

论上海世博会对浙江省体育旅游业发展的影响

王永华

【摘要】上海世博会举办为浙江省体育旅游业发展提供了机遇,采用文献资料、数理统计、SWTO 等研究方法,论述浙江省体育旅游业对上海世博会旅游商机的优势和劣势,并提出应对策略。

【关键词】上海世博会;浙江;体育旅游

【中图分类号】G895

【文献标识码】A

【文章编号】1005-0256(2010)09-0093-2

体育旅游是体育与旅游交叉融合产生产业,兼备旅游业和体育特点的新型产业,它将一系列物质形态工具有机地组合起来,并以商品化服务方式,为体育旅游消费者提供便利条件的综合性服务产业^[1];上海世博会是目前世界规模最大的展览会,以其产业关联度高、经济影响力大等优势迅速在全球发展起来,特别是 90 年代以来,国际会展业发展迅猛。2010 年上海世博会参展国家及地区多达 170 多个,是历史上参展国家和地区最多的一届世博会,参展商和参展机构更是众多,吸引着世界众人的眼球。上海世博会的举办,将直接带动上海及周边旅游业的发展,对我国体育旅游业的影响也是全面的,尤其对长三角地区体育旅游的影响更加深远;随着我国经济的发展,人均“恩格尔系数”逐年下降,居民生活由过去的物质单一需求转向更丰富的精神层面,体育旅游逐渐成为群众出行选择。据初步核算,2008 年,浙江省人均 GDP 比全国(约 22698 元、3268 美元)高出 86%,仅低于上海、北京、天津等 3 个直辖市,居全国第 4 位、各省区第 1 位,接待境内、外游客人数分别位于全国第 4 位和第 2 位。然而,在对体育旅游业产生积极作用的同时,也给浙江体育旅游业带来前所未有的压力;旅游地的接待能力和环境问题,以及旅游企业的管理水平,专业人员的素质,服务人员的服务意识和水平等方面都面临挑战。本文运用 SWOT 方法分析上海世博会对浙江省体育旅游发展影响,阐述了浙江省体育旅游业面临的机遇、挑战、优势、劣势。

1 体育旅游发展的优势分析

1.1 交通便捷

交通状况是影响旅游业发展的首要因素,上海至浙江的交通路线快捷方便,有航空、高速公路、高速铁路、水路运输,形成陆、海、空三位一体的交通运输网络。其中陆路运输最为便捷,每小时都有往返浙—沪列车和高速大巴,4 个多小时可以到达浙江省的任何一个地级市。总投资 1800 多亿元的铁路建设逐步完成,其中包括甬台温铁路、钱江铁路新桥、宁杭客运专线、杭甬客运专线、沪杭客运专线、杭长客运专线、九景衢铁路、杭黄铁路、金温铁路扩能改造和杭州、宁波铁路枢纽等“九线一桥二枢纽”,打造全省铁路 2 小时交通圈和长三角 1 小时城际快速通道,^[2]由此浙江在长三角的辐射能力将进一步增强,直接促进体育旅游业的快速发展。2010 年上海世博会巨大的游客数量,浙江省便捷的交通,毫无疑问对游客的吸引力具有明显的区域比较优势。以浙江省为代表的江南水乡将成为上海世博会参观者的重要体育休闲旅游目的地,世博会将带动浙江省体育旅游业的跨越式发展。

1.2 体育旅游目的地资源丰富

丰富的自然资源增强了浙江省体育旅游在长三角地区的竞争力。5A 级国家重点风景名胜区有西湖、雁荡山、普陀山。4A 级旅游区有南溪江、横店影视城等 72 个和 49 个 3A 旅游区。此外,体育场馆资源丰富,各地级市都有标准化的大型体育场馆,基本

作者简介:王永华(1975-),男,宁夏平罗人,硕士,讲师,研究方向:体育人文社会学。

作者单位:浙江东方职业技术学院,浙江温州 325011

建成以杭州为中心的能承办全运会的场馆群,具备承办全运会等综合性赛事条件。杭、甬、温、台、嘉等五市具备承办省运会的场馆能力;形成以游泳、水上运动、田径、足球、篮球、排球和网球等一批能够承办国际赛事和职业联赛的单项特色体育场馆,共同构成浙江省体育旅游经济区;^[3]可以满足体育总局公布的6类(6类分别代表陆地、水域、空中休闲与竞技运动景区(点)的各种单独和组合类型,单独空中景区除外)911种体育旅游资源的70%体育旅游需求。具备观赏型、参与型和文化体育旅游产品的开发条件,体育旅游资源丰富,体育产品能充分满足世博会游客的旅游需求。

