

长三角体育旅游一体化与大型体育赛事互动

张和平¹

(浙江金融职业学院 杭州 310018)

【摘要】: 体育旅游是旅游业的重要组成部分,它以体育资源和一定的体育设施为条件,以旅游商品的形式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。在提供服务过程中,体育旅游者会与体育旅游目的地产生相互作用。这种作用不仅对体育旅游者产生影响,而且也必然会对体育旅游目的地的经济、社会和文化产生影响。长三角体育旅游一体化与大型体育赛事互动,是区域经济发展背景下的产物,它的产生和发展对中国的区域发展、经济社会进步具有重要的现实意义和战略意义。

【关键词】: 长三角一体化 体育旅游 区域合作 体育赛事

【中图分类号】: G812.7 **【文献标识码】:** A **【文章编号】:** 1005-1309(2021)09-0074-008

随着全民体育与旅游休闲的兴起、体育产业和旅游业的跨界融合,集观赏性和体验性于一体的体育旅游逐渐成为我国经济增长极之一。2014年10月,国务院发布《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》,把体育旅游作为产业融合发展的典范。2018年,长三角三省一市联合印发《长三角区域体育产业一体化发展三年行动计划(2018—2020年)》,提出“建设长三角区域体育产业联盟”“举办区域性大型体育赛事活动”等20多项体育产业一体化发展目标。本文从体育旅游的视角出发,研究长三角区域如何发挥其独特优势,构建大型赛事的互动机制。

一、长三角体育旅游一体化发展的必要性

(一)长三角体育旅游一体化概述

随着社会经济的发展,人们的物质生活水平得到不断提升,休闲、娱乐逐渐走进人们的生活,成为生活时尚。体育旅游也逐渐成为新的旅游业态,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休闲观光于一体的特性。

2016年,国家《“十三五”旅游业发展规划》(以下简称《规划》)明确指出,编制体育旅游发展纲要,推出一批体育旅游精品赛事和精品线路,引导和鼓励特色体育场馆、设施和基地向旅游者开放共享,支持有条件的地方举办有影响力的体育旅游活动;全面推进旅游国际化进程,建设一批高品质的旅游度假区、都市休闲区和乡村度假地,形成面向全球、引领全国的世界级旅游城市群,建设亚太地区重要国际旅游门户。《规划》涉及长三角三省一市,包括3个特色旅游功能区、3个国家旅游风景道布局以及5个特色旅游目的地建设。在文化和旅游部的指导下,苏浙皖沪三省一市共同成立“长三角区域旅游推广联盟”,共享市场资源,大力推广长三角区域整体旅游形象。综上,长三角体育旅游一体化发展亦然进入提速升级阶段。

(二)长三角体育旅游一体化实施意义

作者简介: 张和平,浙江金融职业学院体育军事部助教。

基金项目: 浙江省属高校基本科研项目(编号 2021YB45);黑龙江省属高校科研项目(编号 2020KYYWF-FC11)

2019 年,《长三角区域一体化发展规划纲要》(以下简称《纲要》)对长三角区域的战略定位是全国发展强劲活跃增长极、全国高质量发展样板区、率先基本实现现代化引领区、区域一体化发展示范区和新时代改革开放新高地。2019 年,上海、江苏和浙江人均国内生产总值均超过 1.5 万美元,在中国大陆分别排名第 2、第 3 和第 4 位。这些数据表明,长三角区域不仅是我国综合实力最强的区域,而且已步入工业化中后期阶段,已具备区域一体化发展的经济水平、城市空间和产业结构等坚实基础。长三角区域政策优势明显、地理位置优越、旅游条件和体育设施水准较高。充分发挥地域优势,构建长三角体育旅游一体化对我国体育强国建设具有重要意义。

1. 符合国家发展战略的需要

2014 年,国务院《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》明确提出,“建立区域间协同发展机制,壮大长三角区域等体育产业集群,打造一批国家级体育产业基地。”2019 年,《纲要》多处提及区域体育一体化发展。显然,这有利于通过体育来凝聚区域认同感和自豪感。2020 年 7 月 21 日,习近平总书记在企业家座谈会上强调,要逐步形成“以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”,明确要“通过繁荣国内经济、畅通国内大循环为我国经济发展增添动力”,但“绝不是关起门来封闭运行,而是通过发挥内需潜力,使国内市场和国际市场更好联通,更好利用国际国内两个市场、两种资源,实现更加强劲可持续的发展”。

