高，业余时间不断增加。尤其是 90 年代以来，我国城乡居民消费的恩格尔系数逐步下降（见 2-2），城镇居民由 1995 年的 49.9% 下降到 2001 年的 37.9%，表明城镇居民生活水平已经进入小康阶段，开始向富裕生活接近；农村居民恩格尔系数由 1999 年的 58.6% 下降到 2001 年的 47.7%，表明农村居民生活已基本解决温饱问题，基本进入小康社会。另据 1997 年国家统计局的调查显示，城镇居民在教育、文化、娱乐服务方面的支出比重已经由 1996 年的 11.6 增加到 16.2%，消费支出额增加了 20%—30%。城镇居民不仅具备了体育休闲消费支出的可能，而且已出现了体育旅游消费活动。

表 2-2 1995—2001 年中国城乡恩格尔系数表

年代	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
农村	58.6	56.3	55.1	53.4	52.6	49.1	47.7
城镇	49.9	48.6	46.4	44.5	41.9	39.2	37.9

资料来源：《中国统计年鉴》2002 年

同时，自从 1999 年以来，国家采用新的休假制度，大大增加了人们业余休闲和娱乐时间。这意味着人们从此有更多的时间参与健身和娱乐。当前，城市人口有 1/3 时间处于休闲状态，城市资源的 1/3 将转向休闲产业。因此，随着现代工作和生活节奏的加快，压力的不断增加，人们迫切需要在余暇时间进行放松和舒展，调节身心平衡，因而参与体育运动与休闲旅游活动正成为日益时尚的消费选择。随着国内人民收入的提升，生活水平的改善，余暇时间的增多，体育旅游活动将成为作为现代人和文明人生活方式的必然选择，从而为西部古朴纯真的西部体育旅游产业发展提供巨大的国内市场条件。

五、加入 WTO 背景下，西部民族地区具有开发国际体育旅游市场的区位优势

据世界旅游组织预测，到 2010 年，中国将成为世界第一大旅游接待国和第二大旅游客源国。发展国际旅游业务将为国内旅游业提供更广阔的空间。尤其在中国加入 WTO 后，将进一步开放旅游市场，扩大国际客源，加快中国旅游业与国际接轨的步伐。旅游业是中国开放最早的产业，国家一直给予西部旅游较大的政策发展空间，有比较固定的客源和资本来源，承受冲击的能力增强，使西部体育旅游业面临加入 WTO 后迅速发展的良好环境与机遇。

我国西部位于亚洲大陆的中心部位，与南亚、中亚、东欧等联系方便；西部是我国少数民族聚居地，而这些民族与国外联系很多，如新疆与中亚的哈萨克族、宁夏与国外的穆斯林民族，西藏与东南亚国家等联系密切。中国加入 WTO 后，使境外体育旅游者可以方便地进出西部。如图 2-5，以前东南亚等地旅游者进入西部通过北京上海等地周转才能进入西部，如今西部将转变为中国开发国际旅游业的中心地带之一。因此，西部充分发挥体育旅游资源优势前提下，具有发展国际体育旅游市场的重大区位优势。如 2002 年拉萨—加德满都汽车集结赛，这一集结赛是由国家体育总局、汽车运动联合会和西藏体育局及尼泊尔王国观光文化民航部共同主办的大型跨国界汽车运动赛事；2002 年青海西宁市与俄罗斯

乌德穆尔特共和国伊热夫斯克市缔结友好城市，双方积极开展文化、体育、卫生、旅游等领域的交流与合作。

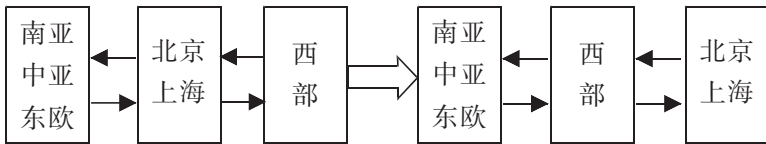


图 2-5 情逸致南亚、中亚、东欧旅游者进出西部转变示意图

第二节 制约西部民族地区体育旅游开发的环境因素

一、体育旅游开发观念落后，资源本底不清

西部民族地区体育等旅游资源十分丰富，不少的资源具有原始性、唯一性和垄断性，这是自然和历史留下的宝贵财富，但有了资源不一定能实现产品化，有了产品化不一定能实现产业化。西部民族地区旅游业的落后，更多地体现在思想观念的落后。国内曾有郭来喜等旅游规划专家指出，西部旅游产业发展最重要的制约因素是思想观念。在西部民族地区，人们对“旅游”的概念还相当模糊，甚至出现管理者把旅游产业当娱乐业来抓。旅游从业人员缺乏主动开拓市场的能力，市场开发观念淡薄。

而对于体育旅游业而言更是如此。一方面，体育旅游业在西部民族地区乃至整个国内都还是个新兴产业，还处于培育和起步阶段，人们对体育旅游的本质、特征和意义认识非常浅薄，在国内的旅游类学术著作中很少谈及体育旅游类别，对体育旅游的专论非常少，对体育旅游的研究缺乏深入性和系统性。同样，西部各部门和地区对本区域发展体育旅游业的潜力、政策措施、管理职能没有完全定位，旅游企业对体育旅游业务缺乏重视；另一方面，人们对西部民族体育旅游资源的独特优势和潜力认识不足，从而导致体育旅游资源开发建设迟缓，资源开发利用程度低。就目前而言，西部民族地区体育旅游资源开发量还不到其潜力的十

分之一，单青藏高原地区可开发量就非常大。体育旅游投入低，缺乏计划系统的体育旅游开发建设。很多体育旅游开发仅仅是设门票，没有全面系统的旅游景区内容介绍，只能进行基本层次的体育观赏性游览，这种状况实际上是对西部民族地区体育旅游资源的浪费。

此外，对西部民族地区体育旅游资源本底不清楚，也进一步限制了西部民族地区开发体育旅游业的信心和决心。由于对西部民族地区体育旅游资源缺乏全面系统的普查和评价，对整个体育旅游资源的数量、质量、种类、范围、自然环境、开发价值、客源前景都还没有一个全面科学的统计和分析，因而不利于西部民族地区体育旅游的国内外比较和综合评价，也不能为体育旅游资源的合理开发利用提供准确可靠的依据。资源观上的浅层次，使得体育旅游资源的综合利用长期受到忽视，没能得到足够的重视。

二、西部民族地区经济发展水平落后，城镇化水平低

西部地区由于历史地理等原因，一直处于经济文化落后状态。同时，自从我国改革开放以来，国家经济发展战略由“均衡发展”转向“非均衡发展”，国家发展重心向东部倾斜，相对而言，广大西部地区在政策、资金和人才等多方面受到削弱，与东部发展的差距进一步拉大。从表 2-3 可看出，1998 年东部地区人均国内生产总值的平均值为 11533 元，西部仅为 4145 元，只相当于东部的 36%，即 1/3 略多。东部最高的地区上海为 28253 元，是西部最低省贵州的 12.06 倍。这说明我国西部民族地区的经济发展水平离全国尤其东部的差距很大。

西部民族地区社会经济的落后也造成了西部民族地区城镇化水平低。城镇作为区域人居中心、交通中心、经济中心和知识创新中心，对区域社会经济发展和区域产业的开发具有重要意义。西部民族地区经济发展和城镇化水平制约着对体育等旅游产业的培育和开发。一方面，它们制约着区域社会的市场化、法制化和对外开放进程；另一方面，它们严重制约着本地区的体育旅游消费主体和投资主体。

表 2-3 1998 年东西部人均国内生产总值 (元)

东部地区		西部地区	
省 区	人均国内生产总值	省 区	人均国内生产总值
北京	18482	重庆	4684

天津

14808

四川

4339

续表

东部地区		西部地区	
省 区	人均国内生产总值	省 区	人均国内生产总值
河北	6525	贵州	2342
辽宁	9333	云南	4355
上海	28253	陕西	3834
江苏	10021	甘肃	3456
浙江	11247	青海	4367
福建	10369	宁夏	4270
山东	8120	新疆	6229
广东	11143	西部平均	4145
海南	6022	东部平均	11533

资料来源：《中国经济年鉴》1999年（西部缺西藏、广西和内蒙古数据）

三、西部民族地区教育文化发展滞后，人才缺乏

西部民族地区是我国少数民族聚居区，这里既有地域辽阔、资源丰富的自然优势，同时又由于受地理以及人文等多方面因素的影响，文化教育相对落后。目前从全国范围来看，西部民族地区不仅没有一个省区整体达到“两基”（既基本普及义务教育，基本扫除青壮年文盲）的验收标准，而且西部广大贫困地区和少数民族地区“两基”工作，还远远落后于全国的发展水平。同时与发达地区相比，存在受教育机会不公平的问题，西部各省区高中升学率普遍低于全国水平。因此西部民族地区的教育水平和人口素质远不能适应西部大开发目标的要求，将严重制约西部经济发展和产业开发。据1998年统计，不包括广西和内蒙古，西部民族地区10省（区）市现有旅游院校909所，仅占全国的15.4%，在校学生233797人，仅占全国的14.2%。在西部民族地区只有成都体育学院和西安体育学院培养体育产业经营管理人才，仅有成都体育学院招收体育旅游本科专业人才。所有这些都与西部民族地区的体育旅游资源优势是很不相称的。西部民族地区缺少旅游专门人才，尤其是体育旅游经营与管理人才具有多方面的原因：首先是西部民族地区缺乏灵活有效的人才机制，在吸引、聘用、培养人才等方面仍保持传统计划经济模式，缺少宽松的环境，优厚的条件来吸引人才，而是采取硬性的制度来管理、约束人才，人才缺乏合理流动；二是西部民族地区高教规模普遍偏小，既不能满足西部民族地区发展对人

才的需求，也无法满足公众接受高等教育的需求；三是西部民族地区环境较差和待遇低下，导致大量旅游人才外流。

四、交通设施落后，可进入性差

旅游交通设施短缺是制约西部民族地区体育旅游快速发展的首要瓶颈。到 1998 年底，西部民族地区国家铁路营业里程，内河航道里程，等级公路里程分别只占全国的 23.95%、11.5%、26.41%，与西部民族地区广阔的地域形成明显的反差。

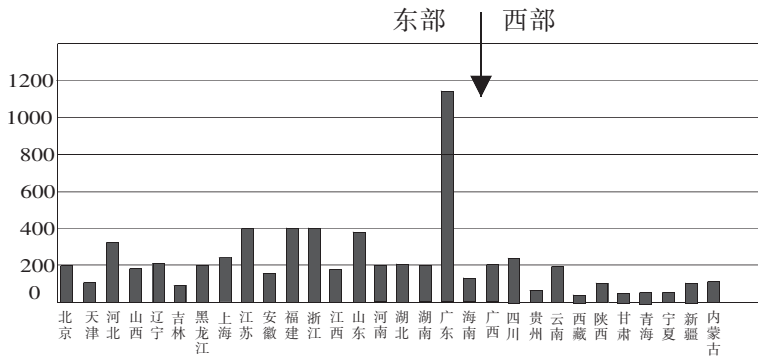
区内旅游景区与周边的旅游中转城市亦缺少快捷的直达班车，旅游进出不便，制约着景区开发和客源腹地的拓展。西部民族地区由于区位的原因，本身就远离国内沿海地区的主要旅游客源地，加上机场、铁路、公路等交通运输设施不发达，西部铁路和公路交通网线稀疏，机场数量少，吞吐能力十分有限，旅游业发展受到极大的制约。敦煌、九寨沟、青海湖、西藏等地区，旅游吸引力很大，但游客数量增长不快，就是受交通的制约所至。如四川著名景区碧峰峡，在成都至雅安高速公路开通前一直没有形成接待能力，开通后迅速发展为康复、休闲、极限体育、度假于一体的大型体育生态旅游区。

西部民族地区交通设施建设对于体育旅游产业的开发更是意义重大，登山、漂流、探险、极限运动、山地自行车无不是在远离交通中心的荒郊野外，并使得开展跟踪、救援等服务的难度加大。随着西部大开发战略的实施，西部民族地区交通设施建设将得到迅速发展，然而由于地理、历史等原因，交通通讯等基础设施还将在今后相当长的时间内制约西部民族地区体育等旅游产业的快速发展。

五、体育旅游服务设施不完善

西部民族地区整体的基础设施比较差，尤其是由于省（区）间经济实力的不同，对基础设施的投资力度也不同，甘肃、贵州、西藏、青海、宁夏、投资规模比较小，累计投资在 100 亿元以下（图 2—5），投资差距导致了区域基础设施发展水平的差距拉大。体育旅游目的地应能向旅客提供以满足其体育旅游活动所需要的全部服务，包括体育旅游路线中的各种吸引物，沿线所提供的交通、住宿、餐饮、休闲健身等各种设施和服务等等。但由于开发程度低以及资金的匮乏，西部民族地区的基础设施和住宿接待设施普遍落后，不够完善。相当一部分宾馆、饭店、健身场所等设施陈旧，数量少，配套不完善，严重削弱了接待能力，在沿海地区部分地方建设出现结构性失调的同时，广大的西部民族地区却存在接待设施不足的情况。截

止 1998 年底，西部大部分省区都还没有五星级宾馆，远远滞后与实际需求和未来发展的需要。软件建设跟进也比较慢，配套性服务尚处于低水平状态，数量少、级别低、设备简陋，不能满足游客日益增长的消费需求。



资料来源：“西部开发旅游发展战略”

图 2-5 1991-1998 年省内交通通信基本建设投资规模(重庆并入四川)(亿元)

六、季节性和高原环境的不利影响

西部民族地区除云南、贵州和四川部分地区外，大部分地区都存在着体育旅游旺季短、淡季长的明显问题。特别是西北地区的中部和西部，淡季长达 5—6 个月，在此期间，体育旅游人数寥寥无几，设施大量闲置；而旺季集中在 6 月中旬到 9 月中旬的 3 个月，此时旅游者纷至沓来，人满为患，服务设施和交通高度紧张。

西部地势高亢的高原环境既是宝贵的体育旅游资源，同时也使一些游客产生了畏惧心理。高原的气候条件对游客的身体状况提出了一定的要求。此外，高原生态环境的脆弱性也对体育旅游业的发展提出了很高的要求。

总体上，西部民族地区体育旅游开发虽已起步，有了一定的发展，但缺乏理论准备和实践积累。西部民族地区体育旅游开发应正确认识自身的现实环境条件，在充分利用资源、政策倾向、巨大市场前景、区位等优势前提下，充分认识自身发展的外部制约条件，为体育旅游开发实践和理论探索提供现实依据，从而既积极加快西部区域体育旅游资源开发力度，促进其市场化和产业化步伐，又要对其发展特点和规律保持理性认识，逐步推进。同时，支持条件和制约条件总是动态性和相对性的连续体。基础设施、经济文化水平、产业发展观念等缺陷，在西部大开发的战略推动下，将逐步得到全面改善和提高，从而为西部民族地区体育旅游开发提供更大的发展潜力和空间。

第三章

西部民族地区体育旅游开发的 经济与社会文化效应分析

体育旅游开发效应是指由于开展体育旅游活动（包括体育旅游者活动和体育旅游产业活动）所引发的积极的和消极的影响，不仅表现在对体育旅游者的影响，也包括对体育旅游目的地和体育旅游开发商的影响。体育旅游开发效应一般可分为体育旅游开发的经济效应、体育旅游开发的社会文化效应和体育旅游开发的环境效应。体育旅游开发的经济效应是指体育旅游活动对国民经济的影响，诸如增加外汇收入、促进经济发展、调整产业结构、增加就业机会、改善投资环境等。体育旅游开发的社会文化效应是指体育旅游活动对体育旅游目的地社会结构、价值观念、生活方式、习俗民风和文化特征等方面的影响。体育旅游开发的环境效应是指体育旅游活动对环境产生的种种影响。本课题在研究中将环境效应归入到社会文化效应。

通过实地考察与研究发现，体育旅游产业的开发对西部民族地区的经济与社会文化发展同样存在正负两方面的效应。它在加速西部民族地区社会经济发展，促进西部民族繁荣和团结的同时，也存在因开发不当，或由于缺乏良好的规划和有效的管理等而导致的各种消极影响也开始出现，并初步显示出其潜在的威胁。因此，正确分析和认识西部民族地区体育旅游开发的社会经济效应是促进体育旅游可持续发展的基础。

第一节 体育旅游开发对西部民族地区经济发展的效应分析

一、对西部民族地区经济发展的积极效应

(一) 增加西部民族地方政府税收，提升财政实力

税收是国家和地区提供国防、治安、公众投资、社会福利等“公共产品”的资金来源，是保持社会正常、稳定和持续发展的基本条件。西部民族地区体育旅游产业方面的税收主要来源于休闲旅游劳务和产品的提供者和享用者，主要包括两个方面，首先是来自体育旅游业各营业部门的营业税和所得税；其次来自区外旅游者，包括商品海关税、机场税、入场签证费等。据统计，一些国家和地区在旅游业中的收益投资比为 3:1 至 5:1，也就是说政府从旅游业中所得的赢利是投资的 3 至 5 倍。同时，政府也可从与之相关的行业获得更多的税收。因此，西部民族地区体育旅游业的发展对提升西部民族地方政府的行政能力，对西部民族地区经济的稳定和持续发展将起重要作用。

(二) 带动相关产业的发展，改善西部民族地区产业结构

我国西部民族地区农业、工业发展基础薄弱，第三产业虽然近年来获得了快速发展，但存在整体规模小、结构不合理、领域窄等困境，且以餐饮、运输、批发零售等传统服务业为主，金融、信息、保险、策划、咨询等现代服务业不发达。而西部民族地区体育旅游业虽然刚刚起步，但它是一项关联性很强的产业，与旅游产业的发展紧密相连，并与其它相关产业有密切的依托性和关联性。因此西部民族地区体育旅游产业的发展一方面能够推动西部民族地区旅游业、商业、制造业、交通运输、饮食服务、金融、保险、文化卫生等产业的发展，改善西部民族地区产业结构，另一方面也能起到调整和改善我国东西部区域产业发展不平衡的作用。

(三) 扩展就业渠道，增加就业机会

就业率是国家的头等大事，在我国已被作为维护国家和社会稳定的大事来抓。西部广大民族地区，由于社会经济发展滞后，失业问题比较严重，部分人的

基本生活还难以得到保障，如何提高西部民族地区人们的就业率，直接关系到人们生活的改善，社会的稳定与和谐。在解决西部民族地区就业问题上，体育旅游业比其他行业具有更大的优越性。首先体育旅游业是以劳动密集性为主的行业，与在西部发展高技术等行业相比能提供更多的就业机会；其次，体育旅游业的工作岗位多层次，即可为具有丰富专业知识和技术专长的高层次人才提供就业机会；也可为不具备太多知识和技术专长的中、低层次人员提供就业机会，这一点对于知识人才短缺的西部民族地区来说显得尤为重要；最后，体育旅游产业的发展必将带动相关产业的发展，也间接为其它相关产业增加了就业机会。

（四）促进西部民族地区道路、交通运输、邮电通讯等基础设施的建设

体育旅游无论是接待当地的游客或是省内、外，国内、外的游客，都存在着体育旅游资源与潜在旅游市场之间的空间距离，只有当旅游者能够进得来，留得住，出得去时，才能吸引旅游者常来常往，这就是旅游业所说的可进入性。“要开发，先开路，要留得住，通讯必须靠得住。”说的就是必须解决影响旅游可进入性的两个重要因素。只有切实解决了能够联系两者的道路、交通运输和邮电通讯，实现了旅游地内部交通运输的便利和邮电通讯的顺畅，才能缩短旅游空间上的距离，加强旅游营地、旅游者与外界的交往和联系。体育旅游营地大多分散在交通不便，通讯闭塞的少数民族村寨，故体育旅游业的开发和繁荣，必然大大促进当地道路、交通运输和邮电通讯部门迅速加强其基础设施建设，及时扩大其经营管理覆盖面。

（五）改善西部民族地区的投资环境，促进对外经贸交流与合作

体育旅游产业开发可以多方面改善西部民族地区投资环境，促进对外经贸交流与合作。首先体育旅游业是一个高度外向型产业，它能促进不同地区之间的人们加深理解和合作，彼此了解，互通有无，这正是吸引外来投资、促进经贸交流的先决条件。其次，体育旅游业为经贸交流与合作提供了必要的物质条件，它为经贸人员观赏、休闲、健身和考察提供了食、住、行等各方面的便利条件。第三，体育旅游开发能加快西部民族地区人员和信息的交流。在体育旅游者中会有诸如体育、经贸等各类专业人员，他们会为旅游目的地——西部民族地区带来众多信息交流，这有利于西部地区更多、更快、更全面地了解外部世界，也有利于外部的经贸人员了解西部民族地区的社会经济发展状况，为寻找经贸合作项目提供信息支持。这种民间的友好交往对促进经贸合作所具有的积极效果，甚至可以起到官方渠道所不能起到的作用。

（六）提高西部民族地区区域经济水平，缩小东西部贫富差距

旅游业的一个重要特征就是能起到一个在不同地区进行财富分配的作用。如果说区外旅游是支出，那么入区旅游就是收入。一般而言，经济发达地区以外出旅游为主，不发达地区以入区旅游为主。同时经济落后地区往往有着丰富的旅游资源优势，从而吸引经济发达地区的人们前来进行休闲娱乐消费，那么这些旅游者的花费对该不发达地区来说便形成了一种外部的“经济注入”。在我国西部民族地区，经济文化比较落后，然而具有丰富的旅游资源和体育文化资源，并且蕴涵着独具魅力的地理和民族文化特色。而以我国东部为主的经济发达地区，人们生活水平不断提高，有着对休闲娱乐、外出旅游的强烈渴求，因此发展西部民族地区体育旅游对东部甚至境外旅游者具有很强的吸引力。这种外向型的体育旅游必将给西部民族地区带来大量的外来消费甚至投资，这种外部的“经济注入”在提高西部民族地区区域经济水平，缩小同东部发达地区之间的差别起到积极的促进作用。

二、对西部民族地区经济发展的消极效应

（一）对西部民族地区经济整体发展效率可能的影响

盲目或冒进地发展西部民族地区体育旅游产业，可能会造成我国西部民族地区社会资源效率不高的问题，这是由产业发展协同论所导出的。在西部民族地区，无论是经济发展水平还是科技、教育水平等，都与东部地区存在较大的差距，而为了大力发展体育旅游产业，政府往往要在资金、政策、税收、人才等方面给予优惠和倾斜。因此当西部民族地区其他产业，特别是基础产业发展水平不高的情况下，发展体育旅游产业会挤占西部民族地区部分本属于基础产业发展资金、人才等资源，从而导致西部民族地区产业间发展的不协调，内耗增多。同时西部民族体育旅游产业处于培育和起步时连带效应较弱的阶段，其比较优势不会明显，因而会造成发展潜力不足的问题。因此在西部民族地区产业开发中必须考虑我国西部民族地区整个社会资源的最优化配置问题。如果单纯为了发展西部民族地区体育旅游产业而不考虑我国西部大开发的整体规划和布局，势必造成整个资源的利用低下和浪费，从而不利于西部大开发的整体进程。

（二）对自身经济可持续发展可能的消极影响

在不太发达地区发展经济时，都把旅游等新兴产业作为优先发展的先导产

业,这虽然符合不发达地区的实际情况,但同时也存在着矛盾。在我国西部民族地区发展体育旅游产业也同样如此,它的发展对在基础设施建设、体育旅游产品和服务内容的开发、经营、服务水平和质量等方面的要求很高,尤其是由于地理和民族方面的原因,对西部民族地区体育旅游资源的发掘、整理及其市场化,需要做大量的工作,必须对其投入大量的人力、物力、财力才能收到成效。这样就容易产生西部发展体育旅游的“悖论”,即西部民族地区由于基础设施落后,缺乏经营管理经验,尤其在相关人才和资金有限的前提下,容易产生许多本来可以避免的问题。如体育旅游的产品特征不明显、休闲娱乐设施重复建设严重、服务意识和服务质量差、产品和服务缺乏时代性和经济性、相关法规不完善等。因此这种低质量的冒进发展定会造成区外游客的不良印象,进而造成外界的不良宣传,因而势必影响西部民族地区体育旅游产业的持续、稳定成长和发展。

西部民族地区体育旅游产业开发符合我国西部发展特色产业和生态产业的强烈愿望,在西部产业结构调整和优化过程中,要努力实现西部区域资源优势向区域产业优势转变。尤其在当前西部大开发和国家大力发展西部旅游业的背景下,更应抓住难得机遇,积极推动西部民族地区体育旅游的市场化和产业化发展,但同时,在西部体育旅游的产业化进程中,要从西部民族地区的实际出发循序渐进,防止盲目和冒进。要对它可能带来的消极影响有清醒的认识,对它进行合理准确的产业定位和规划,重视交通、科技、教育等基础产业的发展,确保西部经济的整体效率和可持续发展。

第二节 体育旅游开发对西部民族地区社会文化发展的效应分析

一、对西部民族地区社会文化发展的积极效应

(一) 促进西部民族地区社会的对外开放,打破民族地区的对外封闭性

如何使西部民族地区经济快速发展,使西部民族贫困地区快速脱贫,是长期困扰中央政府和西部民族地方政府部门的一个突出问题。长期以来,国家和地方虽然在西部民族地区投入了大量财力、物力、人力,但长期封闭的环境造成了发

展和脱贫的重要障碍，大多数产业难以在这种高度封闭的社会环境中生存发展。而高度外向型的体育旅游业是打破这一封闭障碍的良好手段。西部民族地区由于具有优美的自然环境，独特的民族文化、艺术和体育，吸引了众多追求健康、热衷休闲旅游的现代旅游者前往旅游消费，而伴随体育旅游所产生的大量信息流，对于打破西部民族地区长期封闭的状态、促进人们观念的转变具有非常重要的作用。而西部民族地区人们观念的转变对于社会的全面发展，跟上时代发展的潮流是至关重要的。通过体育旅游活动的开展，各民族可为自己找到一个向外部世界展示的平台。尤其是西部民族地区体育旅游活动，它本身是一种特殊民族文化的展示，其项目的表现形式，包括隐含于内的民族性和显形于外的身体运动，无不包含各个民族的宗教信仰、传统习俗、历史渊源、舞蹈艺术、神话传说、伦理道德、民族情感等多重含义。通过开展体育旅游活动，各民族将寻到一条通往外部世界的捷径。通过与外部世界的交流，学习先进文化、先进技术，不断促进本民族、本区域的社会发展。

（二）促进西部民族地区社会的和谐发展

体育旅游作为人们之间社会交往的一种活动，有助于消除各民族、各社会阶层之间由于宗教信仰、价值观念以及政见不同而产生的误解。从而缩短了不同人群之间的距离，增进理解与友谊，合作与支持。西部民族地区有 50 多个民族居住，少数民族人口占到全国的 86.9%，此外，还与 14 个国家接壤。因此，开发西部民族地区体育旅游产业可增强西部各民族之间、西部与全国各族人民之间以及与周边国家人民之间的交流与友谊，对保持西部民族地区政治和社会稳定，促进民族团结，建立和谐社会具有重要意义。

（三）促进西部民族文化的保护、传播与发展

现代体育旅游的发展依赖于社会文化的支持，文化生活是旅游活动的重要内容，体育旅游者需求的体育旅游资源、体育旅游设施、体育旅游服务等，都是以民族文化作为其核心内容的。无论是自然资源还是人文资源，都是民族文化的表现和结晶。自然风光之所以绮丽动人、富有魅力，也常是因为那里有体现民族精神的神话传说、名人轶事；人文资源，如古都、陵墓、古建筑、风土人情等之所以吸引旅游者，都因为表现了一个民族的古老文化和悠久历史。体育旅游者追求具有民族特色和地方风格的体育休闲设施，欣赏富有文化修养的优雅礼貌的生机勃勃的体育旅游服务。民族文化是现代体育旅游产业发展的灵魂。

西部民族地区由于长期对外封闭，千百年来所形成的独特文化，大都不为世人所知，而人们对异域文化的向往，尤其是对西部民族文化追新猎奇的心理推动了广大休闲旅游者前往休闲娱乐，并从西部民族文化中领略新鲜的体验。随着社会的发展，人们对西部民族文化的兴趣会越来越浓，而科学技术的进步和现代交通，通讯设施的应用，又为人们了解西部民族文化提供了便利的条件。而这种对西部民族文化的了解过程，也就是向外部世界传播西部民族文化的过程。

体育旅游活动的增加，除了使广大群众加深对民族文化的了解外，还会提高保护历史文物的自觉性，使政府有关部门采取保护、开发、利用一体化的科学措施。无论是文物古迹还是民间艺术、体育，都会得到有组织的综合评价论证，对它们文化价值给以更充分的肯定，动员社会各界力量维护、修复文化遗址，资助传统体育团体恢复活力，使他们在现代生活中生存和发展。建国以来，我国政府曾多次拨出巨款维护和重修即将倒塌的民族体育古迹，并资助 55 个少数民族的近二百个传统体育项目恢复活动，使这些民族传统文化得以流传下来并大放光彩。

（四）促进西部民族地区旅游接待地环境卫生的改善

保证人体健康是体育旅游时对环境质量的最基本、最起码的要求，旅游接待地的环境质量应明显高于一般生活与生产的环境质量。为了向体育旅游者提供满意的体验，促使西部民族地区各旅游接待地采取必要的措施强化环境管理，提高环境质量。

（五）促进西部民族地区体育科学的研究和体育技术的交流

体育旅游活动的开展同科学技术文化的交流从来都是分不开的，其推动作用主要表现为两个方面：一是在体育旅游者中，不乏体育界的专家、学者、技术人员，他们出访目的地后，往往要求与旅游目的地有关体育单位的人员进行交流和座谈，旅游目的地的有关单位从中不仅可以增加对体育科学技术领域的最新知识的了解，而且有时可能获得重要的信息、技术和管理经验。二是为了适应体育旅游者的需求，目的地的体育旅游开发也常常对科学技术提出新的需求，把相关领域的先进科学技术应用于体育旅游设施和运动器材、设备的改造和建设之中。

（六）有助于增进和提高人们的身心健康，改善人们的生活质量

体育旅游作为一种社会文化性活动，它既有人类文化共同的基本特征，又有

特质性特征。体育旅游的吸引力在于其活动的外部条件和活动内容本身，其外部条件实质上是指体育旅游资源。对西部民族地区来说，主要是它的自然资源、人文资源和民族体育资源是吸引人们参加体育旅游活动的重要前提，也是区别于一般大众体育活动及其功能的标志。如西部民族地区中的名川大山、草原、森林、天然温泉、风雨冰雪以及蔚蓝的天空、清新的空气、灿烂的阳光、适宜的温度，加上独特的民族文化、民族歌舞和民族体育等，这些优美的自然环境与特有人文氛围无疑有益于人们的身心健康。人们在这种自然、人文环境中进行体育休闲活动，所产生的健身强体、消除紧张烦躁情绪、振奋精神、锻炼意志、培养高尚情操等作用是现代城乡生活环境下的体育活动所难以比拟的。因此，在西部民族地区开展体育旅游对增进和提高人们身心健康、愉悦身心、陶冶情操、满足精神需要、改善生活质量具有独特的价值。

二、对西部民族地区社会文化发展的消极效应

（一）对西部民族文化保护和发展可能的消极影响

一方面，从文化等非经济角度审视体育旅游发展对我国西部社会的影响，同样能说明它可能的消极作用。我们发展西部民族地区体育旅游的重要目标之一，就是传承和发展该区域的民族传统体育文化。但在开发西部民族地区体育旅游过程中必然会涉及到政治、经济、文化等方面的交流和传播。而在这个过程中一些外来的文化、意识形态、价值观等软性的东西会无形中影响甚至破坏这种民族文化，包括在民族传统体育活动、民族服饰、民族习俗等各个方面的影响。因而这种无意识破坏必然影响到民族文化的繁荣和多样性，也会使西部民族地区体育旅游资源失去应有的特色，从而失去应有的生命周期。

另一方面，体育旅游者在旅游过程中喜欢追求较为原始、古朴的文化氛围。文化特色突出的地区，往往也是体育旅游者最感兴趣的地区。但是有相当多的体育旅游者并非关心地方文化的真实原委，也不想通过亲身体验和接触去沟通与当地人民的感情。他们所注重的只是如何按图索骥地找到大多已被严重歪曲事实的“东西”。体育旅游者把自己比作探险家，对地方文化以野蛮、原始、荒诞、奇特为标准，以“看到”或经历过后感感到过瘾为满足。

为能进一步刺激旅游者，一些地区体育旅游产品的生产者也会打着保持和恢复传统文化的本来面目为幌子，硬是“保留”甚至制造出一些原始部族来，还煞有介事地标上正宗传统文化的标签，冠以“人类学的活博物馆”等美名供客人观

赏，成为旅游者日后能作为闲聊的话题或嘲讽的对象。这种状况在亚太地区、美洲、非洲和澳洲都有不同程度的表现。

体育旅游者带来的先进文明，对旅游地文化的冲击，以及不自觉地表露出的蔑视态度，还可能影响部分当地居民自惭形秽地去否定甚至抛弃自己的文化传统。有些年轻人在自卑感的驱使下，开始不伦不类地模仿外来的文明。

对待民族文化最基本的态度应当是尊重，以上这些现象给旅游地居民的自尊心带来相当严重的伤害，民族情感的创伤又引发体育旅游地人民强烈的排外心理。

（二）对民族和谐可能带来的负面影响

少数体育旅游者喜欢用傲视天下的态度，对被他们曲解的地方传统文化加以贬低和嘲讽，以宣泄自己高人一等的优越情绪。他们常常把种族主义思想有意无意地流露给体育旅游地居民。国籍、人种、民族、肤色、语言等都被用做区分优劣等级的依据，旅游地居民对此非常反感。另有极少数别有用心旅游者打着自由、平等的招牌，不怀好意地在一些民族地区散布狭隘民族主义的意识，以激化民族矛盾，挑起民族事端，造成体育旅游地社会不稳定局面，体育旅游业因此受到严重打击。

（三）对社会价值观可能带来的消极影响

在长期与恶劣的自然环境和贫困作斗争的经历中，西部民族地区的群众学会了耐劳，勤劳，自强不息的民族精神，然而，体育旅游在某些民族地区开发以后，少数民族群众失去了这些美德，个人价值观发生了恶性变换。例如，一些少数民族群众让学龄儿童到体育旅游目的地讨要钱物。笔者在湘西凤凰南方长城景区旅游时，就时常见到成群的5—10来岁的孩子不停的叫着：“叔叔阿姨，给点钱吧”。而同时，一个妇女就在不远的地方不断地给他们作指示，这不由得人们不心痛。因为这不仅仅意味着孩子们没有去学校读书，更重要的是，孩子们在受着一种乞丐意识的培养。这对当地民族群众原来的正直勤劳传统品德和自强不息的精神是一种怎么样的毁灭性的侵蚀！

他们对生活迷惑了。旅游者给他们带来了一种生活印象：这些旅游者不用忍受风吹雨打，却有用不完的钱。他们只见游客花钱，不见游客挣钱。以为游客的钱就像秋天的树叶，遍地都是。他们不知道要享受这样一次旅游，游客也一样必须勤奋工作一段时间，才可以攒下一笔钱。这种对来自外地的游客的生活方式的

误解导致当地青少年对自己命运的不满，可是外来游客的生活方式对他们又是那么遥远。因此他们迷惑，几乎失去了自我。不甘心继承父辈做的农活，又找不到自己愿意做的工作，就只好到处闲逛。勤劳耐苦的品德和精神在这些个别群体中似乎淡化了。

（四）可能造成体育旅游目的地社会道德风尚的退化

体育旅游本是一种文明的活动，它能陶冶性情，提高人民的思想素质。但随着西部民族地区体育旅游的开发，会给当地少数民族群众提供了一个比较广阔的旅游商品市场。很多群众在商品经济大潮的冲击下，纷纷进入景区从事个体经营。随着旅游业日益繁荣的发展，经营人数的规模就越来越大，经营的内容也越来越多。从出售传统民族工艺品、当地的土特产，到为游客提供背包、抬轿服务等等。虽然这对繁荣旅游市场，满足游客需求及促进当地资金积累，创造就业机会等方面起了积极作用。然而，商品经济初期资本原始积累阶段所固有的那种尔虞我诈、惟利是图的本质也不可避免地出现在这些原本淳朴的社区人们中。今天，旅游这一经济产业改变了主宾的关系。当游客吃饭住宿，购买礼品，观看民族体育歌舞表演必须交钱，这是理所当然的。然而，对某些少数经营业主来讲，外国人几乎成了美元的代名词。有些目的地群众的行为已经不近情理：例如为他们拍照要付钱，拍他们的房子要钱，甚至旅游者想到目的地附近的少数民族村寨走走看看也被要求付过路费。旅游者与当地人为买卖纪念品而争吵的事时有发生，游客形容某些业主卖给他们纪念品时说：他们是强卖！

目前直接从体育旅游业受益的民族村寨还有限，然而旅游者带来的外界的信息造成的影响的辐射面却很广。一方面，随着体育旅游开发，外面世界的新的消费方式，在不断地吸引和刺激着当地人。因此，当地群众有着急迫的脱贫心理；另一方面，当地落后的科技教育水平使当地人脱贫的手段和方式又有限。这使得当地人处于一种焦急而无奈的心态中。其中某些缺乏勤劳和耐心的人，为了达到迅速过上“现代化生活”，他们常以不正当手段掠取财富。于是在数千年淳朴的民族村寨中，坑蒙欺骗，强买强卖，甚至偷盗抢劫，卖淫赌博等现象时有发生，不仅损害了游客的利益，也损害了当地的声誉，造成了极坏的社会影响。

（五）传统生活方式受到冲击

来自富裕地区体育旅游者的消费模式对贫困民族地区地居民来讲，会有一种示范效应，从而会对他们的生活方式带来一定的影响。这主要表现为后者对前者

的消费模式不切实际的认同和模仿。这种消费模式示范效应对体育旅游目的地地区的传统文化的保存影响是巨大的。随着旅游业的开发，原来地处偏僻、相对封闭的少数民族地区变得开放起来，其地区的流动性也随着开发程度增加而增加。人们，尤其是年青人对外来游客的衣着打扮、言谈举止及消费行为的认同程度增加，于是不自觉地进行模仿，从而使本民族原来的生活方式丧失。在我们调查的大部分少数民族地区，当地人中没有人着本民族服装，年轻人也不会说本民族语言。这一切变化虽有其他原因，但旅游业的发展带来的影响是主要的，尤其是在其变化的速度方面。

（六）对西部旅游目的地居民生活质量的不利影响

大量体育旅游者的到来，如处理不好，有可能诱发体育旅游目的地居民同游客之间的矛盾。其主要表现在：第一，在西部民族地区接待容量有限的情况下，大量体育旅游者的涌入势必使当地居民的生活空间相对缩小，造成交通堵塞、景观地区拥挤、公共设施紧张，干扰了居民的正常生活，引起对体育旅游者的抱怨和不满。第二，在目的地地区物资供应能力有限的情况下，如各种农副产品的供应，水、电、气的供应等，优先供应外来体育旅游者，使当地居民的供给量减少，质量降低或物价上涨，也会给居民生活带来困难，使其生活质量下降，同样将招致居民的不满，从而引起居民与游客之间关系的紧张。

（七）对西部旅游目的地环境的不利影响

一方面是来自体育旅游供给方面的污染和破坏。这是在体育旅游开发过程、经营过程中发生的，其形式主要有体育旅游服务设施所排放的“三废”（废气、废水、废渣）和布局不当造成对环境的污染两种。前者主要是旅游交通工具废气排放量的增多，以及因旅游接待设施用电量的增大而使发电燃气排放量的增多，都会加重当地空气质量的下降，大量生活污水的排放和大量生活废渣乱堆乱放，都会对环境形成污染。

另一方面是来自体育旅游需要方面的污染和破坏。如体育旅游者的野营篝火有可能引发山林火灾，乱丢废弃物不仅会影响环境的美感质量，而且还会危及动植物的生存。旅游者攀爬、践踏还可能破坏植被，甚至会使当地的历史古迹和原始风貌受到威胁。

体育旅游对环境的破坏隐蔽性强，当人们意识到时，破坏常常到了难以挽救的程度，治理环境污染需要付出相当大的代价，而且在大多数情况下根本无法获

得直接的投资效益，甚至无法收回投资成本，所以需要具体领导部门积极的管理措施。

第三节 正确对待体育旅游开发对西部民族地区经济与社会文化发展的双重效应

一、正确认识体育旅游对经济与社会文化发展的双重效应

经过上述分析，可以看到，体育旅游对西部民族地区经济与社会文化的影响犹如一把双刃剑，有利有弊。实际上，体育旅游对目的地经济与社会文化的影响并非都是无条件存在或必然产生的，无论积极效应还是消极效应都可能只是相对的，是在一定的条件下形成的，并可能在不同的条件下异化。积极效应中可能潜在消极的因素，如果不能辨证的认识问题，并及时解决问题，则事情可能向相反的方向发展。消极效应的形成和严重化并不是不可克服或不可控制的，如果对可能预见的消极后果采取积极的应对措施，那么消极效应完全有可能不会发生。有些消极效应在某些旅游接待地区造成了一些经济与社会文化问题，而在其他一些旅游目的地这并未形成经济与社会文化问题。如果说体育旅游对经济与社会文化的潜在不利影响是绝对的，那么它们能否在当地形成经济与社会文化问题至少是有条件的。就拿西部民族地区体育旅游活动中常见的民族传统体育表演来说，体育旅游可能成为促进当地民族体育文化传播与复兴的一个外力，但是，如果体育旅游者对该种民族体育文化知之甚少，他就难辨良莠，仅能用自己的文化标准进行判断，而那些表演艺人和经营者，为了使作品销售出去，就有可能将一些与民族传统体育文化不协调的东西植入作品当中，或进行过度的包装。对此我们很难说这是件好事还是坏事，但有一点可以说是确定不疑的，即由于出卖功利性目的，民族传统体育的文化价值被大大降低和淡化了。由此可见体育旅游发展对民族传统体育文化而言，确实是一把双刃剑，需要全面认识它，才能正确的评价它。

为此，正确认识体育旅游对当地经济与社会文化发展的利弊关系，客观、科学的对待这种关系，对于发展体育旅游业进而推动经济与社会文化的全面发展十分重要。在此基础上，充分认识其中的消极效应，肯定其积极正面影响，抵制和

最大限度地缩小其不利影响，努力发展体育旅游对经济与社会文化的积极作用，使体育旅游成为推动地区良性发展的重要因素。

二、控制体育旅游消极效应的措施

（一）对目的地参与各方进行宣传教育，保证其健康发展

体育旅游从业人员和目的地的居民都应提高对体育旅游活动意义和可能产生的消极效应的认识。体育旅游者在出发前，体育旅行社或有关旅游机构应向体育旅游者介绍旅游目的地的有关法规、社会风俗习惯、禁忌和有关注意事项，使体育旅游者作好思想准备，以避免在旅游过程中可能产生的问题。旅游目的地在接待时也应告之有关的法律和规定，以及参观游览过程中的注意事项，同时，要通过新闻媒体和内部的管理对居民和从业人员进行宣传教育，以提高对体育旅游活动双重影响的认识，增强思想免疫力，促进体育旅游健康发展。

（二）促进居民参与，加强居民与旅客间的交流

调查研究表明，居民成为体育旅游开发的利益相关者，可以减少居民对体育旅游开发的反感。居民参与可以使其从体育旅游中受益，这对延续当地传统，避免两极分化，增强当地人的自尊心和自信心都是有帮助的，居民参与体育旅游也加强了双方之间的文化交流，消除彼此间的神秘感，游客对当地文化予以尊重，当地居民不再盲目崇拜外来文化，可以减少外来文化冲击，保持当地文化的独立性。

尽管旅游目的地居民有很多优势，但许多落后封闭的旅游目的地居民参与的程度极低，需要政府采取相关政策扶植和引导，才能促进当地更多居民参与。

（三）加强体育旅游规划，防止超负荷发展

为防止体育旅游发展的超负荷运行，旅游目的地应加强体育旅游规划的制定，即根据各个时期体育旅游发展的需要和其自身的条件制定出科学的、又适当留有余地的体育旅游业发展规划，对各时期的体育旅游接待量以及保障接待量顺利完成的各项供应和措施进行合理的部署，并在规划实施的过程中，根据情况的变化，进行适当的调整和控制。只要这样，才能较好地减小或消除体育旅游活动可能带来的某些消极效应。

（四）健全法制，加强监督

旅游目的地的政府部门应建立和健全体育旅游发展有关的法律和法规，将旅客、旅游企业、事业单位和体育旅游从业人员的行为置于法律、法规监督之下，对其违法行为应依法惩处，以保证体育旅游活动的健康发展，从法律、法规上杜绝或消除体育旅游活动可能引起的消极效应。

第四章

西部民族地区体育旅游开发现状

第一节 西部民族地区体育旅游开发现状综述

西部民族地区丰富多彩的旅游资源，为体育旅游的发展提供了广泛的空间。首先是其自然形态和构造奇特美丽，使游客在参与探险、猎奇、登山、漂流、滑雪等体育运动中感受大自然的壮观、神奇；其次，西部地处多民族地区，游客能在民族传统体育与民俗风情的融合中感受西部少数民族体育文化的魅力。根据我国西部生态环境的差异性和民族特征差异，以及不同区域的体育旅游体现不同地域的差异性，现将西部民族地区体育旅游划分为三大基本区域，即西南民族地区、西北民族地区和青藏高原地区。

一、西南民族地区体育旅游开发现状

西南地区包括云南、广西、四川、重庆和贵州地区。西南地区地形起伏变化大，形成许多著名的高山峡谷风景区，如闻名中外的广西桂林山水、云南三江并流等。同时，这里也是我国岩洞地貌发育最典型的地区之一，岩溶地形分布广泛，类型齐全，如有“造型地貌博物馆”之称的云南石林，有闻名中外的广西桂林、阳朔岩溶风景区，贵州的喀斯特地形，这些都是开发体育旅游的良好自然资