1.3 体育旅游配套产业完善

近五年旅游业发展状况(表)

表 2003—2007年浙江省旅游情况^[4]

年份	旅游人次	旅游收入	占 GDP比重
2004	10600万	1012.5亿	9.62%
2005	12758万	1239.7亿	10.3%
2006	16149万	1519.6亿	10.7%
2007	19100万	1820亿	10.9%
2008	22429万	2195.3亿	10.92%

上海世博会游客在短时间内增长迅速,必将考验旅游区域配套设施的完备情况,这将影响着游客的接待能力。浙江省每年接待游客以20%以上的速度增长,旅游收入同比增长。占浙江省GDP由2003年的7.92%增长到2007年的10.9%。旅游业的发展为体育旅游开拓了市场配套资源,旅游业每增加1个就业人员,间接带动相关行业5个就业岗位,为餐饮业、酒店业、运输业、商业等配套产业创造就业人员425万人,大力推动了旅游配套产业的发展,体育旅游可以共享旅游业发展带来的健全配套设施,拓宽体育旅游资源,提升体育旅游发展竞争力。

1.4 具备区域营销优势

上海世博会将接待国际参观者约2018万人次,不少国外游客到周边城市旅游。浙江侨乡众多,海外交流十分频繁,仅青田县华侨已经达到21万余人,并且每年仍以5000多人的速度不断递增。浙江华侨与侨乡频繁交流,华侨回乡投资机会日益增多,每年回乡探亲、考察的浙江侨乡约4万人次,间接带动浙江旅游业的发展,为浙江省接待国际游客的积累了经验和资源优势。面对世博会旅客资源,体育旅游展开的营销手段更加丰富,以侨乡为特色,加大宣传力度,增强自身优势,在世博会旅客争夺中占得先机。

2 体育旅游业的劣势分析

2.1 体育旅游产品结构单一

随着人们物质生活的丰富,精神需求逐渐转向多样性,世博会期间世界各地游客对体育旅游需求方面也表现出这样的特点。浙江省体育旅游的开发与浙江省旅游资源特点的相关性不足,体育旅游资源缺乏有效开发。目前体育旅游产品主要有攀岩、漂流、

探险、体育赛事游,与长三角其它省市体育旅游产品同质化问题突出,市场竞争较为激烈。体育赛事游方面(据不完全统计),2003年—2007年11月,全省共举办国际性赛事24个,全国性赛事138个,有世界青年举重锦标赛、世界女子金属地掷球锦标赛、国际传统武术比赛、国际马拉松赛、世界女排大奖赛总决赛、FIFA2007年中国女足世界杯。^[5]等旅游产品,体育旅游产品及营销形式与周边城市差异化少,难以形成自己的竞争优势。2010年世博会日益临近,缺乏差异化体育旅游产品,卖点单一,难以丰富体育产品增强市场营销能力。

2.2 体育旅游开发缺乏系统性

浙江省体育旅游产业起步较晚,旅游资源缺乏长远规划,体育旅游资源分布比较分散,各个旅游景点和产品开发之间缺乏同一的规划和协调,导致体育旅游开发同质化现象严重,造成体育旅游资源的浪费,有碍于体育旅游的健康发展。目前体育旅游开发主要体现在体育旅游产品单一、体育旅游市场开拓不足、体育旅游景点设施有待完善。体育旅游资源开发缺乏整体性和系统性,难以形成体育旅游产品优势和市场优势。核心资源的缺乏,使得浙江体育旅游在面对世博会机遇时,难以赢得较大收获。

2.3 体育旅游专业人才缺乏

依据《浙江省国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》和《浙江省旅游发展规划思路暨五年行动纲要(2003—2007年)》中的战略目标来确定以下参数。浙江省人均国民生产总值达到年均增长9%,即 $y=9%$,入境旅游人数年均增长24%,国内旅游人数年增长19%,即 $i=24%$, $l=19%$,人口自然增长率为0.5%。同时,固定资产投资规模年均增长11%,设生产函数为(1),进一步推算 a 的值:

$$V = \frac{y + a + i + l}{4} \quad (1)$$

其中: v 表示旅游人力资源增长速度, y 表示人均国民生产总值增长速度, i 表示入境旅游人数增长速度, l 表示国内旅游人数增长速度, a 表示技术进步速度。

$$y = F(, t, L, k) \quad (2)$$

其中 y 、 k 、 L 分别表示总产出、资金和劳动力, t 表示时间。

可知“十一五”期间,经济发展目标要求浙江旅游从业人员增长的预期速度为14.36%。按此速度,2009年预测“十一五”期间浙江旅游从业人员需求,2009年净需求量为13.76万人,2010年净需求量为14.36万人。但是浙江省旅游院、校、系在校生52635人,缺口较大,无法满足2010年世博会期间旅游人口的急速增长而引发的旅游人才需求。

