



乡村振兴战略下体育旅游目的地发展路径 ——基于可持续发展五要素视角

郑芳,黄炜逸

(浙江大学 教育学院, 浙江 杭州 310012)

摘要:体育旅游目的地对乡村振兴具有重要的现实意义,通过探讨我国体育旅游目的地建设与乡村振兴的内在逻辑,并基于经济、社会文化、环境、政策、技术的可持续发展五要素视角,分析体育旅游的发展瓶颈。在此基础上,提出发展区域生态网络,激发规模经济效应;挖掘特色文化内涵,保护体育旅游遗产;发挥政府积极作用,强化主体环保意识;强化政府部门引导,推动政策规划落地;开发数字信息平台,推进数据开放共享的发展路径,为我国体育旅游目的地的未来发展方向、规划提供理论依据和实践参考,推动体育旅游目的地可持续发展。

关键词:体育旅游目的地;可持续发展;乡村振兴

中图分类号:G80-05 **文献标识码:**A

改革开放以来,快速的工业化与城镇化促使乡村主动或被动地加入市场化大潮:一方面,乡村工业化道路导致乡村特色丧失、农业资源开发利用与生态环境问题突出;另一方面,大规模城镇化致使农村“空心化”现象显现(刘彦随,2018;薛力,2001)。在此背景下,党的十九大报告中首次提出“乡村振兴战略”,促进城乡融合发展。但目前我国农村空心化、农业边缘化和农民老龄化的“新三农”问题依然突出,城乡经济发展、基础设施建设和公共服务以及农村区域间发展依然不平衡,劳动、资源利用、科技应用、农民受教育及文化消费等多方面的发展依然不充分(刘合光,2018;宋洪远,2017)。对此,社会各行各业都在举全力全面推进乡村振兴,其中,体育旅游能有效引导和推动资本、人才、技术、管理等要素向乡村地域空间流动,促进乡村一、二、三产业融合发展,而我国丰富的乡村文化、体育和旅游资源以及广袤的地域空间为体育旅游目的地建设创造了优异条件,体育旅游逐渐成为实施乡村振兴发展战略的重要载体,成为推动乡村可持续发展的重要步骤,成为解决“三农”问题的新部署。

全球体育旅游产业目前的年均增速在15%左右,是旅游产业中增长最快的细分市场,中国体育旅游市场正以30%~40%的速度快速增长,远高于全球体育旅游市场的平均增速(林章林,2021)。与一般性旅游不同,体育旅游目的地是能够对一定规模的旅游者形成旅游吸引力,并能满足其体育旅游目的的各种体育设施和服务体系的

空间集合。体育旅游目的地主要以户外活动为主,对环境具有高度依赖性,更容易对环境产生负面影响(Carneiro et al., 2016; Goffi et al., 2019),有些体育旅游目的地还存在开发过度、目的地退化进程加快、资源与当地发展目标及定位不匹配等问题(Butler, 1980; Mihalič, 2013),因此,需要从可持续的视角予以综合考量,未雨绸缪。

2005年,联合国环境规划署(United Nations Environment Programme, UNEP)和世界旅游组织(World Tourism Organization, UNWTO)联合提出,可持续旅游业是指“充分考虑到目前和未来的经济、社会和环境影响,满足游客、工业、环境和当地社区需求的旅游业”。这就意味着要可持续发展旅游业,需要环境、经济和社会文化3个维度之间适当的平衡,这3个维度也被广泛应用于体育旅游中(Andersson et al., 2015; Gibson et al., 2012)。随着信息时代的到来,技术与旅游领域的关联性不断增强,在旅游领域的应用日益广泛(Buhalis et al., 2008),逐渐显现出对体育旅游可持续发展的重要作用(Murphy et al., 2000)。而政府的宏观调控是体育旅游可持续发展中不可忽视的重要部分(Milinković et al., 2017; Ponting et al., 2014; Pulido-Fernández, 2009, 2018),尤其在我国市场经济体制之