源；同时，西南地区还是民族文化、民族风情、民族体育最为富集的区域，具有开发体育旅游的良好人文资源。近年来，西南民族地区体育旅游发展迅速，如广西、云南的民族传统体育旅游、四川的漂流、冰雪和节庆等体育旅游广受游客欢迎，并呈现出良好的发展态势。

（一）云南

云南省拥有复杂的地形和地质构造、多样的气候条件、特殊的生态环境及丰富多彩的民族文化资源，囊括了我国西部各省区旅游资源的特点。七彩云南，不但是旅游的天堂，同时也是户外运动爱好者的胜地。在 2005 中国昆明国际文化旅游节中，体育活动的地位在本次旅游节得到进一步提升和巩固，一系列国际、国内大赛穿插其间，使旅游节“依势造节、因节发展、以节兴节”的大目标更加丰满和靓丽。

昆明的万人赤足登山比赛、昆明东川泥石流越野赛、昆明原生态体育文化旅游节等一系列体育活动都是云南有一定影响的体育旅游活动。其中，从开幕当天即推出的昆明原生态体育文化旅游节更是安排了草墩象棋、三人篮球赛、嗒嗒球比赛、攀岩比赛、风筝大赛、功夫扇等多达 15 项比赛和展示内容，充分体现出昆明在推广旅游城市形象的过程中十分注重健康积极的人文内涵。同时，配合旅游节推出的文化旅游路线中，也有不少与体育旅游和民族体育结合，进一步彰显云南丰富的民族体育资源。近年举办的大型户外体育旅游活动有七星国际越野赛、国际公园定向赛、全国中老年健身操（舞）邀请赛、中外媒体高尔夫对抗赛、高原明珠抚仙湖长游活动、泥石流汽车越野赛等。

云南的民族传统体育，是各少数民族在不同的历史发展进程中，为适应生产和生活的需要而创造的，民族特色浓郁，内容丰富多彩，形式新颖多样。仅以不同名目的体育活动项目进行统计，云南的民族传统体育就达 226 项之多，与全国其他省、市、自治区的民族传统体育活动相比，居全国首位。随着旅游业的深入发展，民族传统体育潜在的旅游价值日益受到了旅游界的关注。而民族传统体育活动常常是这些旅游产品的重要组成部分（表 4-1）。例如滇东北地区的一些旅行社把鄂伦春、鄂温克族的滑雪、狩猎等体育活动编入自己的旅游产品。云南的许多旅行社则充分发挥民族传统体育活动项目繁多的优势，开展了许多民族传统体育旅游活动。例如组织游客观看傣族“泼水节”中的划龙舟比赛，或者是组织旅游者参加彝族的“阿细跳月”、斗牛，白族“三月街”的赛马、霸王鞭等民族歌舞体育项目，从而丰富了旅游产品的内容，增强了对游客的吸引力，带来了良好的经济和社会效益。

表 4-1 云南民族传统体育风情旅游商品化、产业化项目分类发展表

发展类型	进入市场的选择项目
观赏型	赛马、穿衣裙赛跑、摔跤、赛龙舟、陀螺、斗牛、犏牛、斗鸡、射箭、射弩、吹枪、堆沙、抢花炮、马术、上刀杆、过溜索、珍珠球、磨秋、秋千、武术、舞龙、剽牛
参与型	秋千、磨秋、轮秋、射箭、射弩、吹枪、狩猎、钓鱼、跳竹竿、骑马、过溜索、穿衣裙赛跑、划猪槽船、爬竿、跳月、跳歌、丢包、飞石索、蹲斗、顶竹杆、泼水、用民族渔具捕鱼、跳月、烟盒舞、左脚舞、霸王鞭、白族迪斯科、武术、蹬窝乐、跳锅庄、摆手舞、民族武术、围棋、月亮棋、十八赶将军棋、陀螺、射箭、射弩、藤球、鸡毛球、秋千、爬杆、划船、钩鱼、捕鱼、堆沙、登山、攀岩、漂流、探溶洞、爬树、越野、划船、骑马、骑象、骑牛、狩猎、捕鱼、潜水、过溜索、跳水、远足
旅游商品	藏刀、弩枪、弓箭、陀螺、烟盒、吹枪、围棋、霸王鞭、藤球、武术器械、民族乐器、斗鸡、画眉鸟等

(二) 广西

广西不仅林多、山奇、洞异、水暖，而且民族多、民俗奇，加之体育赛事多，这些丰富而独特的体育旅游资源，具有强烈的吸引力。近年来广西紧紧抓住自身的优势，把体育与休闲旅游有机结合，充分开发和建设了一批具有地方民族特色的体育旅游产品，使得广西发展体育旅游“香味”渐浓，旅游的内涵也变得更加丰富。

广西森林资源丰富，林地占总面积的五成，全区有野生动物 884 种，是全国有名的动植物大省，森林旅游潜力巨大。为了更好地推进森林旅游的规模化和产业化，广西近年精心编制了森林旅游发展规划，尤其是与体育相结合，推出了登山探险、山间江河漂流、登山、自行车旅游、森林科考等 9 条生态体育旅游专线。仅 2001 年“五·一”的首届森林旅游节，就有数十万游客参与。

广西在秀山建立了热气球飞行基地，青秀山公园内的风情园草坪区作为热气球起降的用地，长期开展热气球、滑翔伞飞行、轻型飞机飞行等体育旅游，自 2001 年 11 月 1 日起，这一新的体育旅游项目开始在广西推行，吸引了众多游客前来观赏和亲身体验热气球的魅力。2003 年广西第四届森林旅游登山节，百余辆自驾车中的近千名游客赴三门江国家森林公园开展了一系列的挑战极限登山活动。在广西十万大山、姑婆山、大明山等著名的旅游景点都开始推崇体育旅游这种新的运动方式，越来越多的游客愿意徒步或者骑上自行车外出旅行。

体育竞技项目也带动了广西旅游业。广西具有独特的气候条件和人文自然环境,因此拥有众多体育项目的训练基地,例如,梧州的青少年足球训练基地,柳州的女篮训练基地,武鸣的射箭训练基地,南宁的手球训练基地等。同时,这里每年还要举行一些如跳水、帆板、举重以及全国性的足球联赛等大型体育赛事,以及新兴起的阳朔中国功夫健身游、龙胜温泉保健游、柳州重阳节老年旅游健身“秧歌大赛”等,这些无疑又增添了广西体育旅游的旺气。

此外,广西民族传统体育旅游发展迅速。广西是我国著名的民族传统体育大省,在广西各地市长期流传着许多具有浓郁民族风格或地方特色的、身为游人所喜爱的传统体育活动。在这些民族传统体育项目中,有表现生产生活的;有反映宗教、祭祀活动和军事武技的;有表现民族风情风俗的,也有反应民族群众文化娱乐的,内容十分丰富(见表4-2、4-3、4-4)。据国家体育总局政策法规司编的内部资料统计,广西民族传统体育旅游资源有305个项目,其中竞技类47项,占全区总量的15.4%;游戏类64项,占21%;舞蹈类38项,占12.5%;表演类123项,占40.2%;节会类24种,占7.9%,养生类9种,占3%。按前四个类型分民族进行单项统计,广西民族传统体育旅游资源有272个项目,其中壮族有134项,占四个类型总量的49.3%;其他十一个民族的传统体育项目合为138项,占50.7%。从以上数据可以看出,广西民族体育旅游种类齐全、数量丰富、文化内涵丰厚,为发展广西体育旅游奠定了丰富的资源基础。

表4-2 广西各地市民族传统体育旅游开展情况

地市	景区(点)数	主要居住民族	已开发的主要项目	开设形式
桂林市及辖县	16	壮、瑶、侗、苗、回、汉	芦笙踩堂、多耶、抛绣跳竹杠、打扁担、板鞋舞	以表演和观赏为主
河池地区	10	壮、瑶、水、仫佬、毛南	枪花炮、板鞋舞、板鞋竞走、抛绣球、打铜鼓、打扁担、长鼓舞、爬坡杆、跳芦笙、赛马等	同上
百色地区	6	壮、瑶、回、苗、彝、仫佬	抢花炮、舞狮子、抛绣球、牛头戏、打秋千、打磨秋	同上
柳州市	11	壮、瑶、侗、苗、汉	抢花炮、抛绣球、长鼓舞、爬坡杆、跳芦笙、多耶、上刀山、过火链、拉鼓	同上

续表

地市	景区(点)数	主要居住民族	已开发的主要项目	开设形式
南宁市	10	壮、瑶、苗、汉	抛绣球、打铜鼓、抢花炮、舞春牛、师公舞、跳芦笙	同上
梧州市	3	壮、瑶、回、汉	盘王五旗兵、打长鼓、上刀山、过火链	同上
防城港市	2	汉、京	跳竹杠、顶竹杠	同上

表 4-3 广西主要旅游景区民族传统体育旅游开展情况

景区	主要民族传统体育项目	开设形式	演职人员构成
漓江民俗风情园	抛绣球、板鞋舞、板鞋竞走、多耶、芦笙踩堂、跳竹杠	融入民俗风情表演,以观赏表演为主,兼顾参与	编导为兼职、演出人员为招聘的社会青年
荔浦丰鱼岩	芦笙踩堂、跳竹杠、跳脚会、多耶	同上	编导为兼职、演出人员为景点服务员
龙胜面面瑶寨	芦笙踩堂、跳竹杠、抛绣球、顶竹杠、多耶	同上	编导为兼职、演出人员为招聘的附近青年
龙胜金竹壮寨	打扁担、跳竹杠、抛绣球、芦笙踩堂、顶竹杠、多耶	同上	同上
龙胜平安壮寨	打扁担、跳竹杠、抛绣球、芦笙踩堂、顶竹杠、师公舞	同上	同上
金秀花王山庄	芦笙踩堂、上刀山、过火链、穿火圈、跳盘王、多耶	同上	同上
三江程阳桥侗寨	芦笙踩堂、多耶、打扁担、打铜鼓	同上	同上
资源八角寨景区	跳竹杠、跳脚会、顶竹杠、打长鼓、师公舞	同上	同上
恭城郎山瑶寨	上刀山、过火链、跳竹杠、跳盘王、打长鼓	同上	演出人员为本寨青年自编自演
融水长赖苗寨	拉鼓、斗马、赛马、赛芦笙	同上	同上

续表

景区	主要民族传统体育项目	开设形式	演职人员构成
巴马百魔洞	打长鼓、打铜鼓、跳竹杠、爬坡杆、大象拔河等	同上	编导为兼职, 演出人员为招聘的附近青年
南宁大青山	抛绣球、板鞋舞、板鞋竞走、芦笙踩堂、跳竹杠、多耶	融入民俗风情表演, 观赏为主, 兼顾参与	编导为兼职、演出人员为招聘的社会青年
百色那旁壮寨	抛绣球、打扁担、三人板鞋、舞狮子	同上	演出人员为本寨青年自编自演

表 4-4 广西节庆期间主要民族传统体育活动情况

节气	主要民俗体育活动	开展形式
春节	舞狮、舞麒麟、舞鸡、舞春牛、舞龙、打扁担、芦笙踩堂、抢花炮、对歌、打陀螺、跳舞、赛球、演戏、冬泳	民间自编自演, 部分节目经培训, 由区冬泳协会安排
元宵	挂灯、观灯、舞灯等 古龙坡会 小华山朝圣祭玄武	多自编自演 同上 同上
清明	挂纸、拜山、悼念先烈	习俗
三月三	抛绣球、舞狮子、打扁担、打谷榔、师公舞、抢花炮、芦笙踩堂、多耶、舞春牛等	民间自编自演
端午	赛龙舟、斗牛、对歌、侗戏	请技术人员排练民间自编自演
六月六	打铜鼓、舞狮子、打扁担、打谷榔、师公舞、抢花炮、芦笙踩堂、多耶	同上
重阳	登山、歌咏、游艺、重阳歌节	同上
中秋	放烟花、龙箭、观灯等、踩高跷踢足球、踩芦笙、打长鼓、中秋歌会	同上
冬至	做汤圆、包肉粽、歌舞戏	习俗

(三) 四川

四川省在我国是开展体育旅游比较早的地区。以四川省体育旅游开发中初具规模的滑雪为例。2001年初,四川举行了中国(四川)首届南国冰雪节,除主会场西岭雪山滑雪场外,还有五个分会场即九寨沟、卧龙、瓦屋山、海螺沟、峨眉山也加入了这次活动。西岭雪山在1998年以前,还是一个荒芜人烟的“雪原”,从1998年底开始建设到现在仅7年多的时间里,西岭雪山已经由荒芜山变成了价值近5亿元的体育旅游的“金字招牌”。整个滑雪场配置有滑雪、滑草、高山滑道、飞伞等20多个运动休闲项目,收入从2000年的900万元上升到2004年的3300万元,而在冬季节假日滑雪运动高峰期,该景区每天的游人平均持续在1万人以上,其中不乏广州、深圳、福州、厦门、海南等南方各地赶来的远方客人,景区收入甚至高达每天190万元;峨眉山的冰雪节从1998年举办以来,每年都接待了30多万各地游客,取得了社会效益、经济效益双丰收。体育旅游项目所具有的磁力,使得某些传统景区也开始注意在景区内开设一些体育娱乐项目。例如碧峰峡就结合景区实际开展了“高空弹跳”、“铁塔攀岩”、“热气球升空”、“空中飞人”等体育游乐活动。

四川省还利用丰富的漂流资源开展漂流旅游。早在1986年就有“中美联合长江漂流队”在金沙江段进行过漂流;岷江流域在1986年前后,有国内旅游者在眉山至乐山段进行漂流;日本游客在岷江上游的松潘至汶川段进行过激流试漂;大渡河上游,有法国“世界激流组织”在1988年秋,通过北京“大地旅行社”委托成都市国际旅游公司接待,进行一次从阿坝的金川县至雅安石棉县的大渡河漂流旅游,历时4周。近几年来,四川漂流旅游活动发展较快,都江堰、乐山、雅安、攀枝花等地都依托当地丰富的江河资源,开发了漂流探险项目。其中又以中国攀枝花国际长江漂流节的社会经济效益最为显著,它是由攀枝花市人民政府、四川省旅游局、四川省电视台共同主办的一次集度假、探险、科教于一体的体育旅游活动。其举办宗旨是“生态、环保、民族亲和”,使参与者既能领悟到人类挑战自然,战胜自我的无穷乐趣,更能增加炎黄子孙保护长江生态环境的神圣使命感。漂流节在长江上游金沙江即巴塘以下宜昌以上的江段推出两条漂流线路,全长1000余公里,有的江段浪高滩险。主要赛事有:最为惊险的25公里漂流速度赛,平缓而紧张的71公里长漂拉力赛,民族亲和杯赛,记者杯赛,并设有游客休闲漂流。2001年5月举行的首届漂流节有来自美国、加拿大、澳大利亚、英国、香港、澳门等国内外37支漂流队,220余名运动员参赛,中央电

视台、新华社等 40 多家媒体参与报道。共吸引数万海内外漂流爱好者，游客汇集攀枝花，并组成了“千人协漂队”。漂流节期间的文化活动丰富多彩，如美食文化节、泼水节、漂流书法展、诗歌音乐会、京剧川剧表演、颁奖晚会等。

此外，四川省民族传统体育旅游资源也十分丰富，各种民族体育节庆活动极富吸引力。如理塘八一国际赛马节，就是由四川省甘孜自治州理塘县人民政府将藏区民间规模最大、最隆重的传统赛马会改由县里直接组织的一年一度的盛大体育旅游活动。理塘县赛马活动具有悠久的历史，每逢藏历六月初三日为山神敬日，他是理塘县民间的传统节日，历史上，每年六月初三，正当百化盛开，绿草如茵之际，藏区最大的格鲁教派（黄教）理塘寺庙青春科尔寺，总会按照古老的习俗举办藏区规模最大、最隆重的为期 10 天的赛马会，祭拜山神庆贺丰收。二十世纪六十年代初，当地人民与驻军开展拥军爱民活动，沿袭了这一民间传统节日赛马会。为了充分体现人民与解放军的鱼水之情，1964 年县人民政府决定，将延续了几百年的传统节日定在八月一日举行，故为八一国际赛马节。理塘的八月，鸟语花香，气候宜人。在蓝天白云下，在雪山溪流旁，在鲜花盛开的大草原上，各地群众身着艳丽的民族服饰，带上帐篷，从四面八方接踵而至，到离县城 2 公里的毛垭大草原上安营扎寨，尽情游玩，与蓝天辉映，构造成一座气势恢宏的帐篷城。

理塘八一国际赛马节以其恢宏的气势，众多的比赛项目，惊险刺激的场面堪称藏区之最。作为马术之乡的马术比赛最为精彩。马术比赛分为耐力赛、小走赛、马术赛等。比赛时，一个个骑手精神抖擞，一匹匹战马头戴红缨，颈系铜铃，身佩五色鞍辔，全身饰以缎花彩带，矫若游龙。骑手们一会儿马肚藏身，一会儿马背倒立，一会儿飞骑射击，一会儿俯身拾哈达，个个惊险，个个刺激，充分展示了马背上民族的强悍豪放。在马会上，还要举行绚丽多彩，雍容华贵的理塘服饰及大型歌舞表演。男士，女士门身着藏袍，饰以水獭皮，豹皮，虎皮等，胸挂金银饰品，腰系金链，银链，手戴玉石圈、象牙佛珠等，充分展示了康巴汉子和康巴美女的风采。并且这些服饰大都价格昂贵，有的甚至价值连城，具有很高的欣赏和收藏价值。此外，在赛马期间，还可欣赏藏戏、弦子、锅庄、山歌表演，也可以观赏到独具民族风趣的背水、捏糌粑，打酥油茶、翻腾比赛等。

近年来理塘县委、政府决定把这一民间传统体育节日改为由县直接组织举办的重大旅游节庆活动。赛马节期间还举行物资交流会，并且通过招商引资的方式，吸引了大量的外来资金。总之，理塘经过举办这一节日，极大的提高了本县的知名度，也起到了对外宣传理塘良好旅游环境的作用。

面对体育旅游巨大的市场冲击力，四川省政府部门对体育旅游的重视程度在不断提高。2001年8月由四川省体育局牵头的“西部地区体育产业发展研讨会”，就对体育漂流、体育探险旅游等进行了专题讨论，并提出了一些相应的发展对策；四川省旅游局近年来还多次组织有关单位到港、澳、东南亚地区“卖雪”，极大地推动了四川滑雪旅游的发展。除此之外，四川省诸多旅游地政府还建立了以体育旅游为主业的、政府主导、企业主体的开发模式。如攀枝花市与苏铁旅游公司签约，建立金沙滩健身娱乐基地，开发金沙江漂流旅游；泸定县政府与江苏鹏鹞集团协议，开发贡嘎山登山旅游；大英县政府与天友集团协议，开发死海体育娱乐旅游；万里集团开发“碧峰峡”、“西部惊奇欢乐谷”休闲娱乐旅游。应此发展情势和需要，四川省各级旅行社，如青旅、康旅、国旅亦纷纷设立了以体育旅游为主的特色旅游、特种旅游分部；而诸多非体育、非旅游企业及团体、亦成立了专业化体育旅行社及户外俱乐部。目前户外俱乐部在四川省已发展到34家，会员人数近10万人。企业和社团的介入，不仅大层面地提升了体育旅游产业的投入增量，更为了可喜的是它营造了四川省体育旅游初具规模的产业化格局。

（四）重庆

重庆市位于中国西南部，地处长江上游，总面积82400平方公里。除汉族外，重庆市还聚居着以土家族、苗族为主体的49个少数民族。她们主要分布在黔江开发区的五个自治县和涪陵地区。重庆市旅游资源得天独厚，自然风景与人文景观交相辉映。重庆市的特色旅游景点包括长江三峡、山城夜景、大足石刻以及新近开发的武隆芙蓉洞、乌江漂流、奉节天坑地缝等。在民族体育旅游方面，自古以来武术、摔跤、对弈、龙舟竞渡、泉水、登山、舞龙等民族传统体育活动就在巴渝地区广为流传。重庆长寿区、渝北区和江津市是全国著名的“田径之乡”和“武术之乡”。目前重庆市拥有21种9962个体育场馆，面积达1146万 m^2 。重庆市大田湾灯光体育场可容纳4万观众，占地12万 m^2 的袁家岗体育中心堪称西部第一，有着为数较多的在建或已建高尔夫球场、跑马场等群众体育设施，还拥有摩托车队、围棋队、宗申车队、力帆足球队等一批全国一流乃至顶尖的运动队，并通过举办世界女排大奖赛，足球甲A、甲B联赛，全国跳水锦标赛，承办亚洲杯足球赛等一系列国际国内重要比赛，培育体育旅游观光市场，吸引了国内外大量游客。重庆市还通过市旅游局主办“走进大森林，拥抱大自然”旅游主题宣传活动，民间社团绿色自愿者协会发起“徒步游三峡”等活动，培育

以健身娱乐为主题的健身旅游市场，为重庆体育的发展和体育旅游资源的开发起到了极大的促进和宣传作用。

概括地说，重庆目前的体育硬件和运动基础可以基本满足以下体育旅游：（1）野外活动类：漂流、游泳、登山、攀岩、溪降、野外探险、汽车越野、滑草等。（2）一般体育项目类：游泳、高尔夫球、台球、门球、网球、足球等。（3）观光类：一般旅游与观看各种体育比赛、表演相结合，如阿地力走钢丝横跨天坑、热气球飞跃三峡、足球甲 A 联赛等。（4）以民族传统体育项目为主的民族传统体育类：抛绣球、打扁担、竹杆舞、投镖、射箭、赛马、摔跤、叼羊等。

（五）贵州

贵州旅游资源丰富多彩，自然风光绮丽，山石、水景、洞穴、林木风姿独特，是迷人的天然“公园省”。有黄果树瀑布、龙宫、红枫湖、织金洞、湄阳河、荔波樟江、赤水、马岭河峡谷等 8 个国家级风景名胜区和花溪等 40 多个省级风景名胜区；有梵净山原始森林、茂兰喀斯特原始森林、赤水桫欏、习水原始森林和威宁草海 5 个国家级自然保护区，可为中外游客提供了极为丰富的体育旅游方式，如户外运动、野营、登山、攀岩、漂流、探险、游钓等。近年来贵州省开展了许多大型户外体育赛事，如贵州紫云格凸山地极限挑战赛、六盘水全国汽车拉力锦标赛等，吸引了大批国内外体育旅游爱好者。

贵州还具有丰富的民族传统体育活动，并与民族习俗习惯紧密相联，与各民族古老的历史、生产、生活环境相关，多为欢庆民族节日的活动，内容粗犷、淳朴，充满着醇酹的生活情趣，有着浓厚的乡土气息。

武术是贵州苗族群众最喜欢的传统体育项目之一。逢年过节，苗族男女青年常举行隆重的武术表演，表演时多有芦笙助兴。苗族武术内容丰富，形式古朴，风格独特，并有很多流派，安顺、镇宁等地的苗族花拳，其套路较多，它是根据跳芦笙、跳花舞步、斗牛等动作揉合而创的，其中的舞蹈动作占有相当大的比重，具有很高的观赏价值。

“抢花炮”是贵州、湖南、广西侗族群众广泛开展的一项具有民族特色的传统体育活动项目。每年农历三月初三，黎平、从江等县的侗族选手，便会穿上节日的盛装，乘船沿柳江南下，到毗邻的广西三江侗族自治县的富禄参加花会，“抢花炮”是花会的一项重要内容，花炮分为头炮、二炮、三炮，据侗族老人传说，抢得头炮象征“吉祥如意”，抢得二炮象征“风调雨顺”，抢得三炮象征“五谷丰登”，“抢花炮”具有强烈的对抗性，攻防转换快，既要有个人突破，又要有

整体的配合。这项活动已引起国内外体育界人士的关注，被誉为“东方的橄榄球”。

摔跤，又称“抱腰”，是苗、侗、彝族群众喜欢的体育活动项目。有用带子（或草绳）缠于对方腰部的，也有不用带子的，但都是用腰摔，先倒地者为负。苗族、彝族的摔跤，逢节日便可进行。侗族则有专门的摔跤节，是每年农历的二月十五日和三月十五日。

龙舟竞赛是苗族、土家族等群众喜欢的体育活动项目。每年农历五月二十四日，在清水江的台江施洞、施秉平寨一带，来自凯里、黄平、施秉、台江、剑河、镇远、三穗等地的以苗族为主体的数万名各族群众，要在这里欢度龙舟节。当天，各寨的龙舟都要汇集到平寨划赛。三声号炮响过，龙舟开始竞赛，两岸观众齐声呐喊，锣鼓震荡云霄，鞭炮声此起彼伏，十分热闹。土家族在农历五月初五过龙舟节，所进行的龙舟竞赛也有鲜明的民族特点和地方特色。这些具有鲜明特色的民族传统体育活动已成为贵州省最具吸引力的体育旅游内容。

贵州各地在开展体育旅游时，根据本地的自然资源和人文资源状况构建了各地的体育旅游的基本框架。如黔东南开发以杉木河漂流为主的体育旅游线路；兴义推出以马岭河峡谷为主的漂流、探险活动，1998年举办了国际漂流节。贵阳市利用其围棋运动开展较好的优势，邀请日本、韩国等世界一流棋手到贵阳交流、讲学，成功举办了中国·贵阳国际围棋节，并由贵州电视台组建了贵州围棋队，邀请聂卫平及韩国、日本等国际一流棋手加盟，多次举办各种类型的国内外围棋比赛，吸引了大批的围棋爱好者前来参观；白云区根据自己多次举办国际招商会的经验，每年举办白云国际风筝节，不仅促进了民族体育旅游的发展，也吸引了大量的外资，促进了当地经济的发展。另外，全省各地还成立了许多民间登山、攀岩、高山跳伞、垂钓等协会和俱乐部，利用贵州省的地理优势，组织了各种各样的活动，接待了大批来自国内外的游客，取得了较好的经济效益。

二、青藏高原地区体育旅游开发现状

主要包括青海、西藏在内的青藏高原地区，东西长 2700km，南北宽 2400km，平均海拔 4500m 左右，有“世界屋脊”之称。由于地势高，气温低，冰川冻土分布广泛，其自然景观和南极、北极相似，被成为世界“第三极”。近年来青藏高原地区的探险、登山、越野、冰雪等类型的体育旅游有了很大的发展，并呈现出良好的发展前景。

（一）青海

青海目前是世界上生态环境保护较好的为数不多的地区之一，青海的后发展优势也很大程度上体现在这一点上。既有雄浑壮丽的自然景观，又有文化底蕴深厚的人文景观。尤其是青藏铁路这一项举世瞩目的世纪工程，将推动青海旅游的快速发展。近年来体育旅游已经成为青海旅游发展的重点。其体育旅游主要有以下几类：

1. 多巴高原训练基地旅游。位于西宁市区西部 22km 处，海拔高度为 2366m。作为体育旅游资源，它有三大优势：第一，多巴训练基地在国内外的知名度非常高，是我国和亚洲海拔最高、最适合耐力性项目训练的高原体育训练基地。第二，多巴基地具有可供开放的体育场馆及体育设施，还可同时提供各种健身指导服务，能亲身体会专业运动员进行高原训练时的感受。第三，多巴基地有得天独厚的自然环境。它是“古丝绸之路”和“唐蕃古道”的重要中转地，著名的青藏公路和宁湟一级公路正好从基地门前向西蜿蜒而上，前往日月山、青海湖、鸟岛、龙羊峡、塔尔寺、“三江”源头及可可西里野生动物保护区等地游览观光时，都必须先经过此处。因此，多巴高原训练基地可充分利用这三大优势，挖掘自身潜力，努力改进和完善训练环境、周边环境、场地设施、交通、生活、娱乐、购物等条件，以吸引更多的国内外运动队和游客前来训练比赛、观光旅游和参与健身活动。

2. 体育赛事旅游。目前“环青海湖国际公路自行车赛”已举办了三届。首届比赛全程为 1391.4km，各赛段分别经过了西宁、倒淌河、西海镇、鸟岛、青海湖 151 基地、日月山、龙羊峡、塔尔寺等地，赛段的设计表现出了高海拔、大落差的特色，将挑战高原运动极限和自行车竞技完美地结合起来，各国参赛选手在比赛的同时，可以尽情饱览青海高原独特原始的自然风貌和迷人的景色。第三届比赛在首届的基础上新开辟了西宁至门源和门源至互助的比赛路线，距离增加了 400 多公里，更多地展现了青海美丽的自然风光和民族特色。环湖赛的举办，不但使国内外对青海的自然风光、旅游资源、民族文化、民俗风情有了较充分的认识，而且加速发展了青海省的旅游业，也为环湖赛沿线地区的市政、交通、通讯、建筑业等带来了千载难逢的跳跃式发展的历史机遇。其它已正式开展的体育赛事包括：青海省运动会、青海省民运会、青海省中学生运动会，此外还有各类锦标赛、邀请赛以及由青海省承办的部分项目的全国性比赛等。全省各地还有许多民族传统特色的体育赛事，如藏历春节、二月二、三月三、六月六、九月九、

那达慕期间各民族开展的射箭、射击、摔跤、武术、打岗、轮子秋、叼羊、腰带拔河、赛马、赛牦牛等。目前国家体育总局登山运动管理中心正在与青海省一起打造三大高原赛事，力争把青海高原攀岩赛办成国际性赛事，构筑起以“环青海湖国际公路自行车赛、国际抢渡黄河极限挑战赛和青海高原国际攀岩赛”三大品牌赛事为龙头的体育活动，在举办这些体育赛事的过程中，前来参加和观看比赛的运动员和观众人数众多，为赛事举办地带来了相当可观的旅游收入以及其它相关产业的收入，为当地的经济的发展作出了重要的贡献。

3. 疗养保健旅游。青海省药水温泉众多，极具开发价值。如民和的慈利寺、湟中的药水滩、贵德的扎仓等有着较丰富的温泉资源。药水温泉的保健功能主要取自于温泉中含有大量人体必需的锂、镁、锶等微量元素，内服对肠胃有很好的保健功效，外浴对皮肤病、关节炎也有很好的疗效。可喜的是，这些药水温泉都位于一些游人常去的旅游景点之中，因此，可将药水温泉资源与所在的自然环境、景点相结合起来进行合理开发，可使这些“药水温泉”成为青海省特有的吸引游客游览观光和健身保健的重要民族体育旅游资源。如今，在药水滩、贵德的扎仓等处已向市场推出一些旅游产品，并已有一定的市场。

4. 徒步探险旅游。青海省探险旅游资源丰富，着重表现在长江、黄河、澜沧江三江的探险以及高山探险。长江的发源地在唐古拉山北麓的格拉丹冬冰峰脚下，绵延几十里的冰塔林雄伟壮观，其正源是沱沱河；黄河源头在巴颜喀拉山北麓的卡日曲河谷及约古宗列盆地，那里风光秀丽，水草丰美，湖泊、小溪星罗棋布，景色非常壮观。澜沧江源头在青海省杂多县拉塞贡马山南麓末端，正源为扎阿曲。利用这三条河流的发源地均可组织国内外游客进行徒步探险旅游。例如，进行长江源头探险时，可以先到沱沱河，然后从沱沱河出发前往源头，沿途可欣赏源头的美丽风光，到达源头后进行源头探险旅游。此外，可可西里无人区也是组织游客进行徒步探险的极好资源。可可西里无人区位于青海格尔木西部，平均海拔4800m，地域广阔，高寒无人，被称为“人类生存的禁区”。这里是世界上高原湖泊分布最密集的地区之一，其中以可可西里湖和太阳湖最为著名；有200多种植物，仅青藏高原特有种类就有84种，还有许多珍稀的野生动物，如藏羚羊、藏野驴、雪鸡、沙漠猫等国家一、二级保护动物。

5. 登山探险旅游。登山作为勇敢者的运动，在体育旅游项目中占有十分重要的地位。青海省境内横亘多条国内外著名的高大山脉，从北向南依次为阿尔金山祁连山脉，东昆仑山脉及其支脉可可西里山、巴颜喀拉山、阿尼玛卿山；南端为唐古拉山脉。这些高大山脉大都呈东西走向，构成了青海省地貌的基本框架。

以登山探险而论,青海虽然缺乏7000m以上的极高峰,在山体高度上不及西藏、新疆、四川,但在山峰的类型和数量方面却可排在全国第三位。与西藏、新疆两大极高山分布区相比,青海省的山峰资源具有独特的地缘优势,即地理空间距离较近,且交通较为便利。另外青海省可供登山的极高峰分布于不同山脉,类型较多,可适宜不同旅游者的多样性需求。

从1997年至今,青海省已陆续开放了14座海拔在4500m以上的山峰,第一批为玉珠峰(含玉虚峰)和阿尼玛卿峰,第二批为格拉丹冬峰,第三批为新青峰,其余山峰则是根据市场需求和资源特色以及区域基础设施基本条件相继开发的,目前阿尼玛卿峰和新青峰已成为国内外登山者攀登珠穆朗玛峰前的准备及适应性训练基地。各山峰的基本情况见表4-5所示。

表4-5 青海省对外开放山峰情况

山峰名称	海拔高度 (m)	地理位置	最佳登山时间 (月)
阿尼玛犹豫峰	6282	果洛州玛沁县	4~6 或 9~10
格拉丹冬峰	6621	格尔木市	5月或9月
雅拉达则峰	5214.8	果洛州玛多县	4~6 或 9~10
新青峰	6860	海西洲与新疆交界	5月~10月
山峰名称	海拔高度 (m)	地理位置	最佳登山时间 (月)
年保玉则峰	5369	果洛州久治县	5月~10月
错日尕则峰	4610	果洛州玛多县	5月~10月
玉珠峰	6178.6	格尔木市	6月、8月底或10月初
玉虚峰	5933.1	格尔木市	6月、8月底或10月初
马阑山	6056	玉树州治多县	5月~10月
湖北冰峰	5769.3	海西玉树交界处	5月~10月
五雪峰	5805	玉树州治多县	5月~10月
大雪峰	5836.4	玉树州治多县	5月~10月
唐古拉山	6205	格尔木市管辖区	5月~10月
龙亚拉峰	6104	格尔木市管辖区	5月~10月

6、漂流旅游。青海省正在开发或准备开发的漂流旅游产品有以下几条线路：由曲麻莱到真门达全程为 330km 的长江漂流旅游；由达日到贵德全程为 470km 的黄河漂流旅游；由杂多到囊谦全程为 470km 的澜沧江漂流旅游；另外，循化县黄河段也有漂流旅游的良好资源，境内几十公里的黄河段水流较平缓，可以充分利用这段黄河上游风光秀美的河道开发循化县传统的羊皮筏子漂流旅游。

7、冰雪旅游。青海湖已在 2004 年冬季成为全国最大的室外天然“滑冰场”。来自青海省旅游局的新闻，青海湖冬季旅游项目正在加快开发速度，待冰层达到一定厚度，夏日碧波荡漾的青海湖将会以银色靓丽的冰面，迎接来自四面八方的滑冰游客。同时，冬季青海湖的冰层上，还将呈现出一幅幅玲珑剔透的冰雕作品，供游客欣赏。在青海湖上开发滑冰旅游项目尚属首次，通过尝试，再结合西宁市即将开业的滑雪场，将形成青海省冬季体育旅游系列产品。

8、自驾汽车、自行车、摩托车旅游。青、藏、新、川、甘五省相临，公路四通八达。青藏公路穿越世界屋脊，是世界上海拔最高的高原公路，全长 1937km。闻名于世的唐蕃古道、南丝绸之路都经由此路，沿途有日月山、倒淌河、青海湖等名胜古迹。此外，青川公路和青甘公路也是极富高原特色的旅游线路，沿途可以饱览青藏高原的美丽风光及藏民族的风情，是进行自驾汽车、自行车、摩托车旅游的最佳资源。

9、狩猎旅游。位于柴达木盆地东南部的都兰县境内有巴隆和沟里两个狩猎点，在国家政策法规允许的条件下可供游客进行狩猎。这里山峦起伏，地势平坦，草木茂盛，是野生动物理想的栖息场所，凡青海各地有的野生动物品种，这里几乎都有，如雪豹、盘羊、白唇鹿、藏羚羊、岩羊、马鹿、麝、狼、赤狐、高原兔、雪鸡、毛腿沙鸡、石鸡和环颈等。

（二）西藏

目前，西藏可供旅游者游览的参观点有 60 多处，初步形成了以拉萨为中心，日喀则、山南相结合，辐射那曲、阿里、林芝的资源开发利用格局。旅游项目主要以文化观光为主；同时，登山、徒步、科学考察、民俗风情、宗教活动等特种旅游也在迅速兴起。拉萨—珠峰大本营；拉萨—日喀则—阿里（神山、圣湖）；甘丹寺—桑耶寺；甲玛沟—青朴—桑耶寺等几条线路为专项旅游的主要线路。

西藏民族传统体育历史悠久，几乎与西藏本身的历史一样久远，是藏民族文化的一个组成部分。它源于人们生存和生活的需要，并在传统思想文化的影响下继承沿袭。它的内容丰富、形式多样，具有浓郁的藏民族文化色彩。在漫长的历

史发展过程中,藏民族体育曾与各民族体育彼此渗透、相互交融,使传统的西藏民族体育文化得以丰富和发展。西藏民族传统体育活动在平时劳动之余或节日、喜庆佳期,均可举行,尤以节日最为丰富多彩。如藏历新年、江孜达玛节、那曲羌塘恰青赛马节、望果节、林卡节、雪顿节等,均或多或少地有体育项目举行。内容有射弩、举石、抱石、掷石、赛马、骑马射击、骑马射箭、跑马捡哈达、古朵(抛子)、刀术、押加(大象拔河)、碧秀(响箭)、藏式围棋、藏式摔跤、吉韧(弹克朗棋)、马球等项目。每到这些节日群众如潮,观者如云,青少年无不跃跃欲试。西藏民族传统体育项目主要有:赛马、射箭、投石、投乌尔多、摔跤、硬气功等,这些最为人乐道,也最具民族特色。这些都是开展民族传统体育旅游的特色旅游资源。

西藏具有丰富的高山资源,因而登山运动发展迅速。西藏群山环抱,东有悬崖绝壁、直刺青天的横断山脉,南有巍峨宏大、险峰林立的喜马拉雅山脉,西有雄伟峻峭的冈底斯山脉,北有横空出世的昆仑山脉和唐古拉山脉,中有气势磅礴的念青唐古拉山脉。世界著名的珠穆朗玛、洛子、马卡鲁、卓奥友、希夏邦玛等5座8000米以上高峰,南迦巴瓦、扎西次仁玛等7000米以上高峰70余座,还有像岗江布钦那样的“神山”、屡登未果的梅里雪山,海拔6000米以上数不胜数的雪峰巍然耸立在西藏境内和边界上。雪峰险岭之间,高原湖泊星罗棋布,是进行登山旅游活动的胜地。2004年西藏自治区登山协会接待了来自26个国家和地区的91支登山团队1200余人来藏登山。2004年,西藏自治区登山协会为西藏登山队攀登乔戈里峰提供经费130万元,为2004年西藏国际攀岩邀请赛资助20万元,为拉萨地区万人登山活动提供资金15万元。同时,西藏体育产业开发管理中心成功承办了“2004年西藏国际半程马拉松挑战赛”。这是我国乃至世界体育史上第一次在海拔3600米地区举办此类活动。共有来自美国 and 我国香港、内地省区市等12个国家和地区的2090人参赛。中央电视台等国内几十家新闻媒体对赛事进行了多次报道,扩大了赛事的影响,也宣传了西藏。

随着生活水平的不断提高,多样化、个性化的旅游需求日益增多,而青藏高原正成为许多自驾车爱好者梦寐以求的旅游胜地。每年7至9月是进藏旅游黄金季节,许多内地自驾车旅游爱好者将青藏高原作为首选地。西藏历史上第一个自驾车旅游租赁有限公司2003年在拉萨宣告成立,租车车型以“猎豹”、“丰田”等越野车为主,以满足自驾车旅游爱好者的需求。自治区旅游部门提示,目前内地自驾车爱好者首选的进藏旅游线路是青藏公路,因为这条线路经过交通部门的大规模整治改建,道路状况比川藏、滇藏、新藏等线路要好。据西藏自治区旅游

局介绍,2002年,西藏共接待游客85万人次,其中接待国内游客72万人次,比上年增长29%。如今,内地前往西藏旅游的人数远远超过海外游客,自驾车的游客也在不断增长,西藏自驾车旅游市场前景广阔。

三、西北民族地区体育旅游开发现状

西北民族地区包括陕西、甘肃、宁夏、内蒙和新疆五省区。面积广阔,体育旅游资源丰富。这里地处内陆,为温带大陆性干旱半干旱气候,降水稀少,草原、沙漠戈壁广布,历史上丝绸之路著名的“大海道”、“白龙堆”可怕的雅丹地貌就是在这样的狂暴风蚀中造成的。严酷而漫长的自然历史过程和脆弱环境中形成的极端地质地貌与宝贵的森林、绿洲、草原、冰川、湖泊、湿地、河流等自然资源处于极不稳定的多样化状态,独特的生态环境对中外游客有着强烈的神秘感和特殊吸引力。此外,西北民族地区还是一个民族文化多样,体育旅游人文资源丰富的地区。因此西北民族地区有着开发体育旅游的良好自然环境和人文环境。

(一) 陕西

陕西由于地形、地貌、地理、气候的原因,自然形成陕南、陕北、关中三大风格各异的旅游板块。既有陕北黄土高原,又有陕南江南风光和被誉为八百里秦川的关中平原,呈现出多种多样的地形、地貌和众多独具特色的自然景观。同时它也是一个可开发体育旅游的资源富集区,在这一富集区内,有以险奇称天下的西岳华山和全国第二大瀑布——黄河壶口瀑布;有中国大陆东经 105° 以东最高峰的太白山以及山湖一体的翠华山,有风光旖旎的汉中红寺湖、汉水风情的安康瀛湖;有陕北的榆林大漠和典型的黄土高原以及全国最大的红碱湿地保护区等。这些都为开展体育旅游提供了良好的有的甚至是垄断性质的自然条件。据统计,陕西现有野营、攀岩、摩托、汽车等极限训练场10余处,国际标准高尔夫球场2处,水上运动场馆120余处,体育旅游主题公园近10家。其中关山牧场、渭水园、龙宫、桃园湖等以体育游乐为主要经营项目的企业总资产都在亿元以上。

陕西在2001年中国体育健身游活动的期间,举办了多项体育赛事和体育旅游节庆活动,同时推出攀岩、登山、漂流、沙漠探险、驾车自助、武术及太极健身、高尔夫等体育旅游专项产品。陕西省水上运动管理中心在咸阳市杨凌区成立了杨凌水上体育运动中心,相继开发了水上快艇、水上自行车、水上飞机、牵引滑水、沙滩游泳、越野卡丁车、双人自行车、骑马、射箭、火箭蹦极、矿山车等多种体育游乐项目,独特的活动内容吸引了越来越多的省内外游人,成为陕西假

日经济和旅游观光的新热点，至 2001 年底，共接待游客约 45 万人，经营收入累计人民币 4500 万元，取得了良好的经济效益。

西安利用古城墙的知名度举行的国际城墙马拉松赛，自 1993 年首次举办以来，在国内外产生了广泛影响，参加的国家 and 地区越来越多，规模越来越大，2001 年本项赛事被国家旅游局定为全国旅游金牌项目；安康市近几年在“五一”、“十一”旅游黄金周期间举办汉江龙舟大赛，火爆异常；铜川利用本地的冰雪旅游资源，打出冰雪旅游品牌，在玉华宫景区建成了拥有 2 条中级滑道、1 条初级滑道，可容纳 2000 余人的西北最大的滑雪场，仅 2003 年 2 月 1 日至 7 日短短七天时间，就接待游客 3 万人次，直接收入 70 万元，间接收入 450 万元；榆林开展了陕西古长城沙漠探险游等活动；华山、太白山等利用自身独特的山体优势，连续几年举办国内，乃至亚洲及国际的登山、攀岩大赛，有效地提高了自身在国内乃至在国际上的知名度。

陕西省旅游局为了配合国家旅游局 2001 年“中国体育健身游”活动，继在宝鸡市炎帝园广场举行“2001 中国体育健身游（陕西）暨宝鸡活动开幕式”之后，又举行了玉华宫冰雪艺术节、太白山登山健身旅游节、汉江龙舟节、华山国际旅游登山节、西安国际城墙马拉松赛等活动，极大地推动了陕西体育旅游产业的发展。

（二）甘肃

甘肃省因其独特的地理位置和气候等自然条件，保存着极其丰富的体育旅游资源。甘肃省拟在省内从天水到敦煌的丝绸之路上，充分利用自然景观、人文景观、地域特色、民族风情等资源，构建以健身、观光、旅游、探险为主要内容的“丝绸之路体育健身旅游长廊”。古丝绸之路在甘肃省境内长达 1600 多公里，沿途独特的地貌为开展特色体育活动提供了天然资源。

甘肃体育旅游开发现状主要表现在以下几个方面。

1. 沙漠体育旅游

因甘肃省地处我国内陆，干旱、强风、流沙及间歇性地表水等因素塑造了空旷浑厚的沙源地貌。浩瀚的沙漠及沙漠中的绿洲、风蚀的城堡、风蚀蘑菇地形等形形色色的风沙地貌，极具观光与体育旅游吸引力。神奇的甘肃敦煌鸣沙山，山宽 20 公里，长达 40 公里，背风向阳，风吹动时，常常发出“鸣沙”现象，此时沙石摩擦，轰响震耳，景象奇异。在鸣沙山进行滑沙、登沙、骑骆驼比赛等民族体育旅游项目活动时，情景更是奇特。此外，在强烈日照下的腾格里沙漠，蜃楼