2. 符合长三角三省一市体育发展的需要

《江苏省体育旅游发展行动计划(2018—2020 年)》提出,要培育 20 个国家级体育旅游精品项目,打造 100 个省级体育旅游精品项目。《浙江省富民惠民安民行动计划》提出,促进体育与健康、旅游、文化等产业融合协调发展。《上海关于推进体育旅游标准化建设的若干意见》提出,通过加强组织领导、加大资金扶持、培育人才队伍和提升服务能级 4 个方面来保障体育旅游标准化建设。《安徽省体育产业大发展行动计划》提出,要培育一批国家级、省级体育(旅游)产业示范基地(项目、单位)。2020 年 1 月,三省一市体育局加上海体育学院联合组成长三角区域体育产业协作会,共同打造一体化、时尚化和品牌化的体育旅游产业集群。

3. 符合经济社会发展的需要

“低水平平衡—高水平不平衡—高水平平衡”是区域经济协调发展的“三个必经阶段”。目前,长三角区域进入从第二阶段向第三阶段的跃升,即从高水平不平衡向高水平平衡阶段转变。2019 年,长三角三省一市国内生产总值总量达 20.4 万亿元,占全国总量的 23.83%。在长三角区域内部,2019 年经济总量超过万亿元的城市数量达 6 个,分别是上海(3.81 万亿元)、苏州(1.92 万亿元)、杭州(1.53 万亿元)、南京(1.4 万亿元)、宁波(1.19 万亿元)和无锡(1.18 万亿元),同时区域核心城市国内生产总值与上海的差距明显缩小。

1982 年,上海国内生产总值分别是苏州的 7.08 倍、无锡的 8.28 倍、南京的 7.13 倍、杭州的 6.73 倍、宁波的 8.69 倍,是 1992 年合肥的 15.69 倍。到 2019 年,这一比值分别下降到 1.98 倍、3.22 倍、2.72 倍、2.48 倍、3.18 倍和 4.06 倍。从 1982 年国务院决定成立“上海经济区”(这被认为是长三角经济圈的最早雏形),到 2019 年中共中央、国务院印发《长三角区域一体化发展规划纲要》的 40 年间,长三角区域核心城市与上海经济总量的差距逐渐缩小。长三角区域核心城市经济总量差距的缩小,标志着区域内可合作性增大。

4. 符合人民群众日益增长的精神需要

改革开放以来,我国家庭成员的经济收入有了明显改善,家庭用于消费的资金逐步增加。2019 年,全国居民人均消费支出 21559 元,比 2018 年名义增长 8.6%,扣除价格因素,实际增长 5.5%。其中人均教育文化娱乐消费支出 2513 元,增长 12.9%,占

人均消费支出的比重为 11.7%;人均医疗保健消费支出 1902 元,增长 12.9%,占人均消费支出的比重为 8.8%。由此可见,我国居民在教育、休闲、娱乐、健康等方面的需求和消费能力正在逐步提升,具有中产阶级消费特征的群体逐渐壮大,这为我国居民体育消费升级提供了基础性的经济支撑(表 1)。

表 1 2019 年长三角三省一市居民收入和消费支出情况

地区	居民人均消费支出/元	比上年增长/%	人均教育文化娱乐消费支出/元	比上年增长/%
江苏	26697	6.8	2946	14.1
浙江	32026	5.6	3624	19.6
上海	45605	4.9	5495	8.1
安徽	19137	10.9	2133	17.8

二、长三角体育旅游一体化发展现状

(一)长三角旅游一体化进程

第一阶段:1986—1997 年。1986 年,在上海召开的旅游发展战略研讨会上,首次提出长三角旅游一体化发展设想,1992 年举办“苏浙沪旅游年”活动证明此设想的可行性。1997 年,苏浙沪两省一市签署《长三角区域城市合作协议》,达成旅游合作形式,确立旅游联席会议,健全了旅游高峰论坛机制。

第二阶段:1998—2009 年,这一阶段,苏浙沪两省一市制定并实施《三地整顿规范旅游市场秩序区域联动实施计划》,签署《长三角区域旅游城市合作宣言》,确立旅游合作目标。