收稿日期:2021-01-11; 修订日期:2021-04-30

基金项目:国家社会科学基金青年项目(18CTY008)。

第一作者简介:郑芳(1972-),女,教授,博士,主要研究方向为智能体育与体育经济学,E-mail:rola-117@163.com。

下,政府始终在“引领、服务、监督、推动”着乡村振兴与体育旅游目的地开发建设,政策的可持续性是我国体育旅游可持续发展中的重要环节。本文在综合国内外理论研究与我国国情,在充分论证体育旅游目的地与乡村振兴内在逻辑的基础之上,以经济、社会文化、环境、政策、技术五要素为分析框架,探寻我国体育旅游目的地发展瓶颈,并在此基础上勾勒发展路径,以期为我国体育旅游业健康有序的发展抛砖引玉。

1 体育旅游目的地建设与乡村振兴的内在逻辑

乡村振兴不再满足于追求单一的经济价值,而是渐次进入追求生态环境价值、生活价值的新阶段(王景新等, 2018)。2021年2月《中共中央 国务院关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》,即2021年中央一号文件发布,提出要全面推进乡村振兴。日益完善的乡村基础设施建设、生态环境整治、社会文化提升和精神文明发展给乡村旅游提供了良好的生态环境和强大的经济支持,是乡村旅游的发展基础、发展根本与发展目标,对乡村旅游的健康发展起着引领和导向作用,旅游业在乡村振兴战略的推动下不断提质增效并获得转型发展(李志龙, 2019),其中,以户外运动为引领的体育旅游具有较强实践性、体验性和娱乐性,是以体育产业本体资源为核心吸引物,以旅游业的高度关联性特征为基础,二者相融合的产物(杨强, 2016),是旅游业的重要组成部分,对推动旅游升级、实现新时代旅游新消费具有重要意义(李海等, 2018)。伴随乡村体育旅游的发展,与之相关的产业链逐渐形成,产业结构得到有效优化,体育旅游目的地建设走向正轨,推动着体育产业城乡融合协调发展,加快实现着乡村产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕的总要求,成为乡村振兴的重要抓手(图1)。

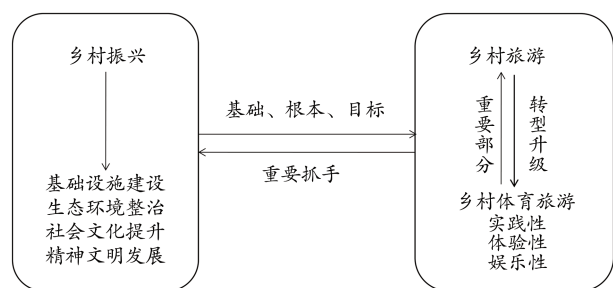


图1 乡村振兴、乡村旅游和乡村体育旅游的逻辑关系

Figure 1. The Logical Relationship of Rural Revitalization, Rural Tourism and Rural Sports Tourism

1.1 推动产业兴旺, 实现乡村生活富裕

体育旅游目的地可以实现经济持续增长,为脱贫做出贡献。体育旅游目的地建设可以为当地带来经济效益,除了游客参与体育旅游活动所产生的费用,还能带动围

绕旅游活动产生的相关吃、住、行、游、购、娱的消费(Andersson et al., 2015; Briedenhann, 2011)。调查结果显示,截至2020年10月,汇集骑行、山地探险、动力滑翔伞、热气球、卡丁车等83个运动休闲项目的杭州淳安县千岛湖体育旅游目的地当年共接待运动休闲游客约324.89万人次,同比增长3.63%,约占全县游客总人数的23.29%;浙江省湖州市安吉县山川乡以建设“浙里的阿尔卑斯小镇”为目标,自2018年来共获得社会资本投资2800余万元,成功打造云上草原、灵溪山等体育旅游项目集群,2019年山川乡共接待境内外游客97.5万人次,同比增长33.9%,至2020年仅运动休闲体验人次就达到180万,创收8240余万元。