幻影的旷异风貌与人迹罕至的神秘色彩，均是人们进行沙疗、沙浴、科考探险的理想场所，具有特殊的吸引力，现已开发成极具魅力的沙漠体育旅游。

2. 山岳冰川体育旅游

甘肃省山脉较多，海拔较高，蕴藏着较丰富的山岳冰川资源，可选取部分资源向市场推出，开展体育旅游活动。如祁连山脉位于甘肃省河西走廊南侧，长约1000公里，海拔在3000米以上。在起伏连绵的祁连山脉中有26座山峰的海拔均在5000米以上。甘肃省境内的现代冰川体育旅游资源基本上分布于此。目前山中已发现的冰川多达3066条。其中，以祁连山中段的“七一”冰川和位于祁连山西段的老虎沟冰川最为著名。

“七一”冰川位于嘉峪关市西南116公里处的祁连山腹地，它是由中国科学院兰州分院的科技工作者和原苏联冰川学专家于1958年7月1日发现、并以发现日期命名的一座高原冰川。该冰川斜挂于坡度小于45度的山坡上，冰层平均厚度78米，最厚处达120米，冰峰海拔5150米，冰舌前沿海拔4300米。“七一”冰川是“亚洲距离城市最近的可游览冰川”。

“七一”冰川气候独特，景色迷人，是开展登山探险、避暑休闲、科考研究等旅游活动的好去处，也是嘉峪关市旅游资源体系的重要组成部分。为抢抓西部大开发历史机遇，加快旅游资源开发步伐，2002年至2003年，嘉峪关市共投资312.01万元，铺筑了自S215线至山脚下9.443公里沙石路，修建了1000平方米停车场和180米步行台阶，并对近2公里登山道路进行了修整。修建了占地545.8平方米的“冰川环保探险旅游服务中心”，内设接待室、急救室、工作室、厨房、餐厅和6间客房，配备了发电机和全套的住宿接待设施，使冰川景区的基础设施和接待服务功能得到了初步改善。

老虎沟冰川群位于祁连山西段的大雪山北坡，是甘肃省距离飞机场和铁路线最近的冰川群，群内共有冰川639条，总面积约在500平方公里，其中以“透明梦柯”最为著名。透明梦柯冰川位于甘肃省肃北县祁连山区大雪山北坡老虎沟内，长10.1公里，面积21.9平方公里，是祁连山区最大的山谷冰川。老虎沟地区共有冰川44条，面积共54.3平方公里左右，透明梦柯冰川是其12号冰川。“透明梦柯”是蒙古语，意为高大宽广的大雪山。透明梦柯冰川末端海拔4260米，最高峰海拔5483米。它有宽大的粒雪积累区，坡度较平缓，冰面坡降为3度到6度，人员容易进入、攀登。粒雪区最大坡度数26度，没有雪崩危害。承受力大、安全性高是其显著的特征。透明梦柯冰川规模较大，冰谷、冰蘑菇、冰斗、冰瀑布、冰裂缝等特有冰川地貌在这里随处可见。走进透明梦柯冰川，游人

一定会被大自然的鬼斧神工所震撼。变幻莫测的各种冰雕造型让人目不暇接：峰、塔、溪、谷、洞、壁、湖、瀑等景物不断在眼前闪现；冰挂玉坠、河口冰乳、冰峡骇浪、冰雪瑶池、群鳄戏冰、巨鳄啸天等景点使人目不暇接。新奇、神秘、幻变是透明梦柯冰川的最大特点；雄浑、壮阔、旷达是其风光景色的重要特征。茫茫雪原处处冰清玉洁，巍巍雪峰尽显北国风光。夏季，游人只穿短袖衫便可漫步冰川，极目远望，众山尽在脚下，山脚下绿毯般的草原上，羊群像珍珠般镶嵌在绿毯上。游览结束后，租上一副滑雪板，从冰川顶一滑而下，耳边风声呼啸，飞一般的感觉让人心旷神怡。透明梦柯冰川于2005年10月23日被《中国国家地理》杂志评为“中国最美六大冰川”之一。

3. 草原体育旅游

广阔葱郁的草原是大自然恩赐给甘肃省独特的、最富魅力的体育旅游资源。甘肃面积辽阔的草原具有旷柔兴盛的美，草原与雪山相伴，蓝天白云，湖泊映衬，别有一番令人陶醉的风光。在草原上纵横驰骋，举行赛马、赛牛活动；在湖泊中荡漾、垂钓，在居民中作客，领略异地民族风情，这对体育旅游者有很大的吸引力，它们是发展体育旅游的理想场所，具有极大的体育旅游开发价值。其中甘加草原和桑科草原面积均在4000平方公里以上。碧绿的草原，宜人的气候，扬鞭跃马，游人可尽情享受草原上奔驰的乐趣，饱览广阔的草原风光。

4. 气候、气象体育旅游

气候、气象环境是进行旅游的一个很基本的因素，也是进行体育旅游活动必须注意的必要条件。运动性与体验性康乐度假及特殊的体育旅游活动，往往以特殊的气候条件作为依托。甘肃省的气候、气象条件与体育活动十分相宜。例如，嘉峪关的气候特征就非常适宜于热气球、滑翔机飞行运动的开展，是国内外热气球、滑翔运动爱好者的乐园。每年6至10月间，嘉峪关地区均有着强烈的热力气流、波浪气流与动力气流，而且持续的时间很长，每天可达10小时，天气的能见度达30至50公里，上升强度每7至8米/秒，这样的气候、气流特征是我国其它地区少有的。为了满足国内广大体育旅游者对滑翔、热气球飞行的需求，目前我国已在嘉峪关市建立了热气球、滑翔机飞行基地（世界三大基地之一）。基地现有滑翔机、热气球、运动飞机、山坡伞等运动器具，并且各类接待设施均已齐全，每年可接待约2万体育旅游者。甘肃省山地也是我国冬季严寒而湿润的降雪丰富区，而且积雪的深度与积雪时间同我国东北地区近似，是开展冰雪运动的理想之处。随着甘肃省旅游事业的不断发展，这一白色体育旅游资源，将会得到有效的开发与利用。

5、登山体育旅游

甘肃是个多山的省份，最主要的山脉首推祁连山、乌鞘岭、六盘山，其次诸如阿尔金山、马鬃山、合黎山、龙首山、西倾山、子午岭山等，多数山脉属西北—东南走向。高耸入云的山峰是众多登山爱好者向往的胜地，每年都有国内外大量的登山爱好者前来登山享受征服大自然的乐趣。

6、漂流旅游

甘肃省具有较为丰富的漂流资源，目前甘肃已成功地开发了黄河和大夏河漂流软探险活动项目，漂流工具主要是橡皮艇。黄河漂流在兰州分为两段：河口至大桥段和吴家园至皋兰县什川吊桥段。这一项目经甘肃省港监处批准，主要由甘肃中国国际旅行社负责经营，每段漂流需一日时间。甘肃国旅配有高质量的橡皮艇和安全保障人员，沿途漂流有惊无险，两岸风光独特，成为理想的黄河旅游项目。

7、体育赛事旅游

举办各种体育赛事旅游能迅速提升当地体育旅游资源及其产品知名度。甘肃全省经常举办各种独具特色的户外体育赛事。如嘉峪关市举办了“中国甘肃嘉峪关‘长城杯’铁人三项赛（亚洲杯）暨全国冠军杯系列赛”、甘肃省汽车场地越野邀请赛，创出了以体育赛事为契机，打造国际体育旅游名城的新路子，近几年嘉峪关的旅游收入每年都在以两位数的速度增长。崆峒武术的发源地甘肃平凉市借第五届全国武术比赛之机，不断提高了其知名度和影响力。在定西漳县贵清山国家森林公园遮阳山景区千仞雄峰隆重举行的“全国攀岩精英赛”，是国家级最高水平的攀岩赛事在西北地区举办，通过这一赛事必将扩大甘肃旅游业的影响和漳县的知名度。

（三）宁夏

宁夏有着丰富的自然、环境资源和民族传统体育旅游资源。以摩托车为龙头的宁夏体育旅游活动成为启动宁夏体育旅游资源开发的先声。塞上名城银川市，本着“开展摩托时尚旅游，发展摩托竞技运动，弘扬摩托文化理念，演绎国际摩托盛世”的宗旨，从2000年起，每年七月举行一届国际摩托旅游节，来自世界各地的摩托精英，在这里演绎亚洲最大的摩坛盛事。中国银川国际摩托旅游节是由银川市人民政府、中国摩托运动协会、宁夏回族自治区旅游局和体育局共同主办，得到宁夏回族自治区人民政府、国家体育总局、国家旅游局批准和大力支持的大型国际盛会。每年7月下旬，数千名骑士从全国的大江南北和世界各地，自

驾摩托车汇聚银川，参加每年一届的中国银川国际摩托旅游节。在为期一周的旅游节期间，要举行千辆摩托城市大巡游；举行全国性和国际性的摩托竞技赛事；各具特色的摩托特技表演异彩纷呈；观赏摩托之友大型文艺晚会、焰火晚会和西北独特的沙漠篝火晚会；体验沙漠露宿、草原露宿的美妙；海内外摩坛巨头，聚首凤城，演绎着国际摩托论坛精彩篇章；来自全国各地百名佳丽，角逐全国摩托车模特精英大赛的桂冠；摩托车生产企业，纷纷拿出自己的新品和精品在银川国际摩托博览会上接受检阅；七月的银川是明星荟萃，名人荟萃，铁骑英雄大聚会。摩托运动文化在这里弘扬，在凤城升华。与会的车迷、商贾、游客数十万之众，规模宏大，其势磅礴，创造了“亚洲最大规模的摩坛盛事”的吉尼斯记录，塞上明珠银川将诞生世界最大规模的摩托旅游基地。每年有数百名中外记者对这一盛况进行全方位的跟踪报道。中国银川国际摩托旅游节以其特有的方式，将狂野动感的摩托车运动与宁夏个性的旅游品牌紧密结合，旅游观光的朋友在观看摩托特技表演、摩托特技擂台赛、摩托车模特精英赛决赛等大型活动之余，可按旅游路线分赴西夏王旅游区、长宁旅游基地、鄂尔多斯、沙湖等地，尽情领略塞上特有的美好风光。在宁夏相继举办的大漠黄河旅游节、枸杞节、赏石节和摩托旅游节等节庆活动中，银川国际摩托旅游节是规模最大、最有特色的节日，具有很强的生命力，在宁夏旅游业中占据了十分重要的角色。

宁夏自治区除摩托旅游广受游客欢迎之外，宁夏沙湖生态旅游景区的体育旅游活动也极富吸引力。沙湖生态旅游景区芦苇茂盛，林草葱茏，集“江南水乡”与塞外大漠于一体，是宁夏最有名的旅游胜地之一，距首府银川 56 公里，景区总面积为 80.10 平方公里，其中水域面积 45 平方公里，沙漠面积 22.52 平方公里。沙湖以自然景观为主体，沙、水、苇、鸟、山五大景源有机结合，构成了独具特色的秀丽景观，是一处融江南秀色与塞外壮景于一体的“塞上明珠”。结合沙湖的自然特色，已开发建设的景点有游乐园、望塔、芦苇迷津、湖心鸟巢、西部大漠、西夏行宫。其中体育旅游项目有水上飞机、水上跳伞、水上摩托、滑沙索道、大漠沙雕、湖中荡舟、自然浴场等。沙湖生态旅游区以其独特的体育旅游资源 and 优越的接待条件，已成为西北地区集风景游览、观光娱乐、体育竞技、疗养避暑、休闲度假、旅游购物、生物观赏、养殖生产为一体的生态旅游区。1996 年沙湖被列为全国 35 个王牌景点之一，2001 年，沙湖又被国家旅游局评为首批 4A 级旅游景区。

宁夏还在 2001 年举办了“宁夏体育健身游”活动，同样是在沙湖景区拉开帷幕，来自全区各企事业单位共 2000 多人参加了此次活动。宁夏自治区体育局

除了进一步开展一些小型的体育健身活动之外，还结合体育健身旅游这个主题，进一步推广黄河漂流、长城沙新大漠探险、登山等体育健身项目，使其为旅游服务，尽快发挥效益。

宁夏根据其自身体育旅游资源，除已开发的银川国际摩托旅游和沙湖生态旅游景区体育旅游活动外还正在开发下列三类体育旅游：1、观光型体育旅游。观光型体育旅游是旅客以观赏体育赛事、体育建筑雕塑、摄影、绘画等为目的，以满足自身的情感和美的需要的一种休闲活动，体育作为一种内涵丰富的文化现象，有多种表现型式，并具有极强的观赏性、娱乐性。但由于宁夏经济相对落后，市场投入与产出仍有一定的差距，导致观光型体育旅游资源在宁夏开发相当缓慢。

2. 民族传统体育旅游。宁夏民族传统体育活动常在节日聚会时进行，其游戏、娱乐性强。如宁夏的回族武术、木球，固原山区回民群众的踏脚以及方棋等，同宁夏回族文化、风土人情等共同构成了具有鲜明地方特点和强烈民族特色的旅游。

3. 利用特有的地形、地貌开展的健身旅游。宁夏拥有六盘山、贺兰山两座高山，以及广袤的沙漠，宽阔的黄河，景色秀丽的原始森林和沙漠绿洲等自然条件，地形地貌较为特殊，分布性广，配以文物古迹贺兰山岩画，古建筑工程大佛寺，历史遗迹黄河渡口，108塔以及宁夏回族人民的传统习俗，风土民情等人文资源，为中外游客提供极为丰富的健身旅游方式，如户外运动、野营登山、羊皮筏、漂流、滑草、穿越沙漠、沙滩比赛等。

（四）内蒙古

内蒙古是一个冰雪资源丰富的省份，如阿尔山冰雪节就是一个闻名于省内外的冰雪旅游项目，它由内蒙古自治区兴安盟阿尔山市人民政府主办，每年11月底至12月初在阿尔山市举行。阿尔山位于大兴安岭北麓，冬季雪原广阔无垠，冰川雄奇壮丽，温泉云蒸雾腾。冰雕，雪雕艺术在阿尔山市一直是传统活动，春节期间各家制作的冰灯五光十色，市内的大型冰雕雪雕展，魅力无穷。阿尔山以其雪期长、雪质好而著称于世，经专家、学者鉴定，阿尔山的冰雪资源可以开展冬季奥运会规定的全部比赛项目。这里的雪龙滑雪场位于阿尔山市东沟内，距市区一华里，占地400公顷，山上山下有1000米左右海拔落差，建有平地滑雪场、高山滑雪场、射击场、度假村。在这里可以赶着马爬犁、狗爬犁轻松悠闲地赏雪、观雾凇；可以划着雪橇高山飞雪；还可以去野外越野滑雪，领略林海雪原的神奇。阿尔山冰雪节的开幕式很有特色，有模特表演、俄罗斯歌舞表演和滑雪表演。2002年的冰雪节

组织举办了冰雕展、雪雕展，进行了全国越野滑雪冠军赛、全国越野自由式滑雪冠军赛、全国青年自由式滑雪锦标赛等国家级比赛。阿尔山市在今后的冰雪旅游活动期间，还将开发更多的冰雪体育活动项目，如：高山越野滑雪、冰雪速滑、不冻河漂流、乘马拉爬犁观雾凇，让人们尽享美丽的北国风光。

内蒙古地区除了丰富的冰雪旅游活动之外，一年一度的赛马节也是远近闻名的体育旅游活动。曾经培养了中国第一代“马王”的内蒙古自治区科尔沁草原，有着博大精深的马背文化，如今，这里的赛马节已成为人们前来休闲、健身、娱乐、交友的场所，赛马节共计三天左右，主要项目有：赛马、博克比赛、民族歌舞表演、篝火晚会、祭敖包、电影晚会、扎鲁特旗牧民将在草原上进行套马演练、驰名中外的内蒙古马术队也将在赛马场上做精彩表演、著名马头琴演奏家和民族歌唱家的精彩演出将给赛马节增添色彩。

在内蒙古各地举行的大小各异的那达慕大会，是蒙古民族最具吸引力的民族传统体育盛会。在呼伦贝尔市陈巴尔虎旗举行的国际那达慕大会上，要进行雪地赛马、摔跤、射箭、冬泳、马（骆驼、狗）拉爬犁比赛等活动，参赛选手达数百名之多。锡林郭勒盟的那达慕大会也规模盛大，赛马无疑是最扣人心弦的项目。2002年通辽市在朱日河牧场举行了声势浩大的“赛马节”，全市7个旗县市的农牧民都选派了最优秀的骑手参赛，有千余名骑手参加了这一活动，观众有10万余人。现在的“那达慕”已成为草原上喜庆丰收的盛大节日，举行的日期也大多在牧草繁茂，牛羊肥壮的七、八月间。赛马是“那达慕”上最激动人心的比赛。主要项目有30千米传统长距离赛马、15千米“乌热”小马赛、“卓热”走马赛、“卡沓力亚”颠马赛和圈马赛。其中最精彩也是最激动人心的是长距离的跑马赛。参赛者多为七、八岁的儿童，身着彩色服装的小骑手们稳坐马背，脚不穿鞋，马不佩鞍，像离弦的箭，疾驰在绿色的草原，宛如飞霞流彩。摔跤是“那达慕”最激烈的比赛，也是力量和技巧的角逐。选手上身穿镶有铜钉的坎肩，下身着白色大裆裤，腰间系彩绸围裙，脚踏蒙古靴，袒胸露臂，威风凛凛。如果双方实力相当，往往要僵持几个小时才分胜负。大型比赛有时要用几天时间才能赛完。锡林郭勒盟1982年全盟那达慕摔跤比赛，参赛选手多达1024人，场面异常壮观。射箭比赛是“那达慕”大会期间另一项重要体育活动，是射手们大显身手的场所，比赛一般分为静射和骑射两种。近几年的射箭比赛多为“那达慕”的表演项目，不作正式比赛。呼伦贝尔“那达慕”大会的活动项目，除摔跤、赛马、射箭外，还有蒙古象棋、民族歌舞及许多现代体育竞赛项目、乌兰牧骑文艺演出、民族民间广场舞表演、民族服饰表演。还安排了蒙古族风味食品品尝活动。

此外，内蒙古还有中国目前最大的赛马场——内蒙古赛马场，位于呼和浩特市北郊。这座建筑的形状是三个包状建筑，绘有蓝天白云，很有特色。内蒙古赛马场是中国目前规模最大，建筑标准最高的综合性赛马场。主体楼六层，建筑面积 8329 平方米，内设展厅、歌舞厅及康乐设施，中间圆形大厅的穹顶、地面均以蒙古族的传统图案加以装饰，透出宏伟古老的气势。赛马场总占地面积 32 万平方米，可容纳观众两万余人。1959 年在这里举办第一届全国运动会的赛马、马球等项目，1982 年全国少数民族运动会的赛马、赛驼等项目均在这里举行。不少国内外旅游团队来到呼和浩特市，在当地旅行社的组织下，可以在内蒙古赛马场观赏到内蒙古马术队表演的精彩节目：马上体操、乘马斩劈、马上射击、射箭、轻骑赛马、马上技巧等蒙古民族的传统体育节目。

内蒙古自治区本着积极发展少数民族传统体育事业，活跃人民群众文体生活的原则，使少数民族体育运动迅速发展。蒙古族素有“马背民族”之誉，是内蒙古的主体民族。据史料记载，内蒙古民族传统体育主要是男子三技：赛马、射箭、摔跤，这三项运动已伴随蒙古族在草原上延续了数百年。长期以来，大大小小的“那达慕”是内蒙古少数民族传统体育运动的主要形式。以上这些丰富多彩的民族传统体育已成为人们休闲旅游的主要内容。

（五）新疆

新疆位于我国西北区域，深居亚洲内陆，其地形轮廓可以“三山夹两盆”来描绘，即阿尔泰山、天山和昆仑山系把新疆分割为准噶尔盆地和柴达木盆地。新疆地域辽阔，境内地势起伏剧烈，各地气候差异明显，景观粗犷、雄险、奇异，有高山、冰川、湖泊、草原、浩瀚的戈壁、沙漠、类型各异的自然保护区，这些资源为新疆体育旅游资源的开发提供了广阔前景。

新疆体育旅游资源类型齐全、数量繁多，而且特色突出、品位较高。已开发或正在开发的体育旅游有以下几类。

1. 以独特的地质地貌参观考察为内容的体育旅游。新疆地处欧亚大陆中部，面积有 160 多万平方公里，仅山地面积（包括丘陵和高原）就有 80 多万平方公里，四周高山环抱，境内冰峰耸立，沙漠浩瀚，草原辽阔，绿洲点布。境内有河流 570 多条，大于 1 平方公里的天然湖泊 139 个，可进行各种类型的参观考察。如新疆三山夹两盆的地貌形成的地理基础考察，新疆风沙地貌、冰缘地貌、火山地貌等成因的科学考察等。

2. 体育探险旅游。新疆有浩瀚的沙漠，可开展沙漠探险旅游，如以库车为依

托经阿克苏,沿和田河横穿塔克拉玛干沙漠直达和田的探险旅游线路等。新疆山脉众多,其中对外开放的著名山峰 11 座,可开展登山探险旅游活动。如天山山脉、喀喇昆仑山脉是全国知名的山脉。在喀喇昆仑山脉上,海拔 8000 米以上的山峰就有 4 座,而全世界也只有 14 座,对登山爱好者的吸引力不亚于喜马拉雅山脉。广布于新疆高大山系的现代冰川,如中国最大音苏盖提冰川等是开展冰川探险旅游的宝贵资源。新疆正成为继西藏之后全国登山、徒步探险旅游的热点地区。

3. 民族传统体育旅游。多姿多彩的新疆少数民族传统体育不仅仅是一种健身,一种娱乐,一种比赛,而且已成为了一种具有深厚历史基础和广泛社会参与性的文化活动。从维吾尔族的沙哈尔地(意为“转轮秋千”)、达瓦孜(意为“空中走绳”)到哈萨克族、蒙古族等马背民族的速度赛马、马上角力、叼羊、姑娘追,再到锡伯族的射箭等,新疆 37 个民族(13 个世居民族)创造了无比丰富的传统体育文化,这些文化大多都具有边塞特色和西北游牧民族特色:崇尚“力”,崇尚“野”,崇尚“游戏”味道。新疆体育部门近年一直在做发掘整理和弘扬民族传统体育运动,目前,已经发掘整理出的少数民族传统体育项目共有 136 个左右。其中,速度赛马、赛走马、赛骆驼、民族式摔跤、叼羊、射箭、秋千、武术、背式拔河、国际象棋等已列入自治区少数民族传统体育运动会的正式比赛项目;达瓦孜、射弩、马上角力、姑娘追、斗鸡、斗羊、斗狗等成为自治区少数民族传统体育运动会的表演项目;速度赛马、赛走马、民族式摔跤、射箭、秋千、武术已成为全国少数民族运动会的正式比赛项目;达瓦孜、马上角力则多次参加了全国少数民族运动会的表演。这些民族传统体育活动(见表 4-6)常常在节日聚会时举行,届时载歌载舞,纵情游戏,娱乐性极强,吸引力极大,是开展民族传统体育旅游的独特资源。

表 4-6 新疆民族体育旅游资源

项目类型	具体项目内容
观赏型	切西、赛马、达瓦孜、斗鸡、斗狗、斗牛、斗羊、叼羊、马上角力、套马、赛马走、民族式摔跤
参与型	姑娘追、麦西莱普、骑马、骑骆驼、骑驴、阿尔木西、处处可、盖莱特盖、射箭、武术、秋千、背式拔河、射弩、切力西、依兰古期、萨哈迪、踢毽子、游泳、跳绳、帕普孜球、比腕跑、跷跷板、拔棍、国际象棋、库尔特牌、卡塔尔棋

4. 水上体育旅游。新疆有中国最长的内陆河—塔里木河和唯一注入北冰洋的额尔齐斯河,还有诸多的大小湖泊,如天池、塞里木湖、喀纳斯湖等,可开展

水上休闲娱乐旅游。

目前,新疆推出的体育旅游产品主要有新疆丝绸之路古道沙漠探险游、新疆天山风情观光游、翻越天山触摸博格达峰七日游、罗布泊徒步探险13日游、新藏公路、昆仑山、藏北无人区二十九日游以及在天山国际滑雪场、雪莲山高尔夫灯光滑雪场进行滑雪、看冰雕等。其入境游客主要是中亚邻近国家,国内游客主要是邻近省份和京、沪、珠三角等地区。如今,新疆体育旅游业发展形势喜人。

第二节 西部民族地区体育旅游开发中存在的问题分析

通过对西部民族地区体育旅游开发现状的实地考察与分析,认为其体育旅游开发存在以下主要不足。

一、观念落后,影响民族地区体育旅游的开发

这个观念着重体现两个方面,一是休闲观念落后,一是资源开发观念的落后

1. 休闲观念落后,对开展民族地区体育旅游还缺乏足够的认识

在许多人的眼里,休闲是休息,是消遣,是游手好闲。等同于市井文化眼里的休闲,即主要体现在恢复体能和打发时间上,闲暇中的消费,社会活动、娱乐,被当作劳动后的身心调整,是劳动的再生产和必要劳动的补偿,更多追求的是感官享乐。这是对休闲的肤浅认识。

此外,许多决策者们对民族传统体育旅游的认识,还停留在“这只是一项民间娱乐活动”的水平上,没有充分认识到它的经济价值和文化价值。缺乏市场的战略眼光,看不到民族传统体育旅游的发展潜力,对已经出现的民族传统体育旅游热潮也未给以足够的重视。在发展民族传统体育旅游时,只把它作为民俗风情旅游的补充,还没有给民族传统体育旅游业以产业地位。这样一来,民族地区体育旅游业的发展规模较小,在整个旅游业处于从属地位。

2. 体育旅游资源开发观念落后,破坏了资源

这主要表现在西部民族地区有些地方,存在急功近利的思想。看着有座山林,就想开个登山探险或狩猎的风景区;看着有个湖泊或水库,就想开个水上游乐中心或度假旅游区。由于事先缺少市场的调查,结果山林开发了,没有多少人来游玩;水上游乐中心或度假旅游区建成了,没有多少人进行水上项目的

游乐，后果是大把大把的钞票打了水漂。更有甚者，因缺少环保意识，山林破坏了，湖泊污染了，子孙孽也就造成了。

二、缺乏科学的规划指导，体育旅游资源整体开发水平不高

在旅游行业中，有句流行话叫“旅游开发，规划先行”。但在有些西部地区在进行体育旅游资源开发时，囿于资金的限制或其他原因，仍不同程度地存在着重景点、景区建设，轻科学规划的倾向，造成某些建设方案思想贫乏、设计粗糙、内涵浅薄、产品质量低下，缺乏个性和特色，加上项目布局不合理，破坏景区景观的协调统一和整体观赏效益发挥的现象就时有发生。

三、出行成本高，客源市场拓宽受到一定的限制

旅游业作为我国西部地区新的经济增长点或支柱产业，目前仍然受到交通“瓶颈”的制约。目前我国许多民族地区的交通基础条件仍然较差，出入存在较大的问题，而对于游客来说，直接表现在出行成本较高上。就拿西藏来说，目前国内外旅游者主要依赖航空交通进出西藏，因而飞机票价的高低直接影响旅藏客源的数量。当前，国内几条进西藏的航线均为国内等距离航线中最为昂贵的，如上海—拉萨的往返机票需 4420 元，这一费用可以做一次“新马泰 7 日游”；成都—拉萨的往返机票需 2400 元，这一费用在内地可以享受到海南的双飞全包价旅游。在具体的景区内部交通也存在许多问题，如沙土路面。这就或多或少影响游客的出游行为决策。

四、重体育旅游自然资源的开发，轻体育旅游文化资源的开发，忽视体育旅游资源的综合效应

西部民族地区不仅有着丰富的体育旅游自然资源，同时还有历史渊源的少数民族传统体育旅游文化资源。21 世纪人们出游不单单是为了游山玩水的观光旅游，而更重要，更有魅力的是人们旅游可以休闲健身，可促进相互之间的了解、沟通、求索与学习。因此，作为西部民族地区体育旅游资源的民族传统体育文化更具有潜在的、不可低估的开发价值。但民族地区体育旅游开发目前主要多以景观开发为主线，多个地区体育旅游资源相近，就势必造成当地开发的体育旅游景区雷同或效仿。重自然资源开发思路的结果，造成许多地方忽略体育人文旅游资

源，特别是少数民族体育文化资源的开发。一个体育旅游景区质量的高低不仅包括山水景致，生态环境，还要涵盖当地的民族传统体育文化和风土人情。如果仅仅以体育旅游自然资源为开发重点，没有体育旅游人文资源的开发，这既会对西部民族地区生态环境带来诸多不利因素，又没有充分发挥西部民族地区体育旅游资源的综合优势，使之达到最佳效应。

五、品牌意识不强，策划宣传不力

西部民族地区的许多优秀的体育旅游资源被行政区划和体制因素所分割，开发利用在小规模、低水平上进行，旅游产品的等级在肢解过程中降级，建设具有吸引力的高品位、高档次品牌旅游产品尚未形成群体意识，区域体育旅游发展受到制约。由于缺乏省、地、县三级的统一策划与协调，在宣传上普遍存在以孤立的某一个旅游产品或某一旅游产品的一部分进行孤立宣传推介，没有形成区域综合旅游品牌宣传的整体优势和综合功能，降低了品牌的结合优势，肢解了品牌的整体优势，削弱了体育旅游产品的对外吸引力和市场竞争力。对外宣传的总体形象立意不高，定位不准，内容单一，主题不明，缺乏文化内涵，宣传的吸引力不强，激发游客外出休闲旅游的冲动力不大，宣传的经济效益和社会效益不佳。

六、缺少旅游合作观，没有形成联合优势

西部民族地区各省（区）市都开展了体育旅游，都能根据各自的地域特色，民族特色推出相关的产品，如赛马、摔跤、滑沙、草原旅游、沙漠旅游等。但也存在一定的问题，即各地孤军奋战，缺少沟通合作，旅游竞争意识较强，但旅游合作意识较薄。这样一来，就没有形成“大兵团”作战优势，缺少规模经济，缺少具有强烈震撼力的黄金体育旅游产品线。所幸的是，现在这种情况有所改变，据2005年3月23日中国旅游报有这样两则报道，一是陕甘宁青新联合促销《神奇大西北》；二是川黔渝深化旅游合作。前者报到说陕甘宁青新准备以古丝绸之路、黄河风情、唐蕃古道和红色之旅为主打产品打造神奇大西北。后者已通过《川黔渝金三角旅游规划》、《川黔渝金三角无障碍旅游区方案》和《川黔渝旅游联合促销方案》，相信我国西部民族地区的体育旅游业竞合意识也必将加强。

七、民族传统体育旅游产业化政策不力

反映在民族传统体育旅游产业开发的政策上不到位。具体表现在由政府部门

颁发的关于民族传统体育旅游资源开发规范性指导文件并不多见，更没有上升到政策法规的高度，缺乏全局、规模效应和可持续发展的宏观指导；同样民族传统体育旅游业的保护政策不完备，表现在民族传统体育作为少数民族社会文化的一个重要组成部分，理应是民族政策保护的一项内容，但遗憾的是，至今民族传统体育的保护政策还没有。这样一来，有关民族传统体育旅游产业化的政策更是一句空话。

八、市场化程度不高，市场秩序不够完善、规范

我国旅游产业的成长历史在很大程度上可以视作政府主导下的旅游管理体制演变史。长期以来，采用旅游产业扶植政策，政府政策引导、资金保证，起到对产业投资建设主渠道的导向作用，吸引和带动了社会各方面的积极性。但是，这种引导强化了政府作用，却弱化了市场机制。仔细思量，西部民族地区体育旅游业也是在这种体制下起步、发展的，普遍存在着市场化程度不高，市场不够完善、规范的情况，主要包括：（1）重体育旅游客源争夺，轻市场开拓，致使市场竞争激烈，且存在无序竞争现象，国内市场增长比较快，而国际市场开发不足，增长缓慢；（2）面对体育旅游客源市场不稳定的状况，对体育旅游需求研究不足，富有特色和竞争力的资源产品开发不够，致使潜在体育旅游需求未能转化为现实体育旅游需求，体育旅游消费有待于形成现实购买力，表现为有效需求不足；（3）资本等要素市场发展缓慢，尤其是资本的有效供应机制短缺，资本市场投融资渠道单一；（4）体育旅游市场秩序混乱，市场规范体系培育滞后，大量存在无序竞争、不法竞争、违法竞争、无证经营、超范围经营、优劣混杂、质价不符、价格不透明、强买强卖等不良现象。

九、人才数量缺乏，素质也不高，服务水平较低

体育旅游开发与经营管理人才在整个国家来看都还较为缺乏，在西部民族地区就更面临困窘。着重表现在体育旅游产品开发设计人才奇缺，经营管理人才也明显不足，在已推出的体育旅游产品中提供的服务还不到位。如大部分体育旅游区没有向游客提供体育技术和健身指导服务，而只是设门酬票。这种状况极大的制约了西部民族地区体育旅游业的发展。鉴于此，西部民族地区应该把体育旅游业人员素质的培养、服务水平的提高作为今后努力的重点，从业人员的素质直接关系到旅游活动的质量与效益。

十、体育旅游开发产生的利益在各有关群体中的分配不公平

在我国，体育旅游开发、发展所产生的收益在参与群体中的分配方面，目前在很多地区看来是不公平的。这种不公平主要对目的地而言。

首先，体育旅游开发产生的利润，大都流向了开发商。(1)一般来讲，参加体育旅游的游客在目的地停留的时间短，大量的日常花费都未能留在目的地，特别是对一些少数民族目的地村寨来讲更是如此。(2)即使游客留在目的地，绝大多数的宾馆和旅馆属于投资商，这部分花费当然也不归当地民族群众。

其次，大多数体育旅游开发项目的设计都缺乏当地民族群众的参与。从某种意义上讲，当地民族群众应当是体育旅游业的股东之一。因为体育旅游所依赖的主要资源是当地民族传统体育文化，民族传统体育文化是当地民族千百年传承下来的，因此当地民族群众应当是自己独特体育文化的主人。然而，现实中开发商常常就是把这些民族传统体育文化当作自己的东西出卖，无论是开发计划的制定还是开发后利润的分配，都没有考虑到要征求传统体育文化的“主人”的意见。虽然，体育旅游开发带动了当地的相关产业的发展。但这不等于就可以把“股东”（体育旅游资源的所有者）该得的利润抵消掉。他们的体育旅游资源开发所得的绝大多数利润都流到了开发商的口袋里，这样的后果是，一方面当地民族群众不一定能意识到必须要保护自己的体育旅游资源，另一方面，开发商也不会主动地去保护当地的体育旅游资源。

从目前的体育旅游收益分配形式上分析，体育旅游开发带来的各种社会成本并不是由那些受益者所承受的。因为既然对体育旅游开发商来讲转移目的地不是很难，当保护体育旅游资源所需的支出大于从中所得的收益时，通过转移目的地，体育旅游开发商就可以很容易地把体育旅游资源损害的社会成本转嫁给了当地的群众。为了节省开支，开放商可以以粗放式的经营方式经营其活动，“打一枪换一个地方”。对体育旅游资源掠夺式开发和粗放式管理，会损害体育旅游赖以存在和发展的资源质量，从而威胁体育旅游本身的可持续发展。

十一、过度强调经济效益的开发政策

我们现阶段的目标是实现现代化。然而现代化到底是什么？很多西部民族地区的领导和群众并不是十分清楚。从一些宣传媒体、报章杂志中，人们似乎觉得

电视、音响、汽车等等西方或国内部分已经富裕起来的人们的消费方式就是现代化的象征。而且目前大多数民族地区的经济现状与这一现代化消费模式的差距还很大，达到这个目标对个人来讲需要大笔现金，对一个地区来讲需要大量资金。这就迫使很多民族地区的领导及群众的思路都围绕资金转。结果，很多民族地区的经济开发政策强调不惜代价引进资金，“用资金换资金，用产权换资金，用土地换资金……”这一套政策似乎准备把他们的整个地区给卖掉。这种政策的结果是：（1）长远看，当许多产权被卖掉后，开发所得的收益自然就流向投资商；（2）人们的意识中无形中就树立了对金钱的盲目崇拜。

在这种大的政策和思想倾向环境中，西部民族地区体育旅游在开发、发展中也过多地强调经济效益，忽略了它可能给目的地的社会、文化、物质环境等方面带来严重的后果，从而可能没有及时教育当地群众为此作好必要的预防和准备。部分民族地区的领导一味的强调加强当地民族群众的商品意识，把当地经济不发达的原因主要甚至完全归咎于民族群众缺乏商品意识。因此鼓励当地民族群众尽可能的把自己的传统体育文化包装作为体育旅游商品出售。结果“人民的经济意识增强了，同时民族传统体育文化也消失了”。

对于西部多数民族地区来说，体育旅游确实给当地带来了新的发展机会。体育旅游带来的利益可以解决当地政府及其群众眼前的许多急迫的问题。但我们认为对于西部多数民族地区的体育旅游业来说，目前的问题不是要不要发展体育旅游业，而是在积极发展体育旅游业时必须考虑到保持当地自然和文化的持续性，不能单向地只考虑经济效益。

第五章

西部民族地区体育旅游资源开发分析

第一节 西部民族地区体育旅游资源概况

体育旅游资源是体育旅游者观赏或参与各类体育活动的基本要素，是体育旅游赖以生成和发展的物质基础和先决条件。西部民族地区以其复杂的地质构造、多样的气候类型、悠久的历史文化和众多的民族传统体育、特殊的区位条件，形成西部民族地区得天独厚的体育旅游自然资源和丰富多彩的体育旅游人文资源。

一、西部民族地区体育旅游自然资源

西部民族地区幅员辽阔，自然环境复杂多样。千差万别的自然条件形成了西部各地多彩多姿、各具特色的自然景观。全国绝大多数的自然景观在西部民族地区均有分布，特别是许多富有体育旅游价值的森林、草原、山脉、河流、湖泊和沙漠等地貌景观都分布在这一地区，见表 5-1。

表 5-1 西部民族地区主要体育旅游自然资源

类 型	主要体育旅游自然资源	适合开展的体育旅游项目
山体	珠穆朗玛峰、希夏邦马峰、乔戈理峰、加舒尔布鲁木峰、布洛阿特峰、慕士塔格峰、公格尔峰、公格尔九别峰、托木尔峰、汗腾格里峰、布喀达坂峰、慕士山、琼木孜塔格峰、阿尔金山、年保玉则、雅拉达泽峰、各拉单峰、雪宝顶、贡嘎山、仙热日峰、博格达峰、阿尼玛卿峰、玉龙雪山、梅里雪山、石宝山、鸡足山、华山、太白山、九嶷山、骊山、峨眉山、青城山、跑马山、乐山、祁连山、六盘山、大瑶山、贺兰山、太白山、乌蒙山、华釜山、天山、火焰山、四姑娘山、崆峒山、兴隆山、点苍山、轿子雪山、无量山、鸡足山、哀牢山、高黎贡山、昆明西山、梵净山、雷公山、云雾山、黔灵山等	登山、攀岩、滑翔、野外生存、定向越野、狩猎等
峡谷	三峡、巫山小山峡、黄河壶口的龙门峡、雅鲁藏布大峡谷、晋陕大峡谷、马岭河峡谷、金沙江虎跳峡、怒江峡谷等	探险、穿越、漂流、野外生存、溜索等
草原	呼伦贝尔草原、锡林郭勒草原、乌兰察布草原、科尔沁草原、鄂尔多斯草原、黄河三角洲草地、巴音布鲁克草原、唐布拉克草原、巩乃斯草原、昭苏草原、哈纳斯草原、金塔斯草原和塔什库尔干草原等	滑草、徒步探险、驾车穿越、赛车、赛马、风筝、野外生存等
沙漠	塔克拉玛干沙漠、古尔班通古特沙漠、库姆塔格沙漠、柴达木盆地沙漠、巴丹吉林沙漠、腾格里沙漠、乌兰布和沙漠、科布齐沙漠、毛乌素沙漠、内蒙古伊克昭盟的银肯、宁夏中卫的沙坡头、甘肃敦煌月牙泉鸣沙山、新疆鄯善大沙山、浑善达克沙地、科尔沁沙地、呼伦贝尔沙地等	沙漠探险、沙漠科考、沙浴、滑沙等
洞穴	桂林七星岩、芦笛岩、贵州织金洞、黄果树、兴义万峰林、安顺龙宫、云南宜良地下岩溶景观和建水燕子洞地下岩溶景观、广西荔浦丰鱼岩、重庆武隆芙蓉洞等	洞穴探险等

续表

类 型	主要体育旅游自然资源	适合开展的体育旅游项目
河流	长江、黄河、澜沧江的发源地、巫山小山峡、晋陕大峡谷、雅鲁藏布大峡谷、桂林漓江、贵州湄阳河、荔波樟江、马岭河峡谷、云南的瑞丽江大盈河、三江（怒江、澜沧江、金沙江）并流、疏勒河、塔里木河、伊犁河、额尔齐斯河等	漂流、龙舟竞渡、垂钓、溜索、划船、潜水、游泳等
湖泊	中国最大的内陆湖—青海湖、海拔最低的湖—艾丁湖、最具神秘色彩的湖—罗布泊、世界上的盐湖—西藏的纳木错、青海省柴达木的察尔汗盐湖、黄河源头的鄂陵湖与扎陵湖、五百里滇池、天山天池、西昌邛海、松潘二道海、赛里木湖、博斯腾湖、呼伦湖、阿尔泰山的哈纳斯湖、大理洱海、玉溪抚仙湖、通海杞麓湖、石屏异龙湖、永胜程海、卡拉库里湖、沙湖、泸沽湖、贵州的威宁草海、清镇红枫湖、龙羊峡水库、青铜峡水库、刘家峡水库、李家峡水库、万家寨水库、鲁布格水库、龙滩水库、小湾水库等	游泳、潜水、垂钓、划船、赛艇等
湿地	博斯滕湿地、巴音布鲁克湿地、哈纳斯湖湿地、刘家峡三峡万亩湿地保护区、鄂陵湖湿地、扎陵湖湿地、若尔盖高原湿地、九寨沟湿地、滇池湿地、抚仙湖湿地、洱海湿地、红枫湖湿地、威宁草海湿地、班戈湖群湿地、色林错湿地等	湿地探险、野外生存等
瀑布	黄果树瀑布群、赤水十丈硃瀑布九寨沟瀑布群、壶口瀑布、松潘牟尼沟瀑布、黄龙寺瀑布、隆林冷水瀑布、响水瀑布、大新德天瀑布、大明山飞瀑等	溪降、溯溪等
温泉	西安骊山华清池、保山温泉、安宁温泉、贵州的息烽温泉、石阡温泉、剑河温泉、遵义枫香温泉、内蒙古达赉诺尔温泉、阿尔山温泉、克什克腾温泉、宁城温泉、云南腾冲温泉群，重庆的南、北温泉，四川理塘温泉群和稻城温泉群等	游泳、温泉浴等
冰雪	喀喇昆仑山音苏盖提冰川、肃南七一冰川、肃北“透明梦柯”冰川、乌鲁木齐天山一号冰川、玉龙雪山、西岭雪山、阿尼玛卿雪山、梅里雪山等	高山滑雪、越野、跳台滑雪、花样滑雪和单板滑雪、野外生存、冰川探险等

二、西部民族地区体育旅游人文资源

(一) 西部民族地区体育旅游人文资源的地域分布

西部民族地区主要的体育旅游人文资源是众多民族传统体育活动。西部少数民族在长期的生产、生活过程中,因娱乐、集会、庆祝、祭祀、宗教信仰等因素创造了光辉灿烂的民族传统体育活动。据1990年出版的《中华民族传统体育志》统计,我国民族传统体育项目达977项,其中55个少数民族有676项,占全国人口90%以上的汉民族有301项,共同构筑了中华民族传统体育文化的灿烂的画卷。西部地区少数民族普遍爱好体育活动,尤其喜爱与生产劳动、风俗习惯、文化传统和节日庆典紧密结合、具有鲜明民族特点的传统体育活动。这些传统体育活动形式多样、内容丰富多彩,不仅具有高超的技巧,而且常常伴以歌舞、音乐,如果把竞技、娱乐和旅游开发结合在一起,无疑是一项非常具有吸引力的旅游产品。事实上,民族传统体育旅游业也正是方兴未艾的文化旅游业的一个重要组成部分。西部民族地区主要体育旅游人文资源及地区分布见表5-2。

表5-2 西部民族地区主要体育旅游人文资源

省(区)市	主要民族	主要民族传统体育项目	主要分布地区
内蒙古	蒙古族、鄂温克族、达斡尔族	赛马、摔跤、射箭、雪橇高山飞雪、乘马拉爬犁等	呼伦贝尔市、锡林郭勒盟、通辽市朱日河牧场、阿尔山市
广西	壮族、苗族、瑶族、毛南族、仫佬族、京族	舞龙、舞狮、拳术表演、打陀螺比赛、同填、同顶、石担、石锁、抛沙袋、武术表演、射击比赛、斗鸡、舞草龙、象步虎掌、群龙争珠、抢花灯、斗鸡会、斗牛、比武角力竞赛等	桂林市及辖县、百色地区、河池地区、柳州市及柳州地区、南宁市及南宁地区、梧州市、贺州市、防城港市
西藏	藏族	角力、投掷、拔河、赛马、射箭、赛牦牛、抱石头等	那曲、藏北、当雄、江孜、罗布林卡、林芝等
宁夏	回族	踏脚、黄河漂流、滑沙、沙漠骑骆驼等	中卫、沙湖