第三阶段:2010 年至今,伴随着上海世博会成功举办,长三角旅游一体化迈上新台阶。2014 年,长三角区域旅游合作会议通过《长三角区域率先实现旅游一体化行动纲领》。2019 年,随着安徽的加入,苏浙沪皖四地联动,发布了《长三角区域一体化文旅联合行动湖州倡议》,长三角三省一市旅游一体化正式形成。

(二)长三角体育一体化进程

第一阶段:2003—2005 年。2003 年 9 月,上海、江苏、浙江体育局在杭州首次召开建设长三角区域体育圈联席会议,本着资源共享、优势互补、互惠互利、共同发展的原则,签署了苏浙沪体育交流与合作意向书。至 2005 年,苏浙沪两省一市体育部门已成立专门机构开展合作研究和方案实施,且做好了与环太湖体育圈、苏南沿江体育带的衔接协调工作,长三角区域体育圈初具规模,成为我国区域体育发展的示范地。

第二阶段:2006—2014 年。苏浙沪两省一市召开首次长三角区域体育产业协作会议。2013 年,上海体育学院加入长三角区域体育圈联席会议,两省一市开始进行项目研究、问题解析,以及推动项目合作落地;浙江提出城市推荐、打造长三角运动休闲体验季等项目并开始实施。2014 年,安徽加入长三角区域体育圈联席会议,形成“1(市)+3(省)+1(体院)”的合作机制,专设长三角区域体育产业协作会秘书处,在上海体育学院独立办公。

第三阶段:2015 年至今,这一阶段长三角体育从区域协作跨入一体化发展时期,三省一市体育局共同签署体育一体化相关

文件，使得长三角体育一体化项目更为具体。

(三)长三角体育旅游一体化进程

早在 2003 年，为促进苏浙沪区域体育事业与经济、社会的同步发展，构建长三角区域体育圈，上海、南京、苏州、无锡、扬州、镇江、常州、南通、杭州、宁波、温州、绍兴、嘉兴、湖州、舟山 15 个城市和安徽黄山在杭州召开建设长三角区域体育圈首次联席会议，发表《长三角区域旅游城市合作(杭州)宣言》，宣布长三角区域将构建旅游健康安全保障体系，建成中国首个跨省市的无障碍旅游区。本着资源共享、互惠互利、优势互补、共同发展的原则，16 个城市签署了体育交流与合作意向书。2005 年，上海、浙江等地的相关部门举行“2005 长三角旅游城市高峰论坛”，深入探讨建设体育旅游强市、早日建成体育旅游强区等相关问题，并达成共识。2017 年，在第四届长三角区域运动休闲体验季上，长三角三省一市体育局共推“体育+旅游”活动。2019 年，在第二届长三角区域体育产业高峰论坛上，三省一市体育局发布长三角区域精品体育旅游项目。至此，长三角体育旅游一体化规模逐步扩大，影响力显著提高。

三、长三角体育旅游一体化与大型体育赛事互动分析

(一)长三角体育旅游一体化与大型体育赛事概述

1. 体育赛事的产生与分类

体育运动作为人类的一种特殊现象，伴随着人类社会的发展而发展。如今，体育赛事的本质和表现形式与原始的体育比赛相比，发生了极大变化。传统观念认为体育比赛是“在裁判员主持下，按统一的规则要求，组织与实施的运动员个体或运动队之间的竞技较量”。无论是远古时代与宗教仪式紧密结合的体育赛事雏形，还是具备较为完整组织体系的古代奥运会，都是社会发展的产物。在生产力发展低下、物质与精神生活极度匮乏、人类需要为生存艰苦奋斗的阶段，体育赛事在社会中的位置是微不足道的，其对政治、经济、文化和环境所能产生的影响也是有限的。现代意义上的体育赛事始于西方工业革命时期，并得到迅速发展，其作用和影响力不断扩大，成为具有丰富社会价值内涵的社会活动形式，体育赛事的内涵和外延都发生了巨大变化。