3 体育旅游产业的机遇分析

3.1 国家和地方旅游产业政策支持

全球气候变暖,导致世界各国对环境保护意识日益增强,体育旅游业是绿色环保产业,能有效减少碳排放,其经济效益、社会效益十分明显。国务院和地方政府先后出台了《旅行社管理条例》、《导游人员管理条例》等行政法规和《浙江省旅游管理条例》

鼓励和支持旅游业的健康发展。浙江省各级政府安排专项资金,用于旅游发展规划的编制、旅游市场的开拓、有重大影响旅游项目的扶持、旅游资源的保护;以制定旅游形象宣传计划,建立旅游宣传网点,加强对城市形象和旅游区(点)的宣传;建立旅游业态预警和快速反应机制,加强可能对旅游业产生重大影响的自然灾害和社会突发事件的监控。在公共交通枢纽、旅游区(点)、旅游车站(旅游集散中心)、旅游码头等地设置公益性的旅游咨询机制或导游设施,为世博会旅游者提供本地及区域相关旅游信息。为2010年上海世博会游客营造了良好的政策环境,有力促进体育旅游业软、硬件环境建设,降低旅游企业产品开发成本,提升体育旅游市场竞争能力。

3.2 体育旅游观念的普及

世界各国体育产业的迅速发展,体育人口数量不断提高,体育日益深入到人们的日常生活。在“眼球经济”理论下,只要有“关注点”就存在“卖点”。^[6]上海世博会将受到全世界关注,潜在游客有4.3018亿人,其本身就是社会神经的兴奋点。受聚焦心理的影响,人们会关注社会热点地方,加上北京奥运会的后影响效应,推动了旅游和体育的结合,增强了体育旅游的发展动力,提升人们生活质量,促进体育旅游与世博会理念——“城市让生活更美好”的有机结合。通过世博会体育旅游人口的增加来提升人们对体育旅游的认识,反过来体育旅游观念的普及直接促进体育旅游人口的增长。使体育旅游的发展进入一个良性循环的轨道。

3.3 旅游需求的日益差异化

当前旅游需求正在由大众观光游览式旅游向个性化、多样化、参与性强的方向发展。随着经济水平和文化水平的提高,人们的精神压力也在慢慢增加,亚健康人群也在逐年扩大,需要某种方式缓解压力,提高生活质量。体育旅游融合了健身和娱乐功能,正在成为人们减压、增强体质的一种手段,在旅游的过程中旅游者更注意旅游的内容和质量。体育旅游能够提供多种旅游产品,通过产品差异化来满足需求差异化,迎合人们“求新、求异、求险”的心理取向。

4 体育旅游威胁分析

4.1 体育旅游开发带来的负效应

体育旅游业发展的也存在“马太效应”,^[7]即马太福音中所言“处于优势旅游地区的优势越来越明显,弱势一方的弱势趋势进一步加强”的两极分化现象。一般来说,能够承办大型活动的都是国家或地区的经济、文化和政治中心。上海市旅游基础设施和旅游管理手段在长三角地区处于领先地位;相对而言,浙江省的优势要弱于上海市,在“马太效应”的作用下同时,上海的体育旅游优势将得到进一步巩固,而浙江省体育旅游的发展受到一定的制约,从而导致旅游经济发展差距加大,不利于浙江体育旅游经济的发展。

4.2 对环境的威胁

上海世博会有潜在游客约4.3亿,约1.5亿人口到江、浙等周边城市旅游,随着超量的旅客涌入,旅游交通运输量的增大和旅游接待设施(特别是空调与冷藏设备)的使用会使废气排放量增多,加重当地水质、空气质量的下降。汽车、火车和飞机运输量的增大以及夜总会等娱乐设施增多,都会增加举办地的噪声污染程度;人口在短期内骤然增多,消费需求升高,必然占用有限的资源,造成当地居民生活空间相对缩小。对旅游目的地的公共服务能力是一种巨大的挑战,诸如垃圾管理、能源补给、污水处理等,其中任何一个环节出现差错,对自然环境的破坏将是长期的;短时间内各旅游景点的人满为患,过多的游客量会使一些旅游资源点直接受到损害,如古建筑物或建筑群的地面磨损、土壤和植被的破坏。