续表

省(区)市	主要民族	主要民族传统体育项目	主要分布地区
新疆	维吾尔族、柯尔克孜族、塔吉克族、塔塔尔族、蒙古族、锡伯族	刁羊、摔跤、赛马、马上角力、跑马取物、马上打靶、拔河、马球、狩猎、姑娘追、叨羊、走马赛、跃马比武、马上对刺、马上技艺等	哈密、吐鲁番、乌鲁木齐、霍城、伊宁、库尔勒、阿克苏、喀什、库克等
四川	彝族、羌族、藏族、白马藏族、土家族	摔跤、扯手、推杆、大象拔河、格吞、射击、爬杆、赛马、跳火绳、蹲斗、荡秋千、磨秋、赛牦牛、扯保打沙、搭底板、火炬接力赛跑、顶头、顶拳头跳沙朗、大、小歌庄、跳神、板凳龙舞、鹿子灯舞、火咧、披毡舞、对脚舞	凉山州、乐山、马边县、甘孜州、茂县、汶川县、茂县、红原县、若尔盖县、阿坝县、边远地区、阿坝州及其他藏区、大、小凉山、阿坝州羌族自治县、西阳县、平武县、南坪县、藏区、川东土家族
贵州	苗族、土家族、布依族	踢毽、抢花炮、打格螺、舞龙灯、狮子舞、斗牛、赛马、龙舟赛、踩鼓、苗族花拳、跳芦笙、游方、斗雀等	黎平、从江、安顺、镇宁、台江、施秉、镇远、黄平、荔波樟江风景名胜区等
云南	彝族	摔跤、飞镖、磨秋、车秋、荡秋、葫芦飞雪、陀螺、飞石索、弹弓、弩弓、骑术、十六赶将军、月亮棋、跳牛、跳板凳、跳大棋、球类游戏、追逐游戏、弹戏、抛丢游戏、俄卜哈、俄呆堤、阿过罕儿丽、阿丽克丽、骑马打架等	楚雄州、红河州和峨山、石林、南涧、漾濞、景东、宁蒗、江城、巍山、新平、元江、寻甸、景谷、镇源、普洱、禄劝等县
	白族	赛花船、绕三灵、霸王鞭、登山、陀螺、跳火把、耍海会、人拉人拔河、老虎跳、跳花棚、赛马、射箭、磨秋、荡秋、耍龙、武术等	80%集中在大理州、昆明、元江、丽江、保山、怒江也有分布

续表

省(区)市	主要民族	主要民族传统体育项目	主要分布地区
云南	哈尼族	摔跤、陀螺、跳大海、阿弩塔、跳高跷、拉手铙、铙鼓刀、跳猴子、车秋、磨秋、抵肩、爬树追逐、射击、跳竹筒、武术等	元江和澜沧江间,以红河、元阳、绿春、金平、墨江、江城、普洱、元江、澜沧等县及西双版纳为主
	傣族	赛龙舟、打篾弹弓、陀螺、放高升、打水枪、赛马、鸭子赛跑、青蛙赛跑、抓子、打滕球、独木舟、游泳、游水、丢包、象脚鼓对踢、堆沙、武术等	西双版纳和德宏州及孟连、耿马、景谷、元江、新平、双江、金平等县
	傈僳族	爬绳、爬杆、爬树、跳远、跳高、扒爬子、爬山、顶杠、扭扁担等	怒江及迪庆州维西县
	阿昌族	耍白象、赛马、射弩、泼花水、武术、秋千、蹬窝乐等	陇川、梁河、潞西等县市
	布朗族	爬杆、藤球、秋千、陀螺、跑马、登山、恩略兰、亚嘟嘟、跳大鼓、武术、猎绳秋等	西双版纳的勐海县
	纳西族	投石器、赛马、摔跤、猪尿泡球、草球、木球、布球、秋千、射箭、转山转海、赛跑、东巴跳、登刀梯等	丽江县,其次为中甸、维西、永胜、宁蒗等县
	普米族	射箭、射弩、丢鸡毛球、板羽球、跳高、摔跤、秋千、赛跑、划猪槽船等	怒江州的兰坪和丽江的宁蒗两县
	佤族	脚斗、顶杠、跳高、抢石、拉木鼓、跳木鼓、骑射、射弩、摔跤、拔腰力、鸡棕陀螺等	西盟、澜沧两县为主,其次有孟连、耿马、双江、镇沅等县
重庆	土家族	摆手舞、流浪、滑雪、赏雪等	芙蓉江、巫山小三峡、金佛山、长江三峡、仙女山等

续表

省(区)市	主要民族	主要民族传统体育项目	主要分布地区
甘肃	保安族	摔跤、赛马、射箭等	丝绸之路古道、甘南州、临夏州、河西走廊、团结峰等
青海	藏族	赛马、射箭、摔跤、赛牦牛、藏族舞蹈、骑马点火枪、双人拔河、顶头、牛角、磕长头、赢羊骨预兆丰年、藏棋等	青南地区、东部农业区
	回族	武术、赛马、射箭、刺绣、花儿会、气功、扳手腕等	化隆、民和、门源、大通、湟中、西宁等地区
	土族	骑马、射箭、轮子秋、花儿会、合尼、瓦日等	互助、大通、民和、乐都等地区
	撒拉族	摔跤、拔腰、登棍儿、打“蚂蚱”、打石靶、绣花、打缸等	循化及化隆等地区
	蒙古族	骑马、射箭、赛骆驼、舞蹈、“那达慕”大会等	海西地区

(二) 西部民族地区体育旅游人文资源的分类

西部民族传统旅游资源品种全、景点多、品位高，各景点规模大，内涵丰富，特色明显。其主要类型根据郭洋溪《中国民间游戏与竞技》所载可以归纳为以下六个方面：

1. 斗赛游戏体育活动

西部民族地区斗牛活动流行于苗、白、侗、彝等民族。侗族斗牛活动在每年秋收之后至次年春耕前的农闲期间，每逢亥日举行。斗牛那天，方圆几十里的侗族男女老少穿上节日盛装前来观战。胜者一方多狂呼高叫，吹芦笙，放鞭炮，敲锣打鼓，为牛披红。撒尼人斗牛时先斗黄牛，再斗水牛。斗牛活动是撒尼族人的盛大集会，青年男女皆着盛装前往观看，欢歌笑语，热闹非凡。黔东南苗族至今仍保留着独特的斗牛习俗，每年九月芦笙会上最精彩的活动就是斗牛，每至会

期,宽广的山凹大坪上聚集成千上万的人。

斗鸡之戏在西部一些少数民族中也广泛流行,并各具特色。广西仫佬族的斗鸡活动在每年秋后或者春节期间举行。斗鸡场设在空旷地,斗鸡之日,各村寨的人们云集此处,斗鸡场所周围锣鼓喧天,风展彩旗,欢声笑语,热闹非凡。

斗鸟是西部一些少数民族常见的民间斗赛活动。凡好斗之鸟皆可置鸟笼中斗赛。侗族民间也流行斗鸟游戏,所斗之鸟多为雄性画眉。每逢赶场或农闲时节,多有斗画眉比赛。

贵州三都水族自治县境内的一些村寨里,还流行斗鱼游戏。这种可用来相斗的鱼生长在当地的烂田里和小溪里,最大者不到1两重,长约3—5cm,嘴大,鼓眼,细牙,身上长有一道道红、黄、蓝、白色圈,性格十分凶猛,聚居在这里的水、苗、布依族人,在每年的秋收之后,便喜欢把这种斗鱼捉回家去,饭后闲暇时,便相约斗鱼取乐。

2. 季节游戏体育活动

我国西部侗族、瑶族在立春之夜盛行舞春牛。春牛之头用竹蔑扎成,上安用木头刻成的牛角,牛身和牛尾用布制作。春牛由数名本寨的青年人支撑着起舞表演。同时还配有锣鼓队和表演农耕农事的舞蹈队。舞春牛队伍先在本寨活动表演,然后再到邻近的村寨走访,每到一处都受到热烈欢迎。

西部许多少数民族盛行年节放爆竹焰火的娱乐活动。傣族民间所放的“高升”,是用竹筒装上火药制成的。放时,将高升缚在发射架上,点燃导火线,高升即象火箭般飞入空中,爆裂后放出绚丽的烟火,颇为美观。瑶族民间的冲天炮游戏也以欢快热烈而知名于世。

泼水是我国西部傣族、布朗族、阿昌族在泼水节期间的一次重要的活动。泼水节的时间为每年夏历清明节前后,一般历时三至四天。按傣族习俗,水泼得越多就表示越亲热、越尊敬。与泼水相类似的是侗族民间的踢水仗游戏,时间在入夏至秋末,每逢初一或十五的农闲时,青年人便选择一河水齐膝盖深、流速缓慢的河段为踢水仗的游戏场所,将参加者平分为两队,一队 in 河下游,一队 in 河上游,相距约30m,队员双手叉腰,一脚立地,一脚击水,距离越近击水越激烈,此时浪花四溅,水柱交织,水气遮日,十分壮观。以摔倒水中人数多者一方为输方。

3. 歌舞观赏体育活动

舞狮子游戏最集中时是农历正月初一至十五日。有文狮、武狮、大狮、少狮以及提线狮、火狮、板凳狮等多种形式。各地的舞狮子也都有各自的特点,充满

乡土气息。如桂林的舞文狮就是打滚、钻穴、登山和下山等动作，细致地刻画出其不同狮子的活泼形象。还有四川的高台狮、湖南的武打狮等风格各异，具有浓郁的地方特色。如苗族的舞狮子，在舞狮的过程中，有自己的传统套路，主要动作有“鲤鱼跃滩”、“鸭子扑水”、“蛤蟆跳坎”、“狮子打滚”、“狮子舔虱”、“四肢滚球”等。

斗牛舞是流行于四川省平武县虎牙乡一带藏民中的游戏竞技活动，其特点是由人扮牦牛相斗。斗牛舞具有惊、险、奇、绝、狂的特色，很受当地人的喜爱。每逢佳节之时，当地的藏民同胞必举行“斗牛”活动，以助娱乐。

4. 杂艺游戏体育活动

踏脚是流行于宁夏一些地区的民间娱乐活动，不仅是回族人外出的防身之术，而且也是他们冬季农闲时主要的对抗性活动。踏脚者你踏我躲，你攻我守，勇猛顽强，热烈精彩。抢占皇宫与抢木棍皆为新疆柯尔克孜族的传统杂艺游戏活动，多在节日喜庆时举行。游戏之前，先用一木棍在地面上画出一个直径约7m的圆圈，在圆圈中放置许多个羊胛骨，并在骨上放一枚银币代表“可汗”。游戏方法是队员们用牛羊角制成的小方块在远处轮流击打圆圈里的羊胛骨，以轮流人次少而先将羊胛骨从圆圈里全部击打出来者为胜方。抢木棍又称“扔棍子游戏”，是柯尔克孜族人的传统游戏，通常在节日、婚礼和喜庆节日的夜晚举行。

打柴火是流行于贵州省黎平一带的侗族民间杂艺游戏，多在农历九月举行。游戏前附近两个寨子的青年人将修剪油茶林时砍下的枝条堆在河两岸。日落以后，各将河两岸的柴堆点燃。游戏开始后，两寨的青年人将正在燃烧的柴火互相抛向对岸，在河的上空形成一条弧形的火光，来来往往的柴火头在夜空中闪着亮点，颇有特色。

玩嘎什哈是我国蒙古族、满族、达斡尔族的传统娱乐方式，嘎什哈是满语音译，是羊、猪、黄羊、牛等动物腿骨的与胫骨相连的一块骨头，经蒸煮去肉脱脂后即成。嘎什哈四面有不同形状，分别叫做耳、轮、里、背。玩嘎什哈有许多方式，常因民族、地区的不同而有区别。由于黄牛和羊的“嘎什哈”形状小巧，多用于室内游戏比赛，牛“嘎什哈”最大，多在冰上投掷或踢传碰击为戏。

抢石是新疆库尔勒及和静一带藏族人民的民间游戏活动，有较强的竞技性。所抢石是经过挑选的呈椭圆形的石头，重约100—150kg。这一游戏活动多在藏族的传统节日望果节期间举办。

5. 赛力竞技体育活动

我国西南地区的傣族、苗族、白族、布依族、水族等少数民族民间都盛行节

日划龙舟的竞技活动，傣族赛龙舟的时节为泼水节期间，在脚鼓的敲击声中，澜沧江面上龙舟竞渡，你追我赶，激烈非常。有的龙舟竞渡还穿插捉鸭子等节目，很有生活情趣。

摔跤是我国许多民间的竞技项目之一，由于流行的地区和民族不同，其比赛规则和方式有较大区别。蒙古族摔跤比赛多在祭敖包和那达慕大会时进行。摔跤场地多选择草坪和松软的空地。双方各施展绊、扑、甩、拉等技巧，以求摔倒对方。只要一方膝盖以上任何部位着地即判失败。侗族的摔跤节也有其民族特色，摔跤节的节日分为两天，首尾却相隔整整一个月，即分别在农历二月十五日和三月十五日。而彝族的摔跤活动则多在每年农历六月和火把节举行。

对顶木杠是我国瑶族民间流行的赛力竞技项目，多在喜庆和节日里举行。比赛时，双方皆以红布缠腹部，分别用腹部顶住一根3m多长、碗口粗的木杠的两端，两人都用手扶住木杠，用尽全身的力气向前顶木杠，直到一方精疲力竭败下阵来才告结束。与对顶木杠相类似的是羌族民间的推杆，这也是赛力竞技项目。

拔腰是我国西南民族地区哈尼、拉祜等少数民族的民间竞技活动。拔腰比赛时，参赛的两人对面而立，弯腰交叉抢住对手的腰部，只等开赛的号令一响，两人便各自用力拔对方的腰，以求先拔起对方，使之双脚离地。

马上拉力是新疆柯尔克孜族传统竞技活动，多在节日和喜庆日进行，参赛双方骑手皆口叼鞭杆，脚穿靴子，挽着袖子，不戴帽子，二马相遇后，两个骑手便在各自己的马上用力拉对方，以被拉下马者为输。

6、赛技巧体育活动

打秋千是我国西部民族地区许多少数民族的传统竞技娱乐活动。秋千按其制做与玩法不同，大体上分为吊秋千、转秋千和磨秋三大类。其中以吊秋千最为常见。吊秋千系用木或竹竖立做秋千架，在秋千架上悬挂两绳，下栓一横板而成。打秋千时一人或两人在绳板上或站或坐，握住两绳用力，使之前后摆动。转秋千也是秋千的一种，在我国西南少数民族地区流行。云南少数民族地区的转秋千特点是：在两根立柱中间挂一个十字交叉的秋千架，十字交叉的每头置一副秋千坐板，上各坐一个人，借转到下面这个人的蹬地力量和空中另外三个人下拉、下坐的力量，作上、下旋转运动。贵州东南苗族地区的转秋千，每块坐板上坐两个人，四块坐板上可坐八人，谓之“八人秋”。每逢节日，男女青年身着盛装，在转秋千上飞快旋转，人影绰约，欢快无比。磨秋也是秋千的一种形式，我国青海省的土族人就地取材，因地制宜，拆下大板车轮，将车轴竖起，下轮压重物定重心，上轮绑一架梯子，在梯子两端拴上等长的皮绳（似秋千索）即成，故又称为

“轮子秋”。比赛时参赛双方各坐在梯子两端的皮绳套环上，再用手握紧皮绳两侧，然后旋转轮子。比赛结果以转得时间长、头不晕、眼不花者为胜。

赛马是我国西部民族地区许多民族的赛技巧竞技活动，以蒙古族、藏族、哈萨克族等民族为最盛。蒙古族那达慕大会上最引人注目的竞技项目便是赛马，大多在夏秋季祭敖包时举行，一般每年举行一次。而藏族的赛马活动在每年秋收前的“望果节”期间，分为长赛程的跑马比赛和跑马拣哈达以及跑马射箭等项目。我国哈萨克、柯尔克孜、塔吉克等族的刁羊比赛就是一种赛马的特有形式，通常在夏日草场上举行。赛前将骑手分成若干队，在几百米远的地方放一只羊为目标，发令之后骑手们疾驰取羊，以先得羊并放到指定地点者为胜。

以上所有体育活动都有着浓郁的民族特色，开展起来都有着极大的吸引力，它们与旅游业的结合都能形成令人难忘的体育旅游项目，对当地的旅游业的发展起着积极的推动作用。

第二节 西部民族地区体育旅游资源的优势与特点

一、西部民族地区体育旅游资源的优势

西部民族地区体育旅游资源数量众多，种类齐全，并与其他旅游资源有着良好的组合性，既具有旅游产品的功能，又有着体育产品本身的特性。具体说来其优势主要体现在以下几个方面：

（一）数量多，种类全，形式多样

西部各少数民族在生产、生活中创造了众多的民族传统体育项目，这些传统体育项目种类齐全，形式多样。主要有：1. 生产、生活类。我国众多的民族传统体育与生产、生活密不可分。它们大多起源于生产、生活，并常在生产、生活中进行。比如壮族打扁担多在劳动间隙举行，打榔则是壮族人民庆祝丰收时的活动。瑶族人爱射箭则是他们有狩猎的传统生活习惯。2. 祭祀、纪念类。我国少数民族传统体育与宗教祭祀和纪念先祖、本民族英雄有关，并带有一定迷信色彩。宗教在人类最初起源过程中扮演了十分重要的角色。许多少数民族在古代也都存在自然崇拜、祖先崇拜、万物有灵崇拜及英雄崇拜现象，各族几乎都有自己的祭祀、纪念性体育活动。如壮族的师公舞，瑶族打铜鼓，苗族拉鼓，彝族的跳

弓舞等。3. 文化娱乐类。少数民族由于居住地理环境的限制,相对闭塞,与外界来往较少,生活相对单调、枯燥,所以就创造出许多娱乐活动来丰富自己的生活。如广西民族传统体育有许多直接来源于人们的娱乐活动,这一类主要有壮族打陀螺、芭芒燕、打铜钱、倒立竞走等。4. 军事、战争类。早期部落战争是民族传统体育产生的一个直接动力。各民族在起源与发展过程中,为了民族生存或民族利益,经常发生战争。由于战争的需要促使了一些武器的产生,据说箭和剑就是黄帝在战争中发明的。同时,也产生了最早的军事体育活动,如赛马、射箭、狩猎以及各种武术项目等。

(二) 与其他旅游资源良好的组合性、互补性

西部民族地区体育旅游资源往往与人文旅游资源、自然旅游资源组合在一起,它们之间一般形成三种组合形式,即“体育旅游资源+人文旅游资源”或“体育资源+自然旅游资源”或“体育旅游资源+人文旅游资源+自然旅游资源”。如云贵高原有迷人的高山湖泊,神奇的喀斯特地貌,有亚洲最大的瀑布——黄果树瀑布,有国内最大的溶洞——打鸡洞,有山明水秀的西山滇池,景色神奇的路南石林和“东方瑞士”的大理景区等。其中,贵州的“黄果树瀑布+围棋”就是其“自然旅游资源+体育资源”组合的代表。此外,西部民族地区民族风情亦各有特色。如云南是历史上民族迁徙、分化、融汇最大的民族,民族种类最多,文化封闭性最强,所蕴藏的民族美学价值也最丰富,极有发掘潜力。尽管同是西部民族地区,但各地的体育风格、周围之景物不同,给人的感觉也不同,而且它们所处的环境差异恰恰反映出西部地区自然和人文风貌。比如爬花杆活动在云南苗区普遍流行,但以滇南一带最惊险。表演时,竞赛者双足紧缠花杆而上,头朝下吹芦笙。接着上身翻腾,翻转180度,头朝上吹笙。如此反复盾环,直达杆顶,旋即以脚趾夹住酒瓶线,双足伸出杆外亮相。然后蛇形而下,至离地面两米左右,即猛翻筋斗着地,自始至终笙声不停。同样赛马活动也是花山节体育活动的的项目之一,但以滇南和滇东北苗区更流行更具有观赏性。这些有吸引力的旅游资源都是“人文旅游资源+体育资源”联姻的结果。

互补性主要表现在各民族传统体育盛会兴办的节日时间各不相同。全国56个民族中就有40多个生活在西部民族地区之中,如此众多的民族构成了千姿百态的多民族文化,而民族传统节日又是这里民族文化的典型表现,民族节日之多,为世界罕见,而且节日内容丰富多彩,令人叹为观止。实际上,西部少数民族民间的传统体育活动大多不是孤立或单独进行的,往往与生产、生活,尤其是

节日结合在一起，给少数民族的生活增添了健康、风趣和活泼的气象，成为西部民族民俗事象的重要标记。摔跤作为佤族群众一项健身、娱乐的民间体育活动，开展十分广泛。每当新米节、春节和撒谷节到来之际，就是佤族摔跤的时节。打鸡棕陀螺也是佤族的传统民间体育活动。新米节、春节期间各村寨相互邀请分组比赛，从六七岁的男孩到四、五十岁的中年人，都很喜欢。射弩比赛一般也在节日里举行，佤族多居住在林茂山区，喜欢用弩射杀飞禽走畜，因此老中青男都踊跃参加。同样，普米族传统的赛马、斗狗、打靶、摔跤等体育活动，一般都在节假日或喜庆的日子里进行。

（三）多功能性

民族传统体育活动渗透在各民族人民日常生活之中，具有多功能性的特征。

1. 健身功能。体育活动，包括民族传统体育一般都具有健身这一基本功能，像武术等军事、竞技类体育项目就是以强身健体为目的。中国人自古就认识到运动是最好的养生方法。目前，健身运动正风靡世界，广大游客特别是海外游客对中国传统体育中具有高度健身功能的武术等项目特别喜爱。太极拳运动已被世界各国人民所接受，认为它是世界上最具实效的健身运动，甚至一些外国游客到中国以能学几招中国功夫为骄傲。各少数民族基本都有自己的武术传统项目，像回族的弹腿、查拳，侗族的侗家棍，苗族的矮拳、苗刀，瑶族的双刀舞、南太极、盘王拳，壮族的壮拳、白鹤棍、春秋大刀、各族的摔跤等。这些项目除具有强身健体作用外，而且动作刚柔兼济、灵活舒展、姿势优美，观赏性较强，旅游开发价值极高。

2. 娱情、传情功能。民族传统体育强调自然感情的流露，它纯朴、粗犷、热烈，感染力极强。我国少数民族的传统体育项目大多在传统节日举行表演，且大多以歌舞相伴。在节日的欢乐气氛中，在各种乐器的伴奏声中，在姑娘的歌声中，各族青年载歌载舞。面对这种场景，远道而来的游客的旅途疲劳，顿时一扫而光。兴奋、激动之情油然而生，特别是性格开朗和热情奔放的外国游客，碰到这种热烈场面，就会禁不住加入其中，体验一下这难得的异国风情。少数民族传统体育中的许多项目具有美好的传情达意功能，是各族男女青年培养爱情、传达心声的媒介；还有些项目则表现了各民族人民热情好客、重视礼仪的传统习俗。如侗族春节时的芦笙踩堂活动，是男女青年进行交际和学习礼仪的重要手段。这些情趣盎然的活动，既令游客感到新鲜别致，又让他们领略到少数民族人民热情好客的悠久传统。

3. 教育功能。我国少数民族传统体育的教育功能非常明显，独具特色。首先，许多活动都伴有富有教育色彩的歌唱表演。歌唱内容一般包括追怀赞美先祖功德，介绍本民族历史，讲述民间故事传说。生活气息浓郁，民族特色突出，极能打动观众和游客的心，为他们所接受。其次，一些活动本身就寓有教育的目的和作用。比如颇受中外游客喜爱的赛龙舟活动，就起源于纪念伟大的爱国诗人屈原，举办这一活动，不啻是一种娱乐竞技活动，更是一种爱国主义教育的形式。许多少数民族传统体育活动集体性、竞技性都比较强，这就要求参与者必须具有团结一致、齐心协力、奋勇拼搏的精神，才能赢得最后的胜利。如观看热烈紧张的侗族抱花炮，苗族拉鼓，京族顶竹杠，壮族板鞋竞技等活动，游客一定会被他们朝气蓬勃，团结向上民族情绪感染和吸引，从而受到教育和启发。

4. 表演功能。表演性是传统体育得以长期流传并受到人们喜爱的重要因素。表演性和娱乐性、艺术性是分不开的。我国少数民族传统体育活动大都把这三者完美地结合在一起。独特的形式、强烈的动感、美妙的音乐、节奏鲜明的舞蹈、色彩缤纷的民族服饰，组成了一幅幅美丽动人的图画，无一不给游客带来强烈的震撼和美的感受。应该说，一些体育活动产生之初很少带有表演性质，而是实用和社会需要的结果。但随着社会发展变迁，一些活动失去了其原来的实用目的，演变为表演性和竞技性都很强的体育运动，比如武术、摔跤、赛马、射箭等。传统体育活动向表演化、艺术化的发展是一个必然趋势。游客一般对表演性活动都情有独钟，这些活动不仅能让他们充分领略浓郁的民族风情，而且能得到多方面的艺术享受和熏陶。

5. 竞赛功能。体育运动项目是按照一定的规则要求进行个人或集体之间力量、技艺和智慧的较量。竞技体育不仅激烈、紧张，而且富有一定的挑战性，对游客有较强的吸引力。最近几年体育旅游之所以悄然升起，就是旅游者对旅游提出了新的要求，他们希望在旅游中获得更强烈的心理体验，更高层次的文化享受。有些游客甚至愿意在旅游活动中进行带有冒险性质的活动，借以锻炼自己的体魄和意志。如攀岩游、探险游、沙漠游等的出现都是游客这一心理的反映。竞争心理是人类不断向前发展、勇于拼搏的精神动力。

6. 观赏功能。无论是民族传统体育还是现代体育都具有很好的观赏功能，尤其是民族传统体育由于其技巧性、娱乐性以及艺术观赏价值，更是许多现代竞技体育所无法比拟的，加之内容丰富，形式多样，形成了自身独特的魅力，使人耳目一新，乐于观赏，特别是那些和表演性、艺术性结合较好的项目，如抛绣球、抢花炮、板鞋竞技、射弩等早已被定为全国少数民族传统运动会指定比赛或

表演项目，深受全国各族人民喜爱。并且有些项目已经影响到法国、美国、加拿大、日本、澳大利亚等地，在外国游客中也享有很高的知名度。

二、西部民族地区体育旅游资源的特点

民族地区体育旅游资源表现形态千差万别，从旅游的功能与价值的角度看，具有以下几个方面特点：

（一）民族性与地方性

民族传统体育的民族性就是某一民族的体育在世界体育文化中所具有的本民族的特性。民族传统体育是民族人民生活的体现，是反映民族心理的一个载体。各个民族因生存空间不同创造出的民族传统体育也有差异。可以说在几千年的历史中，不同民族所创造的传统体育有着本民族的文化烙印、心理铭记。地方性就是某一民族的体育项目活动内容与表现形式会反映民族居民的生活方式、社会价值观，并且会受到自然地理环境、气候环境的制约。不同民族的传统体育活动及其形成的价值观念、审美情趣，很大程度上是在地理气候等环境差异作用下形成的。比如我国就有“北人善马，南人善舟”之说，就是对不同地理环境的反映。

（二）地域性

由于各族人们所处的地理环境不同，生产生活方式有别，各民族的民族传统体育活动的产生和演变存在着明显的地域性。例如赛龙舟活动在西南水族、白族、布依族、傣族、苗族等少数民族中盛行，而西北民间则无此项竞技方式。同样，内蒙古草原地区的赛骆驼和青藏高原地区的赛牦牛以及西双版纳傣族民间的泼水节体育活动等，都是在特定的地域环境中产生和传承的。

（三）丰厚性与节律性

少数民族传统体育内容丰富，多姿多彩，几乎每个民族都有几种或几十种民族传统体育项目。各个民族的体育项目表现形式各异，风格差异明显，都有着其独特的民族特色和浓郁的民族风味。许多民族传统体育项目在创造过程中受到季节影响，带有显著的节律性。如在民族节庆时各个民族都会举行各种各样的活动来庆祝，其中就少不了民族传统体育项目的表演来助兴，因节日庆典的季节性，民族传统体育项目的表演也随季节性而呈现出周期性。

（四）集体性

许多少数民族传统体育活动有一个十分明显的特点，那就是它的集体性。这种集体活动既是个人的休憩、身心的松弛，个人情绪的流露和宣泄，也在客观上促进了群体的团结、和谐，增强了群体的感情交流和凝聚力。如果说现代体育强调竞技，突出的是个人的“快、高、强”，那么西部少数民族传统体育则更侧重于游戏，强调的是群众性、参与性与娱乐性，重在群体健身方面。民族传统体育活动与近代形成的体育活动的主要区别在于：传统的民族体育活动是玩耍与竞赛的结合体，即竞技的过程中始终充满玩耍的乐趣，边竞赛边玩耍，兴趣盎然，其乐融融，这正是民族传统体育的基本特征。而现代体育竞技则是严肃认真的比赛，很少有游戏玩耍的成分。因此现代体育落实于最后“结果”，而西部少数民族传统体育更强调体育活动的过程，具有极强的观赏性，大多数项目甚至还可以作为群体表演项目。

第三节 西部民族地区体育旅游资源开发的原则与思路

一、西部民族地区体育旅游资源开发利用的原则

西部民族地区体育旅游资源开发利用的目的，其一就是为了发挥西部民族地区具有民族特色的资源优势，把资源优势转化为产业优势，最终把产业优势转化为经济优势。其二就是通过开发利用把西部民族地区的民族文化遗产下来，通过开发利用做到对民族文化的“扬弃”。其三就是为建设和谐社会的新农村做出一份贡献。为此目的，必须向游客提供具有“拨动心弦”的东西，只有这样才能满足游客的猎奇、寻古、求异、求新的心理要求。因而在开发利用西部民族地区体育旅游资源时，尽可能在民族特色和地方特色上下工夫。西部民族地区体育旅游资源在开发利用过程中须遵循几个原则：

（一）民族性原则

这是指开发利用的体育旅游项目必须体现出当地民族的气息，展现当地民族的风情，推出的体育旅游产品必须符合各民族的原汁原味。为做到这一点，必须

深挖各民族体育项目的历史，弄清其产生的原因，体育项目所表达的内涵，各个动作所喻示的内容。

（二）文化性原则

“文化是旅游业的灵魂”。旅游是一项能增知启智的活动。因而在开发体育旅游资源时，在设计体育旅游项目时，要高度重视项目的文化含量。不过也应注意一点，文化是有积极的一面，也有消极的一面。因而在开发利用体育项目时，在挖掘其文化内涵时需摒弃糟粕，即落后、迷信的成份。把积极健康向上的东西提炼出来。

（三）环保性原则

旅游资源开发与生态保护二者是相辅相成，有机联系的矛盾统一体。旅游资源保护得好才具有开发价值，而开发利用又能推动和促进保护工作的开展。旅游业从本质来说是以追求人与地、人与天的和谐为“卖点”的。我国西部地区总体生态环境脆弱，社会和经济相对滞后，环境保护意识差。因此，在体育旅游资源开发过程中，这就要求业者必须从自身的利益出发，协调开发与保护的关系。既要树立高起点、出极品的战略意识，又要避免重复建设与“低投入、高产出”办体育旅游的急功近利思想和“非耗竭性消费”理论误导体育旅游资源的盲目开发，导致甚至加重资源供需的平衡，生态环境的破坏。

（四）可持续发展原则

在开发体育旅游资源时要遵照体育旅游可持续发展的原则。旅游可持续发展实质上就是在体育旅游与自然景观、人文资源和生态环境和谐统一的条件下开展体育旅游活动，进行体育旅游开发和发展。保护与改善体育旅游环境，合理开发、利用资源的目的，在于促进体育旅游经济的可持续发展。

二、西部地区体育旅游资源开发利用的基本思路

（一）西南民族地区体育旅游资源的开发思路

1. 加大体育旅游资源的开发力度，增强市场竞争力

虽然西南民族地区的体育旅游已有一定的发展，但与巨大的体育旅游资源还很不相称，体育旅游的市场还有待完善。其资源的开发，满足个性的消费及配套设施，形成经营规模，还有待努力。因此，在旅游景点因地制宜兴建各种体育设

施,如滑雪场、网球场、水上运动场等,开展各种特色体育旅游项目,以此来吸引体育旅游者。

2. 加强体育旅游的宣传活动,突出民族地区的体育旅游特色

旅游宣传的投入是有着高回报的。根据香港旅游协会的资料显示,每增加1美元的宣传投入,就可增加旅游收入123美元。事实上也确实有许多国家在旅游业的宣传上不惜投入巨资,特别是对新兴的体育旅游的宣传更是不遗余力,以求把市场做大。当然,体育旅游的宣传有别于常规的旅游介绍。国内成功的例子也不少,如1998、1999年,云南大理市的旅游,体育主管部门与国际体育中介公司共同主办了大理国际七星越野挑战赛,比赛通过电视转播,在目睹运动员的风采的同时,也全面展示了大理风光,大大提高了大理的知名度,收到了很好的效果。西南民族地区是少数民族聚集地,各民族在历史发展进程中形成了种类繁多、风情浓郁的具有民族特色的体育项目及活动。如赛马、赛龙舟、泼水、射箭等。在体育旅游的宣传推介时一定要突出这些民族和地区特色。

3. 大力培养体育旅游指导员

体育旅游指导员是指能够给体育旅游消费者在项目和旅游地的选择上以及在参与过程中给予一定示范和科学指导的人员。体育旅游比起一般的旅游活动要求有一定的专业知识,如登山、蹦极、攀岩等探险型的项目就需要从业人员给予技术和安全上的指导,因而体育旅游指导员就必不可少。体育旅游指导员必须具备的条件是:首先要求他是体育爱好者或者说是专业人才,会各种相关的体育项目。其次,要有足够的旅游知识,能够在体育旅游项目的推广上起到形象大使的作用,在新项目的参与上起到示范和带头的作用,在普通项目上起到指导和鼓励大众参与的作用。西南民族地区的体育旅游要蓬勃的发展,就必须培养一定数量的体育旅游指导员。全国有很多的大中专院校设置了旅游专业,可以在学员的招收上选择身体好、有一定体育基础的人加以培养,或者对体育专门人才给予旅游相关知识的培养,都能在一定时间内获得大量的这类人才。

4. 多开发主题鲜明的体育旅游产品,提高体育旅游者的参与性

主题旅游是旅游发展的一项趋势。它也更能带动相应的旅游项目发展,而体育旅游由于发展历史相对较晚,宣传不到位,在民众心理上的影响力不是很大,也就是说,消费者还没有接纳并消费它。因而,除了大力做好宣传外,还应多开展主题鲜明的体育旅游活动,以提高人们对体育旅游的认识和参与热情。

5. 把扶贫开发与体育旅游开发结合起来

我国民族地区多为贫困地区,在这些地区发展旅游业是由纯救济型向开发式

经济扶贫并得到深化和具体化的重要途径。建议政府可安排或利用扶贫资金,实施一些包括体育旅游在内的扶贫项目,如建立民族体育舞蹈团队、民族传统体育服饰生产厂、民族传统体育旅游器械生产厂、体育旅游服务公司等,通过旅游开发带动民族群众直接或间接脱贫致富。

6. 开发建设好三个民族传统体育旅游区

基本想法:川西北重点开发藏族、羌族民族传统体育旅游;滇西南重点开发傣族、白族、纳西族、彝族民族传统体育;黔东南、黔西南则以开发苗族、布依族体育风情系列旅游为主。各项目在具体实施时,就力求提高其文化品位,保持其民族特色。

(二) 青藏高原地区体育旅游资源的开发思路

1. 青海省体育旅游资源的开发思路

青海省是我国的“夏都”。其特色旅游主要有鸟瞰西宁、青海湖风光游、可可西里探险游、都兰狩猎、诺木洪文化遗址游、塔尔寺观光游、万丈盐桥奇闻游、盐湖景观游(察尔汗盐湖、茶卡盐湖)、民俗民风体验游等。

在体育旅游资源开发方面,可考虑以下开发思路。

(1) 与邻近省份合作,推出特色体育旅游产品。如西宁—日月山—青海湖—茶卡—盐湖—昆仑旅游区—敦煌—嘉峪关—张掖—大通森林公园旅游。

(2) 利用已有体育旅游产品开发基础,打造特级体育旅游产品。如由“环青海湖国际公路自行车赛、国际抢渡黄河极限挑战赛和青海高原国际攀岩赛”三大品牌赛事组成,可命名为“中国·青海国际铁人三项赛”。

(3) 加强省内区域合作,推出观光+探险旅游产品。如可推出“西宁—互助民俗村—大通森林公园—海北原子城—青海湖—日月山”或“西宁—城南新区—塔尔寺—群加国家森林公园—李家峡—坎布拉森林公园”等旅游产品。

(4) 利用青海省丰富的山地资源,深度开发登山旅游产品。如进一步开发玉珠峰(含玉虚峰)、阿尼玛卿峰、格拉丹冬峰及新青峰等山峰。

2. 西藏自治区体育旅游资源的开发思路

到目前为止,西藏已开发国家级历史名城2座;国家级风景名胜区1处;对外开放山峰44座;自然保护区共有13处,其中国家级3处,省级10处。根据旅游资源的分布状况及其特征,西藏自治区旅游局已规划出五大旅游区,即以拉萨为中心的文化观光旅游区;以登山、徒步为主的后藏旅游区;以生态、科考为主的藏东南旅游区;以雅砻河谷为主的文化旅游区;以野生动物观赏和朗圣为主

的藏北旅游区。

在体育旅游资源的开发方面,因西藏自治区体育旅游资源主要分布藏北、那曲、当雄、江孜、日喀则、林芝、雅鲁藏布江、拉萨河等地区,因而其开发思路可着重推出以下体育旅游线路。

(1) 藏北草原腹地探险游。线路为:拉萨—纳木错—崩错—班戈—月珠—色林错—双湖办事处—可可西里无人区—露营地—安多—那曲—拉萨。

(2) 羌塘草原赛马会旅游。线路为:拉萨市内—那曲—那曲镇—拉萨。内容有参观布达拉宫、哲蚌寺、八角街、羊八井地热区,念青唐古拉主峰和赛马节场面。

(3) 日喀则地区推出珠峰之旅、红河谷之旅及雅江源之旅等。线路分别为拉萨—日喀则—萨迦—拉孜—定日—珠峰—聂拉木—樟木;拉萨—日喀则—江孜—亚东—江孜—拉萨;拉萨—南木林—日喀则—谢通门—拉孜—昂仁—萨嘎—仲巴—萨嘎—樟木。其线路特色依次为观赏名山大川、自然生态和登山、探险、科考相结合的旅游区;历史古迹、民族风情、田园风光、市容市貌和旅游购物相结合的旅游区;自然风光、草原生态和民族风情为一体的观光游览旅游区。

(4) 雅鲁藏布大峡谷探险游:线路为:拉萨—林芝—排龙(汽车)—门中—绒扎瀑布—扎曲—巴玉—藏布巴东瀑布群—巴玉—扎曲—排龙—林芝—拉萨。旅行方式为汽车和徒步相结合。

(三) 西北民族地区体育旅游资源的开发思路

1. 凸现西北民族地区的地域特色和民族传统体育特色,创建“三优”开发模式

西北民族地区虽然没有热带雨林气候、热带海滨风光等自然旅游资源,但是,有辽阔的草原,浩瀚的大漠、戈壁,峻峭的雪山,有灿烂的黄河文化、长城文化、西夏文化、丝路文化、崖窟文化等。多种文化融为一体,交相辉映。在体育旅游资源开发和建设中要充分展示西北民族地区原始、神秘、浩瀚、雄浑的自然景观和粗犷、淳朴、浓郁、瑰丽的民族风情及深厚的文化底蕴,突出西北地域特色和民族特色。坚持“人无我有,人有我优,人优我精”的原则,不盲目照搬照套。树立其区别于其它省区的体育旅游形象,高起点、高立意、高水平进行规划和开发建设,创造性地塑造体育旅游品牌,走出一条依托独特优势资源开发优势产品,依靠优势产品发展优势产业,进而带动全区整体发展的“三优发展”模式。

2. 以旅游需求市场为导向, 有计划地进行体育旅游资源开发

旅游资源开发是一项向旅游市场推销旅游产品的经济技术系统, 其实质是要把旅游资源变成现实的旅游吸引物。目前, 西北民族地区旅游资源的开发还处于“有什么就开发什么”的资源开发阶段, 或者说正处于“人家干什么我干什么”的模仿开发阶段, 它还未跨越到以“市场为导向”进行开发的第三阶段和以“引导市场”开发的第四阶段。开发产品, 销售产品必定要尊重市场经济规律, 要高瞻远瞩, 高屋建瓴地进行。它既要考虑到国内游客的需求, 又要考虑到国外旅游者的喜好。在开发初期, 要以质量为本, 分步向前推进, 减少不合理的重复建设和资源浪费。应选择经济社会发展较好、体育社会化程度较高、体育旅游资源相对密集、市场需求较大的地区先行开发形成区域性体育旅游的核心地带, 并以此辐射, 渗透和带动整个西北民族地区体育旅游的发展。

3. 在开发体育旅游资源时要加强政府的宏观管理, 实行区域联动, 共同发展

西北民族地区在开发体育旅游资源时要求省内、省际间都应在政府的统一协调下, 理顺各个部门对旅游资源开发中的关系, 消除体制上的障碍, 统一思想, 统一认识。旅游局、体育局以及相关的各个部门携手合作, 加强地区间、城市间的经常性、稳定性的联系与协作, 统筹规划, 科学管理, 因地制宜。坚持“有所为, 有所不为”的原则, 建立有序、配套的市场竞争机制, 避免无序竞争。保证体育旅游资源开发的公正性与平等性, 使体育旅游资源得以合理的开发和利用。对现有的体育旅游资源进行挖掘、整合, 特色互补, 联手打造区域性的体育旅游资源基地, 建立多元化的体育旅游资源网络实现资源共享。

4. 实施多样的体育旅游资源开发模式

西北民族地区要充分利用民族地区的自然资源和人文资源条件, 把少数民族的各种节庆习俗活动结合起来, 依托多种资源综合开发体育旅游资源, 突出优势与合力, 强化品牌意识, 逐步形成垄断局面, 扩大影响, 提高体育旅游资源的知名度和整体实力。可采用“体育活动+自然旅游资源”、“体育活动+人文旅游资源”及“体育项目+自然旅游资源+人文旅游资源”等相结合的模式。

第六章

西部民族地区体育旅游产品开发分析

第一节 体育旅游产品概念、特点与开发原则

一、体育旅游产品的概念

体育旅游产品是整个体育旅游开发活动的核心，是旅游业中的专项产品和一切体育旅游服务活动的主体。当前对体育旅游产品还没有一个比较明确一致的界定，一般认为，体育旅游产品是指旅游企业为了满足旅游者在体育旅游活动中各种需要而凭借的各种设施、设备和环境条件向游客提供的全部服务要素的总和。它包括构成旅游过程中体育经历的服务、活动与利益的综合体，并由 5 个要素组成：体育旅游目的地吸引物，目的地设施，可进入性，形象与价格。

二、体育旅游产品的特点

在体育旅游产品中，既有参与性体育旅游产品，也有观赏性体育旅游产品。参与性体育旅游产品主要有：登山、徒步、划船、漂流、高尔夫球、保龄球、峡谷探险、冲浪、滑雪、攀岩、自驾车等；观赏性体育旅游产品有武术绝技表演、

户外赛事观赏、现代赛事观战、民俗体育表演等。但无论是参与性体育旅游产品还是观赏性体育旅游产品，都具有明显的自我特征，这些特征中，体育旅游产品既具有与其他旅游产品的共性，也有不同于一般旅游产品的特点。

（一）健身性。体育旅游产品的核心特征在于体育，而体育的实质在于运动、在于人类体质的增强和身心机能的提高。因此人们常说“生命在于运动”，锻炼是健康的保证。当然体育运动的类型有多种，健身活动的方式也多种多样，如人们可以选择在公园跑步、在室外空地地进行球类活动，也可以选择室内活动筋骨、器械锻炼等。但由于现代人们生活的忙碌，专门抽空从事体育锻炼难以实现，且单纯的健身手段难免降低人们的兴奋度。而体育运动与旅游的结合，则刚好将人们对健身的追求和休闲游玩的向往统一起来。喜欢健身的消费者往往选择休假期间去爬山、划船、游泳、越野、登山等活动。因此参加体育旅游活动，可以锻炼身体、挑战大自然、增进健康，又可欣赏异地文化与山水风光，愉悦身心。特别是长期居住和工作在城市里的人们，参加体育旅游活动，对于调节忙碌的工作节奏、摆脱枯燥乏味的程式化生活和恶劣的城市污染很有帮助。

（二）大众休闲性。体育旅游活动是种老少皆宜的旅游方式，不同的体育内容可适应不同的人群需要。因此不仅受到青少年的欢迎，而且许多中年人、老年人甚至妇女也很喜欢参加。许多体育旅游项目适合不同年龄层的消费者参加，如野外垂钓、划舟、登山、户外自行车等项目，从少年到老年人都可以参加活动。现代都市人生活节奏快，工作压力大，通过参加体育旅游，和朋友一起边聊边玩，以达到放松心情，调节生理和休闲的目的，如在体育观赏中各种大型表演活动的飞行、跳伞、航空表演等激动人心与狂欢式活动，使人们平时的身心积压得到彻底释放与舒展。

（三）体验性与参与性。传统的旅游产品大多以观赏为主，人们在游历中得到的更多的是一种文化与自然风光的感观经历。而参与性体育旅游产品的开发，大大增加了游客对异域文化与自然魅力的体验深度，得到的更多的是一种与当地人情世故以及山水风光的交互参与。如探险活动可以给人刺激与极度兴奋，从而留下终身难忘的经历。勇敢的人喜欢探险旅游、挑战大自然、调整自我，并以此为乐，乐此不疲。平日生活平淡的人们通过参与体验，是身体在与大自然的接触中感受到乐趣，从而为生活增添色彩。