体育赛事概念。根据相关体育赛事的文献描述，体育赛事是一种提供竞赛产品和服务产品的特殊事件，其内涵包括：提供竞赛产品和服务产品；其外延具有项目管理特征、组织文化背景和市场发掘潜力；其作用能够迎合不同参与者分享经历的需求，达到多种目的与目标，对社会和文化、自然和环境、政治和经济、旅游等多个领域发生冲击影响，能够产生显著的社会效益、经济效益和综合效益。

体育赛事分类。目前，体育赛事学研究缺乏严密性与深刻性的原因之一，就是关于体育赛事分类的规律性说明不够清晰，且相当贫乏。利用分类学的一般理论对体育赛事分类进行研究，就是为了强调体育赛事的分类应当努力达到分类学的要求，做到结构严谨、逻辑清晰(表 2)。

表 2 体育赛事分类

类型	定义	案例	特征
超大型综合赛事	周期性很强，且在全球范围内产生巨大影响力的体育赛事	奥运会、亚运会、全运会等	赛事规模大、竞赛水平高、参与人数众多
大型综合赛	周期性很强，在举办地区产生较大影响	省运会、青运会、大运会等	赛事规模比较大、竞赛水平较高、

事			被重视程度高
大型单项赛事	周期性强, 世界单项锦标赛	世界杯足球赛、世界田径锦标赛、世界游泳锦标赛等	竞赛水平高、规模较大
单项品牌赛事	周期性强, 职业联赛	NBA、F1、网球四大满贯、国际马拉松赛等	赛事的运作周期长、运作模式固定、竞技水平高
商业赛事	企业和体育中介公司举办, 政府协调、媒体参与	NBA 季前赛、邀请赛、对抗赛等	明星效应突出、商业运作明显、时间相对固定
一般赛事	类似大型赛事, 参与人群广、能吸引较多观众	大众登山节、大众体育节等	赛事形式多样、组织机动灵活、参与人员广泛

体育赛事对旅游业的影响。1992 年, 奥运会使西班牙巴塞罗那从一个普通的中等城市一跃成为国际著名的旅游城市, 现在每年入境游客达数百万人次。2000 年, 悉尼奥运会使悉尼的影响力和受关注度大大提升, 城市的旅游形象效益超前 10 年, 极大地提升了世界各国对澳大利亚旅游的热情和期望值, 对澳大利亚入境旅游市场产生了深远影响。上海作为我国著名的体育城市, 相对固定的赛事有上海国际马拉松赛、斯诺克上海大师赛、F1 中国大奖赛等。2018—2019 年, 上海接待国际旅客超 890 万人次, 入境旅游外汇收入超 84 亿美元。2014 年 8 月, 南京青奥会期间, 南京 5A、4A 级景区接待人数与 7 月相比增长 25.74%;10 月国庆小长假期间, 加上青奥会的影响导致景区接待游客人数空前增多, 增长 56.42%。南京青奥会为举办地增添一张闪亮的名片之余, 还提高了举办地体育旅游业软硬件的建设速度, 增强了体育旅游业的服务意识。

2. 长三角体育旅游一体化大型体育赛事分析

长三角区域承办过众多类型的体育赛事。2018—2019 年, 上海举办国际性赛事 107 次、国内体育赛事(含埠际)123 次。2007 年至今, 江苏举办国际国内体育赛事已超过百余次。特别是 2010 年, 南京趁成功申办青奥会的春风, 举办的重要体育赛事高达 221 次, 是江苏有史以来举办体育赛事最多的年份。2011—2015 年, 浙江每年承办全国性以上体育赛事 100 余项、省级比赛 300 项以上, 省级以上赛事数量仅次于江苏, 居全国第 2 位。2017 年至今, 安徽举办(承办)各类体育赛事 1200 余次。2020 年, 苏浙皖沪三省一市体育局联合印发《长三角区域体育一体化高质量发展的若干意见》(以下简称《意见》)。根据《意见》, 到 2025 年, 三省一市共同申办国际足联俱乐部世界杯、国际雪联城市越野滑雪中国巡回赛、2021 年国际羽联苏迪曼杯、2021 年世界田联室内田径锦标赛、2022 年杭州亚运会以及 2023 年亚足联中国亚洲杯等重大体育赛事; 组织举办区域性大型体育赛事活动; 以路跑、自行车、水上运动、汽车运动等运动项目为重点, 积极打造具有长三角区域特点、融合新技术的原创品牌赛事, 支持创建足球、轮滑、冰雪、攀岩、滑板、龙舟、卡丁车、斯诺克、越野跑、水上运动、城市篮球等休闲运动项目区域联赛品牌。