开发建设体育旅游目的地能创造就业岗位,促进就业,尤其可以有效增加本地人就业的机会(Font et al., 2014)。新疆丝绸之路国际滑雪场直接带动700人就业,其中70%的就业人员为本地的哈萨克族牧民;德清莫干山打造体育旅游目的地以来,通过“体育+民宿”新业态,不断吸引和带动外出农民工返乡就业热潮和外地人口流入,有效解决了我国农村劳动人口大量流失和老龄化问题,有效提升了农村生活质量,缩小城乡差距,促进城乡融合发展。

体育旅游目的地能推动基础设施建设,包括增加体育设施、健全交通网络、丰富配套设施等。浙江省自2017年推动运动休闲小镇建设,已经立项的19个运动休闲小镇获得社会资本投入约138亿元,极大地改善了乡村体育设施数量少、种类单一的困境。为了进一步拓宽乡村体育旅游设施供给,浙江省积极调动社会力量,拟在未来5年打造总里程10000 km的“环浙步道”,联通浙江省内山上运动之道,发展户外运动产业,串联乡村体育旅游目的地,培育步道富民经济带,从而有效优化乡村体育产业结构、丰富体育产品供给、形成完善的体育产业链,促进城乡体育产业融合,改善体育产业供给要素和供给结构水平。

1.2 加强环境保护, 优化生态宜居空间

体育旅游目的地建设以骑行、漂流、皮划艇、户外拓展、滑翔伞、攀岩、飞拉达、滑雪、越野跑等重点内容,主体是体育服务业,是一种朝阳产业、绿色产业,项目大多可以维持基本的生态环境,保护自然遗产和生物多样性,以充分利用当地优质的环境资源为前提发展产业,优化生态宜居空间,对环境的破坏较小,更加符合环境可持续发展的要求(任海, 2015)。杭州西湖跑山赛倡导无痕山林的绿色环保理念,比赛中途不提供补给,终点不供应一次性用品,赛后为选手发放搪瓷餐具用餐,赛会还在不断探索实现体育旅游与自然和谐关系的有效途径,致力于将比赛对自然环境的影响降到最小,尽量平衡人与自然的

体育旅游目的地以其生态性吸引消费者,消费者进入体育旅游目的地,参与乡村旅游、运动休闲活动的最主要目的之一是亲近自然,感受乡土气息,享受原生态体验,探索生态可持续的生活场景。这使得各开发主体必然以生态可持续、环境优美的要求开发体育旅游产品,打造绿色生态的目的地环境,进而间接提升居民(村民)和当地企业的环保意识,加强利益主体环保责任与社会责任感。杭州航海帆船中心定期展开“净岛行动”,组织俱乐部会员驾驶皮划艇参与周边水域陆地的净化活动,其创始人表示:“我们靠水吃水,这与我们日常运营切实相关,如果水质污染,会员体验感也会下降,在非常干净的水域里玩,才能够赏心悦目。”

1.3 促进乡风文明,助力乡村形象建设

体育旅游目的地发展能够促进社会互动,建立社会网络,降低社会排斥(Ma et al., 2011; Martin et al., 2014; Wickham et al., 2015),转变当地人生活方式,改变人们的认知方式,提高生活水平与文化水平,从而有效促进乡风文明。曾是国家扶贫开发工作重点县的广西马山县,依托优质的岩壁资源,开发出22面岩壁、553条攀岩线路、9个攀岩平台和2条飞拉达大众攀岩线路,先后举行东盟山地户外体育旅游大会·攀岩精英挑战赛、攀岩大师赛等系列赛事,吸引了大量的国内外攀岩运动爱好者。依托这些攀岩赛事、攀岩项目,不仅可以有效提升当地居民(村民)生活水平,还可以通过赛事、活动的连续举办,积极地促进村际关系和谐、邻里关系和睦、干群关系改善,黏合了乡村社会人际之间断裂的情感,推动了乡土社会现代化、城镇化图景的建设与治理(钟秉枢等,2019)。