三、体育旅游产品开发的原则。

（一）市场需求导向原则。体育旅游产品开发具有典型的市场开发特征，旅

游市场需求是体育旅游产品产生、发展和消亡的直接决定性因素。因此体育旅游产品的设计与开发,必须与当前体育健身市场和旅游市场需求相适应,以旅游者健身娱乐等需求为中心,以满足体育旅游产品市场竞争的需要和实现体育旅游产品的价值。首先是要特别重视体育旅游市场的调查、细分、定位和论证,掌握体育旅游市场现状与发展变化动向,始终坚持以市场为起点和终点,从而确定体育旅游产品设计与开发的导向和规模。体育旅游产品设计与开发的市场导向确立后,必须深入调查和论证,研究影响当前体育旅游需求的各种因素与指标,进行市场细分和定位,并通过建立科学的理论模型与方法,预测一定时期内的旅游需求量和变化趋势,从而最后确定体育旅游产品开发的进程、深度和规模,以获得最佳经济效益。

(二) 综合开发原则。综合原则包括两个方面:首先是体育旅游产品开发要追求综合效益。体育旅游产品开发要求以市场经济为导向,以社会文化效益为目标,以生态平衡为杠杆开展旅游活动,追求生态、经济、社会三者的综合效益。因此体育旅游产品开发是三者的综合开发;其次是体育旅游产品开发要注意与其他旅游产品的搭配开发,通过共生互补取得综合优势。

(三) 重视特色,突出主题原则。主题与特色是旅游产品的灵魂,是旅游吸引力的主要源泉和市场竞争的核心。体育旅游产品主题是对体育旅游产品及其相关因素进行组合所形成的内在的、统一的形象或基调。主题的设计与塑造要重视特色,特色要通过主题来体现。自然状态中的体育旅游资源在开发之前往往属于感觉资源的类型、品质较大众化,但经过人为的提炼与内在组合后就会给人耳目一新的体验。如青海湖经过自行车赛事、高原和民族文化的内在组合后,打造出了其自身的特色与主题。因此,体育旅游产品的设计与开发,就是要根据资源特色、市场需求、区位和环境条件的综合分析,经过概括、提炼、组合等环节突出主题和特色,并最后通过强化、充实、剪裁、协调、烘托和创新等手段加以实现。西部民族地区地理地貌、历史文化和民俗风情等都是体育旅游产品开发中特色和主题提炼的重点。

(四) 系统开发,协调发展原则。该原则也包含两个方面:首先,由于旅游活动的性质和内在要求,决定了旅游产品具有显著的综合性。因此完整的体育旅游产品开发必然也包括吃、住、行、游、娱、购等各方面的需求的满足,其经营开发过程涉及到各个方面,牵涉到诸多性质、功能不同的部门和行业。因此,体育旅游产品的设计与开发必须统筹、系统规划,全面协调发展,促进体育旅游要素的合理配置,才能保证体育旅游活动的正常进行,从而获得最佳的经济效益和

社会效益。其次是体育旅游业自身很强的产业关联性和依托性。旅游产品开发中体育休闲、山水风光、历史文化等旅游资源是一个整体，因此体育旅游开发是与整个旅游资源的开发紧密融合在一起的。如果把体育与整个旅游开发背景独立开来，就将大大降低其优势。因此在我国西部民族地区体育旅游产品开发过程中，必须树立大西部、大旅游、大市场的观念，必须把西部民族地区旅游业开发作为一个整体，把西部民族地区体育旅游产品的开发置身于整个西部大开发中去，才能有效促进其发展。

第二节 西部民族地区体育旅游产品开发中的 制约因素、误区与存在的问题

一、体育旅游产品开发的制约因素

（一）体育旅游产品开发观念落后

首先，西部民族地区对发展体育等旅游业的认识不足，对西部民族地区旅游业的发展特征和途径选择认识不清。如部分地区至今仍存在着发展地方经济就是要大力发展工农业的观念。西部相当部分地区由于经济发展落后，财政收入紧张，投入到发展旅游业的资金十分有限，因此往往存在等、靠、要等思想，不主动去寻找市场、搞开发。从而导致西部民族地区丰富的旅游资源优势还不能转化为产品优势和市场优势。

（二）西部民族地区生态环境脆弱和恶化

我国西部民族地区拥有千姿百态的地质构造、优美的自然风光、悠久的民族节俗文化、古朴的民族传统体育等，这些都是吸引游客的重要旅游资源，是开展西部民族地区体育旅游的基础条件。而我国西部民族地区是一个生态和自然地理环境极为脆弱的地方，由于历史和地理环境等因素致使大部分地区环境承载能力低，面临的生态环境状况极其严峻。当前西部民族地区生态环境的恶化主要表现在两个方面：首先，西部民族地区生态环境自身非常脆弱。这一地区的气候、地质、水文等条件比较特殊。它位于内陆而远离海洋，如青藏高原阻断了印度洋暖流，而受西伯利亚的干冷气流的影响非常强烈。因此，干旱少雨的气候造成了西

部民族地区的生态环境非常脆弱。这种生态环境一旦受到破坏，其自身恢复就相当困难。其次，人为的破坏加剧了西部民族地区生态环境的恶化。西部民族地区的生态环境状况对整个长江流域，黄河流域的可持续发展影响很大。黄河流域水污染程度已居全国七大江河的第二位。1998年黄河的四、五类水已占71%。而西部民族地区工业固体和废气的排放量大大高于全国的水平。在西部民族地区的工业产业结构中，煤炭、钢铁等传统工业及农药、油漆、电池、橡胶、塑料等高污染密集产业分布较多，这使西部民族地区污染问题十分严重，加剧了生态环境的恶化。同时，西部民族地区旅游业的无序发展和缺乏科学的环境规划，也对景区的生态环境造成了严重破坏，严重影响体育旅游活动的开展。

（三）体育旅游产品开发的配套设施薄弱

西部民族地区交通等基础设施较东、中部地区要落后很多，据统计，全国76%不通公路的乡镇集中在西部民族地区。可进入性差和高昂的运输成本抵消了西部民族地区体育旅游资源丰富和劳动力低廉的优势。同时，西部民族地区地域辽阔，地势起伏变化大，因此通往旅游区的交通难以形成快捷、通畅的运输体系，限制了游客便捷地进出景区。

此外，西部民族地区地广人稀，经济落后，广播电视、邮电等现代通讯设施的建设严重滞后于经济的发展，使得原本就十分闭塞的西部民族地区往往因信息不通而制约经济的发展。而体育旅游对通讯设施的依赖很大，如体育旅游资源的普查、体育旅游信息的传递、市场的动态、体育旅游活动的宣传、网络预定等都离不开现代通讯设施的支持。

二、体育旅游产品开发的误区

（一）资源优势等同于产品优势

我国西部民族地区地域辽阔，具有民族文化的丰富性和生态环境的多样性，为开展体育旅游提供了良好的环境和空间，蕴涵了丰富的体育旅游自然资源和体育旅游人文资源。尤其在当前西部大开发背景下，西部民族地区更是具有发展体育旅游业的资源优势 and 机遇优势。然而与东部地区相比，由于历史和生态等原因，导致西部民族地区自然、经济、社会条件的恶劣，并造成了地广人稀、内部市场需求规模小，制约了开发性投入及投资市场的形成，并进一步造成了生产力水平低下，基础设施不足，社会进步发育程度不够，市场意识淡薄和人才外流

等。因此，西部地区体育旅游业在存在优势的同时，也存在明显的发展劣势，资源优势与产业化发展优势还存在很大的差距。因此在产业发展实际中要能对此有清醒的认识，不能简单地把资源优势与产品优势甚至产业优势混淆或等同。

（二）体育旅游产品开发一定致富开发地

体育旅游产品开发对开发地产生的经济效益，有助于补偿当地居民在自然资源和民族文化资源使用上受到的限制。当地人从体育旅游开发中获益的主要途径是受雇于户外运动团体、经营体育运动场地和器材、参与或提供少数民族体育竞赛表演及相关服务等。但在实际操作中，常会出现收益不公和扰乱当地生活等问题。如外来体育运动类专业导游会减少当地人的工作机会；大型户外场馆设施的占地挤占当地大量农田等经济资源，如高尔夫、赛马和滑雪等大型场地的修建，漂流河道的占用等；体育旅游的开展造成当地物价的上涨，引发贫富不均；体育运动休闲和竞赛的开展引发当地生态资源的破坏；农业劳动力减少，影响农业和牧业生产的可持续发展等。

（三）体育旅游产品是“绿色产品”

旅游业曾一度被称为无烟工业，被认为不像其他产业那样能对环境造成污染。而体育旅游业更是被认为是绿色产业和环保产业。然而通过分析和总结体育旅游资源开发和体育旅游各种活动的开展所带来的生态环境问题，不难发现，体育旅游业作为一种产业同样对环境产生破坏作用，有时这种破坏是隐性且巨大的。如多年来喜马拉雅登山者在峰顶留下了六百多吨垃圾；宁夏沙坡头的滑沙活动造成了“沙坡鸣钟”奇观的旅游价值下降；青海湖湖水盐化、水面下降，湖区生态急剧恶化；九寨沟和黄龙景区的森林面积缩小，湖泊退化等。体育旅游活动虽然不像其他工业“三废”那样直接在危害人的健康方面令人恐惧，但对生态环境所带来的破坏和污染是不容忽视的。尤其西部地区是一个生态和自然地理环境极为特殊的地区，是全国生态环境最为脆弱的地区之一。体育旅游活动开展产生的环境污染因西部地区特殊自然地理环境的限制，其治理难度并不亚于工业污染的处理。因此只有在生态理念的指导和规划下，才能把西部地区体育旅游产品开发真正融入生态环境的建设当中去，如在技术的采用、废品的排放、运动场地的选址和建设、运动项目的选择和包装等都需尽量体现环保意识。

（四）西部民族地区体育旅游产品开发投资少，见效快

这是当前一般管理部门甚至部分学者对发展西部民族地区体育旅游业的曲解，这是由于对西部民族地区体育旅游作为产业的地位、性质和发展环境认识不足，对体育旅游业的理解比较粗浅所致。西部民族地区经济文化落后，基础设施薄弱，地广人稀，从而使得西部民族地区体育旅游产品和服务的开发、市场拓展和扩张等，都具有相对更高的技术风险、市场风险和经营管理风险，且产品开发的每一步都需高额的资金投入。如在西部民族地区开发滑雪、漂流等运动项目，仅仅在市场调研、交通食宿、器材设施、人员培训、安全保障等方面的前期投入上对资金的需求都将是巨大的。如果没有足够的资金和专业化的高效管理，要完成这样一个高投入的过程是有难度的。同时，西部民族地区地理复杂，气候多变，体育旅游活动的开展易受气候、生态环境、自然灾害等因素的影响。因此，西部民族地区虽然具有体育旅游资源优势，但其风险和高成本不应该回避，只有充分考虑了各项潜在的风险和不利因素，采取应变措施，才能立于不败之地。

（五）产品开发有利于民族传统体育文化的保护和发展

民族传统文化是一个民族得以生存、发展和延续的根本。西部民族地区在发展旅游业时往往打出民族文化的大旗，借挖掘、保护和弘扬民族文化之名吸引游客，但由于商业化的操作不当而往往造成对民族文化的歪曲和破坏。如东巴文化在媒体曝光后，在国内国际相关领域的研究、整理、出版或演出展示等方面达到了前所未有的程度，但同时其自身在纳西族民间却大大失落了，不再是一种民族文化而更像一种古玩。西部民族地区地处少数民族聚居区，少数民族传统体育文化是西部民族地区各民族文化的重要组成部分，也是西部民族地区开展文化旅游活动的重要内容。如射箭、赛骆驼、抢花炮、叼羊等体育文化活动，以及蒙古族的那达慕大会、苗族龙舟节、侗族的赶歌节等民族节庆体育活动。毋庸置疑，少数民族体育文化与旅游等经济活动的结合确实促进了经济的增长，也使民族文化得到了发扬。但因为这种结合一开始就是以发展经济为目的，即当前的“文化搭台，经济唱戏”，因而这种文化宣扬就不能不带有与本民族实际生活脱节的强烈功利主义色彩。在实践当中经常会发现，传统节俗和生活中的民族传统体育文化娱乐与竞赛活动不再在传统特定的时间、地点和按规定的内容和方式举行，而是为了接待游客而改编或压缩了的现代表演。这样无形当中造成了对传统体育文化的曲解和破坏。

三、体育旅游产品开发中存在的问题

当前我国西部地区在体育旅游产品的开发实践中,紧密结合自身实际和市场需求,相继开发了一大批优质体育旅游产品,取得了不少成功的经验,但总体上我国西部地区在体育旅游产品开发上仍存在一些不足。

(一) 体育旅游产品的区域或个体形象不鲜明

旅游主体形象是旅游产品的核心和灵魂。当前我国西部民族地区的西南地区、西北地区以及青藏高原地区,都在依靠自身的传统特征与特色开发适当的体育旅游产品,如蒙古的赛马、西藏的登山、新疆的沙漠探险、云南的高原训练基地、贵州黔东南的民族传统体育表演等,都形成了自身的鲜明形象。然而总体上,各地区的体育旅游产品形象与本区域的整体形象结合不紧密,形象还不够突出,消费市场的认知度不高,从而造成体育旅游产品吸引力总体上偏弱,知名度还不高。如各地区遍地开花的漂流赛、登山节、拉力赛、跳伞赛等,让人们目不暇给,但真正留下深刻印象的不多。

(二) 体育旅游产品空间整合和产品组合不够丰富

近些年我国西部地区体育旅游产品的开发,在资源和产品的组合上花了不少功夫,也取得了一定的实效。但由于行政区划和行业分割的原因,西部民族地区的体育旅游资源和体育旅游业的外在区域整合与内在产品个性组合程度较低,难以适应日趋激烈的竞争环境。其中区划性分割主要表现在体育旅游产品形成、开发的前期,由于缺乏统一的规划,各地往往依据自身行政区域的体育旅游资源,各自为主开发体育旅游产品,而不是根据资源分布、交通、市场等区域特征进行组合,造成主体旅游线路串接中产品组合不合理,空间分布不合理。如丝绸之路所经过的甘肃、青海、新疆等体育旅游线路和产品的跨地区组合,将为市场需求提供一个崭新的亮点与选择,以及云南、四川、西藏等交界地区探险和科考旅游产品的联合开发等都有其独特优势。当然这种组合需要科学的考察与论证并最后得到市场的检验,如云南与四川大香格里拉区的打造取得了较好的效果。

(三) 体育旅游产品开发深度不够和市场定位不够准确

好的产品定位是成功的一半,在西部民族地区有部分体育旅游产品开发是一种自发、不自觉的行为,产品定位比较盲目,许多体育旅游景点与设施投入经营

多年也没有形成产品品牌，知名度不高，形象不明确。有的仅限于资源简单利用和大众化思路的开发，缺乏深度挖掘、特色挖掘，缺乏独到的创新思维，造成体育旅游产品吸引力薄弱、生命周期短的现象。如少数民族传统体育等都是西部民族地区的优势旅游资源，但由于定位不准或缺乏创新，或者创新过度成为简单肤浅的时尚改造，造成体育旅游产品要么开发深度不足，要么过于经过大众化改造后失去特色，造成市场定位盲目。

（四）体育旅游产品开发中政府主导力度不够

当前我国西部民族地区体育旅游产品开发处于培育和起步阶段，尤其需要通过政府的主导、投入和协调来加速推进体育旅游产品的深度开发。如云南近年对民族传统体育等旅游产品的开发非常重视，将其作为文化大省建设的重要内容，并纳入政府的旅游发展规划。从而在投入推动、资源整合、产业政策、行业管理等方面切实挖掘体育旅游资源优势，推动体育旅游产品开发。但从整体看，西部民族地区各省（区）市已经逐步认识到体育旅游开发在旅游业中的重要地位，以逐步加大对其在人力、物力、财力等方面的支持力度。

第三节 西部民族地区体育旅游产品体系及其组合

一、西部民族地区体育旅游产品类型与体系

体育旅游产品体系指按照一定的分类标准和排列顺序而组成的产品类型、产品名称、产品数量及其相互关系的总和。根据体育旅游产品的性质以及研究方便的需要，西部民族地区体育旅游产品体系主要由以下类型构成。

（一）山地户外与休闲赛事类

我国西部民族地区地域辽阔，地理人文资源丰富，千万年的特殊地质构造运动，形成了具有世界意义的山脉、高原、盆地。西部民族地区是我国地势最高的地区，区内地质条件复杂多样，山脉纵横，山川秀丽，又是众多河流发源地，拥有一大批国家级自然保护区和国家级风景名胜区，如四川的九寨沟、黄龙，云南的西双版纳、石林、香格里拉、丽江、三江并流等，是全国自然旅游资源规模宏大、数量较多、种类齐全、品位较高的区域。所有这些都为西部民族地区开展体

育旅游活动提供了良好的生态环境和空间资源。如举办了国内外一批顶级户外赛事,造就了一批知名品牌,如环青海湖国际公路自行车赛、甘肃嘉峪关‘长城杯’铁人三项赛、云南七星国际越野赛、银川国际摩托旅游节等。

(二) 湖泊河流类

西部民族地区是世界著名的长江、黄河、澜沧江的发源地,地处大江大河的上游和中游地区,河道险峻,鬼斧神工,浑然天成。其中西部民族地区是我国面积最大的内陆河流域,有著名的塔里木河、伊犁河、额尔齐斯河等。同时西部民族地区湖泊众多,如青藏高原的湖泊面积达三万七千多平方米,占我国湖泊面积约一半。西部民族地区的溪流峡谷、瀑布等资源也非常丰富,造就了一大批著名旅游资源,如黄果树瀑布、九寨沟瀑布、黄龙寺瀑布等。这些丰富的水资源为开展漂流、溯溪、激流、龙舟、划舟等体育活动提供了优质的地理条件。如三峡漂流、黄河漂流、攀枝花国际漂流节、三江并流探险等。

(三) 现代赛事观战类

体育赛事是激发旅游动机的强大吸引物,体育界的赛事同时也是旅游者的盛会。西部民族地区近年承办与开展了一系统国内外体育赛事,产生了旅游、消费等良好的关联效应。如云南省的昆明市海埂训练基地、红塔训练基地等;重庆的世界杯拳击赛、世界女排大奖赛,亚洲杯足球赛,国内中超联赛;广西具有独特的气候条件和人文自然环境,因此拥有众多体育项目的训练基地,如梧州的青少年足球训练基地,柳州的女篮训练基地,武鸣的射箭训练基地,南宁的手球训练基地等。同时广西每年还要举行一些如跳水、帆板、举重以及全国性的足球联赛等大型体育赛事。这都无疑增添和丰富了西部民族地区体育旅游的产品种类和市场需求点。

(四) 民族传统体育类

作为民俗文化重要内容的民族传统体育活动在西部民族地区广泛开展和流传,有深厚的群众基础和较高的运动水平。同时在许多体育工作者的艰辛努力下,对西部民族地区民族传统体育项目进行了艰苦的考察、挖掘、整理和推广工作。尤其是近年通过全国等各级少数民族运动会的举办,以及相关专家对民族传统体育的普及推广及相关科研活动所作的大量工作,使得西部民族地区民族传统体育形成了具有一定规模水平和较完整的体系。据统计,西部民族地区仅民族传

统体育文化项目就有 700 多项,无论是与少数民族生活密切的射弩、轮子秋、叼羊、姑娘追、骑毛驴等体育项目,还是蒙古族的那达慕大会、苗族龙舟节、侗族的赶歌节等民族节庆体育活动,由于其独特性和稀有性而对游客产生强大的吸引力。该地区带有竞赛性质的传统项目有龙舟、高脚、射弩、抢花炮、陀螺等,它们不但有较完整的竞赛及裁判规则,而且形成了相应的训练体系,因此也是各级民运会的竞赛项目。在健身娱乐方面有丰富多彩的体育舞蹈、民族体操、体育游戏、武术等项目。比如少数民族的体育赛事与舞蹈有赛龙舟、摆手舞、赛马、摔跤、斗牛、犏牛、斗羊、斗鸡、射箭、射弩、吹枪、堆沙、抢花炮、马术、上刀杆、过溜索、珍珠球、磨秋、秋千、武术、舞龙、剽牛、舞龙、舞狮等,体育游戏有打陀螺、踢毽子、爬竿、跳月、顶竹杆、泼水、打飞棒等项目。而这些都将为民族传统体育旅游产品的开发提供良好素材与载体。

二、西部民族地区体育旅游产品的组合

体育旅游活动与其他旅游活动一样,基本也包含了食、住、行、游、购、娱等旅游要素,但每一项体育旅游产品的推出都必须有它的突出主题与特色。主题是现代旅游产品的重要灵魂。游客都有一个主要的出游目的,都有一个主要的价值追求与体验目标,体育旅游产品的开发应该以游客的心理需求为基础。体育旅游作为一种具有强烈参与性与体验性的产品,同时其作为整个旅游活动的一种类型,很难也没必要单独从其他旅游活动中分离出来,因此应以体育旅游产品为基础进行自身的组合以及与其他旅游产品的组合来调动、调整、迎合游客的心理预期。因而体育旅游不能单调、乏味,应是一项综合性旅游活动,要采用多种活动组合来丰富体育旅游的内容,从而最大限度满足不同目标消费市场的需要。体育旅游产品的组合方式可从以下几个方面考虑。

(一) 体育旅游产品的项目组合

项目组合是体育旅游活动的组合。一个体育旅游产品如果太少太单一,就不能最大限度提升体育旅游产品的自身价值与附加值,激发游客的兴趣。在项目的组合中有两种类型,一种是各种不同性质的体育旅游产品合理搭配在一起,不断使游客保持饱满的兴趣和兴奋度。如一年一度的重庆国际户外越野挑战赛,在重庆东南部的武隆县境内的白果龙水峡地缝、天生三桥、仙女山国家级森林公园、芙蓉江等著名旅游景区举行,设有峡谷溯溪越野、暗河探险越野、穿洞探险越野、攀岩——岩降比赛、森林定向越野、山地徒步越野、山地自行车比赛、峡谷

索滑越野、大江皮划艇漂流等比赛项目。通过运动项目的合理设置与组合最大限度提升赛事的旅游吸引力和游客的参与度；另一种是体育类项目中安排休闲、观光等非体育类项目，提升体育旅游产品的附加值。

（二）体育旅游产品的时间组合

时间组合是体育旅游过程中长短强弱节奏的组合。体育旅游产品的设置要根据体育项目的性质、体力消耗等科学组合在一起，使游客在旅游过程中既能够在一定的活动量中强身健体，又能够在精彩体验中感受快乐与愉悦，而不至于半途就体力不支、劳累不堪。因此在体育旅游产品的时间组合中，体育旅游活动衔接要紧凑而不紧张，其过程要舒缓而不拖拉，如体育参与性项目与体育观赏性项目，体育项目与观光项目在游览时间进程中合理搭配，使游客在游览进程中体力支出与合理休息在时间上科学组合。

（三）体育旅游产品的空间组合

空间组合是指体育旅游目的地在一定地域空间上的组合。体育旅游产品的开发和组合中，需要形成一个合理的空间布局 and 密度。西部民族地区地广人稀，景区与景区之间的空间分布较为分散，距离较远交通时间长，不利于体育旅游产品的集中开发。因此，在开发中除了交通、通讯等配套设施的完善外，还要非常注意产品合理的空间布局与分布，尤其是要根据地理地貌特征因地制宜设置相关项目。

（四）体育旅游产品的游客组合

游客组合是针对不同的消费者层次和群体所进行的组合，从而根据不同的体育旅游消费市场细分来分门别类开发体育旅游产品。如根据消费者参与形式可分为组团旅游，散客旅游，家庭旅游，商务旅游等；不同的年龄组合，如老年人、中年人、青少年等年龄分类等。因此根据不同的消费者类型推出不同类型的体育旅游产品，如组团游客大都集中在开发较为成熟的旅游目的地，而散客喜欢穿越、徒步等野外户外探险活动，老年人喜欢休闲、康体类运动量较小的项目，而年轻人喜欢刺激、冒险、挑战等类型体育旅游项目。因此根据区域资源特征和游客细分特征开发适宜的体育旅游产品。

（五）体育旅游产品的配套功能组合

体育旅游产品是旅游产品的细分类型，具有其他旅游产品的共同特征。游客除了在体育旅游过程中追求体验、休闲与健康等目的之外，还应围绕特色增加其他服务功能，在配套的食、住、行、游、购、娱旅游六要素方面提高服务品质，使游客在体育旅游过程中实现“来得畅，住得下，吃得香，游得乐，购得好，走得顺”，并经常保持花样、服务方式和类型的更新。

第四节 西部民族地区体育旅游产品 综合开发的思路与措施

一、统筹规划，系统开发

西部民族地区体育旅游产品的开发需要政府与行业协会等相关部门和组织的统筹规划和协作，尤其是政府体育部门和旅游部门在发展规划中要具备对体育旅游产品开发的思想和整体思路。体育旅游产业具有很强的产业关联性和依托性。西部民族地区的山水风光、运动休闲等旅游资源优势是一个整体优势，因此西部民族地区体育旅游是与西部整个旅游资源的开发紧密融合在一起的，如果把体育旅游独立开来，就将大大降低其优势。同时西部民族地区体育旅游产业发展本身具有很强的区域联系性，因此在西部民族地区体育旅游产业发展过程中，必须具备大西部、大旅游、大市场的观念，必须把西部民族地区旅游产业开发作为一个整体，把西部民族地区体育旅游市场的开拓放到西部整个旅游发展甚至整个西部大开发中去，才能挖掘其发展潜力，拓宽其发展空间。在其产业化过程中，要注意充分发挥西部民族地区各省区政府的扶持和引导作用，在旅游基础设施建设、体育旅游资源和产品开发、市场的培育和规划、人才的培训和引进等方面通力合作，实现西部民族地区产业间和地区间的“资源共享，优势互补”，从而实现共同发展。

二、充分把握 2008 年北京奥运机遇

北京 2008 年奥运会举办权的获得，标志着中国历史性时刻的到来，对中国入境旅游业的历史意义同样十分深远，使我国在世界的知名度得到了迅速的提升。据专家

预测,北京奥运会期间全球将有 39 亿人次通过各种媒体关注比赛,关注中国,且对我国旅游业的积极影响将持续到 2012 年。这为中国的旅游业带来了极好的发展机遇。由于奥运会的巨大影响,来北京观看比赛和旅游观光的游客,会辐射到全国各地。奥运会最直接的效应就是让世界了解中国。欧美发达国家的一般民众认为中国远离他们的现实生活,来中国旅游是为了满足“猎奇”、“猎穷”的心理需求,尤其是对我国的西部民族地区因区域的闭塞而了解较少。所以,奥运申办成功等于给北京和中国做了一个巨大的世界性的广告,吸引广大西方游客来北京,并扩散至西部民族地区游玩参观等。其一方面可亲眼见证西安、敦煌等中国博大精深历史文化,另一方面可体验中国丰富的地理地貌资源。因此,西部民族地区体育旅游产品开发要以北京举办奥运会为契机,打好奥运旅游牌,全面完善和丰富体育旅游产品结构。目前西部民族地区旅游业还是以观光和文化为主,这种文化与观光的局面对旅游欠发达地区是远远不够的。奥运的主题是体育,体育的主题是参与和运动,大力开拓体育等参与性旅游产品将大大丰富西部民族地区旅游产品的体系与结构。

三、加快体育旅游产品线路整合与开发

体育旅游产品开发中的一个重要内容在于线路的规划与整合。应该在一定的地域范围内,根据产品组合和市场需求推出适宜的旅游线路。当然,线路的开发离不开旅行社的参与和支持。旅行社和旅游公司是国内外旅游者安排旅游项目的策划者,所以西部民族地区体育旅游产品的开发,很大程度上取决于它们的参与、举荐、宣传、推销和部署。各旅行社和旅游公司在西部旅游业务中应将体育活动与游览西部民族地区风景名胜相结合,加强对旅游消费者市场的引导,尽量设计包装更多的适于开展体育运动的产品。此外,旅行社还要培养特殊的体育导游人员,从而提供完善的配套服务。其次,是西部各地区建立各种专业体育旅行社和体育旅游公司,开展和完善专门的体育旅游服务。目前西部民族地区各省(区)市大多建立了各类国际体育旅行社和国际体育旅游公司,也出现了部分社会投资的专业户外体育运动俱乐部和运动公司。

四、政府主导与市场导向相结合

西部民族地区体育旅游产品开发还处于一个相对初级与自发阶段,其市场风险、前期投入、配套设施建设等都需要政府的扶持与培育。体育和旅游行政管理部门的职能应加强行业与部门的协作,共同培育市场体系,规范企业的行为和市

市场秩序，协调内外各方面的关系，为从事体育旅游的企业提供公共服务。如政府开展体育旅游资源普查工作和进行系统科学的规划，并监督实施；组织对外宣传促销，抓行业服务质量和旅游安全、人才培养、信息交流、统计工作等；加强旅游法制建设，依据有关法律、政策规定，研究地区性体育旅游法规，把体育旅游行业管理纳入法制化、规范化轨道等。如国家体育总局批准建设“环青海湖民族体育圈”，以推动青海特色体育旅游业的发展。而根据青海省体育局设想，要实现这一战略构思，需建立国家投入资金引导和政府扶持，发挥政府的主导地位与作用。但同时，政府的主导只宜作为西部民族地区体育旅游产品开发中引导与培育，发挥政府在融资过程中的引导、示范、扶持作用，不宜一直成为决策与投资的主体。否则容易导致市场运作效率不高，以及新的寻租行为和道德风险，从而不利于体育旅游产品与市场开发。

五、吸引民间资本进入

西部民族地区体育旅游产品的开发，需要以大量的资本作为支撑。政府对体育旅游产业的资本投入有限，大量的资金需要通过市场方式取得。因而要充分利用现代资本市场的筹资功能，拓宽融资渠道，为西部民族地区体育旅游产业的发展提供资金保障。当前西部民族地区旅游资本市场进行融资的方式除了财政资本与国债外，民间资本的进入逐步成为一种效率高、额度大、稳定性强的融资途径。我国民间资本数量巨大，2002年我国城乡居民的储蓄存款已达8.69万亿元，其中西部民族地区达到了9000亿元。当前在我国投资场所狭窄、投资工具短缺的情况下形成了居民储蓄超常增长与投资微量释放的尖锐矛盾。在银行不断降低利息的市场环境下，随着政府资本逐步淡出风险资本领域，越来越多的民间资本被行业的良好市场前景和高利润额所吸引，我国民间资本有可能在短期内成为体育旅游业的融资主体。同时，民间资本流向西部民族地区体育旅游业需具备两个条件：一是要有对西部民族地区体育旅游业风险有一定把握和承受能力的民间资本家，他们能够带动其他民营创业者的参与；二是得到政府的政策支持，允许西部民族地区体育和旅游业向社会公开募集风险资本。当前西部民族地区体育等旅游业事实上已受到民间资本的追捧并取得了成功。如2001年8月，号称“第一民企”的新疆德隆下属新疆吐鲁番旅游发展有限公司注资5000万元，联合组建新疆大西部旅游股份公司，主要经营新疆境内包括体育等旅游产品的开发建设和国际国内旅游服务。因此，在国家实施西部大开发，西部民族地区大力发展旅游产业背景下，民间资本进入西部民族地区体育旅游业开发具有巨大潜力。

第七章

西部地区民族体育旅游市场开发分析

体育旅游市场是体育旅游活动的集中表现，是体育旅游产品生产、交换实现的条件，也是促进体育旅游供求平衡的重要机制。随着人们的收入水平的提高和生活质量的改善，人们的体育旅游需求不仅日益扩大，而且体育旅游需求的内容也呈现多样性和复杂性变化。因此，面对日益扩大和复杂多样的体育旅游市场，必须运用各种科学的方法和技术，及时调查和掌握体育旅游市场的动态变化，进行合理的体育旅游市场分析和目标市场的选择，分析和比较不同体育旅游市场的特点，科学的预测体育旅游市场的发展变化，才能有效地进行体育旅游产品的开发，并针对目标体育旅游市场进行积极的宣传促销，以较低的成本支出获得交好的体育旅游经济效益。

第一节 西部民族地区体育旅游客源市场分析与预测

对西部民族地区体育旅游客源市场进行分析与预测必须依据旅游客源市场分析的内容与方法进行。因而在进行西部民族地区体育旅游客源市场分析与预测以前，先简单地介绍旅游客源市场的分析内容与预测方法。

一、旅游客源市场分析与预测方法

（一）旅游客源市场分析方法

对旅游客源市场进行分析，主要从以下几个方面着手：

1. 资料收集

主要包括：旅游景区接待游客的现状调查资料；国际、国内、省内及城市旅游业现状及发展趋势；城市发展总体规划和区域旅游业发展计划及远景规划；关于旅游业的法律、规范及行业标准；当地政府制定与旅游业（含体育旅游业）发展相关的地方法规或决定；其他相关规划。

2. 旅游市场现状分析

包括国内外旅游市场的特点及发展趋势，具体指旅游的特点，如规模、结构等；旅游业发展趋势；旅游业发展目标；旅游地的客源市场现状，内容包括：旅游接待规模的时间序列及旅游地在国内或区域内的地位；客源市场结构，如客源地、游客年龄、性别、职业、旅游动机、收入情况、受教育程度、旅行模式、能接受的花费范围等；影响旅游地客源市场发展的因素，主要指有利因素和不利（限制）因素；区域内其它旅游地的区位、资源的供给情况

3. 客源市场细分与目标市场定位

包括客源市场细分和客源市场定位，内容有：按地理特征（如区域、城镇规模、人口密度等）细分；按社会经济和人口学特征（年龄、教育背景、性别、家庭规模、收入、家庭生命周期）细分；按心理学特征（社会等级、个性特点、生活方式等）细分；按旅游者行为特征（价值取向、对旅游的需求程度和态度等）细分。

4. 客源市场预测

主要包括潜在需求量预测；游客规模年际变化预测；客源市场发展的限制预测。

5. 客源市场的开拓

主要有旅游促销目标；旅游促销渠道；旅游促销方式和旅游形象设计。

（二）旅游客源市场预测方法

旅游客源市场预测主要指旅游市场需求的预测。旅游市场需求的预测方法主要有定性法、趋势外推法、结构模型法等。这里着重介绍前两种方法。

1. 定性法

定性法中最为常用的是专家咨询法（又称特尔菲法，Delphi）。它适用于缺

乏历史数据或趋向数据，或在偶发性因素干扰较大，各种模型难以起作用的情况。其基本步骤如下：

- (1) 确定预测问题，选择专家组，并设定控制条件；
- (2) 设计、分发第一轮调查表，要求回答者确定或提出某些事件发生的可能性及可能出现的日期；
- (3) 收回并整理第一轮调查表，确定中位数和两个中间四分数的范围；
- (4) 把统计整理的结果制成第二轮调查表返回专家，询问各专家在熟知平均结果后是否改变自己的预测，并解释原因；
- (5) 将第二轮调查表的结果及评价意见整理成表；
- (6) 如果预测的差异过大，再进行第三轮、第四轮征询，直到取得较一致的意见，最后总结预测结果。

2. 趋势外推法

趋势外推的预测方法，也称时间序列法，所谓时间序列法是将某个要预测的指标的历史数据按时间顺序加以排列，构成一个数字序列后，依该序列的趋势进行预测的方法。一般用于预测指标受到许多因素的制约，而且这些因素之间又保持着错综复杂的联系，运用结构性的因果模型进行分析和预测比较困难的情况，如旅游者人数、旅游收入等的预测。其应用的前提是预测指标随时间变化呈一定规律性，且假设未来是过去和现在变化趋势的延伸，所以该法仅适于短期预测。在短时间预测情况下，用趋势外推模型比结构模型效果更好。趋势外推法的关键是预测模型的建立及其灵活运用。趋势外推法的一般步骤为：

- (1) 绘出散点图；
- (2) 根据变化趋势建立预测模型；
- (3) 拟合模型，估计参数；
- (4) 模型检验；包括显著水平，计算统计参数；
- (5) 预测数值进行标准差修正后，即得到未来年份预测指标的预测值区间。

时间序列法主要包括趋势拟合法、移动平均法，其它方法还有无改变法、权重法等。无改变法是指第 $t+1$ 时段内的旅游需求与第 t 时段内的旅游需求相等，即 $V_{t+1} = V_t$ ，其中 V_t 表示第 t 时段的实际值； V_{t+1} 表示第 $t+1$ 时段的预测值。根据旅游地生命周期理论，这种方法适用于旅游地进入成熟期后对旅游需求的短期预测，而不适于旅游地的开拓、发展和衰落阶段。权重法是给不同历史数据赋以不同的权重进行预测，一般认为越接近预测年的数据对预测值影响最大，应以最大的权重。

二、西部民族地区体育旅游市场分析与预测

(一) “十五”规划中西部民族地区各省(区)市对旅游业的展望

西部民族地区各省(区)市在制定“十五”规划时,已对旅游业进行了定位,并制定了发展目标,在此基础上还作了发展速度的预测,见表7-1和表7-2:

表7-1 西部民族地区各省(区)市旅游业定位和发展目标

地区	现状	方向	发展目标	旅游总产值/GDP×100		
				1999/2000	2005	2010
内蒙古	三产先导	支柱产业	旅游大省	/1.8	4.5	7.5
广西	三产先导	支柱产业	旅游大省	7.7/		
重庆		支柱产业	旅游大市、旅游重点市、名市	/0.4	10	14
四川	三产先导	支柱产业	旅游大省、自然生态、历史文化旅游重要目的地	/3.0		
贵州		后继性支柱	旅游大省	5.3/	6.9	8.9
云南		四大支柱之一	旅游大省	/4.7		
西藏	支柱产业	形象产业支柱产业之一	中国西部和南亚地区旅游胜地	5.8	8	9
陕西	新兴产业	重要支柱	旅游大省、名省	6.7/8	10	
甘肃	先导产业	支柱产业	兰州为西部旅游中心城市、全省为国际、国内旅游热线地区	2.0/	4	8.2
青海	先导产业	优势产业、主导产业	国内高原生态旅游目的地、中国最大避暑旅游基地		5.3	8.3
宁夏	特色产业 优势产业	支柱产业	西北特色旅游基地	/2.8	5.4	7.5
新疆	三产先导	优势产业	中国旅游业后备基地	/5.9	7.9	9.5

资料来源:《西部开发旅游发展战略》

表 7-2 西部民族地区各各省区旅游业“十五”规划中关于发展速度的汇总(2005—2015)(%)

	接待 海外游客	旅游创汇	接待国内 旅游者	国内旅 游收入	旅游 总收入
西部	9.66	11.18	4.75	12.94	13.03
全国	5.70	7.07	7.41	11.14	8.14
西部/全国	1.6947	1.5813	0.6410	1.1616	1.6007

资料来源:《西部开发旅游发展战略》

(二)“十五”期间西部民族地区各省(区)市客源市场分析

1. 西部民族地区各省(区)市入境旅游市场增长率高于全国平均水平

在“十五”期间,西部民族地区各省(区)市旅游业发展速度高于全国平均水平,入境游客增长速度较快,见表 7-3。

表 7-3 西部民族地区各(区)市 2002—2005 年的入境旅游市场情况

单位:万人次

年限	内蒙古	广西	重庆	四川	贵州	云南	西藏	陕西	甘肃	青海	宁夏	新疆
2002	43.9	136.3	46.15	66.72	22.80	130.36	14.2	85	23.68	4.35	0.6018	27.54
2003	41.3	65.02	23.45	45.17	7.7	100.01	5.11	46.58	10.15	1.77	0.3	17.05
2004	79.9	117.6	43.44	96.62	23.10	110.1	9.58	80	23.67	2.89	0.7041	31.69
2005	100.1	147.7	52.38	106.2	27.6	150.2	12.1	92.8	28.8	3.5	0.8	33.1

资料来源:2002、2003、2004、2005 中国旅游年鉴;中国旅游网

分析上表可知,西部民族地区各省(区)市中,2002—2005 年中入境旅游市场增长最快的是内蒙古自治区,年均增长率为 18.7%,最慢的为青海省,它为负增长,主要是因 2003 年非典的影响,游客的负增长幅度分摊到后两年的缘故,实际上 2004、2005 年比 2003 年都有较快的增长幅度。总之,在 2002—2005 年西部民族地区各省(区)市入境旅游市场的增长率年均均为 4.7%(2003 年非典考虑进去),如果不考虑非典因素,即不计算 2003 年,只计算 2004、2005 两年的话,那么西部民族地区各省(区)市的年均增长率为 16.3%,这远远高于全国 9.3%的平均水平。

2. 西部民族地区各省(区)市国内旅游市场增长率与全国平均增长水平基本持平

“十五”期间国内旅游市场非常火爆,除 2003 年非典外,每年都以较大幅度

增长, 年均增长率为 10.02%, 西部民族地区年均增长率为 9.98% (见表 7-4)。而西部民族地区各省(区)市因 2001 年数据无资料可查, 2003 年的数据不全, 不好精确比较, 但从表 7-5 也可看出, 西部民族地区各省(区)市国内旅游市场也以较快速度增长。并且与国内旅游市场的比重约为 36%。我国“十五”期间国内、西部民族地区旅游市场情况见表 7-5。

表 7-4 中国 2001—2005 年国内、西部民族地区旅游市场情况

单位: 亿人次

时间	国内旅游市场	西部民族地区旅游市场
2001	7.83	2.81
2002	8.78	3.16
2003	8.7	3.13
2004	11.02	3.97
2005	12.12	4.36
年均增长率	10.02%	9.98%

资料来源: 2003、2004、2005 中国旅游年鉴; 中国旅游网

表 7-5 西部十二省(市)区 2002—2004 三年的国内旅游市场情况

单位: 万人次

年限	内蒙	广西	重庆	四川	贵州	云南	西藏	陕西	甘肃	青海	宁夏	新疆
2002	1153	4886.9	4619.6	7217.9	2200.3	5110.1	72.504	3732.7	1035.0	418	299	967.9
2003	—	—	—	—	—	5200	—	3299.5	—	394.3	—	1007.9
2004	1511	5517.5	5235.6	11400	2480.3	6010.6	112.7	4150	949.6	509.2	404	1242

资料来源: 2003、2004、2005 中国旅游年鉴; 2003 年数据不全

(三) 西部民族地区体育旅游客源市场预测

1. 西部民族地区体育旅游国内客源市场预测

根据《2002、2003、2004 中国旅游统计年鉴》可得知全国城镇居民、农村居民出游人次数、出游率、观光游览、度假休闲和文体交流等方面的情况, 见表 7-6。

表 7-6 2001—2003 年中国城镇居民、农村居民旅游人次、出游率、出游目的情况

	总人次 (亿人次)			出游率 (%)			观光游览 (%)			度假休闲 (%)		
	2001	2002	2003	2001	2002	2003	2001	2002	2003	2001	2002	2003
全国	7.83	8.78	8.70	62.2	69.2	67.9	—	—	—	—	—	—
城镇居民	3.74	3.85	3.51	110.2	115.3	100.5	39.3	41.4	41.7	17.7	18.0	21.1
农村居民	4.09	4.93	5.19	44.2	52.8	55.7	—	—	—	—	—	—

注：“—”表示数据缺失

从上表可看出，农村居民在我国旅游总人次中占据 50% 以上，但我国农村居民的出游主要集中在观光游览目的上，因而在预测体育旅游上这部分就没有计算；而在城镇居民这块市场中，一般把“度假休闲”作为计算体育旅游的范围，考虑到在观光游览中也有体育旅游的项目，就把“观光游览”部分增加进来作为体育旅游计算的最大范围。但因计算的难度较大，预测出的结果只能作为参考，其精确度有待进一步论证。本研究用 2001、2002、2003 三年的递增率作为参考，采用趋势外推法来求得结果。这三年的“观光游览”年均增长率为 2.85%， “度假休闲”为 8.19%。至此，结合表 7-5，可计算出“十一五”期间西部地区国内体育旅游市场的概况，见表 7-7。

表 7-7 “十一五”期间西部地区国内体育旅游市场预测

(单位：亿人次)

时间	西部地区旅游市场	西部地区国内体育旅游市场
2006	4.78	0.4—0.54
2007	5.26	0.43—0.58
2008	5.78	0.47—0.63
2009	6.36	0.52—0.70
2010	6.99	0.57—0.77

2. 西部地区体育旅游入境客源市场预测

从表 7-3 各年相加可知，2002—2005 年西部地区各省（市）区入境客源市场情况，见表 7-8。

表 7-8 2002—2005 年西部民族地区入境客源市场预测

单位：万人次

时间	西部民族地区 入境客源市场	国内入境客源市场	西部/国内 (%)
2002	601.6	9790.2	6.14
2003	363.6	9166.2	3.97
2004	619.3	10903.82	5.68
2005	755.28	12029.23	6.28

资料来源：2003、2004、2005 中国旅游年鉴；中国旅游网

根据表 7-8，可得出西部民族地区入境市场年均增长率约为 18%，以此类推预测“十一五”期间西部民族地区入境客源市场情况，见表 7-9。

表 7-9 “十一五”期间西部民族地区入境客源市场预测

单位：万人次

时 间	西部民族地区入境客源市场
2006	891.23
2007	1051.65
2008	1240.95
2009	1463.32
2010	1726.72

参照表 7-10，可看出观光休闲市场在整个入境旅游者市场中约占 40%—44% 之间，照此保守预测“十一五”期间西部民族地区入境观光休闲（含体育旅游市场）市场情况，见表 7-11。

表 7-10 2001、2002、2003 外国入境旅游者人数构成（按目的分）

目的 时间	会议/商务 (%)	观光休闲 (%)	探亲访友 (%)	服务员工 (%)	其他 (%)
2001	17.7	43.9	3.5	11.5	23.5
2002	23.9	41.4	3.1	11.4	20.2
2003	25.4	37.8	2.2	13.4	21.2

资料来源：2002、2003、2004 中国旅游统计年鉴

表 7-11 “十一期”期间西部地区入境观光休闲（含体育旅游）市场预测
单位：万人次

时 间	西部地区入境观光休闲市场 (含体育旅游)
2006	356.5—392.1
2007	420.7—462.7
2008	496.4—546
2009	585.3—643.9
2010	690.7—759.8