(1) 2022 年杭州第 19 届亚运会。

在国家和浙江的大力支持下, 杭州正在积极筹备第 19 届亚运会。杭州亚运会将成为继北京奥运会、广州亚运会后我国举办的又一个极具影响力和感染力的体坛盛典。一是文化特征。每个举办城市都希望通过举办超大型综合赛事来向全世界展现国家实力、民族风采, 杭州亚运会也不例外。2022 年杭州第 19 届亚运会“绿色、智能、节俭、文明”的理念, 从两个方面反映了举办亚运会的目的: 通过展示杭州互联网经济的发展, 利用“互联网+”办成一届绿色、智能的亚运盛会; 通过亚运会国际旅游性质的交流来更大范围、更多领域、更深层次开展交流、寻求合作。二是经济特征。举办亚运会将给举办城市的面貌带来巨大变化。2015 年 9 月, 杭州成功申办亚运会, 意味着杭州的城市建设将有质的飞跃。等到亚运会举办时, 杭州的旅游业、服务业乃至全球知名度, 将有明显的提升。三是基础设施特征。资料显示, 历次亚运会举办城市为赛事的成功举办都进行大量的城市基础建设, 实现城市的跨越式发展, 极大地改善了市民的生活环境。为举办第 19 届亚运会, 杭州共新建和改建了 56 个比赛场馆

设施。同时，萧山国际机场正在加快扩容项目建设，拓展加密国际航线；开工建设、翻新杭州南站和杭州西站等项目；加快建设地铁二期和杭富、杭临等轨道交通项目，全面开工地铁三期项目，推进铁路杭州西站至萧山机场轨道快线项目前期，完成地铁建设投资共 330 亿余元。在城市地面交通方面，持续推进交通治堵工作，深化公交都市创建，实施“城市数据大脑 2.0 版”，提升智慧交通管理水平。这些建设和投资将使亚洲乃至世界人民更充分地了解杭州，塑造包容、文明、创新的现代化杭州形象。

(2) 上海六大品牌赛事。

上海借鉴纽约、伦敦、巴黎、东京等发达国家城市的先进经验，逐步形成了 F1 中国大奖赛、上海 ATP1000 大师赛、上海国际田径黄金大奖赛、斯诺克上海大师赛、上海国际马拉松赛、上海浪琴环球马术冠军赛等六大精品国际赛事和部分区级“一区一品”赛事，国际体育竞赛对城市发展的多元价值和作用初步显现。截至 2019 年底，上海有 A 级景区(点)113 个(其中，5A 级 3 个、4A 级 62 个)。截至 2020 年末，上海共有旅游星级饭店 195 个(其中，五星级饭店 71 个、四星级饭店 61 个)，床位约 7.7 万张。上海拥有良好的基础设施和旅游接待设施，为发展大型体育赛事旅游提供了有力保障。F1 国际赛车场坐落在上海嘉定安亭镇，因汽车城和 F1 赛事，使这个江南古镇成为世界最精良赛车火热比拼之地。随着上海赛车场及其所在汽车城掀起的旅游热，每年游客人数约有 300 万人次，带来旅游收入约 16.68 亿元，产生税收 8340 多万元。作为亚洲级别最高的 ATP 赛事——上海网球大师赛，从 2019 年起，携手上海都市旅游卡发展有限公司推出“畅游大师之旅”限量套票以及“畅游大师之旅+上海迪士尼”的组合票，将网坛顶级球员比赛与城市风光旅游相结合，引导人们到上海迪士尼乐园童话世界畅玩。起始于 1996 年的上海国际马拉松赛，已连续举办 25 届，比赛规模逐年扩大，从 1996 年的 6000 人(境外选手 700 人)参赛，至 2019 年 85 个国家和地区的 3.8 万人参赛。全场 42 公里的跑步线路，涵盖了上海的著名景点。