体育旅游是一种特定形式的文化旅游,能够将体育运动与当地体育文化遗产有机结合,使游客沉浸在与体育运动相关的历史和文化之中(Malchrowicz-Mosko et al., 2018; Richards, 2006),促进文化发展、文化传播及跨文化理解等(Mihalič et al., 2012),从而起到对目的地的宣传作用,有效凸显乡村民俗民风,传播当地历史文化、人文风情,使乡村获得更多的关注度、知名度和美誉度。浙江省湖州市德清县凯乐石莫干山跑山赛一直致力于将“干将莫邪”的莫干山文化融入赛事当中,将每一位选手喻为“林中侠客”,为每一位完赛者颁发“干将莫邪”完赛奖牌。赛事与当地文化的完美融合,铸就了赛事的独特性,也成为莫干山文化展示与输出的重要窗口。

1.4 多元主体参与,形成治理有效格局

近年来,体育旅游目的地逐渐显现出经济效益和社会效益联动发展的态势,不断吸引社会力量参与,形成政府支持,市场活跃,当地体育协会、居民(村民)积极参与的多元主体共建模式,治理有效、组织有序的乡村体育发展格局初具雏形。中央政府通过顶层设计,推动乡村振兴建设;体育行政部门联合旅游等部门积极行动,以《关于

大力发展体育旅游的指导意见》等政策文件为引领,展开体育旅游目的地、体育旅游示范项目、体育旅游精品线路评选,推动运动休闲特色小镇建设;地方政府积极响应号召,依据自然、文化和非遗等地方资源,推动基础配套设施建设,积极发展以运动观光、运动休闲度假、运动康养、运动探险和竞赛观赏等体育旅游产业为主体的相关产业,助力地方经济发展,实现产业脱贫;而伴随营商环境不断优化,社会主体和资本踊跃加入、聚集,形成了多元利益主体共赢的格局。杭州市淳安县千岛湖和邑石林港湾运动小镇由杭州和邑体育发展有限公司实施整体开发及运营,并通过招商引资引入北京泛华新兴体育产业股份有限公司投资,政府、社会、企业各方经过共同努力,相继推出松鼠玻璃栈道、悬崖秋千等运动体验项目,引进潜水、怡居房车等6家运动俱乐部,吸引陕西、河南、河北等7支省(市)皮划艇队和韩国、泰国、哈萨克斯坦3支外国运动队在石林设立冬训基地。

2 体育旅游目的地发展瓶颈

2.1 经济效应初显,但尚未形成规模效应

运动体验项目创收成为现阶段我国体育旅游目的地主要的收入来源。但总体来讲,体育旅游目的地运动项目点状分布,呈现小而散的状态,总体带动作用未得到充分开发,尚未形成规模效应。究其原因,一是市场主体间关联性和互动性较弱。现阶段,我国体育旅游目的地呈现两种发展模式,一种是“体育+旅游”融合模式,这种模式下的体育企业、俱乐部往往规模小而分布散,大多未呈现出集群化发展态势,企业研发创新动力相对不足,未能准确定位开发出与一般旅游业类似的“吃、住、行、游、购、娱”的营销模式,酒店、餐饮在内的基础配套服务和产品明显不足;另一种体育旅游目的地尽管已经存在较为完善的旅游配套设施,但由于体育旅游具有非常强的专业性属性,旅游企业和体育企业的合作不紧密,且各利益开发主体对体育旅游的理解还存在一定偏差,不同业态的企业间缺乏有效的合作平台、合作意识,社会网络结构与模式较为单一,相互间的配合与协同带动作用不足。二是产业发展基础薄弱。在长期以农业生产为主的单一产业结构下,我国农村经济及公共体育发展基础较薄弱,基础配套设施相对滞后,配套服务能力仍显不足,相关设施建设有待加强。体育产业发展初期,资金、土地等资源投入不足,社会资本投资意愿不强,且农村地区缺少相关的产业孵化平台,加上体育旅游及相关专业人才稀缺,监管制度与管理体系不完善,使得许多优势体育项目、体育产品难以成功孵化落地和持续运营。三是产品核心竞争力不足。发展体育旅游必须要明确旅游产品的目标消费者定位,探究消费者的偏好差异,有效制定促销战略,积极开发促销活动及产品,重视新产品研发,保证产品的多样性