经过上述的统计分析，可以看出“十五”期间国内旅游市场的年均增长率为 10.02%，西部地区旅游市场增长率为 9.98%，而在预测“十一五”期间西部民族地区的国内旅游市场时仍然以 9.98% 作为前提，这实际上是比较保守的推算，因为随着国家政策的倾斜，旅游趋势的“西移”很有可能使西部地区旅游市场的增长率远大于 9.98%。总之，“十一五”期间国内游客前往西部地区从事旅游观光、度假休闲、保健疗养等活动的游客人次保守预测约为 29.17 亿人次。其中，体育旅游市场约为 2.39—3.22 亿人次，所占比例约在 8.2%—11% 左右；而在“十一五”期间入境游客将前往西部地区体验民俗风情、观光旅游度假休闲等项目的旅游人次约为 6373.87 万，其中观光休闲（含体育旅游）市场约 2549.6—2804.5 万人次，比例约在 40%—44%。从以上数据可以看出西部地区体育旅游市场未来成长潜力巨大，发展前景广阔。

第二节 西部地区体育旅游 客源市场开发策略

一、西部地区体育旅游市场定位

（一）西部地区体育旅游市场的定位

近几年来，随着国内居民生活水平的不断提高，国内旅游迅猛发展。参与健身、娱乐、探险等体育旅游项目的人数也不断增多，体育旅游已形成了一定的市

场规模。随着中国经济快速、稳定、健康发展，人们参加体育旅游兴趣会越来越高，所以体育旅游市场的定位首先应该考虑国内市场。在国内市场得到充分培育后，应该积极开展国际体育旅游业务。大多数发展中国家从20世纪60年代起，为增加创汇能力，平衡外汇收支，增进国际交往，竞相开展了国际旅游业务。中国西部民族地区具有丰富的体育旅游资源，有许多外国人所喜欢的民族传统体育项目，良好的休闲健身旅游环境，加上近几年有许多重大体育比赛项目在中国西部民族地区举办，肯定会吸引大批的外国人来此参加体育旅游。有鉴于此，我国民族地区体育旅游市场的定位首先得把目标市场定在国内游客，尤其是东部发达地区的游客；其次应是国际游客。

（二）西部民族地区体育旅游市场的细分与目标市场的确定

体育旅游市场的细分，不是从体育旅游产品本身出发，而是从区别旅游消费者的不同需要出发，以旅游消费者的需求为立足点，根据旅游消费者购买行为的差异性，把旅游消费者的总体市场划分为许多具有类似性的旅游购买群体的细分市场，其目的是使我们能够选择和确定好旅游目标市场，对目标市场做到心中有数，开展有的放矢的促销活动，从而以最少、最省的促销费用取得最佳的促销成果。如体育健身类旅游可以适应绝大多数人，民族传统体育旅游项目、重大比赛观赏可以向国外推介，北方的冰雪项目可以向东南亚和中国的香港、澳门、台湾地区推介。旅游市场的细分目的是为了确定目标市场，从细分的市场中去找到我们的促销对象。我国体育旅游目标市场一是国内客源市场，二是港澳台客源市场，三是国外客源市场。

（三）体育旅游市场的开发

市场开发是指如何在市场中应用营销战略、策略和技术来推销产品和提供服务。针对我国体育旅游目标市场，首先要加强在国内的宣传，要充分发挥广播、电视、报刊新闻媒体的宣传作用，吸引国内旅客参与体育旅游；其次，针对国际体育旅游市场，可组织旅游宣传促销团到其他国家和地区举办各种形式的体育旅游说明会和推介会。同时，邀请境外旅行商和新闻媒体到我国考察、采访旅游线路，提高我国体育旅游景点、旅游线路在境外的知名度，全面发挥体育旅游资源的吸引力。

二、西部地区体育旅游市场营销的原则

西部地区在进行体育旅游市场营销时，须遵循以下原则：

（一）市场反馈原则

建立完善、高效的体育旅游产品的市场反馈体系，应根据体育旅游市场变化选择主打产品，以主打产品抢占市场，塑造形象，然后推出系列产品。还要时时关注体育旅游市场的走向，关注体育旅游市场供求的变化，及时推出适应市场变化的体育旅游产品。

（二）产品形象一体化原则

将多种体育旅游产品包装为统一的目的地形象，既保证体育旅游产品的多层次、系列化，又围绕统一、协调的形象加以宣传。在宣传时，以重点体育旅游产品作为促销的主体，努力推广目的地整体形象。

（三）差异原则

为了提高目的地的识别性、需要强调地方特色，有所为、有所不为，以独特性吸引受众，促进市场的启动。做到这一点，就要求推出的体育旅游产品具有地方性，独特性，民族性。

（四）效率原则

这里指宣传促销体育旅游产品时注意其效率。要求在宣传促销时要合理安排旅游促销资金的使用，通过促销组合达到更好的营销效果，争取获得成本最低前提下的最大促销响应。

（五）多部门合作原则

旅游业是一项具有广泛关联度的产业。因而其任何工作包括促销工作都需要与当地和各地的政府部门、旅游企业、媒体、社会组织广泛合作，树立良好的社会形象，扩大目的地的知名度；与区域内的旅游目的地联合促销；积极拓展分销渠道。

三、西部民族地区体育旅游客源市场开发策略

(一) 细分体育旅游消费市场，注重开发的层次性

根据不同年龄、不同职业、不同收入水平和不同兴趣消费者的消费需求，开发组织不同层次体育劳务消费品的生产，以满足不同层次的消费者需求。如青少年喜欢游泳、探险、漂流、轮滑、球类等项目；中青年则偏好打保龄球、健美、登山、滑雪等体育旅游项目；中老年更青睐以动为主的太极拳，民族体育舞蹈和保健医疗操，以静为主的修性养身气功、垂钓等活动。这些都构成有中国特色体育旅游市场的主体内容。

(二) 品牌战略

西部民族地区有着巍峨的高山，奇异的冰川，辽阔的草原，浩瀚的沙漠、戈壁，纵横的山、奇异的水以及独特的气象、气候条件，浓郁的民族传统体育。这为西部民族地区创立世界级体育旅游产品品牌提供了极佳的物质基础。但是，如使这么好的基础真正发挥作用，还需要我们从以下几个方面做好努力。

1. 采取政府主导型战略

政府主导型发展战略，是指政府在旅游发展的初期和一定阶段，组织、调动各方面的要素和积极性，通过制度创新、政策创新和方式、手段创新，推动旅游业的发展。需要指明的是：首先，政府主导中的政府是个大政府的概念，是承担区域经济、社会、行政、司法的组织、领导、管理、监督等各项事务的机关、机构的统称；其次，政府主要承担组织、协调、动员、引导、规范等职能；第三，政府主导和旅游业的特性决定政府必须进行基础性、配套性、先导性投入，政府须在旅游宣传促销、规划、培训等方面承担组织、协调等主要任务。总之，创立西部民族地区体育旅游产品品牌是一项系统工程，政府宏观上的协调，有助于树立这一系统工程良好的信誉并提高资金的筹措和管理能力。

2. 实现企业集团化运作模式

创立西部民族地区体育旅游产品品牌必须走企业集团化经营之路。西部民族地区地域广阔，体育旅游资源丰富，众多体育旅游产品的开发同样涉及到许多的行业部门，产生利益冲突，加之需要基础设施的建设，大量资金的筹措与投入，这样仅靠一两个企业的个体行为是很难有大的作为。为此，西部民族地区体育旅游产品的开发，创立优势品牌，必须要强调以大规模网络化、企业集团化的模式

进行运营,这样方能集中现有的人力、物力、财力、高起点、大手笔、重点开发,力争在短时期创出以西部民族地区体育旅游资源为优势的独具特色的国家级以至世界级的体育旅游名牌产品,从而使西部民族地区的体育旅游在国内外旅游市场上占有主导地位,形成极强的吸引力和市场竞争力。

(三) 引导居民的体育旅游消费

“以前是请人吃饭,现在是请人流汗”,这说明人们的观念在逐渐发生变化。而体育旅游不仅能给旅游者带来旅游的欢乐,更能使游客在参与体育旅游的过程中得到身体的锻炼,促进身体的健康。因此,要通过《全民健身计划纲要》的实施,要求全民参与健身,提高中华民族整体素质,建立科学、文明、健康的生活方式之中来。做到这一点要用新颖的宣传手法,时时进行引导性的宣传,把居民从麻将桌旁和空气污浊的卡拉OK厅中请出来,把依靠药物减肥的美女、肥仔们也请出来,投入到有益于自己和家庭成员身心健康的体育旅游消费活动中去。

四、西部地区体育旅游客源市场促销策略

体育旅游促销指的是该国或该地区运用各种手段、方式向体育旅游消费者,主要是潜在的体育旅游消费者传递与渗透旅游信息,引起旅游消费者对该国或该地区及其体育旅游产品的注意、兴趣,产生好感与信任,进而使其做出购买决策的活动。所谓促销策略就是促销手段的整合。目前,西部民族地区体育旅游促销策略可以选择下列促销手段的整合:

(一) 体育旅游宣传策略

国家旅游总局曾于1998年对来华旅游者进行过一次调查,结果显示,有30%的海外旅游者是通过朋友介绍来华的,15%的旅游者是通过旅行社推荐来华的,而只有14%的旅游者是通过相关媒体广告促销来华旅游,说明需要加大这方面工作。宣传的媒体不外乎是通过报刊、杂志、电视、互联网等各种媒体告知受众。根据目标市场的确定,选择影响大、发行广、收视率高或访问量大的报刊、杂志、电视台和网站来宣传。西部民族地区进行的宣传中已有成功的做法,如广西的“旅游大篷车”、各省(区)市的节庆宣传,国内参加各种旅游交易会,国外参加各种展销会等,西部民族地区特别要利用北京2008奥运时机进一步加强宣传攻势。

（二）体育旅游联合促销策略

联合促销可以实现整体推出，减少成本，实现强强叠加，优势互补。因此西部民族地区要将具有特色互补、功能互补的体育旅游企业与其它旅游企业组建为一体，共同开发新的旅游产品，联合促销。体育产业与旅游产业因行业从属不同，相互交融与渗透不多。体育旅游产业决策者及从业人员要主动出击，依靠旅游业众多的分支机构，力争将体育旅游市场做大。体育旅游企业之间、体育旅游企业与一般旅游企业之间，应该协同配合，共同建立和完善体育旅游中介，为实现产业经济的相互驱动创造条件。在联合促销中可采取信息服务网络体系，它可加快促销速度，在成本方面同样达到降低的目的。西部民族地区现已有联合促销的动作，如陕、甘、宁、青、新、藏已签定“绿色通道管理办法”和“六省探险旅游合作协议”；川、黔、渝已实施“金三角”生态旅游区合作；而广西不但与云南、贵州达成协议，并已走出国门，与东南亚一些国家签定了旅游相关合作协议。这些都是旅游联合促销策略成功范例。西部民族地区在体育旅游联合促销方面同样大有作为，也理应采取联合促销的策略。

（三）体育旅游促销组合策略

为提高促销效果，必须对促销对象、促销投入、促销方法和效果进行科学的选择与控制。当前旅游促销组合策略主要包括推式策略、拉式策略、锥形辐射策略和创造需求策略。推式策略以人员推销为主，说服中间商（主要为旅游公司）和体育旅游消费者购买体育旅游产品，通过逐层推进形式来推广。拉式策略，主要采用广告和营业推广为主，促使消费者向中间商购买体育旅游消费。锥形辐射策略主要指体育旅游企业将自身的各种产品排成锥形阵容，然后分梯级阶段连带层层推出丰富多样的旅游产品。创造需求策略主要采用广告、举办具有特色的文化节、艺术节等活动来吸引旅客，这也是体育旅游常用的一种促销策略。节庆活动是推销目的地形象的较好方法之一，也是促进旅游业发展的绝佳商机，是一张名片，也是一个品牌。节庆活动的作用不仅仅是展示目的地形象，提升目的地知名度，更重要的是塑造品牌。也可以利用大型运动竞赛的举行，进行体育旅游的宣传促销，这些活动可以展示我国西部民族地区体育旅游资源，可以多渠道地吸引国内外游客。如2008年北京举办奥运会，就是一个良好的宣传我国西部民族地区体育旅游的机会。在进行体育旅游促销时，应根据各地实际和体育旅游产品特点来组合促销手段。

（四）体育旅游整体形象策略

旅游形象往往是一定数量片面形象的综合，旅游业形象塑造和推广是有效的市场定位与营销战略实施中的关键环节。旅游业形象既包含诸如旅游者个人对旅游目的地所提供的旅游产品信息，如气候住宿设施条件、当地人民的习俗等，也包括旅游者在旅游目的地期望得到的旅游内容。因此，体育旅游要想获得长久的优势，必须树立以旅游者为中心的观念，建立与旅游者良好的关系，并为他们提供高品质的服务。体育旅游要增强可持续发展意识，应围绕“生态旅游”的主题，实行绿色开发，即在开发时防止建设性破坏，保持资源与生态环境的和谐统一。

第八章

西部民族地区体育旅游发展对策与保障措施

第一节 西部民族地区体育旅游业发展的对策

体育旅游业是一项高经济、高文化、高科技、高体能、高艺术、高社会性、高生态性、高综合性、高启动性，同时也是高敏感性、高复杂性的康乐休闲型的和平产业和文明事业。体育旅游的这些基本特征，决定了西部民族地区在发展体育旅游业时，必须树立正确的态度，科学的观念，发展与保护并重的意识，使西部民族地区旅游业走上一条“发展促保护、保护促发展”的良性循环、可持续发展之路。

一、转变思想观念，提高认识，确立体育旅游业的产业地位

西部民族地区旅游业的发展已引起人们的高度重视，也是政府重点扶持发展的特色产业之一。然而作为具有重大发展潜力的体育旅游产业的发展，却鲜为国内专家学者所关注，这方面的探索和论述很少。这可能与西部民族地区长期以来体育产业发展滞后，人们从来就没有把体育旅游理解为可以创造巨大社会经济效

益的产业有关。然而通过对西部民族地区体育旅游资源的分析和重新审视、特别是根据现代旅游发展中市场需求趋势的预测以及产业结构调整的方向,在当前旅游业作为西部民族地区第三产业发展龙头的前提下,完全可以把体育旅游产业作为西部民族地区旅游产业的优势行业进行发展,甚至在某些地区可以作为旅游业的先导行业。而对于西部民族地区体育产业的开发,更要把它作为一个重点领域来抓。因此,西部民族地区的各级政府部门必须转变观念,充分认识发展体育旅游产业的有利条件和广泛的社会经济效益,把体育旅游产业的发展与实现当地经济增长和社会可持续发展结合起来,从而确立体育旅游产业发展的战略地位。

二、加大体育旅游资源普查力度,有效保护体育旅游资源

西部民族地区独特的地理环境造化出了雄奇壮丽的自然生态景观,数千年来西部民族地区多民族和睦相处,创造出了绚丽多彩的民族文化、浓郁的民俗风情。全面普查原生民族体育文化旅游资源,原始体育旅游自然资源,深化对体育旅游资源优势的再认识,对保护、抢救、开发西部民族地区体育旅游资源,发展体育旅游业有着重要的意义。西部民族地区应严格按照国家旅游局制定的《中国旅游资源普查规划》的要求,集中人力、物力、财力全面搜集摄录整理体育旅游资源,准确、完整的反映体育旅游资源的原貌,编制体育旅游资源调查评价报告和编制体育旅游资源名目,并从中深化对比较优势、潜在优势、后续优势和综合重组优势的认识,制定高起点的保护与开发方案。在深化对体育休闲资源优势再认识的过程中,把保护作为开发的前提和基础,提高保护意识,制定保护政策、法规,强化保护措施,加大保护投入,切实加强体育旅游资源保护力度:一是制定体育旅游自然生态环境保护条例,把体育旅游开发与生态环境保护有机结合起来,营造人与自然融合的环境。二是制定民族体育文化保护条例。通过条例建立民族体育文化保护区、民族体育文化基地,保护其独具特色的民族体育运动、民族体育服饰、民族体育工艺等。健全民族体育文化传承的激励机制,强化对民族体育文化挖掘、整理和保护的各项措施。建立至上而下的民族体育文化保护教育体系。充分依托现有的大、中(职)、小学教育网络体系,将民族传统体育文化教育纳入大、中、小学素质教育内容,让民族体育文化走进课堂,各级学校应根据不同的职能担负不同层面的承传任务。民族地区的大专院校,特别是师范学院或师专应创造条件开设民族体育文化课程,为各中小学培养民族体育文化教育专门人才;少数民族聚居区和主要旅游景区的中小学,要把民族体育纳入体育、劳

动技术等相关课程；成立民族体育歌舞表演团（队），一方面宣传展示本地区民族体育歌舞文化，推进民族体育文化与市场的结合，把民族体育文化资源转化为经济优势，另一方面深入学校、乡村，承担民族体育歌舞艺术的培训传承任务；政府主导、企业主体、市场运作、群众参与举办民族传统体育节日，弘扬民族传统体育文化，扩大民族传统体育文化的影响力、感染力，推动体育旅游业发展，增加群众收入，提高群众对民族传统体育文化活动的参与性，使民族传统体育文化在群众参与中得到普及与传承。

三、发挥区域体育旅游资源优势，应用适宜技术孵化特质体育旅游产品

任何一个经济增长都离不开技术进步这个要素。西部民族地区体育旅游业要实现产业市场化的关键举措之一，就是要充分利用现代技术进行体育旅游产品创新。西部民族地区体育旅游业从整体上看，无论是从产业规模、经济效益、资源开发利用程度，还是从产业竞争力和产品竞争力方面都与东部地区存在着明显差距，形成这种差距的原因除了经济发展水平、体制和地区区位等因素外，体育旅游产品创新的落后是一个重要的原因。

目前西部民族地区体育旅游产品创新需进行跨地区的区域性产品创新外，还必须走一条适宜技术开发适宜产品的创新之路。西部民族地区体育旅游资源的特质决定了不宜在某些产品项目上盲目追求高新技术，或单纯从技术角度去强调技术进步，而应该在技术进步方面注重适宜技术，使现代技术在与体育旅游资源的开发结合能符合西部民族地区体育旅游资源的特质，以保证资源本身的原生性。例如，民族传统体育运动器材的制作方式有纯粹手工和机器大批量制作，但纯粹手工制作供旅客使用的器材更能获得游客的喜爱；在自然风景区进行登山运动就可能会对某些环境和景观造成破坏，这就需运用现代的测量技术以选择适宜的路线；当然，西部民族地区现有体育旅游资源开发和体育旅游产品中，确实存在着产品科技含量不高，参与性不强，传统观光产品为主，康乐休闲度假和特色产品不足的问题，这将成为制约西部民族地区体育旅游业“进一步发展和产业市场化的瓶颈”。因此，笔者认为，现代科技在某些旅游产品中的结合和运用是非常必要的，如新兴体育旅游主题公园的建设、体育旅行社信息网络管理等方面，就需要现代高科技的大规模投入，才能形成产品竞争基础。而大自然鬼斧神工的力量所造成的体育旅游自然景观更宜保存它原生的魅力和震撼力，以造成可望而不可及的效果。

在认真分析西部民族地区体育旅游产品技术与资源创新的现状后，我们发现，单纯依靠提供常规产品和游客量超常规增长来发展体育旅游将会越来越困难，而在游客量转为低速增长的条件下，通过特质资源加适宜技术孵化特制产品并形成产品特色，实现由粗放型追求旅游人数高速增长向集约型追求旅游人数常规增长，用富于独特性的创新产品去增加旅游者在西部民族地区的停留时间和人/日均消费的转换，发展“深度体育旅游”，是实现体育旅游产业市场化的道路之一。

四、扩大体育旅游市场空间，推动体育产业化进程

随着我国经济的快速发展和人民生活水平、生活质量的提高体育旅游业在我国获得了快速发展，被认为是新世纪最有发展前途的黄金产业，潜力巨大。其产业的开放性和竞争性使各行业在日益利润平均化的时候，进军体育旅游业成为众多行业和企业经营多角化和多元化的上乘选择，这标志着体育旅游产业的供给市场空间容量巨大。

然而，市场空间的推动和扩大并不完全由供给市场来决定。体育旅游需求的动向、内容、数量、层次等在一定意义上成为了真正决定市场空间容量的重要因素：我国旅游业在改革开放后短短 20 多年间就经历了从小到大两个发展阶段；西部大开发给西部民族地区体育旅游业带来契机，这都将使西部民族地区体育旅游业扩大市场空间成为可能。随着人们生活观念的变化，崇尚健康、向往自然已成为体育旅游发展的动力，西部民族地区体育旅游需求空间正处于上升阶段。加入 WTO 后，服务贸易的壁垒正逐渐被打破。我们已逐渐与国际旅游市场接轨，在体育旅游产业化方面出现了几个特点：一是体育旅游市场的不确定性加大。传统观念以为体育旅游市场是可把握的，企业只要上规模，就能占领市场。实际上，供小于求的时候体育旅游市场是可以把握，但供大于求的情况下体育旅游市场就难以把握了，尤其是现代体育旅游，人们的需求是多方面的而且是多变的，体育旅游市场的不确定性变得越来越大，影响体育旅游市场的因素呈几何级数扩大，很难全面把握国内国际市场。二是体育旅游竞争难度加大，体育旅游市场上竞争对手越来越强，对西部民族地区来说，应付的难度加大了，由于这一地区软硬件条件限制，体育旅游业发展相对滞后，目前仍属弱势产业，处于培育阶段，要走产业之路，举步维艰，市场竞争难度更大。三是体育旅游市场体系尚待健全。体育旅游市场是有体系的，一项体育旅游新产品生产出来，如何到达旅游者手里，有着一套的体系，必须熟悉操作运用这套体系。

根据上述特点,西部民族地区必须把扩大体育旅游市场空间放在重要的位置,鼎力开拓国内外市场。不断挖掘产品内涵深度,使其形成对消费群体的吸引力。西部民族地区是中华民族的母亲河——长江、黄河的发源地,中华民族的灿烂文化正是在西部土地上孕育成长起来的;西部民族地区拥有全国闻名的历史文化古迹,如秦兵马俑、敦煌莫高窟、布达拉宫、乐山大佛、丽江古城等;西部民族地区是地球上自然结构与地貌最为壮观奇特的地区之一,雪域冰川、大漠风光、黄土高原,高原牧场构成了西部特有的苍劲豪放、古朴壮美的自然风光;西部民族地区有名闻遐迩的自然风景区,如青藏高原、长江三峡、三江并流、九寨沟、黄果树瀑布、桂林山水、峨眉山、华山、天山、青海湖、石林等;许多地区又是我国少数民族的聚居地,全国56个民族中,西部占48个,民族传统体育运动项目众多,民族风情奇异。悠久的历史,奇特的民族体育文化和壮观的自然风光使西部民族地区成为体育旅游资源最为富集的地区。将这些体育旅游资源更好地开发利用,形成品质较高的体育旅游产品,则能刺激和引导新的体育旅游需求的产生。并是体育旅游需求的数量和层次不断的得到扩大和提升,达到扩大体育旅游市场空间的目的,推动体育旅游产业化进程。

五、强化体育旅游项目与西部民族地区旅游业发展的整体关联度

首先,将体育旅游的项目配置、各景区经营活动置于西部民族省(区)市旅游环线及要素的设计当中。把体育旅游纳入西部各民族省区旅游规划的整体布局,一可根据各景区开发目标及建设需求,引导规范体育旅游的项目建设及活动选址;二可依托西部民族地区现有旅游线路的营销系统发布各路景区体育旅游项目发展及配套活动的信息,促成西部各民族省(区)市体育旅游整体包装、强势促销的态势。

其次,注重西部民族地区各旅游景区开发建设的综合性功能,以体育项目提高同一景区资源的开发利用。面对各旅游景区文化的、宗教的、生态的、科考的、体育的多种资源,各地旅游主管部门及企业在景区建设中应特别注意其资源的共生性,任何单一的开发目标,如仅以生态观光、文化感悟、度假休闲作为景区旅游的发展导向,必然导致旅游地多种资源的闭置及配套服务功能的缺失。而体育旅游活动的配置建设,恰恰是充实景区旅游项目的构架和内容,促成同一景区资源的共享格局及市场聚合力的重要举措。

此外,西部各民族省(区)市应考虑对体育旅游市场目标定位和设计。当

前,在新一轮“十一五”国民经济及社会发展规划的研制中,西部各民族省(区)市可考虑把体育旅游市场目标纳入旅游规划的指标体系,如此,一可建立规范的体育旅游市场统计标准;二可以规划目标检查促进体育旅游专业化配套发展;三可将体育旅游置于更大范围的产业合作背景下,如西部十二省(区)市联动的休闲产业发展战略和国内各大体育发展圈的协作格局中。

六、加强体育旅游基础设施建设,完善体育旅游配套服务

体育旅游是一项特殊产品,一些体育旅游项目对基础设施的完善程度要求较高,既需要现代化的体育竞赛设施和民族传统体育运动设施,承办各类体育竞赛与表演来增加体育旅游的客源,也需要完善餐饮、住宿、交通、购物等各项辅助设施的建设,加强体育旅游的专项基础设施配备。体育旅游者的终身体育观树立,使体育旅游过程中的体育需要和体育行为增强。他们在旅游过程中不仅需要愉悦身心,更渴望强身健体并获得强身健体的手段。因此,希望体育旅游目的地能够把体育健身方式、健身方法以运动处方等形式传授给他们,达到寓教于旅、健身于游的目的。这就需要一些生理机能评价、医疗康复诊断及娱乐放松等专门设施的建设,更需要懂体育,善健身,精旅游的复合型体育旅游人才的建设 and 培养,使西部地区体育旅游得以真正发挥其优势。

七、树品牌建网络,拉动体育旅游产业升级

品牌一词的英语为 Brand (branding),这是国际上通行的用语。美国市场营销协会对品牌做了如下定义:品牌是一个名称、术语、标记、符号、或设计,或是它们的组合,其目的是识别某个销售者或某群销售者的产品或服务,并使之同竞争对手的产品和服务区别开来。著名营销学教授菲利普·科特勒认为,品牌在本质上代表着卖者向买者提供的产品特征,利益和服务的一贯性承诺,最好的品牌传达了质量的保证。

品牌是竞争优势的原源和富有价值的战略财富。尽管国内外很多体育旅游企业已经逐渐步入品牌化阶段,但作为体育旅游资源极其富聚的西部地区,品牌化才刚刚起步或尚处于启蒙阶段。伴随着激烈的市场竞争,企业的运作方式将逐步市场化,体育旅游市场也已进入买方市场,消费者的消费意识,品位正逐步建立和提高,建立品牌对体育旅游企业开拓市场,树立形象,提高综合效益,拉

动产业升级有极为重要的作用。

21世纪是一个网络时代,体育旅游业从传统的资源竞争,客源竞争转化为知识竞争、技术竞争和信息竞争。体育旅游业的发展,要走以信息化为基础、充分发掘旅游资源内涵,树立品牌,在强化传统手段进行营销的同时,还需利用网络化进行营销,以拉动整个体育旅游产业升级。

在传统的体育旅游市场上,由于信息的不对称及其信息失误,游客很难或准确地直接了解到有关体育旅游地的各种信息,企业营销的方式也是通过广告、公关和人员推销等手段将信息传送给消费者以促成交易,这种方式不利于游客作出准确的选择,有些信息给游客带来了很大的损失。随着体育旅游业的不断发展和日益复杂化,体育旅游信息日益丰富和复杂,传统的信息传播方式已难以满足游客日益多变的复杂的旅游需求。网络营销以互连网络为载体,成为了新兴的体育旅游市场营销的重要方式。目前,许多旅游企业已经成功地利用了互联网技术提供的机会直接上网经营运作,开展体育旅游直销业务。内容包括网上预定、信息发布、咨询服务、信息反馈、产品超市、网上交易、电子商务结算等,为现代体育旅游企业转变经营方式、降低成本、提高质量、拓展市场、提高竞争实力提供了保障。

树品牌与建网络相互结合是西部民族地区体育旅游产业升级的道路选择之一。第一,西部民族地区把自己的体育旅游产品特色、服务优势、企业形象、文化底蕴等信息推向开放式网络。可有助于消费者主动参与营销,从而扩展更广阔的潜在市场空间;第二,通过网络塑造企业品牌和产品品牌可缩短与市场的距离,获得市场的认同,加强西部民族地区体育旅游后发实力;第三,借助网络重新定位市场目标。进入网络时代以后,体育旅游企业面对的是一个更广阔、更具选择性的潜在市场,对市场的重新细分和定位极为重要,西部民族地区可依据变化了的市场状况,借机作出强调和选择;第四,借助网络运用电子商务可实现营销结算及支付的自动化,可提高企业的工作效率和效益,提高竞争力。

西部民族地区体育旅游产业升级是我国体育旅游产业向纵深发展的有机构成部分,也是西部民族地区实现体育旅游经济可持续发展的必经之路。西部民族地区要抓住开发机遇,以体育旅游产业市场化为突破口,应对市场挑战,探求一条整体市场动作、适度超前,立体跨越的体育旅游发展之路。

八、引入目的地居民参与机制，加大政府在体育旅游发展中的宏观指导作用

体育旅游的发展不仅要考虑经济因素，更要考虑环境影响和人文因素。体育旅游发展目标的实现，不仅需要旅游目的地广大群众和团体的支持和参与，而且需要游客的广泛配合、支持。在制定西部地区体育旅游发展目标的时不仅要考虑到旅游者的需求和利益，还要考虑到目的地群众的长远需求和利益，否则，就谈不上西部地区体育旅游可持续发展。

一般说来，体育旅游发展目标和行动方案，必须依靠区域内群众及社会团体最大限度的认同支持和参与。如果没有区域内群众和团体的广泛参与，体育旅游发展有关的问题就很难得到他们的理解、认同和支持，体育旅游的发展目标和行动就很难得到实现，至少很难顺利实现。然而，现行的体育旅游开发行为大多是政府赋予开发者的特权，没有引入与当地群众共同商讨的机制，实质上也就没有将当地群众的利益纳入规划设计中来。从一定程度上说，投资者都希望在体育旅游开发的较短时期中就能获取较大的经济效益，因此在体育旅游开发过程中对资源常常进行的是掠夺性开发，不会太注意考虑开发和保护之间的关系，客观上就使旅游目的地的长远利益受到损失。为此，我们在作体育旅游规划时，除了请专家学者们参与论证外，一定要请当地的群众代表参与发表意见，规划初稿一定要让当地群众充分了解和发表意见。资源是他们的，他们对自己的资源的开发和保护应当有充分的应知权和参与权。

此外，体育旅游的发展，单靠市场的调节是不行的，需要通过各种法律、法规、政策等的引导和规范来实现。因为在市场经济条件下，获取最大利润是体育旅游经营者的最大目标，他们容易忽略体育旅游环境的污染和生态的破坏而导致的成本；而当地群众也常常只注重短期的可见的经济利益，忽视当地的长远利益；旅游者在短暂的停留中，不可能为目的地的自然环境以及社会环境的保护规划做太多的考虑，相反，作为消费者，他们关注的是用最小的支出换取更多的消费。换言之，在体育旅游业可持续发展目标的实现上市场是失灵的。因此，我们认为，应当在体育旅游业的开发中充分体现政府的职能和作用。通过政府的介入，调和体育旅游经营者、游客以及目的地群众这三个不同利益群体的关系和现有矛盾。使三者的互动更为有效和和谐，以达到在促进体育旅游业可持续发展的同时，实现目的地社会经济的可持续发展。

第二节 西部民族地区体育旅游业发展的保障措施

一、加强体育旅游业发展的宏观管理

1. 加大区域体育旅游发展的宏观协调力度

发展与管理涉及到方方面面，有赖于多部门的支持和协调。为强化西部民族地区各省（区）市体育旅游业的宏观管理，国家与各省（区）市旅游局等有关部门，就西部民族地区体育旅游业发展过程中不断出现的一些重大问题进行跨部门，跨省区的协调，包括消除体育旅游资源开发中的体制障碍、跨省区体育旅游产品经营、区域体育旅游交通组织协调以及体育旅游企业或外资企业跨省区兼并、合资，组建大型体育旅游企业集团等。各省（区）市政府也要重视发挥组织协调作用，建立健全体育旅游产业发展的指导和协调机构，调动各方面的积极性，形成政府机构上下联动，社会广泛支持体育旅游业发展的宏观环境。

2. 重视建立完整的体育旅游规划体系，提高规划的权威性和实践性

体育旅游规划与设计是事关体育旅游业长远发展的重要基础性工作，是完善体育旅游产业结构、产品结构和地区结构的决定性因素。要在编制西部民族地区三大体育旅游区和各省区市体育旅游规划的基础上，进一步编制好体育旅游重点区域和体育旅游产品的规划设计。尤其是长江三峡、茶马古道、唐蕃古道、南北丝绸之路、渝黔川金三角、澜沧江—湄公河和青藏高原等跨省（区）市、跨国的重点体育旅游路线和体育旅游区的协调规划，应由国家西部开发办和国家旅游局直接参与并在资金方面给予支持。

要着力提高体育旅游规划的严肃性和权威性，提高项目策划水平。体育旅游规划评审通过后，要经过人大会议和党政联席会议批准实施。而体育旅游规划一旦经过评审、批准，将具有法律效力，不准随意改动。把体育旅游规划组织好，实施好，是地方政府和旅游管理部门的责任和义务。

3. 强化科学决策，提高体育旅游项目论证与管理水平

西部民族地区正处于体育旅游业大发展的前期。鉴于体育旅游投资的特殊作用，加强对体育旅游投资管理，对西部民族地区体育旅游业的长远发展具有重要意义。为此，首先要切实提高论证水平，达到可行性研究报告的深度；其次是严格项目的审批，凡体育旅游建设项目，均需先征求同级旅游管理部门同意后，在

报计划部门审批。要加强对社会资金的引导，不能为引进资金而疏于管理，更不能由投资者随意兴建。尤其要防止同类项目在区域范围类的重复建设。坚决杜绝边设计、边施工、边修改的“三边”工程。论证要深，管理要严，手段要硬，是切实提高体育旅游投资的管理水平的关键。

二、优化体育旅游投资宏观环境

1. 健全体育旅游投资引导机制。

首先，政府部门应加快职能转变，使体育旅游投资引导机制从直接的投资管理向间接的宏观指导和引导发展。一是应制定统一的体育旅游投资规划，成立体育旅游项目资金库，确立优先发展项目，保证重点项目的优先的发展。二是建立适应市场经济特点的投资引导机制，采用协调、引导规划和其他间接性政策工具等手段，引导社会资金流向合理区域，合理项目上，避免社会资金的过于集中或分散。三要发挥政府的监管职能，对体育旅游企业和体育旅游开发公司的投资行为进行监督管理。为避免有些企业一味地追利润最大化的浅层次行为，政府可以通过制定相关政策鼓励其考虑社会效益，生态效益，促进体育旅游资源的有序开发利用，实现体育旅游的可持续发展。其次，构建体育旅游投资项目信息平台。旅游管理部门要定期而规范地发布体育旅游投资信息，及时掌握体育旅游项目的资金需求和投资前景，比较选择项目进行投资，提高体育旅游的针对性和合理性，规避和降低投资风险，有效地将资金市场供给和需求对接起来。

2. 调整体育旅游投资结构

通过有效的引导和管理，促进旅游投资地区间和旅游产业结构间的平衡。其投资引导方向应从一般旅游项目向体育旅游项目扩展，从东部沿海和中西部体育旅游热点城市向体育旅游资源丰富的温、冷地区扩展；从体育旅游硬件设施的投资向体育旅游软件投资扩展；从观光性体育旅游产品向观光性与参与性相结合的体育旅游产品扩展。

3. 拓宽融资渠道。

首先，建立委托招商中介机构。变政府主导型的招商引资为市场主导型的招商引资，由专业化的中介组织运作相应的商业化事务，把政府部门从具体繁杂的经济事务中解脱出来，实现由“管理型”到“服务型”的根本转变。其次，建立体育旅游产业发展基金。政府旅游主管部门出面，筹建体育旅游发展基金。这是解决体育旅游发展基金最根本，最可行的办法。基金的来源可以有两个方面：一是将各级政府财政拨款以“拨改贷”的形式纳入基金，并采取有偿使用，流动发

展的办法；二是民间、海外资金，通过公助民营的方式进行运作。第三，充分利用资本市场。体育旅游企业进入资本市场是必然的趋势，也是提升体育旅游企业发展质量，提高体育旅游企业市场竞争力的重要举措，为此要积极支持符合条件的体育旅游企业通过上市发行股票等方式进入资本市场融资；同时鼓励民营、集体、外资等其它经济成分参与体育旅游业发展，以此尽快建立适应体育旅游产业发展的投资体系和规范化的企业直接融资机制。通过股票上市、项目融资、资产重组、联合投资、发行债券等多种形式获得体育旅游发展资金。

4. 促进体育旅游投资外部环境的综合改善。

首先，观念要创新。树立符合时代特征和市场潮流的体育旅游资源观、产业观和发展观，把观念创新付诸规划和发展的具体行动中，形成思路出规划，规划出项目，项目出资金，资金促建设，建设出效益，效益促发展、发展出思路的良性循环格局。采取各种投资促进手段，如规范体育旅游市场，广开投融资渠道等促进体育旅游投资环境的综合改善。其次，完善相关政策和法律法规。政府应协调相关部门在旅游项目审批、税收、土地等相关方面制定优惠的政策，推动制定鼓励体育旅游投资的产业政策；协调投资政策，规范投资机制，从宏观上保证资金的合理利用。通过税率等经济杠杆和一系列优惠政策促使内、外资流向体育旅游产业，引导资金进入西部内陆腹地；政府旅游管理部门及相关部门应建立健全体育旅游投资的法律法规，以立法手段克服投资中的非理性化行为和短期行为。

三、建立有利于体育旅游业发展的创新体制

1. 加快体育旅游企业的体制改革和企业重组，提高体育旅游企业的市场竞争力

针对西部民族地区体育旅游企业规模小、市场竞争力普遍比较弱的问题，迫切需要采取有效措施推动体育旅游企业的改革步伐。为此，要求：（1）按照现代企业制度的要求，推动国有体育旅游企业的改制重组，组建体育旅游企业集团，并建立规范化的国有资产监督机制和责任制度，增强其市场竞争力。（2）积极创造条件，包括鼓励东部优秀旅游企业通过合资合作、股份合作或兼并等方式参与组建跨省区的综合性体育旅游集团、体育旅行社集团等专业集团，发挥管理优势和品牌优势，逐步实现区域性的网络化规模经营。（3）采取多种形式推动中小体育旅游企业改革，鼓励多种经济成分参与体育旅游业的发展，积极扶持中小旅游企业向经营专业化、市场专业化的方向发展。

2. 加快体育旅游景区开发管理的体制创新

推进体育旅游景区管理和经营体制改革,继续探索按照政企分开、事企分开、所有权与经营权、管理权分离的途径,推进体育旅游景区开发管理的体制改革。在国家有关政策法规、有利于加强自然和人文资源保护的前提下,根据体育旅游景区的特点,采取合资、独资、合作、租赁、承包和出让开发权等方式,吸引投资、搞活经营。

比照高新科技开发区,建立体育旅游经济开发区。在资源价值高、规模大、适宜成片开发的景区,设立体育旅游经济开发区,行使特定的管理权限,区内的用地、建设、规划、体育旅游资源的开发、利用等,统一由管委会报上级政府批准后由管委会组织实施。这既可以彻底打破条块分割,多头管理的旧体制,又可以使区内的各项资源得到高效、优化配置,形成规模效益

3. 建立规范的体育旅游市场运作规则,营造公平的市场竞争环境

公平的市场竞争环境是开放引资、规范发展西部民族地区体育旅游业的重要保障。由于西部民族地区一些省(区)市体育旅游发展时间不长,观念相对落后,目前西部民族地区体育旅游市场分割与地方保护问题比较突出。为此要求:(1)国家和西部民族地区各省(区)市应尽快出台相应的管理法规,并加大联合执法、监督力度;(2)注意协调地方利益与外来企业的关系,保障外来企业获得公平的竞争环境和合理利益。(3)重视对体育旅游统一市场的建立,在消除地域障碍的同时,要着力培育包括体育旅游客源市场、体育旅游产业供给市场和体育旅游要素市场(资金市场、技术市场、人才市场和信息市场)。

四、加强体育旅游人才培养与学科建设

建立高素质的体育旅游从业人员队伍,是保障体育旅游业长远发展的关键因素。针对目前西部民族地区体育旅游人才短缺、从业人员素质参差不齐的状况,充分利用西部民族地区高等院校的人才培训资源,整合组建多种形式的体育旅游人才培训基地与培训网络。

1. 加快体育旅游中高级人才的培养。

引导和支持大中专院校开设体育旅游行业发展方面急需的专业知识课程,促进西部民族地区体育旅游业在育人和用人方面全面接轨,培养新型的中高级专门人才。

2. 加强对体育旅游企业员工的培训

通过对企业员工的培训,促使每一个体育旅游项目开发后就培养出一批懂管理、善经营、能提供优质服务的人才队伍。

3. 组织体育旅游科研队伍, 促进体育旅游学科的建立。

要对体育旅游科学系统进行梳理, 明确学科的方向, 建立对应的科研机构, 解决重大的体育旅游难题, 为高层的决策提供咨询服务, 为体育旅游的大发展提供可靠的保障。

五、加强体育旅游项目的安全管理

体育旅游是一种紧张、刺激、参与性较强的休闲活动, 对安全性要求较高。在成熟的体育旅游市场, 从业人员、基础设施基本齐备, 相关管理条例较为全面, 能够对安全起到很好的监督作用。一些颇受体育旅游者欢迎的、对安全要求较高的参与型、探险型等特殊体育旅游项目(如蹦极、漂流、空中运动、冰雪运动等)迅速兴起, 但由于目前管理法规、措施相对经营的滞后(虽已出台类似《漂流旅游安全管理暂行办法》, 但尚无完整、系统的管理办法)和部分地方和企业的急功近利行为, 导致一些新兴体育旅游项目尚未及时纳入安全管理范畴, 体育旅游事故时有发生。如1995年4月29日, 湖北神农溪漂流沉船事故, 6名台湾游客和3名船工死亡; 1996年3月, 广东飞图游乐一热气球失控, 一香港女游客坠地身亡; 1999年10月, 上海锦江乐园一名台湾游客因跳蹦极致死; 以及2002年北大山鹰登山俱乐部5名队员在攀登雪山时全部遇难。体育旅游安全已成为影响人们参与体育旅游的主要因素之一。为此, 必须对体育旅游的基础设施进行安全检查, 提出标准, 保证交通工具, 体育旅游的参与工具的安全, 对体育旅游从业人员的职业技能建立相应的资格认证办法, 特别是登山运动中的高山向导、教练, 漂流运动中操舟手, 蹦极、跳伞、滑翔、溜索、冰雪运动的技术装备, 更应配套设计相应的上岗制度及检测制度。因此需要, 旅游管理部门可以以现有特种旅游导游资格认证体系为标准, 对户外运动指导员及协作人员上岗制度作一规范建制, 对景区体育旅游项目经营实体安全保障及应急措施, 制定相应的检查督办条例。以此为导向, 一可强化体育旅游的配套服务及保障体系, 二可以规范明确的风险责任认定条例。以此确保旅游者在体育旅游过程中的人身安全, 避免体育旅游事故的发生。

附录：

关于西部民族地区体育旅游开发的专题论述^①

西部民族地区体育旅游 开发的后发展效应及其创新思路^②

一、对西部民族地区后发展效应的认识

我国是一个幅员辽阔，空间差异很大，多民族聚居的国家。在历史上就存在着区域发展不平衡：东部地区相对发达，西部民族地区欠发达。新中国成立以来，特别是实施西部大开发以来，西部民族地区建设卓有成效，但由于种种原因，西部民族地区的发展仍然远远落后于东部地区。究其原因，除了自然条件、社会文化因素、经济发展基础、历史背景等原因外，后发展效应所产生的各种不良影响极其累积循环作用机制，已成为限制中国西部民族地区发展的主要因素。

关于“后发展效应”（简称后发效应），目前还没有一个明确的定义，但其相关论述的中心问题是后发展地区的发展条件以及由此条件产生的效应问题，后发展效

^① 本书的三位作者近两年来还撰写了一些关于西部民族地区体育旅游开发方面的文章，但未能收入相应的章节，现将这部分内容收作附录，以供读者参考。

^② 该文发表发《武汉体育学院学报》2000年第2期。

应是指在早发地区已实现发展的背景下，后发展地区在追赶时所产生的特殊效应。这种效应具有两重性：一是给后发展地区带来的消极影响，即后发展劣势；一是给后发展地区带来的积极影响，即后发优势。从后发劣势讲：区域发展的不平等给后发展地区的发展形成外部阻力，早发展地区由于在发展进程中占据主要地位，他们会将不合理的经济和贸易秩序强加给后发展地区。由于在资金和技术上对早发展地区有很强的依赖性，这就使得后发展地区缺乏自主性；其次，后发展地区在发展中的急性病容易导致社会经济的畸形发展或失误，为了实现赶超，后发展地区往往忽视区域特色，忽视生产力发展的水平，采取“全盘解决”的办法，经常造成发展的断裂。从后发优势来讲：首先，后发展地区可以借鉴早发地区的发展经验，减少探索的时间，避免早发展地区曾走过的弯路；其次，后发展地区可以学习早发展地区的科学技术和管理经验，加快发展；再次，后发展地区从一开始就把早发展地区数年来探索所取得的成果作为自己的起点，从而可以实现跳跃式发展。

对于我国西部民族地区体育旅游开发而言，后发效应产生了多方面的不良影响，但是以其地域特色，体育旅游资源，特色体育旅游产品和发展机遇来看，它也必然有强劲的后发优势。然而，中国西部民族地区体育旅游产业的发展绝不能简单地模仿东部地区或国外的发展模式与经验。而应结合自己的地域特色，体育旅游资源环境条件及后发优势，在借鉴早发地区成功的发展模式与经验的基础上，探索出具有自己特色的创新发展之路。