(3) 无锡马拉松不止骑·中国 24H 单车环太湖认证赛。

江苏无锡马拉松于 2015 年被中国田协认证为“金牌赛事”。形成了“一日比赛，多日停留；一人参赛，多人旅游”的体育旅游新模式。作为一个朝阳产业，“马拉松+旅游”已然成为这座江南城市体育旅游产业发展的引擎。作为中国规模最大的长距离自行车认证赛——不止骑·中国 24H 单车环太湖认证赛，其集挑战性与娱乐性于一身，紧密贴合体育旅游概念，影响人数众多，体育旅游关联度极高。同时，无锡围绕湖泊、群山、文化做平台，在区域内打造各具特色、品牌鲜明的体育旅游产品，培育了龙舟、帆船、钓鱼、风筝、冲浪等适合江南地域特点的赛事活动，发展了全域旅游。

(4) 横店马拉松赛事。

横店马拉松赛事由东阳市政府和横店集团联合主办，是横店打造“影视名城，休闲小镇”的重要组成部分，也是横店“体育+旅游”的重要成果。在赛事组织过程中，运营方横店体育以母公司横店集团为后盾，依托集团产业优势，与横店影视城紧密合作，与旅游产业高度融合。相关统计资料显示，横店马拉松赛事举办期间，到横店旅游的境内外游客约 20 万人次，为横店乃至东阳创造约 2 亿元的旅游收入。横店马拉松赛事在向国内外人士展现横店人文景观及自然风光的同时，也扩大了横店的国际、国内影响力，对提升具有东方好莱坞美誉的横店的影响力有着极为重要的社会、政治和经济意义。

(5) 中国黄山(黟县)国际山地车节。

2006 年创办的中国黄山(黟县)国际山地车节，到如今已发展成为国内规模最大的顶级业余自行车赛事，吸引国内外数千名选手参赛，并且入选首批国家体育旅游精品赛事。国际山地车节的举办，让国内外了解黄山，极大地促进了黄山经济和旅游业的发展。据不完全统计，国际山地车节期间，黄山的旅游人次和总收入均增长了 30%。

(二) 长三角体育旅游一体化对体育赛事的影响

一个地区(或国家)举办体育赛事,是体育赛事组委会在对这个地区及其所在国家的政治、经济、文化等多方因素综合考虑后做出的决定,是对一个地区(或国家)综合实力的考验,也是为举办地(或国家)提供展示平台。作为我国经济发展水平最高、发展潜力巨大的长三角区域,必将拥有广阔的体育旅游市场。

1. 政策对体育赛事的影响

虽然我国体育赛事运用市场化的方式运作,但在大多数情况下是由国家或地方政府进行管理,体育赛事的举办也是由国家或地方政府进行统筹,因此国家和地方政府的政策扶持对体育赛事的开展有着重要的作用。

2001年,国家体育总局和国家旅游局把旅游活动的主题确定为“体育健身旅游”,这是我国对体育旅游支持的开始。此举推动了我国各种群体对体育旅游消费的热潮。2010年,国务院颁发《关于加快发展体育产业的指导意见》,为我国体育旅游发展提供了政策支持。2020年7月,苏浙沪体育局分别联合印发《关于支持长三角区域生态绿色一体化发展示范区高质量发展的若干政策措施》(以下简称《支持政策》);10月,苏浙沪皖三省一市体育局联合印发《长三角区域体育一体化高质量发展的若干意见》(以下简称《意见》)。其中,《支持政策》明确提到推动文化旅游体育合作发展。《意见》提出探索区域体育一体化发展的制度体系和路径模式。同时,长三角区域体育产业协作会推出长三角区域精品体育旅游目的地、线路级赛事。上述举措不但为体育旅游的发展提供了良好的政策环境,而且直接起到正确引导和良好的促进作用。

2. 经济对体育赛事的影响

体育作为人类的一种社会实践活动,它的发展与社会的发展有着基本同步的节奏,与人类的经济活动有着最基本的因果关系。体育事业的发展,基础在于经济。财政对体育投入、体育事业发展与经济增长具有紧密的联动关系,财政对体育投入通过促进体育事业发展间接拉动经济增长。长三角体育旅游一体化发展对体育赛事有着非常大的影响。南京为举办2005年第10届全国运动会共投资1100亿元,杭州为举办2022年第19届亚运会投资将超过1200亿元。“十运会”对南京以及亚运会对杭州的城市建设、城市服务功能、精神文明建设等有很大的促进,从而带动南京都市圈、杭州都市圈乃至长三角区域经济社会加快发展。