5 体育旅游发展策略

5.1 做好市场调研工作

上海世博会所带来的巨大客源要求对各省旅行社的接待能力和服务水平都提出了很高的要求,无论对上海市还是周边省市都是前所未有的考验,而预测世博会前后的客源状况是每一个旅行社都应该重视的工作。针对世博会,旅行社的客源调研工作主要包括两个方面,一是世博会前后和世博会期间客源数量以及不同阶段的客源数量变化;二是世博会所带来的客源的市场结构分析,主要是境内游客和境外游客分析。首先旅行社要未雨绸缪,进行客源定量分析,预测世博会期间的客源高峰以及世博会后客源回落趋势的状况,有针对性的做好营销工作,掌握吸引游客的主动权。

5.2 推进体验式体育旅游业态发展

浙江省旅游业面对上海世博会的巨大商机,结合浙江省体育旅游资源,适时推进体验式旅游,以游客亲自参与、自身体验的各种体验式旅游方式,深入挖掘传统旅游产品内涵,增强游客参与度,体现产品特色。游客除了可以亲身参与工业、农事、渔业等生产实践型旅游产品,还可以参加户外的运动,如以溯溪、攀岩、滑翔、潜水、穿越、蹦极、骑车旅行、野营、探险等为专题的旅游,也有利于适应散客自驾游方式的兴起。乡村旅游将是促进体育旅游发展的重头戏,乡村旅游具有差异性和地域特色,城市居民大多喜欢自己驾车去乡村游玩一番,欣赏乡村特有的风景,尝尝农家菜,小孩子则可以与农村的小孩子一起抓小鱼小蟹,充分享受乡村的乐趣。体验式体育旅游产品不仅丰富了旅游内涵,而且提升了体育旅游质量,增强浙江省旅游企业吸引世博会游客的竞争力。

5.3 区域旅游资源整合

对长三角个省市旅游资源和浙江省旅游资源进行整合,包括政府层面的旅游环境整合,产业层面的旅游产业整合,产品层面的旅游产品整合,市场层面的旅游市场整合。通过整合突出各个旅游省市的资源特点,实现旅游资源优势互补,避免重复建设带来的激励竞争,丰富长三角地区体育旅游产品,合理分流上海世博会庞大的旅游群体。整合旅游环境是体育旅游资源整合的宏观保障,包括旅游政策、旅游基础设施和人力资源的整合;整合旅游企业是体育旅游资源整合的经营主体,从低端走向高端的整合、从空缺填补走向成熟领域竞争和从联盟借鉴到外向拓展;整合旅游产品则是体育旅游资源整合的资源载体,包括空间层次整合、主题线路整合和龙头旅游资源整合;整合旅游市场是实现体育旅游资源整合和形成市场机制,通过市场调研,进行旅游产品市场细分,并针对浙江省体育旅游市场区域发展特征进行市场营销,形成强有力的形象力、销售力和产品力,实现体育旅游产业由量变到质变的提升,以提高游客对浙江旅游服务的美誉度,促进浙江省体育旅游的长远发展。

5.4 体育旅游人才培养

人才是体育旅游业健康发展的第一生产力,体育旅游人才培养以浙江省旅游职业院校和 23 个职业技术学院的旅游专业为依托,完善体育旅游人才培养体系。依据体育旅游从业人员的技能要求,创立以市场需求为导向人才培养机制,建立体育旅游人才培养基地。实施旅游专业和体育教育结合的培养模式,拓展体育和旅游教育模式,使之符合体育旅游从业人员技能素质要求,加快体育旅游人才的培养,缓解旅游人才短缺现状。同时完善职前和职后培训制度,培育一批形式多样、各具特色的培训基地。宁波、金华、温州三个旅游集散中心成立服务区域旅游紧缺人才及一般中、初级旅游人才的教育和培训基地。培养符合各区域特色的旅游从业人员,发挥区域优势,培养出一批素质过硬的体育旅游从业人员。

参考文献:

[1] 闵健. 体育旅游及其界定[J]. 武汉体育学院学报, 2002, 36(6): 43.

[2] 浙江省体育强省建设与“十一五”体育发展规划纲要[EB/OL].

[ht-tp://www.zhejiang.gov.cn/gb/zjnew/node3/node22/node168/node370/](http://www.zhejiang.gov.cn/gb/zjnew/node3/node22/node168/node370/)

[3] 2007年浙江省旅游业概览[OL/EB]. <http://www.tourzj.gov.cn/zww>.

[4] (美)达文波特,等. TheAttentionEconomy[M]. HarvardBusinessSchoolPress:133.

[5] 西武. 马太效应[M]. 北京:机械工业出版社. 文化○视野 WENHUA○SHIYE