二、后发效应对西部民族地区体育旅游开发的不良影响

1. 体育旅游生产要素短缺

资金、人才和技术是体育旅游产业开发的重要生产要素，而这些正是当前西部民族地区体育旅游开发所面临的最大难题，造成西部民族地区资金短缺的因素有许多。首先是西部民族地区旅游产业自身积累能力低下，由于西部民族地区原有旅游经济基础薄弱，再加上后发展造成起点比较低，西部民族地区旅游业自身积累，自我发展能力远远低于东部地区；其次，受人均收入水平、财政收入的影响，西部民族地区的低收入使储蓄水平低，资金短缺，难以支持体育旅游产业有较大发展。同时又由于西部民族地区后发展，在给体育旅游开发提供配套资金的能力，软硬件环境方面，西部民族地区处于下风。造成西部民族地区体育旅游投资环境的吸引力明显小于东部地区，体育旅游吸引投资的能力便远远不如早发展的东部地区。

2. 早发展地区“示范效应”的不良影响

早发展地区在体育旅游开发过程中积累了大量成功经验和模式。这些经验和模式对落后地区的体育旅游发展确实具有示范作用，但是由于发展环境和机遇的改变，这些经验和模式不可能完全适合于每一个地区体育旅游产业的发展。然而，由于受“示范效应”的影响，西部民族地区往往会亦步亦趋地效仿早发展地区的发展模式，结果走上了一条缺乏创新，永远跟在早发展地区后面走“继续落后”的道路。这种“示范效应”对我国西部民族地区体育旅游开发的不良影响很大。例如在体育旅游产品开发上与东部地区雷同的多，缺乏特色与创新；对体育旅游资源只重开发，忽视保护，并对环境造成严重污染等。这些都是西部民族地区体育旅游开发急待解决的问题。

三、实现西部民族地区体育旅游开发后发优势的创 新思路

西部民族地区体育旅游开发的后发优势从地域特色、体育旅游资源环境条件，以及当前国内外体育旅游发展环境来看，主要体现在体育旅游资源优势、特色体育旅游产品开发优势、学习型体育旅游开发优势和机遇型体育旅游开发优势等几个方面，在开发过程要充分利用这些优势，以促进西部民族地区体育旅游业的跨越式发展。

1. 体育旅游资源优势

西部民族地区是我国最大的体育旅游资源富集区，由于受恶劣的自然环境和交通条件的限制，体育旅游资源开发利用的程度很低，因此，区域内体育旅游资源得以保存，且优势明显。首先是它的旅游资源异常丰富，如云南、广西、青海、宁夏、新疆、西藏等西部民族省份无不具有秀丽的自然风光，浓郁的民族风情和丰富的文物古迹，这些独特而丰富的旅游资源为体育旅游的开发提供了良好的平台和依托。其次是西部独特的地理环境孕育了适于开展户外运动和休闲旅游的理想场所，无论是新疆的戈壁沙漠；瀚海绿洲，青海、西藏的雪域高原，甘肃、宁夏的大漠黄河，内蒙的浩瀚草原，还是云南的石林，广西的漓江，四川的九寨沟，重庆的峨眉山，无不是开展户外体育旅游的绝佳场所。第三，西部少数民族体育旅游资源具有独特魅力，如土家族的摆手舞、毛古斯舞、抵牛角；蒙古族、满族的赛马、射箭、摔跤、搏克；壮族、瑶族的抛绣球、打扁担、射弩；藏族、羌族的果诺、锅庄、藏戏；还是回族的爬木城、提牛、打木球；维吾尔族、哈萨克族的赛乃姆、叨羊、姑娘追等体育活动，它们与西部各民族的生活密切相关，体现了当地民族文化

特征,是西部民族地区开发体育旅游的独特优势。

2. 特色体育旅游产品开发优势

特色是旅游业的灵魂,是21世纪旅游竞争的核心内容,其宗旨是本着“人无我有,人有我新,人新我奇,以奇制胜”的原则,招徕游客,繁荣和发展旅游业。在自然界和人类社会中,凡垄断性、典型性、特异性、区域性等特征突出,能对旅游者产生吸引力,可以为旅游产业开发利用的各种因素和事物,都可视为特色旅游资源优势。对西部民族地区得天独厚的体育旅游资源,可以在如下几个方面形成具有特色的体育旅游产品优势。

(1) 体育探险旅游。人类的好奇心和探索欲望是旅游动机的一种,大多数人喜欢冒险,探索的需要是人类共同特征。人们的体育旅游行为,特别是一些生存环境恶劣的,艰险的地方去旅游,都能激发人挑战生命,挑战自我的竞争意识,体育探险旅游的意义即在于此。西部民族地区大多地理环境复杂,地貌特征奇异多姿,自然景观秀丽壮观,奔腾湍急的河流,雄伟陡峭的山峰,神秘的高原,茂密的森林,浩瀚的草原、沙漠,众多的岩洞湖泊等无不是开展攀登、幽谷探险,徒步越野探险,漂流探险和沙漠探险等体育探险旅游的宝贵资源。随着人们生活水平的提高,为了满足人类不断增强的“征服欲望”,为了挑战生命的极限,为了挑战自我,体育探险旅游将会成为西部民族地区一种热门的旅游项目。

(2) 体育健身旅游。根据西部民族地区的地理环境和区域特色,有计划地开展一些体育项目。可以在沙漠、戈壁、草原上开展各种体育竞技之类的项目:如沙山攀登、滑翔比赛、热气球、蹦极、滑板、骑骆驼、沙滩赛车、摔跤等活动;在草原地区开展骑马比赛、跳舞、摔跤等活动;在戈壁上开展越野赛车、越野摩托、狩猎等。今后这些既有特色,而且又是低投入,高产出的旅游投资项目一定会形成热点。

(3) 民族体育风情旅游。西部民族中存在着可利用开发的民族体育旅游资源项目有800多项,这些项目丰富多彩,具有娱乐、健身、竞技、审美等多重价值功能,观赏性和参与性较强。到西部民族地区进行体育风情旅游,领略那里的湖光山色,感受其间的民俗风情,体验民族体育给人们带来的激情与喜悦,极富诗情画意,有较大的吸引力。再结合各民族的传统节日,开展丰富多彩的民族体育旅游活动,将会促进西部民族地区体育旅游业的蓬勃发展。

3. 学习型体育旅游开发优势

学习型体育旅游开发优势,是西部民族地区体育旅游后发优势中最为核心的内容。西部民族地区在体育旅游开发方面具有较低成本和较小风险以及较轻包袱的

基础上，直接学习和借鉴早发展地区在体育旅游开发过程中所积累的经验、教训，以及引进早发展地区先进管理经验的优势。西部民族地区学习型的优势主要体现在选择和设计自己的体育旅游开发模式或者体育旅游产品设计时，有许多技术、经验以及教训可以参考，这种可选择性和多样性有利于西部民族地区创造性的发挥。

4. 机遇性体育旅游开发优势

所谓机遇型体育旅游开发优势，是指主客观条件为后发展的西部民族地区体育旅游开发提供的各种机遇。当前，西部民族地区体育旅游开发所面临的机遇主要有以下几个方面。

(1) 西部大开发战略的实施。西部大开发战略的实施，无疑为西部体育旅游业的发展提供了非常难得的历史机遇，使得加快体育旅游等西部新兴和特色产业发展的内在要求与国家发展西部的战略不谋而合。一方面，为了实施西部大开发战略，国家在基础设施、产业发展政策、资金投入、人才等方面向西部民族地区倾斜，为西部体育旅游产业的发展提供了良好的资金、人才、旅游基础设施等方面的物质条件；另一方面，西部大开发是个系统工程，需要寻找突破口，而整个旅游产业具有开放度高、关联性强，又是劳动密集型行业，符合边远地区劳动力素质低的实际情况，所以旅游产业已被作为西部大开发的一个重要切入点，而作为西部旅游业中颇具特色和魅力的体育旅游产业也必将得到强劲发展。当前，国务院已做出了扶持西部旅游的决定，将每年发行 10 亿国债支持西部旅游开发。西部地方政府也非常重视，纷纷出台相关加快旅游发展的决定，甚至建立旅游专项资金。

(2) 中国加入 WTO。据世界旅游组织预测，到 2010 年，中国将成为世界第一大旅游接待国和第二大旅游客源国。发展国际旅游业务将为国内旅游业提供更广阔的空间。尤其在中国加入 WTO 后，将进一步开放旅游市场，扩大国际客源，加快中国旅游业与国际接轨的步伐。旅游业是中国开放最早的产业，国家一直给予西部旅游较大的政策发展空间，有比较固定的客源和资本来源，承受冲击的能力增强，使西部体育旅游业面临加入 WTO 后迅速发展的良好环境与机遇。

我国西部位于亚洲大陆的中心部位，与南亚、中亚、东欧等联系方便；西部是我国少数民族聚居地，而这些民族与国外联系很多，如新疆与中亚的哈萨克族、宁夏与国外的穆斯林民族，西藏与东南亚国家等联系密切。中国加入 WTO 后，使境外体育旅游者可以方便地进出西部。以前东南亚等地旅游者进入西部通过北京上海等地周转才能进入西部，如今西部将转变为中国开发国际旅游业的中心地带之一。因此，西部充分发挥体育旅游资源优势前提下，具有发展国际体育旅游市场的重大区位优势。如 2002 年拉萨—加德满都汽车集结赛，这一集结赛

是由国家体育总局、汽车运动联合会和西藏体育局及尼泊尔王国观光文化部共同主办的大型跨国界汽车运动赛事；2002年青海西宁市与俄罗斯乌德穆尔特共和国伊热夫斯克市缔结友好城市，双方积极开展文化、体育、卫生、旅游等领域的交流与合作。

(3) 我国居民消费结构的变化。随着我国经济的发展，城乡居民的收入和生活水平的迅速提高，人民的思想观念和生活方式有了较大的变化。人民已不再仅仅满足于温饱，追求健康，参与健身，休闲旅游已成为人民生活的新时代。随着人民生活方式的改变，人们的消费结构也会随之发生变化。当前，我国体育旅游在早发展的东部地区以及中西部民族地区的大中城市，已经呈现出普及化、大众化的特征，体育旅游已成为社会各阶层日常生活需要。这种规模巨大，持续快速成长的国内体育旅游市场，为西部民族地区开发和发展体育旅游提供了非常辽阔的市场空间。因此，西部民族地区要把握好这个将就发生变化的市场机遇，搞好体育旅游开发和发展。

(4) 国内经济环境的变化。目前，在国内东、西地区之间已经开始出现经济技术转移的趋势，改革开放20多年来的发展，东部沿海地区实现了经济快速增长和技术水平的提高，西部民族地区经济、技术水平相对较低，东西部民族地区之间经济、技术的发展呈现明显的梯度性，东部地区的一些产业、资金和技术开始向资源丰富，劳动力成本较低的西部民族地区转移，东部发达省份对西部欠发达省区的对口帮扶工作，深度不断扩展，从单纯的资金支持向项目、资金、科技、人才、文化、体育等全方位的支持转变。以上这些变化，同样为西部民族地区体育旅游产业的发展提供了良好的机遇。

西部民族地区体育旅游 资源开发的文化学分析^①

文化可以塑造人，人也可以塑造文化。文化既有地域性、民族性，又有时代性。不同的时代具有不同的文化，文化的发展必然会导致人们消费行为的变化。我国西部地处民族地区，积淀了中华各民族几千年来丰富多彩的历史文化遗存，

^① 该文发表于《体育学刊》2005年第2期。

呈现了多种多样的地貌形态，拥有众多的在中国乃至世界上具有独特优势的旅游资源，为发展体育休闲旅游业提供了良好的环境与资源条件。随着国内外旅游消费的兴起和旅游消费观念文化的新趋向，西部体育休闲旅游资源开发将获得新的优势和发展机遇。

一、作为文化现象的体育休闲旅游资源

体育休闲旅游作为一种社会性活动，已经超越了纯经济的范畴，具有文化的价值和导向，能引导人们形成积极健康的消费观念，提高生活和工作质量。同时，体育休闲旅游的发展有赖于社会文化事业的支持，有赖于社会文化水平的提高。全社会文化素质的提高，是体育休闲旅游资源开发的前提。体育休闲旅游产品的开发和服务的提供，需要人们经济文化生活水平的提高，需要人们高品味的文化需求。体育休闲旅游政策的实施，需要社会的支持和配合。而提高体育休闲旅游业的经营管理和服务水平，同样离不开全社会人才培养的支持，需要文化的各个领域为体育休闲旅游业提供必需的知识 and 理论指导。

随着国内人们闲暇时间的增多和物质生活水平的提高，人们在生存需要得到满足后，开始追求享受生活、自我发展等更高层次的需要。体育休闲旅游正成为满足人们的享受需要、自我发展需要的一种时尚行为方式。无论是国内还是国外，体育与旅游的结合日益密切。一方面，体育是人类社会文化的重要组成部分，深刻影响着人们的旅游消费行为方式和审美特点；另一方面，体育作为一类特殊的旅游资源，可直接或间接地转化为旅游产品，成为区域旅游吸引力的重要源泉。

作为一种文化现象的体育休闲旅游资源的产业开发，是满足人的健康积极的精神生活不可或缺的重要活动。只有当人们既有物质生活的富裕，又有精神生活的充实和身心的健康，才能享受到幸福美满。体育休闲旅游既是一种物质消费活动，也是一种积极健康的精神生活。可将人们的视野延伸到更为广阔的大自然空间和地域中去体验“天人合一”和“人与自然和谐共生”的境界，激起人们探求新奇和挑战自我征服大自然的雄心。西部体育休闲旅游资源包括体育自然旅游资源和体育人文旅游资源，前者主要包括漂流、滑雪、蹦极、攀登等户外运动资源和高原训练、山地越野等国内外赛事，后者主要体现为少数民族体育竞赛和表演，如射箭、赛骆驼、抢花炮、叼羊等体育文化活动，它们都对丰富人们物质文化生活，提高身心健康和满足人们的精神需求具有重要意义。

二、旅游消费行为演变的文化趋向与西部体育休闲旅游发展机遇

随着人们生活节奏的加快和工作压力的日益增加,人们的生活和工作不分季节、千篇一律,缺乏生气和变化,极易使人产生紧张和厌倦。同时,工业的迅速发展和城市规模的膨胀,人们的生活环境日趋恶化。随着城市化进程的加快,“城市病”也在不断蔓延,发病率不断上升。据医学专家分析,目前的城市高血压患者日益增多,很大一部分原因就是受噪音的污染;同时,空气污染也常常导致心绪不宁、头痛、失眠等,严重者甚至引起胃溃疡、神经官能症等。因此,随着环境等问题的突出,人们渴望在更多的闲暇时间里回归自然、反朴归真,去优美开阔的大自然中去呼吸新鲜空气,舒展肢体,在运动休闲中追求身心的健康。

因此,随着人们生活质量的提高和环境健康意识的增强,旅游客源市场对旅游的感知、期望、态度和价值观念也发生了变化。西方学者将旅游市场的这种变化形象地称为“市场的变绿”。人们开始追求一种回归自然,渴望与大自然融为一体,体验“天人合一”的高雅感受。中国无论是孔子、老子,还是传入中国的佛教都信奉“天人合一”,认为人与自然是不可分离的。在国外,有人对美、俄、英、法、日、韩等10多个国家的休闲活动做了专门调查和研究,结果显示,随着收入增加和闲暇时间增多,人们在休闲活动中更加突出回归自然、热衷体育、崇尚民俗和冒险精神。如美国盛行“周末农民”的风气,一到周末就涌向乡村。在日本,政府正大力倡导“森林浴运动”,民间则兴起徒步热。

在中国的广大西部民族地区,自然、民族文化资源极其丰富,具有开展体育休闲旅游的资源 and 生态优势。西部地域辽阔,地形独特,被称为地球上自然结构最壮观、最奇特的地区。其自然、人文旅游资源数量大,品味高(见附表1)。以最具旅游价值的世界文化和自然遗产而言,截至2004年7月,共有30个项目被联合国教科文组织列入《世界遗产名录》,其中西部占了11项(包括长城)。据统计,西部民族传统体育文化项目共有700多项,无论是与少数民族生活密切的射弩、轮子秋、刁羊、姑娘追、骑毛驴等体育,还是蒙古族的那达慕大会、苗族龙舟节、侗族的赶歌节等民族节庆体育活动,由于其独特性和稀有性而对游客产生强大的吸引力。因此,西部丰富的地形资源和民族文化构造出极具魅力的体育休闲旅游资源。无论是雅鲁藏布大峡谷、三江并流、青海湖、雪域天山、高原牧场等自然地理构造,还是骑马、射弩、摔跤、民族武术等民族风情,无不是开展体验式或观赏型的优质体育休闲旅游资源。由于民族、地域等原因,西部体育

休闲旅游资源最具原始性、自然性、民俗性等特征，无论在资源的数量和质量上，都是开展体育运动休闲的高品味旅游资源。因此，加快西部体育休闲旅游资源的开发，有利于适应和满足人们物质文化水平日益提高和追求健康的愿望，有利于人们物质、文化消费心态和消费需求向新、奇、险、运动美、健康美、高质量方向的转变。因此，在国家西部大开发政策的引导和支持下，西部体育休闲旅游资源开发具有天时、地利、人和的天然优势和机遇。

附表 1 西部适于开展体育休闲旅游活动的国家级生态旅游资源

省区	世界自然 文件遗产	国家风景 名胜区	国家级森 林公园	国家历史 文化名城	国家级自 然保护区	联合国人 与生物圈	中国绝奇 美胜 35 景	中国旅游 胜地 40 佳	中国优秀 旅游城市
西部合计	8	40	58	31	28	5	12	12	12
全国合计	23	119	296	99	90	10	35	40	54
所占比例	35%	34%	20%	31%	31%	50%	34%	30%	22%

资料截止 1999 年

三、西部体育休闲旅游资源文化内涵的外化

体育休闲旅游资源的开发，实质上是一种文化活动，即通过适当的方式将资源中包含的符合满足人们文化生活需求的无形文化内涵用具体的物化产品或服务表现出来。在由内涵向外显的外化过程中，首先是对文化内涵的选择。在西部民族地区，户外运动和赛事、少数民族传统体育竞赛和表演等体育休闲旅游资源寄托和蕴含的文化内涵非常丰富；同时，西部体育休闲旅游资源由于其民族性和地域性，由于其与当地宗教、民俗、建筑等文化的千丝万缕联系，其文化内涵又具有复杂性，并表现在物质、行为、精神三个不同的层面。尤其是西部少数民族体育活动，它本身是一种特殊民族文化的展示，其项目的表现形式，包括隐含于内的民族性和显形于外的身体运动，无不包含各个民族的宗教信仰、传统习俗、历史渊源、舞蹈艺术、神话传说、伦理道德、民族情感等多重含义。通过开展体育休闲旅游活动，各民族将寻到一条通往外部世界的捷径，并使这种文化内涵的外化得以实现。因此在文化内涵的选择上，就是在某种资源所包容的物质文化、行为文化和精神文化属性中，确立其中所要刻意表现的部分内容。当然，这种选择建立在当前社会的价值取向、审美偏好和资源开发者的价值判断上。

西部体育休闲旅游资源被赋予的文化寄托和本身蕴含的文化内涵十分庞杂和博大。因此，西部体育休闲旅游资源开发的关键之处在于确定其开发的文化主题和主线。西部体育休闲旅游资源由于其民族性和地域性而对游客产生强大的吸引

力,然在资源的开发过程中不能仅仅是东部等旅游模式的照搬,不能仅局限于高档体育基础设施的修建和民族体育活动的包装展示等低层次上。体育的本质在于身体运动,使人在运动中追求体质的增强和身心的健康,追求超越自我的体验;旅游的本质在于在休闲游乐中体验异地的自然风光和民俗文化,以达到身心的愉悦^[4]。因此,体育休闲旅游资源的开发必须牢牢把握体育与旅游活动的本质内涵结合,在资源开发中始终体现满足人们追求身心健康、注重精神体验的需求。

在西部体育自然旅游资源开发应充分发挥西部得天独厚的自然条件、雄浑壮丽的自然景观、高大奇绝的地形地貌优势,充分围绕“生态、自然、健身”这一主题,以生态学原理来指导整个资源开发的全过程,重视休闲运动中营造出健身、环保、贴近大自然的情调和氛围。从而满足人们探险求异、陶冶情操、强身健体等精神文化需求;西部民族体育文化旅游资源的开发,应充分挖掘其深层次的东西——渗透的哲学、历史、伦理和民族审美意识的生活观念、行为准则和价值取向,应注重与现代审美价值取向比较吻合的传统体育活动中的礼仪、节日活动、健体养生等形式和内容的开发。因此,西部民族体育文化旅游资源的开发应注重体现“健体养生、民俗风情”这一主题。同时,还可结合西部其他丰厚的文化积淀作为铺垫推动体育休闲旅游资源的开发,如西部民族建筑、禅林道观、古城遗址、帝都王陵等,其中如长城、丝绸之路、布达拉宫、丽江古城等都为体育休闲旅游开发提供了深层文化氛围。

四、我国西部体育休闲旅游资源开发的思维取向

首先,西部体育休闲旅游资源开发应追求观念的转变和进步。首先,人们对西部体育休闲旅游资源在满足现代人们身心健康和精神文化需求领域的独特优势和潜力认识不足,从而导致体育休闲旅游资源开发建设迟缓,资源开发利用程度低。在景区规划中要么忽视体育休闲类项目的规划与布局,要么重复建设,对市场缺乏吸引力;其次,对西部体育休闲旅游资源的现状不清楚,也进一步限制了西部体育休闲旅游资源的开发。由于对西部的体育休闲旅游资源缺乏全面系统的普查和评价,对整个西部体育休闲旅游资源的数量、种类、范围、开发价值、市场前景等都还没有一个科学全面的统计和分析,因而不利于西部体育休闲旅游资源的国内外比较和综合评价,也不能为西部体育休闲旅游资源的合理开发提供准确有力的依据。资源观念上的落后和低层次,使西部体育休闲旅游资源的开发长期受到忽视,没有得到足够的重视。

第二,注重文化内涵的挖掘和保护,追求可持续发展。在西部体育休闲旅游

资源开发中，必须突出地域特色，挖掘文化内涵。参与体育休闲旅游的游客大多具有较高的文化素质。对他们来说，体育休闲旅游的魅力在于显著的地域差异、民族文化以及现代精神文化体验与追求健康的融合。缺少文化内涵的体育休闲旅游产品就像没有了灵魂，将失去应有的生命力。因此，在西部体育文化旅游资源开发中，要注意继承和发扬民族传统文化；在体育自然旅游资源开发中注重现代人类身心健康和体验的渴求。同时，在资源开发中高度重视资源的承载能力和环境保护，重视民族文化尤其是少数民族体育文化的保护，追求和实现可持续发展。

第三，在资源开发中突出“天人合一”思想，强调现代“人性回归”。“天人合一”与“人性回归”是我国传统文化的内在体现和现代社会人类追求自身价值的必然结果。中华民族传统文化的“天人合一”思想几千年来一直影响着我们，其对人和自然的和谐发展，在今天强调世界可持续发展的情况下，被看成是人的价值的体现。“采菊东篱下，悠然见南山”的意境在现代的快节奏生活中已很难体味，社会发展和科技文明所带来的负面影响，使人感到人类离人性的回归越来越远。而西部体育休闲旅游资源由于其丰富性、原始性和民俗性，相对于东部等地区的都市旅游，其在满足人的精神需求和提高生活品质方面具有明显优势。无论是西部的大漠、雪山、高原、峡谷，还是少数民族体育风情，都将使人感受回归自然、回归本性的价值。在骑马、射箭、攀岩、漂流等体育休闲活动中放松身心，亲近自然，从而满足现代人日渐空虚的身心需求。因此，“天人合一”与“人性回归”的指导思想将使西部体育休闲旅游资源真正满足现代社会人的本质需求，获得市场开发和竞争优势。

最后，加快思维创新，提高产品、服务的质量和水平。创造性思维在西部体育休闲旅游资源开发中意义十分突出。西部体育休闲旅游资源的开发不能简单重复东部的模式，要努力创新走出西部特色之路。首先，体育休闲旅游资源文化内涵的选择及其向产品外显的转换，很大程度上需要开发设计者的创造性劳动。如宁夏著名的镇北堡西部影视城的开发过程就是这种创新意识的体现。它当初的开发口号就是“开发荒凉”，是在荒凉贫穷的戈壁滩边的一个遗弃的边防戍塞上，建起了享誉国内外的集影视、观光、运动休闲于一体的西部影城，这种创新意识也开拓出了一条“出卖荒凉”的宁夏旅游业新思路。其次，西部体育休闲旅游产品的包装和宣传，都要依赖设计者的想象、灵感等创新思维。如深圳的“锦绣中华”、“中华民俗文化村”，无锡的“三国城”、“水浒城”等主题旅游公园的走俏，创意起了决定性作用。

西部地区体育旅游 产业开发的投融资策略选择^①

——构建我国西部体育旅游产业的风险投资机制

我国西部民族地区拥有丰富独特的体育自然旅游资源和体育人文旅游资源，具有发展西部优势产业的禀赋。随着西部大开发的深入和西部旅游业的红火，以及人们对娱乐和健身的渴求，体育旅游业将成为西部经济社会发展中具有重大价值和潜力的产业资源。而在地处欠发达的西部民族地区，体育旅游业的开发容易受到各种外界因素的干扰和影响，其基础设施的投资更是具有风险性，其运作模式与一般中小高科技企业基本相似，具有典型的风险投资特征。

一、风险投资及其特征

风险投资（Venture Capital）是指由专业投资机构在自担风险的前提下，通过科学评估和严格筛选，向有潜在发展前景的新创或市值被低估的公司、项目、产品注入资本，并运用科学管理方式增加风险资本的附加值。风险投资在 20 世纪 40 年代起源于美国，由于其独特的融资途径和价值而迅速风靡世界。尤其是 1979 年以后，风险投资基金获得了快速发展，并传入亚洲。亚洲的风险投资基金从 1991 年到 1993 年年均增长 15%，1994 年更是达到了 56%。我国风险投资业产生于 1986 年国内第一家风险投资公司。经过 10 多年孕育，特别是 1998 年九届政协一次会议上提交的《关于加快发展我国风险投资事业的提案》被列为“一号提案”，风险投资自此受高层重视，并成为经济领域的大热点，得到了迅速发展。

风险投资作为新兴和具有独特价值的产业投融资渠道，具有如下几个特征：首先，它通常投资于高风险和高收益性新兴产业的创建和新产品的研发阶段，利用自身有效的风险规避机制和专业化管理来获得成功；第二，它是一种组合投资

^① 本文发表于《西安体育学院学报》2005 年第 1 期，并被《体育科技文献通报》2005 年第 4 期摘登，本书收录时稍有改动。

和长期投资，利用成功项目所得的高回报来抵偿失败项目损失并取得收益，风险投资一般要经过 3 至 7 年才能通过脱资取得收益；第三，它是一种主动参与型管理的专业投资方式，利用自身专业管理知识和信息网络帮助企业管理人员更好地经营企业。

二、西部体育旅游产业开发引入风险投资的意义

1. 西部体育旅游产业具有适合风险投资的高风险和高回报特征

由于地理历史等原因，西部民族地区体育旅游产业开发具有相对较高的风险特征，主要体现在以下几个方面：首先是开发成本风险。由于西部多处民族地区，交通落后地理条件复杂，体育旅游基础设施建设及日常运营的成本相对要高得多；二是市场风险，对于开发的体育旅游项目市场能否接受、什么时候接受以及以何种方式接受，产品与服务的同质性及竞争性等都存在不确定性；三是自然因素等风险，西部民族地区地理复杂，气候多变，体育旅游活动的开展易受气候、生态环境、自然灾害等因素的影响。另外也包括户外运动项目的安全保障难度大等风险。

同时，西部体育旅游产业是一项前景非常广阔的事业。体育旅游产业开发符合西部开发优势资源的需要，符合西部发展特色产业和生态产业的渴求，同时西部大开发的实施又为体育旅游产业开发提供了财政、金融、政策等有利条件。西部休闲与体育等旅游产业在资源、市场潜力、效益、发展速度和规模等方面都优于其他行业，具有吸引风险投资进入的高回报特征。如附表 2，在西藏各行业中效益最好的是旅游业，1995 年旅游业利润达 2598 万元，接近西藏工业行业的利润总和。

附表 2 西藏自治区工业和旅游业利润总额情况对比（万元）

年份	1990	1991	1992	1993	1994	1995
工业利润	3342	3178	4603	5468	1699	3565
国际旅游业	682	1507	1750	1377	2724	2598

资料来源：西藏自治区统计年鉴 1996 年

2. 风险投资的引入有利于西部体育旅游资源优势转化为产业优势

西部独特的地理环境造化出西部千姿百态、雄奇壮丽的自然景观，数千年的民族分化与融合，创造出绚丽多彩的民族文化、浓郁的民俗风情。如西北的黄河风光、雪域高原、大漠戈壁，西南的民族风情、峡谷探险等，自然风光与人文景

观交相映辉，令人神往。由此也造就了西部独特丰富的体育休闲旅游资源，无论是漂流、攀岩、冰雪、探险等体育自然旅游资源，还是划龙舟、射箭、赛马、摔跤、舞龙舞狮、上刀山下火海、民族舞蹈等体育人文旅游资源，都是西部具有垄断性的高品质体育休闲旅游资源。然而由于地理历史等原因，西部旅游资源开发滞后，缺乏开发的深度和广度。随着国家西部大开发的实施和人们观念的更新，通过采用风险投资而带来的新的融资渠道，先进的管理理念和技术，将为西部体育旅游业的发展带来新的活力。

3. 风险投资将为西部体育旅游产业开发提供资金和专业化管

风险投资的引入，对于解决西部体育旅游产业开发的投融资瓶颈具有重要意义。风险投资虽然不是当前唯一的资金来源，但与传统的融资方式相比，具有自己的优越性。首先，风险投资不涉及债务问题。因为风险投资家是以收取公司一定数量股权作为交易，是一种股权投资；其次，风险投资公司提供的资金不易从其他途径取得。尤其对于处于培育和发展阶段的体育旅游企业，经营风险较大，向银行或其他金融机构融资需要一定的担保，且手续烦琐，不易得到资金；最后，风险投资公司除了注入资金，还要参与企业的经营和管理。风险投资公司一般都拥有丰富的技术、经济、法律、管理等方面的经验，都有一套成熟的风险管理体系，并通过风险投资组合有效地分散风险，从而能够协助与监督西部体育旅游企业的健康成长。

三、西部体育旅游产业风险投资机制的构建

1. 更新西部体育旅游产业投融资观念

首先，须尽快树立积极利用风险投资发展我国西部民族地区体育旅游业的意识，更新思想观念，拓宽投融资思路，开拓融资市场，树立风险投资意识；积极培养和锻炼一批既懂体育旅游产业开发，又会投融资操作的人才；改革西部民族地区产业开发与发展的投融资体制，探索和尝试科学规范的体育旅游产业风险投资体制。要正确认识风险投资，风险投资是一种制度，是一项很有研究价值和重大现实意义的事业，而不是单纯的冒险和投机。同时，在实践中，注意保持风险资本来源的可持续增长，要求投资者在风险投资理念、项目选择、经营管理和退出机制等方面保持清醒认识，最大限度地提高风险投资的成功率，保持风险投资的可持续发展。

2. 建立体育旅游产业风险投资退出机制

西部民族地区旅游产业风险投资的目的同样是企业利润，是资产的变现，所

以在体育旅游产业风险投资过程中，最关键的是股权交易。体育旅游产业风险投资的退出机制是企业资本形成和发展的必要条件。风险投资能否成功，一般取决于三个条件，一是有无资金；二是有无备选项目；三是投资能否顺利退出。三者相互制约，缺一不可，而其中风险投资的退出则占据了核心地位。没有退出的机制也就没有了风险资本的进入，也就没有体育旅游产业风险投资的发展。因此，要发展西部体育旅游产业的风险投资事业，就必须首先建立体育旅游产业风险投资的退出机制。

（1）开设第二板和柜台交易系统

由于主板市场门槛相对太高，对于起步和发展阶段的西部体育旅游公司和体育旅游项目开发商来说，存在难以逾越的规模障碍。为了促进体育旅游公司和旅游项目开发的发展，同时为体育旅游风险投资提供退出通道，可以借鉴许多西方国家的成功经验，也可以像高科技企业的风险投资一样，即在主板市场之外为高科技企业专门开辟第二板市场。而对于我国西部民族地区体育旅游产业的发展，最好把体育旅游捆绑在西部整个旅游产业的开发中去，在西部探索建立旅游产业风险投资的二板市场和柜台交易系统，从而借助该平台为西部体育旅游产业风险投资提供一条重要退出通道，降低西部民族地区体育产业风险投资的风险。

（2）发展体育旅游产业资产管理公司

当前在旅游公司和旅游项目的开发中，抵押贷款已成为开发商向金融机构融资的重要形式，对于培育和发展阶段的西部体育旅游产业开发而言，更是存在该问题。但由于金融机构不是专门资产管理公司，一旦体育旅游公司或者体育旅游项目开发商经营失败或受挫，无力偿还贷款，金融机构往往面临无法顺利变现抵押资产的困难。有了资产管理公司，银行可将抵押资产出售给资产管理公司，及时套现收回贷款，减少投资风险。因此，资产管理公司应是西部体育旅游产业风险投资退出机制的重要组成部分。发展资产管理公司，有助于金融机构的资金向处于创业期的体育旅游公司和体育旅游项目开发商流通，从而推动我国西部民族地区体育旅游产业的快速发展。

3. 建立体育旅游产业风险投资进入机制

回顾风险投资业发展历程可看出，高科技风险投资发展较快的国家和地区，不仅有完善的风险投资退出机制，而且都有较为健全的风险投资进入机制。因此发展我国西部体育旅游产业风险投资，促进该区域体育旅游产业的快速增长，必须建立和健全体育旅游风险投资的进入机制。

(1) 建立政府激励机制

发达国家为了促进资本向高科技企业产业流动,都采取了一些激励措施。如在法国,技术革新投资可获得60%的国家担保,加拿大为高科技风险企业投资提供75%的企业成本直接补助。而结合我国西部民族地区的发展实际,西部体育旅游风险投资激励机制宜包括以下几个方面:首先是政府设立体育旅游产业或整个旅游产业风险投资补助基金;其次是建立体育旅游公司信用担保体系,降低银行贷款风险;最后是实施优惠税收政策,西部体育旅游产业是一个高投入、高风险的朝阳产业,为了支持体育旅游业的发展,政府可对体育旅游风险投资收益给予一定的税收优惠,以吸引风险资本向西部体育旅游产业流动。

(2) 发展西部体育旅游产业风险投资基金

当前我国出台了《设立境外中国产业投资基金管理办法》、《证券投资基金管理暂行办法》和《产业投资基金管理办法》,可按此三个管理办法组建西部体育旅游产业风险投资基金。该基金可利用两条途径:首先是引进国外金融资本,组建境外中国体育旅游产业风险投资基金;其次是依托境内金融资本,组建对内体育旅游产业风险投资基金。通过组建西部体育旅游风险投资基金,可拓宽西部体育旅游公司的融资空间,另一方面亦可分担银行风险,为投资者开辟新的投资渠道。

(3) 建立和健全西部民族地区体育旅游产业风险投资机构

目前可按三种模式组建体育旅游产业风险投资机构。首先,是政府投资的风险投资机构。政府的直接引导和支持对培育和发展西部体育旅游投资主体是非常重要的。省、区、市等各级政府可直接投资,也可认购风险投资公司一定比例的股份。从而对西部体育旅游产业风险投资的发展起较好的引导作用;其次是企业资金投入的风险投资公司,主要是依托大公司、大集团,组建风险投资机构。第三是混合型体育旅游产业投资机构。这类机构,政府以少许启动资金带动大量非政府资金投入西部体育旅游产业开发领域。另外还可以发展证券公司的风险投资,直接获得国外风险资本。

4. 建立体育旅游产业风险投资监管机制

我国西部民族地区体育旅游产业风险投资体制的建设,要站在规范运作的起点上。由于体育旅游产业风险投资基金和风险投资机构投资的对象都处于创业阶段,而且由于西部地理、基础设施等原因,体育旅游投资的风险较大。因此必须建立严格的体育旅游风险投资监管机制。中国人民银行和地方各级人民银行可设立风险投资监管委员会,从而加强对西部体育旅游业风险投资的监管。

5、制定鼓励风险投资投向西部体育旅游产业的政策和法规

体育旅游产业风险投资业的发展及其功能发挥离不开人才、政策法规、证券市场等因素的制约。人才问题可由风险投资机构解决，而法律环境、证券市场的配套则需发挥政府的作用，通过制定相应的政策、法律来引导和规范投资。相关政策和立法的核心宜包括以下几个方面：一是规范和调整涉及知识产权保护的法规，如专利法和反不正当竞争法；二是规范和调整涉及体育旅游公司运作的政策法规，使体育旅游公司和企业严格按现代企业制度和规范运作；三是调整和规范有关风险投资公司和基金流向体育旅游业的法律和政策，促进风险投资机构和风险投资基金健康发展；四是调整和规范有关保障体育旅游业风险投资事业健康发展的相关法规和政策。

四、西部体育休闲旅游产业风险投资融资模式的建立

1. 西部体育休闲旅游产业风险投资的资金来源。

西部体育休闲旅游产业风险投资的来源与国内东部及国外相比，虽有所不同，但主要应包括以下几种渠道。

(1) 政府财政资本。近年西部国有及其他经济类投资快速增长，其中2003年投资达7171亿元，与2002年相比增长26.4%，增速提高了5.8%，而在投资增长因素中，政府投入尤其中央政府投入是主要带动力量。2004年初，国家体育总局批准建设“环青海湖民族体育圈”，以推动青海特色体育旅游业的发展。而根据青海体育局设想，要实现这一战略构思，需建立国家投入资金引导和政府扶持，社会资本参与的融资机制。因此在当前，政府财政资本可作为西部体育休闲旅游产业风险投资资金的重要来源。

政府资本作为西部体育休闲旅游业风险投资的主体也只能是一种过渡形式，应随着西部民族地区风险投资业的发展逐渐减少其所占资本的比例。

(2) 产业资本。西部体育休闲旅游产业开发既要吸引区域外从事风险投资的大公司投入资金，也要鼓励和引导本地区有条件且经营管理规范的大企业设立专门的风险投资机构直接或间接参与西部体育休闲旅游产业的风险投资。

(3) 国内民间和海外资本。我国民间资本数量巨大，2002年我过城乡居民的储蓄存款已达8.68万亿元，其中西部民族地区达到了9000亿元。当前我国投资场所狭窄、投资工具短缺的情况下形成了居民储蓄超常增长与投资微量释放的矛盾。

另外，海外资本在我国加入 WTO 后也将大量涌入国内资本市场，在东部等地区由于市场竞争激烈，投资较难获得超额利润的情况下，需在国内中西部寻找新的投资渠道和场所。

(4) 养老基金。养老基金包括社会保险基金和养老保险基金。养老金转化为风险资本，具有利用期长、兑现要求低等特点，所以一直是发达国家风险资本市场的主要源泉。随着我国人口老龄化和养老基金制度的健全和保险业的发展，社会保障市场拥有一大批资金，如在 1996 年全国保险费收入为 856 亿元，1997 年为 1080 亿元，2002 年则超过了 2000 亿元。我们可以借鉴西方等国家的做法，在相关法律和政策支持下，争取吸引部分养老保险基金和社会保障基金投入到西部体育休闲旅游产业。

2. 西部体育休闲旅游产业风险投资的融资组织形式

(1) 政府基金型风险投资公司。当前我国西部的风险投资机构的风险资本来源，大部分是政府基金或政府担保的金融机构的资金。政府风险投资公司的融资机构的资金。政府风险投资公司的融资只要靠西部民族地区各级政府直接投入风险资本，能够起到风险投资的带头作用，但这种模式也存在不足，即内部利益和责任的错位，如果在体育休闲旅游领域投资成功，风险投资公司得主要利益，如果失败就让政府承担责任。因此还需要加强相关法律和政策的规范。

(2) 合作基金型风险投资公司。合作基金型的风险资本来自大公司、个人、银行、民营企业、政府及海外投资人，集体将风险投资集中在一起，形成一个有限合伙制的基金，共同投入到西部体育休闲旅游产业开发领域。合作基金型风险投资公司又称有限合伙制风险投资公司。我国西部民族地区在现阶段可以采取志愿合股和私募等方式设立体育旅游业风险投资基金，同时在该过程中，各级政府有必要拿少量基金作为种子基金，带动社会资金的进入，拓展多元化融资组合。

(3) 民间基金型风险投资公司。资本市场化是民间基金型风险投资公司产生的前提条件，民间风险资本大量进入市场在我国已开始起步。

当前西部体育休闲等旅游业事实上已经绶带民间资本的追捧宾取得了成功。如在 1986 年就成为四川省省级风景区的碧峰峡，到 2000 年前一直都没有形成接待能力。而在 1998 年民营企业万贯集团买断经营后，取得巨大成功；2001 年 8 月，号称“第一民企”的新疆吐鲁番旅游发展有限公司注资 5000 万元，联合组建新疆大西部旅游股份公司，主要经营新疆景区景点的

开发建设和国际国内旅游服务等。因此，在国家实施西部大开发，西部大力发展旅游产业背景下，民间资本进入和组建西部体育休闲旅游业民间型风险投资公司有巨大潜力。

3. 西部体育休闲旅游产业风险投资的融资步骤

(1) 组建体育休闲旅游业相关风险投资公司。随着国内风险投资的发展和市场经济的完善，我国西部民族地区体育休闲旅游产业和国内其他产业一样，可以采用政府型风险投资公司、合作基金型风险投资公司、民间基金型风险投资公司。

(2) 设立西部体育休闲旅游业风险投资基金。按照国际惯例，风险投资公司的组建，首先是融资，要求风险投资公司具有融资功能。

(3) 订风险投资的融资协议。风险投资过程中与投资者签订融资协议是一个非常重要的融资步骤，该协议也是风险投资过程的重要协议之一。

(4) 按期催缴风险资本。催缴风险资本是风险投资过程的最后步骤。如何和何时缴入风险投资需要融资者与投资者之间协商并在融资协议上有明确的规定。为了保证风险投资基金的安全性，通常的作法是根据融资协议上有明确规定的投资方案，由银行逐步转到被投资的西部体育休闲旅游企业和项目。

风险投资的引入，是一项全新的、具有开创性的投融资事业，将为我国西部体育休闲旅游产业开发提供一种全新的融资途径，它的成功运作将极大地推动西部乃至国内体育休闲旅游产业的发展，并可能对我国整个体育产业的投融资工作提供借鉴和参照作用。然风险投资在我国还处于起步和发展阶段，除了做好风险融资运作本身的工作外，还需加强政府在政策、法制建设等领域的配合，尤其是加快出台和健全《风险投资法》、《信托法》、《证券投资基金法》等法律法规，西部各省市同时出台相关地方配套法规进行规范。同时西部地区急需加强相关人才的培养和引进，促进融资观念的更新，加大体育休闲旅游资源开发的力度，从而为发展西部体育休闲旅游的风险投资业提供良好的环境支持和载体。

“绿色营销”战略与 我国西部体育旅游产业开发^①

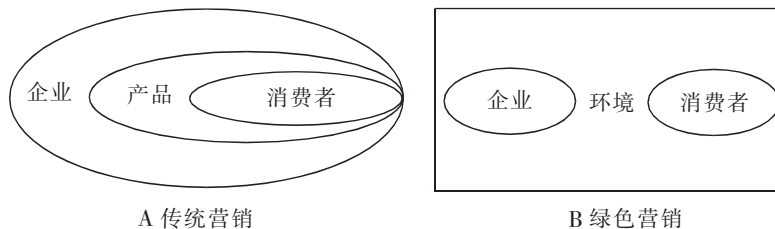
西部地区幅员辽阔,地理和生态环境复杂多样,既创造了多种多样的生态旅游环境,也为开发体育旅游提供了广泛的绿色资源与生态空间。体育旅游产业开发符合西部大开发产业结构调整方向,是西部优势体育旅游资源开发的内在要求。随着近年来国内及西部生态旅游业的迅速发展,在西部民族地区开发以绿色、环保为特征的体育旅游产业将成为西部旅游开发的新趋向。

获得可持续发展是 21 世纪旅游业的重要特征和战略选择,开展生态旅游是实现这一战略的途径之一,而生态旅游在营销战略上又以绿色营销为理想选择。随着当前人们对环保和健康的追求,如何在西部旅游业的竞争中确立绿色营销的差异化营销战略,从而突出西部体育旅游资源的绿色环保优势,带动西部体育旅游线路和产品的形成、体育旅游市场开拓和产业布局,在追求经济效益中获得可持续发展,对于西部体育旅游产业开发具有重大的战略意义。

一、绿色营销概述

随着环境污染、资源匮乏、荒漠化、气候异常等环境恶化现象的严重,“绿色生产”、“绿色产品”、“绿色消费”等新名词层出不穷。人类渴望拥有蓝天、白云、碧水的良好生活环境,倾向于消费健康无害的天然绿色食品,使用对环境污染低的绿色产品。由此掀起了加强环境保护和开发绿色产品的绿色革命,并使在实践领域产生的绿色营销理论得到迅速发展。1972 年联合国人类环境会议通过的《人类环境宣言》和 1987 年联合国环境与发展委员会发表的《我们共同的未来》宣言,促使了绿色市场营销理论的萌芽;1992 年联合国环境与发展大会通过的《21 世纪议程》强调,实现生态和经济的协调发展,促进可持续发展,为绿色营销理论的形成和发展奠定了基础。