3. 社会文化对体育赛事的影响

体育文化作为文化的一个分支,与其他文化相比,既有共性,也有其特殊性,其中地理条件、历史因素对体育文化的产生、发展起着重大的作用。通过南京青奥会,使更多的中外游客了解这座古老与现代交织、包容且温和并存的六朝古都。这些传统文化的深刻内涵至今对社会的发展仍有很大的影响。

(三)大型体育赛事对长三角体育旅游一体化的影响

体育旅游是旅游业的重要组成部分,它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,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。在提供服务过程中,体育旅游者会与体育旅游目的地产生相互作用。这种作用不仅对体育旅游者产生影响,而且也必然会对体育旅游目的地产生影响。

1. 大型体育赛事对经济的影响

(1) 正面影响。

首先,大型体育赛事会给当地创造大量就业机会,这对缓解日益突出的就业压力具有十分重要的现实意义。据统计,F1中

国大奖赛落户上海,除了带来巨大的经济效益之外,更明显的是每年至少提供 1000 多个就业岗位。其次,大型体育赛事可以促进城市旅游业的快速发展。F1 中国大奖赛的举办,使上海旅游业收入比以往有大幅增长。每年有 3 万名选手参加无锡马拉松赛,吸引外地来锡观赛、观光游客达 20 多万人次,直接带动休闲旅游消费超 2 亿元,大幅提高边际收益。

(2) 负面影响。

大型体育赛事所拉动的体育旅游收入增加,有可能导致当地物价水平的抬高。零售商可能利用大型体育赛事追求利润最大化,通过提高价格把费用转嫁给体育旅游者,最终导致物价水平上升。同时,体育旅游业越发达,对土地的需求程度就越高。运动小镇、运动度假村、旅游设施的建设导致土地价格上升,从而增加开发商和土地拥有者的收入,这会带动这片区域房价的上升;城市新人由于土地价格上升不得不为购房、租房等增加开支,从而导致生活开支增加。

2. 大型体育赛事对社会文化的影响

以南京青奥会为例,其对社会文化影响主要体现在以下 3 个方面:一是宣传了以南京为中心的区域内可用的旅游资源,提升了长三角区域体育旅游的形象;二是吸引国内外游客前来观赛、游玩,特别是有利于吸引国际友人到长三角区域体育旅游;三是有利于长三角区域的地方政府与国外有关组织进行合作交流。体育旅游活动既能促进社会交往,紧密人际关系,同时也能推动科学技术的发展。

参考文献:

- [1]范晓敏.深入实施区域协调发展战略[EB/OL].<https://news.gmw.cn/2018-02-19>.
- [2]王林,王烨捷.习近平:将支持长三角区域一体化发展上升为国家战略[EB/OL].<http://news.cyol.com/co/2018-11-05>.
- [3]张和平.长三角城市群体育资源集约配置研究[J].长春金融高等专科学校学报,2020(2):87-96.
- [4]施芳芳,常德胜.长三角区域体育旅游资源开发的现状与存在问题分析[J].体育与科学,2007(6):58-61.
- [5]中共中央,国务院.长江三角洲区域一体化发展规划纲要[EB/OL].<http://www.gov.cn/zhengce/2019-12-01>.
- [6]钟华,徐燕华,窦淑慧.长三角区域体育旅游资源开发及其保障体系研究[J].哈尔滨体育学院学报,2007(5):26-28.
- [7]廉涛.长三角区域体育产业一体化的理论与实证研究[D].上海体育学院,2020.
- [8]田麦久.运动训练学词解[M].北京:北京体育大学出版社,1999.
- [9]王子朴,杨铁黎.体育赛事类型的分类及特征[J].上海体育学院学报,2005(6):24-28.
- [10]张钧苗.浅析 2022 年亚运会对杭州经济文化的影响[J].辽宁体育科技,2017,39(1):8-10.
- [11]张国清.亚运文化遗产社会影响力研究[J].广州体育学院学报,2008,28(6):46-49.
- [12]张羽,杨铁黎,赵鑫.体育财政投入、体育事业发展与经济增长:基于我国时间序列数据的实证研究[J].北京体育大学

学报, 2015, 38(6):12-17.