^① 该文发表于《北京体育大学学报》2005 年第 12 期。



附图 1 传统营销与绿色营销差异

对于绿色营销的定义，不同学者从不同的角度进行了界定，包括“产品中心论”、“环境中心论”、“发展中心论”等。综合起来，绿色营销是指在市场营销中重视保护地球生态环境，通过营造绿色环保气氛，销售和推广绿色产品，倡导绿色消费，从而使生产、消费和环境协调发展的过程。绿色营销强调从产品设计到生产销售、市场推广乃至产品消费过程中，对环境的污染要控制到最低限度，树立产品的绿色环保形象。从图 1 可看出，传统营销是以消费者需求为出发点，利用各种营销手段，追求企业利益的最大化。绿色营销将环境因素纳入了营销理念，使企业不再以单纯经济利益为追求，而是从可持续发展出发，在产品开发、生产、消费的全过程，树立全局“绿色观念”。因此，绿色营销在考虑社会利益的前提下，推动企业自身经济利益的实现，从而实现生态效益、社会效益和经济效益目标的协调，推动产业和社会的可持续发展。

二、“绿色营销”是西部体育旅游营销的内在要求和战略选择

1. 西部体育旅游开发具备实施“绿色营销”的资源 and 生态特征优势

西部地域辽阔，地形独特，被称为地球上自然结构最壮观、最奇特的地区。其自然、人文旅游资源数量大，品味高。以最具旅游价值的世界文化和自然遗产而言，截至 2004 年 7 月，共有 30 个项目被联合国教科文组织列入《世界遗产名录》，其中西部占了 11 项（包括长城）。据统计，西部民族传统体育文化项目共有 700 多项，无论是与少数民族生活密切的射弩、轮子秋、叼羊、姑娘追、骑毛驴等体育项目，还是蒙古族的那达慕大会、苗族龙舟节、侗族的赶歌节等民族节庆体育活动，由于其独特性和稀有性而对游客产生强大的吸引力。因此，西部丰富的地形资源和民族文化构造出极具魅力的体育旅游资源，无论是雅鲁藏布大峡谷、三江并流、青海湖、雪域天山、高原牧场等自然地理构造，还是骑马、射

弩、摔跤、民族武术等民族风情，无不是开展体验式或观赏型的优质体育旅游资源。由于民族、地域等原因，西部体育旅游资源最具原始性、淳朴性、民俗性等特点，无论在资源的数量和质量上，开展绿色营销战略是其自身的内在要求和优势特征。

2. 在差异化战略中突出西部体育旅游业绿色形象，赢得市场竞争优势

所谓差异化战略，是指为使企业产品与对手产品有明显差别、形成与众不同的特点而采取的战略。实现差异化战略的途径很多，如产品设计、品牌形象、技术特点、用户服务等。在西部体育旅游产业的营销战略中采用绿色营销战略，正是为了在充分利用西部丰富高品质的生态环境资源前提下，充分发挥体育运动在自然体验和参与中追求健康的优势，在体育运动与休闲旅游产品开发、服务的提供中注重环境的保护，重视游客的自然体验和健康的追求，在品牌形象和市场推广中体现绿色主题，从而获得游客的偏爱和忠诚，在旅游领域形成市场优势。

同时，绿色营销反映了当今体育休闲等旅游消费观念的国际化趋势。随着人们环境意识的增强，旅游客源市场对旅游的感知、期望、态度和价值观念也发生了变化。西方学者将旅游市场的这种变化形象地称为“市场的变绿”。人们开始追求一种回归自然，渴望与大自然融为一体，体验“天人合一”的高雅感受。有人对美、俄、英、法、日、韩等 10 多个国家的休闲活动做了专门调查和研究，结果显示，随着收入增加和闲暇时间增多，人们在休闲活动中更加突出回归自然、热衷体育、崇尚民俗和冒险精神。因此，体育旅游具有回归自然、休闲娱乐、运动健身的天然统一，顺应了旅游消费的国内外趋势。在绿色营销战略的实施中，西部体育休闲旅游产业的绿色特征将进一步为人们所认识、接受和热衷，从而在市场开发中获得竞争优势。在市场竞争日益激烈，环境保护越来越重要的今天，作为旅游业分支的体育旅游业要在众多竞争中脱颖而出，树立绿色的产业形象，赢得独特的竞争优势至关重要。

3. 在追求社会效益和生态效益中体现经济效益，促进自身可持续发展。

我国西部民族地区是一个生态和自然地理环境极为脆弱的地方，是国家自然保护区多样性最集中的地方，面临着严峻的生态保护与恢复任务。因此，国家在西部大开发中，把生态环保建设作为重点内容之一。而西部旅游业的开发对西部的生态环境是把双刃剑，既能在粗放式开发中破坏大自然，又能在细致的规划中把西部旅游资源真正融入生态环境建设当中，成为促进西部生态环境改善的优势产业。在当前的西部的旅游开发中，出现了许多资源过度开发，生态恶化的严重问题。如青海湖湖水盐化、水面下降，湖区生态急剧恶化；九寨沟和黄龙景区的森

林面积缩小，湖泊退化。

在绿色营销理念的指导下，旅游企业在体育旅游产业开发中，重视旅游资源和环境的保护。如在技术的采用、废品的排放、运动场地的选址和建设、运动项目的选择和包装等都尽量体现环保意识。同时，绿色营销通过绿色消费的宣传，强化消费者的绿色消费意识，从而扩大消费市场。在绿色营销实施中，旅游企业虽然增加了环保投入，但在价格的定位上，在社会的公众形象上，以及在政府的优惠政策中，都将获得可观的经济效益。从而实现社会效益、生态效益和经济效益的统一，推动自身的可持续发展。

三、西部体育旅游产业开发中“绿色营销”战略的实施

1. 转变观念，树立绿色营销理念

国内企业市场观念在经历了生产导向、推销导向、消费者导向等营销观念后，社会营销、生态营销尤其是绿色营销观念将成为 21 世纪市场营销的新潮流。绿色营销强调“人与自然的和谐”这一绿色文明价值目标在市场营销组合中的现代营销观念。我国许多行业和企业的绿色营销意识都在增强，积极研发绿色产品，如海尔、新飞等家电业，贵州茅台、秦池等食品业都率先实施了绿色营销。在旅游领域，绿色营销首先在饭店、宾馆业提出并开始向旅游景区传递。从某种意义上讲，体育旅游产品尤其是户外运动旅游是一种与自然联系最密切，最依赖于自然环境的旅游产品，最具有绿色营销意义。因此，在观念上要牢牢树立西部体育旅游资源是绿色资源，实施绿色营销的观念，并切实用这种观念来指导体育旅游资源的开发和市场开拓。

当前在西部体育旅游产业开发中，树立绿色营销观念还存在一定障碍。首先是认识上的障碍，当前很多人仍盲目认为体育休闲等旅游业是无烟工业，旅游资源是永不枯竭资源，从而导致资源的超负荷开发甚至破坏性开发。体育等旅游资源本身是绿色环保资源，然体育旅游资源开发过程是多种产业开发的综合过程，需要餐饮、通讯、交通、体育设施等各行业的配合，其衣食住行无不对环境产生影响；其次，西部旅游人才尤其是体育旅游人才的缺乏制约了绿色营销观念的形成。

2. 建立环境管理新体系，加强体育旅游业的“绿色”管理

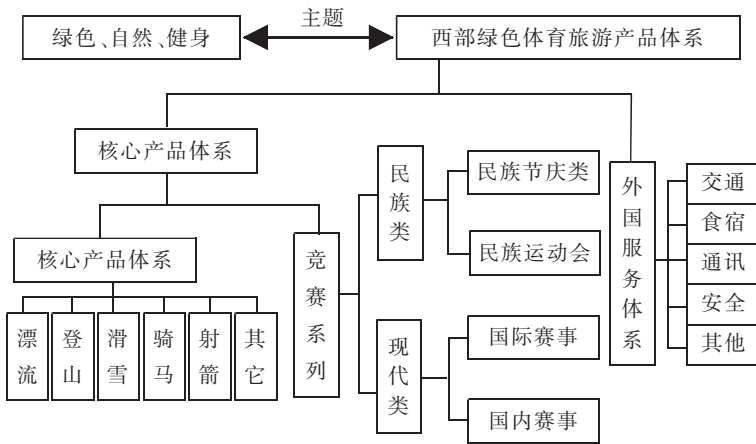
所谓“绿色管理”，就是将环境保护的观念融于企业的经营管理之中，它涉及企业管理的各个层次和领域，要求在企业管理中时刻考虑环保、体现绿色。这

一思想可体现在 5 个方面, 即: 研究, 将环保纳入企业的决策要素中, 重视研究企业的环境对策; 消减, 采用新技术、新工艺, 减少或消除有害废弃物的排放; 再开发, 变传统产品为环保产品, 积极采取“绿色标志”; 循环, 在体育旅游开发中对废旧品进行回收处理, 循环利用; 保护, 积极参与体育运动和休闲旅游景区的环境整洁活动, 对员工和公众进行绿色宣传, 树立绿色企业形象。企业实施绿色管理, 要达到三个主要目标: 一是体育运动与休闲旅游资源利用的最大化; 二是体育旅游过程中废弃物排放的最小化; 三是适应市场需求的体育旅游产品和服务绿色化。

西部体育旅游企业的“绿色管理”可通过企业内外两条途径加以实现。首先是内部的管理, 实施绿色管理, 涉及到企业生产经营活动的每一方面, 需要企业全体人员的积极参与。因此, 企业要运用绿色理念来指导规划和改造体育旅游产品和服务结构, 并切实制订“绿色计划”, 实施“绿色工程”, 制订“绿色标准”, 发动全员积极进行一场全方位的“绿色革命”; 其次, 西部体育休闲等旅游企业要争取绿色标志的认证工作, 积极推行 ISO14000 环境管理新体系。国际标准化组织于 1996 年正式颁布了 ISO14000 系列国际环境标准, 以规范企业等组织行为, 达到减少环境污染, 改善环境质量, 促进经济持续、健康发展的目的。ISO14000 适用于一切企业的新环境管理体系, 它是一张企业进入国际市场的绿卡。其中 ISO14001 更被称为国际贸易中的“绿色通行证”。西部体育旅游企业只要能获得 ISO14000 认证, 不但可获得国内良好的企业形象和信誉, 而且可获得国际体育旅游市场的绿色通行证。

3. 以“绿色、自然、健身”为主题, 开发和提供绿色体育旅游产品

西部体育旅游产业绿色营销战略的实施, 必须充分发挥西部体育旅游资源优势, 以“绿色、自然、健身”为主题, 建立绿色体育旅游产品体系。西部绿色体育旅游产品体系应包括核心产品体系和外围服务体系两大子系统。如附图 2, 核心产品体系是开展绿色营销的主体产品, 包括户外运动休闲系列, 如漂流、蹦极、热气球、穿越、民族体育表演等项目。竞赛系列, 包括民族运动会和节庆中的民族体育竞赛项目, 如蒙古族的那达慕大会; 国际和国内赛事, 如青海湖国际自行车赛、重庆武隆国际山地越野挑战赛、昆明海埂训练基地的集训和比赛等都具有强大的吸引力。此外, 还应重视体育旅游活动外围服务的绿色营销工作, 在游客参与体育旅游活动中的衣食住行都要体现和突出环保理念, 从而提升体育旅游服务的整体绿色形象。



附图 2 西部绿色体育旅游产品体系构成

4. 确立符合绿色营销战略的广告创意与策划，推动市场开发

在新的 21 世纪里，市场营销环境发生了巨大变化，广告已成为引导消费潮流的新主角，肩负着创名牌和增效益两大特殊使命。当今名牌产品的成功，无不是伴随着广告的巨大投入。巨大的广告投入背后是巨大的回报效益和市场占有率。对于西部体育旅游开发，景区固然要依靠其自身的运动旅游资源和适当的开发，但广告宣传也不可或缺。如在城市的广场、街道、码头，矗立着巨幅山水与运动休闲的名画，展示了令人神驰的体育旅游魅力。其一方面起到了户外广告的作用，另一方面给人们提供愉悦和情趣，使这些体育旅游景区更加知名，激发人们产生在游玩中参与运动休闲与健身的欲望。

对于绿色营销广告的实施，主要是要求旅游企业在体育旅游广告策划中体现绿色、环保、健身的创意，使人们在广告认知中能迅速根据提供的体育旅游产品和绿色、环保和健康联系起来。从而一方面体现了企业维护旅游环境资源的责任自觉性和责任性，树立良好公众形象；另一方面满足游客对良好生态环境的本能渴望，希望回归自然，反璞归真，去大自然中的休闲和锻炼中寻找自我，以求得身心的健康。而纵观国内广告媒体，旅游类广告投入非常有限，其中有关体育旅游类广告更是不多。而其中能较好体现绿色、环保和健康等绿色创意的广告亦不多。

附表3 西部等国内部分漂流旅游区(活动)广告口号

漂流旅游区(活动)	广告口号
2003 中国攀枝花国际长江漂流节	生态 环保 民族 亲和
桂林五排河漂流度假区	桂林除了有秀丽的山水 还有勇敢者的运动
甘肃徽县嘉陵江水上漂流	旅游探险 参与挑战
桂林市临桂县十二滩漂流	十二滩漂流 换一种方式感受桂林山水
张家界溇江漂流	张家界看山, 溇江河玩水
杭州双溪漂流	漂亮人生, 流出惊喜
惠州南昆山川龙峡漂流位	置身大自然之间惬意与舒心
浏阳河大围山峡谷漂流	人随山水转 心往画中游

武陵山区民族体育旅游资源开发^①

武陵山区包括湘西土家族自治州(称湘西州)张家界市、怀化市、恩施市(下称恩施州)、重庆黔江开发区和贵州铜仁地区等6个地、州、市,“属于老、少、边、穷、库”区,是国家重点扶持的18个集中连片贫穷地区之一,已被纳入西部大开发的范围。武陵山区要脱贫致富,完成十六大提出的建设全面小康社会的奋斗目标,必须充分利用本地区的资源优势,而民族体育资源即为其中的优势之一。

一、武陵山区民族体育资源赋存分析

武陵山区聚居土家、苗、侗、白、瑶、布依等30多个少数民族,他们在长期的生产过程中创造了许多物质文明和精神文明,为人类传承下来了宝贵的财富,民族体育就是其中一朵惹人喜爱的奇。据不完全统计,武陵山区少数民族体育项目达120多种。如土家族主要有“茅古斯舞”,摆手舞、抢贡鸡、跳马、鬼谷神功等,苗族主要有爬竿、摔交、接龙舞、上刀梯、八人秋、祭鼓节等,侗族主要有抢花炮、哆毽、草球、侗拳等。在一这些民族体育项目中,有源于狩猎和征战的,如土家族的“茅古斯舞”,土家族、苗族、瑶族等共有的射弩、武术等;有源于农事与宗教信仰的,如苗族的跳鼓舞、接龙舞、上刀梯等;有源于反抗外

^① 该文发表于《北京体育大学学报》2005年第3期,原题为“试析武陵山民族体育旅游资源的开发”。

来压迫和崇拜、纪念英雄人物的，如城步苗族的打泥脚，湘西凤凰苗族的爬竿，江华苗族的人龙，土家族的摆手舞等；源于习俗的，如苗族的八人秋，土家族的抢贡鸡、侗族的哆毬、草球等。这些民族体育项目具有愉悦性、竞技性、民族性、地域性等特征。如苗族的“八人秋”，在一定的时空里，它要求表演者做到力、美的统一，要求节奏鲜明、配合默契、韵律和谐、使观众感受到心理的愉悦。有些体育项目是融民族性、竞技性于一体的，如摔跤，不同的民族摔跤内容是不一样的，如彝族的摔跤是参加者裸着身上阵，摔跤前后姑娘们在乐器伴奏下跳三弦舞助兴；侗族的摔跤是在芦笙高奏，三声炮响中开始的。上场后，摔跤手拱手施礼，将布带藏于腋下，开始相互扳扭，摔倒对方为胜，两局三胜制，夺魁者要摔二三十人不败便可树旗“挂榜”称雄。而苗族的摔跤是这样的：运动员在场上各自抓着对方的腰带，裁判员号令一响摔跤开始，连续摔倒对方两次算胜，如能摔倒所有对手，就可以获得“盖场”称号，必定深得人门的敬佩，成为姑娘家心中的英雄。这些民族体育项目既有群众性、竞技性、娱乐性、健身性等特征，又具有开发价值，它们与旅游的结合，就形成了一种新的产业——体育旅游业。

二、武陵山区民族体育旅游资源开发的现状

1. 武陵山区民族体育旅游资源开发的现状

当今体育与旅游的结合是一种趋势，体育旅游业已经成为一种新兴的产业。民族体育不仅是各民族创造出来的文化，它也是一种资源。从现代经济学的角度来看，民族体育作为一种文化，如果仅仅作为学术研究的对象，则势必难以充分发挥其价值。而若将其作为一种资源，参与到社会经济文化的运动之中，惟其如此才能真正成为社会大众所喜闻乐见的艺术形式，在资源的配置中实现自身的价值。

在旅游业蓬勃发展的今天，武陵山区民族体育也走上了与旅游结合的路子，并在一些风景区、民族广场、民俗文化村、民俗风情园中展示了这些参与性、娱乐性且民族性较强的项目。如张家界市的土家风情园、苦竹寨、武陵源中的一些酒店等；湘西州的德夯民俗文化村、凤凰古镇、芙蓉镇等；怀化市的中国侗文化城、皇都侗文化村、独岩风景区等；重庆市黔江开发区开发了秀山花灯、傩戏“薅草锣鼓”等文化活动；贵州铜仁地区开发了傩堂戏；恩施州举行的“牛王节”等，见附表4。

附表4 武陵山区民族体育旅游资源项目开发简况

地、市名称	景区 (点)数	主要居住民族	已开发的主要项目	开设形式
张家界市	7	土家族、苗族、白族、回族等	土家茅古斯舞、打溜子、摆手舞、鬼谷神功等,白族仗鼓舞、八宝铜铃舞、抢贡鸡等	以表演和观赏为主,少数项目邀请旅游者代表参加,个别项目全体旅游者参与
湘西州	8	土家族、苗族、侗族、白族、瑶族等	摆手舞、咚咚喹、苗鼓舞、接龙舞、椎牛舞、铜铃舞等	同上
怀化市	17	侗族、苗族、土家族、瑶族等	摆手舞、抢花炮、摔跤、跳鼓舞、苗鼓舞等	同上
黔江 开发区	11	土家族、苗族、回族、满族等	秀山花灯、摆手舞、咚咚喹、耍锣鼓、傩戏、薷草锣鼓等	同上
铜仁地区	4	土家族、苗族、侗族等	傩堂戏、花灯、茶灯、龙灯、打金钱杆、踩高跷等	同上
恩施州	5	土家族、苗族、侗族等	傩戏、摆手舞、花灯、茶灯等	同上

2. 武陵山区民族体育旅游资源开发中存在的问题

笔者在走访调查中发现一些开展了表演性、参与性、观赏性等民族体育活动时存在的一些问题。

(1) 旅游开发项目近距离低水平重复和雷同。近距离、低水平的重复和雷同,是旅游开发之大忌。出现这种状况是由于在编制旅游规划时(有些市、县没有编制旅游规划)囿于地域,只注意本地域内的民族体育资源开发,忽视了周边州、市、县也拥有可代替的资源,这样的开发就免不了出现低水平重复和雷同的局面。根本原因在于传统观念的束缚,没有区域旅游合作观。

(2) 民族民间艺术资源利用率较低、产品开发滞后。如湘西州相继举办了四月八、社巴节、摆手节、赶秋节等以民族艺术(其中含有大量民族体育活动)展

演为主要的节会活动，德夯风景区、凤凰古城、王村等旅游景点也开展定期和不定期的晚会，向游客推出一批湘西民族歌舞和民俗表演节目。但总的来看，民族民间艺术资源利用率较低，产品开发滞后。目前除了苗族鼓舞、摆手舞、铜铃舞、打溜子，土家族茅古斯舞、鬼谷神功等少量品种已经作为表演节目向游客展演外，其余的均佚失民间，还没有挖掘、开发出来。

(3) 社区居民参与积极性没有充分调动起来。民族体育作为一种民族文化，具有群众性、娱群性、地域性等特征。它着重依靠群众的参与来展现出来。如没有群众参与的民族体育肯定没有生命力，没有娱乐性的民族体育也不可能传承下来。然而武陵山区在开展民族体育项目表演活动时，因相关部门没有处理好各方面相关利益，尤其是民族体育资源赋存的社区利益，导致社区居民参与积极性大打折扣。

(4) 有些项目过于商品化、俗化。对于民族文化的保护以及旅游对风情民俗资源的消极影响进行过研究的有郑向敏等学者。他们指出，民俗旅游开发有庸俗化、伪民化、过于商品化的现象。武陵山区某些景区在对文化进行旅游开发时也出现这种现象，尤其突出在商品化方面。比如游客在参与一项民族体育表演项目时须交5—10元，这种做法败坏了游客参与的兴致。

三、武陵山区民族体育旅游资源开发对策与措施

1. 科学规划先行，树立区域协调发展观

旅游资源是进行旅游开发的基础，编制科学的旅游规划是正确开发的前提。武陵山区各州、市、县在编制旅游业发展规划时最好与周边市、县搞好合作，树立区域协调发展观。因为武陵山区天然就是一块整体，又居住着大部分相同的民族，理应加强区域合作，开发出独具特色的资源，形成资源互补、优势重叠的局面，避免低水平重复建设的路子。

2. 加大民族民间艺术的开发力度，树立市场观

在摸清“家底”的同时，还应该进行筛选，因为并不是所有资源都能走向社会的，必须要进行市场调查，摸清市场脉络，引导市场消费。在建立民族艺术资料库的同时还须加大民族民间艺术（含民族体育）开发力度，尽可能进行旅游资源市场化，以此形成较完善的产品体系，寻求最佳效益。

3. 开发参与性强的产品，树立主题鲜明观

当前旅游业的发展主题之一是向参与型、渡假休闲型转变。因而武陵山区要紧跟形势，在开发旅游产品时应把参与型主题纳入其中。而民族体育具有的娱乐

性、竞技性、健身性等特征是能够满足这个主题的。只要动作不复杂、易学，再加上表演者的规范示范，游客是非常乐于参与的。

4. 市场经济观念落到实处，树立制度创新观

据有些学者研究，导致西部民族地区经济发展落后的主要原因是西部民族地区缺乏像东部地区那样有利于发展的、符合市场发展规律和当地实际的经济制度。在计划经济时代，国家为了使落后的西部民族地区发展经济，利用行政手段，直接对资源进行指定性的配置。但是由于投资与援助没有与当地经济有机结合，结果形成一种“输血式”经济结构。最终西部民族地区返贫现象较为常见。据此分析，武陵山区要改变政企不分、条块分割的局面必须进行制度创新，必须把经济制度落到实处，在市场经济观念指导下，采取一系列的政策：如将经济激励制度意识导入武陵山区经济发展工作中，抛弃不讲效率，不求内在素质变化，收效不持久的经济发展方式。把市场激励制度导入市场发展资金的筹集与使用上，利用市场这“第三只手”对资源进行优化配置，达到最佳经济效率，促进竞争。

5. 调动农民积极性，树立“社区居民参与观”

参与式发展理论是发展人类学的核心理论，参与的意义在于尊重旅游目的地的主人地位，获得目的地居民的支持。

武陵山区民族体育资源赋存在各民族之中，民族体育要靠各民族人民的表演展示出来，因而不无论是在编制旅游规划时还是在旅游开发过程中都必须要让社区居民参加。社区居民参与旅游发展主要体现在三个方面，即参与旅游发展决策；参与旅游发展带来的利益分配；参与有关旅游知识的教育培训。在这三方面中，最重要的是第二方面即利益的分配。要知道我国中西部的旅游发展仍处于第一、二阶段，即富民不富政和富民又富政的阶段。因而在此阶段要时刻关注社区居民的利益，调动起社区居民的积极性。

6. 规范市场，树立可持续发展观

针对民族文化在旅游开发中出现的太过商品化现象，应该规范旅游市场，整顿旅游市场秩序，坚决制止那些短视的行为。对于民族文化在旅游开发中出项的破坏性开发，应予以纠正，采取可持续发展战略。具体来说，武陵山区在进行民族体育旅游开发时可采取以下措施，如加强民族体育旅游开发的管理规划，提高民族体育文化的保护和发展意识。在开发过程中应有计划、有步骤、分阶段的进行开发，尽可能利用文化的形式，保留文化的内在价值，促使民族体育文化与现代文化的有机结合；成立一个专职管理的部门，由它与相关的科研机构和民间文

化团体，对尚未破坏的和已遭到破坏但并不严重的民族体育文化及时的进行保护性、抢救性的挖掘、收集、整理工作，使开发工作逐步走上科学化、规范化、制度化的道路；在民族体育旅游存在环境污染的地区加强环保和可持续发展的宣传、教育和培训，提高民族体育旅游地居民和旅游者的环保意识和可持续发展的意识；树立民族体育旅游产业的可持续发展意识。民族体育旅游业是一门新兴的产业，因而在开发这个产业时应该处理好民族体育旅游与旅游业的关系，处理好民族体育业与第一、二、三产业的发展关系，坚持“大旅游观”，使民族体育旅游业与其它产业互助惠互组利，共同发展。

武陵源风景区体育休闲 旅游产业开发优势与对策^①

随着我国经济的发展、国民收入水平的提高、人们的思想观念和生活方式都较以往有了较大的变化。人们已不再仅仅满足于温饱，追求健康，参与健身，休闲旅游已成为现代人生活的新时尚。体育运动作为现代生活方式的重要组成部分，自然成为人们休闲文化活动的一项重要选择。

体育休闲旅游是一种综合性的身体活动方式，它不是一般意义上的游山玩水、观光游览，而是追求人与自然的融合和对自然的挑战，以达到回归自然，增长知识和修身健体的作用。健身、休闲娱乐与旅游正好满足了现代人的这一需求。

武陵源风景区是驰名中外的风景旅游胜地，它既有令人陶醉的自然美景，又有赏心悦目的人文景观和丰富多彩的民族传统体育，是人们休闲旅游的好去处，吸引着众多的中外游客。据了解张家界市政府正在对进一步科学合理的开发武陵源风景区进行积极的探索，有鉴于此，本文就武陵源风景区体育休闲旅游产业的开发问题展开研究，以便为有关部门决策提供参考。

一、武陵源风景区体育休闲旅游产业开发优势

1. 自然旅游资源优势

武陵源风景名胜区包括我国第一个森林公园——张家界国家森林公园和天子

^① 该文发表于《辽宁体育科技》2005年第2期，并被评为该杂志2005年度优秀论文。

山、索溪峪两个自然保护区，以及随后开发的杨家寨景区，他们相互连接成一个整体。景区内独特的石英砂岩峰林、茂密的森林、幽深的谷壑、多姿的溪涧、变幻的烟云、奇妙的溶洞和淳朴的田园风光，构成一幅雄、奇、秀、幽、险、野的立体长卷画，蔚为壮观。这里还有较为完整的、原始状态的生态环境，保留了丰富的物种资源，初誉为自然博物馆和天然植物园、动物园。1992年被联合国教科文组织列入“世界自然遗产保护名录”。

这些独特的自然环境条件是人们开展越野赛跑、溜马、垂钓、游泳、登山和蹦极跳等户外运动和休闲的理想场所。

2. 文人旅游资源优势

武陵源风景区不仅具有美丽的自然风光，还有大量的文物胜迹和民族风情。在景区外围就有占地千亩的汉代古墓群，古人堤遗址，普光禅和玉皇洞石窟等历史文物；天子山景区有“贺龙公园”及重达10吨的贺龙铜像，是人们缅怀革命先烈、进行爱国主义教育的游览胜地。

此外，武陵源景区及其周围地区还聚居着土家族、白族、苗族、回族等10多个少数民族同胞，浓郁的民族风情和丰富的民族文化也是旅游观光的重要资源，尤其是土家气功，土家武术、斗画眉、摆手舞、茅古斯舞，打溜子等民族传统体育和民间舞蹈、音乐的表演，能引起观光者的极大兴趣。

3. 气候条件优势

武陵源风景区地理位置独特，四周被张家界、袁家界、琵琶界、杨家界、芦芽界五条山脉包围，以致寒流难入，常年气候温和、冬暖夏凉、无酷暑、无严寒，属典型的亚热带山原型季风湿润气候。因此，武陵源风景区具有开发体育休闲旅游项目的良好气候条件。

4. 旅游产品开发优势

近年来，武陵源风景区先后推出了“中国山水旅游”、“中国友好观光”、“国际森林保护节”、“国际‘森宝杯’登山赛”、“王雷山庙会”、“土家风情园”、“航空特技表演”等一批富有特色的旅游产品。这些旅游产品的推出有效的扩大了武陵源风景区的影响，也为体育休闲旅游的开发提供了良好的平台和依托。

5. 旅游基础设施优势

武陵源景区地处张家界市境内，张家界在1989年建市以来，旅游基础设施建设日新月异，交通、能源、通讯、服务设施等方面的一批重大项目相继建成。拥有通往中外30多个大中城市的飞机场、火车站。市内和景区的通讯条件达到国内先进水平。全市共开辟核心景区8个、开发主要景点139个，开发周边景区

景点 11 个，建成宾馆、招待所 630 余家，总床位达 2.6 万张，发展涉外宾馆 18 家，组建各类旅行社 16 家，并在北京、深圳、上海、海南等地设立了旅游销售窗口，旅游设施呈现超常发展态势，为体育休闲旅游开发提供了良好基础设施条件。

二、武陵源风景区体育休闲旅游产业发展对策与建议

1. 武陵源风景区是一个极有发展前景的旅游市场，积极开发体育休闲旅游业，符合武陵源风景区的发展实际与需要，也符合现代人追求生活品质的需求和张家界市的产业发展政策。

2. 在景区开发体育休闲旅游项目的同时，注意加强对景区自然、人文旅游资源和周围生态环境的保护，并与周围环境相协调，实行“绿色开发”，走可持续发展之路。

3. 突出武陵源风景区的旅游资源和多民族特色。独特的自然旅游资源和多民族特色以及丰富的民族体育资源是武陵源景区开发体育休闲旅游的突出优势，利用好这一优势就可把观光旅游和休闲旅游有机结合起来，而这正是人们旅游消费的发展趋势。

4. 在开发初期拟选择投资小，见效快、效益好，能满足人民群众需要的体育健身休闲娱乐、表演等项目进行集中投入（见附 5），以降低投资风险。

5. 对投资大，风险高的运动项目，建议开放引资，吸引那些资金雄厚，管理先进的企业进行投资，与他们联合经营以降低投资成本与风险。

6. 加快体育休闲旅游项目开发与经营人才的培养和引进。在当今知识经济时代，高素质人才是第一关键要素，是体育休闲旅游产业发展的前提和支柱。因此，建议武陵源风景区管理委员会委托全国体育院校培养一批既懂体育，又懂开发、经营与管理的体育旅游专业人才，或向国内外公开招聘此类优秀人才。

7. 精心设计体育休闲旅游产品形象，加强宣传和促销。体育休闲旅游形象策划是体育休闲旅游产品开发的重要环节。任何体育休闲旅游市场形成的初期。吸引游人参与的人数总是有限的，然而，通过精心设计产品形象，加强宣传和促销，使富有创意的新产品得以生存与发展。如 1984 年山东旅游城市潍坊推出的“风筝节”集体育休闲、健身、旅游于一体，深受海内外游客的欢迎。“蓝天一风筝”旅游形象，促进了山东潍坊旅游业的发展。武陵源风景管理区可很好的借鉴这一经验，在体育休闲旅游产品开发时，必须通过专业人员对产品的整体形象进行精心设计，并通过多种渠道和形式进行广泛的宣传。如把体育休闲与影视文化相结合，通过武陵源风光影片、电

视摄像作品等充分展示武陵源景区绚丽多彩的自然风光、民族歌舞艺术和民间体育,以增加武陵源风景区体育休闲旅游的吸引力,扩大体育休闲旅游消费群体,从而促进武陵源景区体育休闲旅游经济的发展。

附表5 武陵源风景区可开发的部分体育休闲项目

序号	项目名称	项目开发价值	需具备的环境、场地条件	项目地点
1	软式网球和场地羽毛球	经济实惠的家庭式运动项目 培养游客运动休闲兴趣,增强体质	1. 场地平整与羽毛球场一样大的草坪 2. 四周绿树环绕、避风	贺龙公园 大草坪广场
2	蹦极跳和攀岩	培养游客胆量,帮助树立信心,挑战极限的素质教育运动	1. 陡峭的悬崖; 2. 良好的保护设施; 3. 游客较多	天门洞、天下第一桥、南天一柱
3	溜马	轻松浪漫而又高雅的运动休闲方式	林间小路	金鞭溪
4	土家武术和太极拳	可让游客舒筋活络,增强体质	1. 开阔平坦的草坪; 2. 四周古朴、幽雅的树木和建筑	贺龙公园、天子阁、水绕四部
5	土家摆手舞、古茅斯舞、白族杖鼓舞	运动朴素大方、易学,通过演员游人共舞,愉悦身心,陶冶情操	1. 平坦的草坪; 2. 幽静的环境; 3. 游客较多	土家风情园、贺龙公园、水绕四门
6	钓鱼	休身养性的一种健身方式	1. 山间如镜的天然水面; 2. 环境幽雅	索溪湖、宝峰湖、金鞭溪
7	游泳	消暑、纳凉、强身健体的最佳水上运动方式	1. 水质清澈、环境宜人, 2. 游客较多; 3. 交通方便	宝峰湖、军凤渡假村
8	热气球运动	满足旅客鸟瞰整个风景区,在球体上做商业广告	1. 广阔平坦的场地; 2. 交通方便	大草坪广场、大庸板公园

参考文献

1. 张国. 中国发展问题报告 [M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2001.
2. 魏小安. 产业发展新论 [M]. 北京: 中国旅游出版社, 2002.
3. 魏小安, 韩健民. 旅游强国之路 [M]. 北京: 中国旅游出版社, 2003.
4. 蔡家成. 西部旅游开发理论与实务 [M]. 北京: 中国旅游出版社, 2004.
5. 吴晓萍. 民族旅游的社会学研究 [M]. 贵阳: 贵州民族出版社, 2003.
6. 谢鸿光. 中国小康之路 [M]. 北京: 中国统计出版社, 2002.
7. 中国统计年鉴. 北京: 中国统计出版社, 1997、1998、2001、2002、2003、2004、2005、年版.
8. 中国经济年鉴. 北京: 中国经济年鉴出版社, 1999 版.
9. 陶汉军. 旅游学概论 [M]. 北京: 中国旅游出版社, 2001.
10. 陈福义. 中国旅游资源学 [M]. 北京: 中国旅游出版社, 2003.
11. 王德刚. 旅游资源开发与利用 [M]. 济南: 山东大学出版社, 2000.
12. 赵西萍. 旅游市场营销学 [M]. 北京: 高等教育出版社, 1998.
13. 林南枝. 旅游市场营销学 [M]. 天津: 南开大学出版社, 2000.
14. 刘勇. 体育市场营销学 [M]. 北京: 高等教育出版社, 2001.
15. 张利君, 李澜. 西部大开发与特色经济发展 [M]. 大连: 东北财经大学出版社, 2002.
16. 唐学锋, 苟世祥. 中国西部旅游发展研究 [M]. 重庆: 重庆出版社, 2000.
17. 刘锋. 中国西部旅游发展战略研究 [M]. 北京: 中国旅游出版社, 2001.
18. 葛全胜, 徐继填, 魏小安. 西部大开发旅游发展战略 [M]. 北京: 中国旅游出版社, 2002.
19. 张河清. 区域民族旅游开发导论 [M]. 北京: 中国旅游出版社, 2005.
20. 柳伯力, 陶宇平. 体育旅游导论 [M]. 北京: 人民体育出版, 2003.
21. 李香华, 钟兴永. 体育旅游与健身 [M]. 北京: 北京体育大学出版, 2003.
22. 刘坚, 王德义. 云南民族体育旅游资源与产业化研究 [M]. 昆明: 云南科技出版社, 2000.
23. 饶远, 张云钢, 许仲槐. 中国西部体育资源的开发思路 [M]. 昆明: 云南大学

出版社, 2002.

24. 李雄刚. 西部旅游产业开发 [M]. 广州: 广州经济出版社, 2003.
25. 王湘. 旅游环境学 [M]. 北京: 中国环境科学出版社, 2001.
26. 孙钢. 新世纪中国区域旅游发展大思路 [M]. 北京: 中国旅游出版社, 2001.
27. 唐留雄. 现代旅游产业经济学 [M]. 广东旅游出版社. 2001
28. 刘茂松. 论我国小康家庭消费模式 [J]. 消费经济, 2001, (3): 28—31
29. 黄保勤. 西部民族地区经济社会现状与发展研究 [J]. 民族研究. 1999, (5): 55—65
30. 朱克梅. 开发体育旅游项目问题初探 [J]. 体育与科学, 2000, 21 (2): 25
31. 王桂忠. 韶关体育旅游的现状与发展对策 [J]. 韶关学院学报, 2002, (1)
32. 唐国梁. 云南省体育旅游产业初探 [J]. 曲靖师专学报, 2000, 19 (6): 51—53
33. 黄燕飞. 我国体育旅游发展前景初探 [J]. 体育文史, 2001, (2): 18
34. 黄贵. 初论我国体育旅游的发展战略 [J]. 湖北体育科技, 2001, (3)
35. 孙东海. 河北省发展体育旅游的前景分析 [J]. 河北师范大学学报 (自然科学版), 2002, (3)
36. 谭白英, 邹蓉. 体育旅游在中国的发展 [J]. 体育学刊, 2002, 9 (3): 22
37. 杨红伟. 四川省体育旅游市场的优势分析及开发策略 [J]. 成都体育学院学报, 2002, 28 (3): 35—37
38. 张同宽. 舟山市体育旅游市场的优势分析及开发策略 [J]. 浙江体育科学, 2003, 25 (6): 20—21
39. 张鲲, 张西平, 朱恺. 关于我国开展民族体育旅游市场分析 [J]. 北京体育大学学报, 2003, 26 (5): 607—609.
40. 史斌, 严春辉, 王保金. 对开发西部体育旅游资源的初步研究 [J]. 广州体育学院学报, 2003, 23 (6): 24—26
41. 李再勇. 西部民族地区发展旅游业的经济思考 [J]. 当代贵州 2003 (5): 16—17
42. 周道平. 西部民族地区体育休闲旅游产业开发研究 [J]. 北京体育大学学报, 2005, 28 (9): 1156—1158
43. 周道平, 李培雄, 罗莎莉. 湘鄂渝黔边区体育休闲旅游产业开发的社会经济价值与实施对策 [J]. 武汉体育学院学报, 2005, 39 (9): 10—13

44. 周道平. 体育旅游开发的联动效应及市场开发对策 [J]. 体育文化导刊, 2005, (5): 43—45
45. 饶远, 张云钢. 我国西部体育资源开发的理性思考 [J]. 中国体育科技, 2004, 40 (5): 45—47
46. 赵敏敏. 对我国西部体育资源开发的思考 [J]. 学术探索, 2003, (9): 91—93
47. 刘军. 发展西部旅游业的对策探索 [J]. 经济论坛, 2004, (20): 25—26
48. 郑利. 中国西部地区旅游开发对策研究 [J]. 资源开发与市场, 2004, 20 (6): 476—478
49. 肖星, 侯佩旭. 论西部旅游开发与民族地区的社会经济发展 [J]. 中南民族大学学报 (人文社会科学版), 2005, 25 (1): 69—72
50. 刘笑舫, 武胜奇. 体育旅游在我国产业中的地位与作用 [J]. 体育学刊, 2003, 10 (4): 18—22
51. 韩鲁安, 崔继安, 和平, 等. 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
52. 柳伯力. 西部体育旅游业中的问题与发展对策 [J]. 首都体育学院学报, 2005, 17 (1): 19—21
53. 李伟, 陈丽新. 西部民族地区发展旅游业的社会制约作用 [J]. 开发研究, 2003, (2) 53—54
54. 严永军. 我国西部地区体育旅游产业发展的潜力分析 [J]. 南京体育学院学报, 2004, 18 (5): 33—35
55. 陈永军, 李敬辉, 朱先敢. 体育旅游开发之初步探讨 [J]. 西安体育学院学报, 2001, 15 (3): 17—18
56. 曹诗图, 王衍用. 中国西部旅游开发条件与对策 [J]. 地理学与国土研究, 1996, 12 (1): 44—47
57. 吕宛青. 论我国西部旅游产业的市场化发展 [J]. 思想战线, 2004, 30 (5): 127—132
58. 孙丽霞. 西部民族地区旅游业可持续发展浅论 [J]. 青海学刊, 2002, (1): 25—26
59. 王天军. 少数民族体育旅游的特征及其开发原则 [J]. 新疆大学学报 (自然科学版), 2000, 17 (2): 93—96
60. 张杰, 曹洋. 论我国西部体育旅游资源的开发 [J]. 安徽体育科技, 2002,

23 (2): 36—39

61. 王保金, 武军. 对西部地区体育旅游业发展的思考 [J]. 体育文化导刊, 2003, (3): 41—42
62. 常毅臣, 温波. 西部民族地区体育旅游市场的培育 [J]. 甘肃社会科学, 2000, (6): 74—75
63. 孟峰年. 西北地区体育旅游资源开发的前瞻性分析 [J]. 体育科学, 2004, 24 (10): 26—30
64. 臧留鸿, 罗鹿河, 武术. 新疆体育旅游的发展现状及开发策略 [J]. 《新疆师范大学学报》(自然科学版), 2004, 23 (3): 86—89
65. 张金桥, 柳伯力. 陕西省体育旅游业开发及相关策略研究 [J]. 北京体育大学学报, 2005, 28 (2): 181—183
66. 林云绯. 开发宁夏地区体育旅游资源的思考 [J]. 西北民族学院学报 (自然科学版), 2003, 24 (47): 88—90
67. 钱荣, 顾玲. 国家决定建设“环青海湖民族体育圈” [N]. 中国体育报. 2004—1—29
68. 李强, 宋绮凡. 青海省体育旅游资源现状及开发对策 [J]. 西安体育学院学报, 2005, 22 (2): 41—44
69. 王子新, 明庆忠. 云南民族体育旅游产业化浅议 [J]. 北京第二外国语学院学报, 2001, (5): 44—18
70. 郑国华, 杨永亮, 陆元兆, 等. 广西少数民族体育旅游的现状与发展对策研究 [J]. 四川体育科学, 2003, (2): 7—9
71. 柳伯力, 张金桥, 陈正. 四川省体育旅游业发展与问题分析 [J]. 成都体育学院学报, 2002, 28 (6): 8—11
72. 陈永辉. 贵州体育旅游资源开发的研究 [J]. 贵州师范大学学报 (自然科学版), 2003, 21 (2): 33—35
73. 王明霞. 浙江旅游促销策略研究 [J]. 浙江林业科技, 2004, (2): 17—18.
74. 王维克. 论旅游市场促销策略 [J]. 新疆教育学院学报, 2004, 20 (3): 77—79.
75. 韩忠培. 民族体育旅游促销策略的研究 [J]. 西安体育学院学报, 2005 (5): 35—38.
76. 臧鸣放, 谷小丽. 我国西北地区民族体育旅游资源市场营销策略研究 [J]. 中国体育科技, 2004 (5): 58—60.

77. 韩忠培. 中国民族体育旅游资源和民族体育旅游市场开发研究 [J]. 体育与科学, 2005 (3): 39—41.
78. 郑家福. 少数民族传统体育在西部旅游开发中的作用 [J]. 衡阳师范学院学报 (自然科学版), 2001 (3): 90—98.
79. 张小林, 周道平, 刘少英, 等. 体育休闲旅游产业开发与西部区域经济社会发展 [J]. 首都体育学院学报, 2004, 16 (1): 21—23.
80. 蒋溢, 陈永慧. 西南地区体育旅游的现状 & 发展对称 [J]. 天府新论, 2004 (12): 106—107.
81. 彭劲松. 我国西部地区体育旅游产业发展的制约因素 [J]. 体育学刊, 2005 (3): 32—33.
82. 祝莉. 西部体育产业开发的前景及对策 [J]. 财政科学, 2002 (4): 88—91.
83. 张小林, 周道平, 刘少英. 我国西部地区体育旅游产业的经济理论体系探析 [J]. 上海体育学院学报, 2004, 29 (3): 19—22.
84. 徐继填. 西部旅游资源的赋存环境及分类 [J]. 地理学及国土研究, 2002, 18 (4): 59—63.
85. 饶远, 张云钢. 体育旅游业发展对策研究——以云南体育旅游资源的开发研究为例 [J]. 思想战线, 2003 (1): 33—36.
86. 柳伯力. 西部体育旅游业中的问题 & 发展对策 [J]. 首都体育学院学报, 2005 (1): 19—21.
87. 顾涛, 陆元兆, 等. 广西少数民族传统体育旅游资源评价 [J]. 体育学刊, 2002 (3): 49—51.
88. 陆元兆, 戴昌松. 广西少数民族地区体育旅游资源开发的思考 [J]. 体育科技, 2000 (3): 1—4.
89. 韩红英. 青海民族体育旅游产业化研究 [J]. 青海大学学报 (自然科学版), 2003 (6): 79—81.
90. 臧鸣放, 谷小丽. 甘肃省体育旅游资源现状 & 市场营销发展战略 [J]. 西北师范大学学报 (自然科学版), 2005 (3): 99—101.
91. 吴铀生, 程玲俐. 西部民族地区旅游开发战略选择 [J]. 西南民族大学学报 (人文社科), 2005, 26 (4): 119
92. 郑建荣, 冯林华. 体育旅游 & 可持续发展 [J]. 湖州师范学院学报, 2002, 24 (1): 171—172

93. 王桂忠. 体育旅游资源分类及资源可更新性探讨 [J]. 体育科学, 2003, 23 (4): 12—14
94. 朱玲, 惠蜀, 张国力等. 发展壮大四川省体育旅游产业的研究 [J]. 体育科学, 2006, 26 (2): 19—21