(Ma et al., 2011; Tuppen, 2000)。虽然体育项目的入驻为我国乡村发展带来了一定的经济效益,但这种盈利模式可复制性较强,模仿成本低,体育旅游产品低端化、结构单一、季节性较强,产品同质化不断提高,呈现出“内卷化”趋势,无法满足体育旅游爱好者的多样化需求。另外,研究表明,不同于传统组织与消费者之间的单向流动,千禧一代消费者更希望得到倾听和回应(Obal et al., 2013),但目前我国多数体育旅游目的地反馈机制和平台不完善,未能充分了解体育旅游者及市场的需求,消费行为发生之后欠缺满意度调查,导致需求与供给的不平衡。

2.2 开发资源充足,但社会文化特色偏弱

我国资源禀赋充足,具备开发体育旅游目的地的基本优势,但在实际开发中,各地资源禀赋优势特色未得到充分显现,对社会文化的重视程度还有待加强。一是文化开发及保护偏弱。近年来,开发者逐渐意识到体育旅游目的地建设对宣扬本地品牌形象、打造乡村知名度的重要作用,各地政府对体育旅游目的地创建热情空前高涨,致使在未充分考虑当地文化特色基础的情况下,往往通过考察、仿照其他初具规模的体育旅游目的地,引进相似的体育旅游项目,希冀快速产生经济效益,而忽略了社会文化效益,出现与当地开发定位不符、体育旅游内容格格不入,体育旅游产品缺乏内涵、千篇一律的问题,难以实现“千镇千色”。此外,还有一些开发者只重视“挂牌”,而不注重后期的运营管理,导致资源浪费。二是内容转化与融合尚待提高。体育旅游赛事活动能够有效聚集人流,引发关注热潮,已成为体育旅游目的地对外展示的重要窗口,但赛事活动与当地文化的结合、赛事活动的体育文化遗产留存与后续利用、体育旅游景点的打造与盘活等体育文化创造和创新性较弱,特色文化内涵未得到深度挖掘,缺乏文化与体育项目、旅游景点有机融合的契合点,具有代表性的观赏型体育旅游景点很少,未能打造出具有影响力和旅游参观纪念意义的体育场馆、体育博物馆、体育纪念地、体育线路等。三是居民(村民)参与度较低。体育旅游往往对当地社区具有强烈影响,居民会通过个人及社会利益与旅游活动的社会成本进行权衡比较,来改变他们对体育旅游开发的态度(Ap J., 2009; Briedenmann, 2011),因此,需要促进当地居民参与体育旅游产品、服务的规划和供应,广泛听取居民意见建议(Wickham, 2015)。我国乡村体育旅游目的地建设主要是政府行为,当地政府具有开发意向,通过招商引资,市场主体进入,可快速实现从无到有的过程,使得当地居民(村民)对体育旅游及其可持续发展的认知度较低,普遍参与不足(Fredline, 2005; Ponting et al., 2014),他们很自然地认为体育旅游目的地可持续主要是政府的事情,与自身关系不大(王力等, 2019)。

2.3 绿色理念萌芽,但整体环保行动欠缺

随着无痕山林等绿色理念传入,我国体育旅游开发过程中的环保思想得到广泛传播。但现阶段,我国体育旅游目的地市场的整体环保行动仍较为欠缺,主要原因一是环境资源供给政策不健全。我国土地、山林、水域等重要体育旅游资源属于自然资源部门、生态环境部门管控,因此,公共政策的资源供给至关重要,但目前,体育旅游目的地中相关的环保限制与供给范围尚不明确,现有政策设置不尽合理,运动项目开发与环保政策存在一定冲突,仍处于磨合与探索阶段,如许多非动力型游船、皮划艇等体育项目入驻能够有效盘活资源,带动地区发展,但因与现有水域管理政策存在冲突,有关部门一刀切地禁止水域开放,阻碍了开发投资,无法取得预期效益,限制了体育旅游目的地的发展。二是相关主体环保意识欠缺。国家新农村建设、五水共治等一系列举措实施后,我国农村环境得到有效改善,环境整治能力与治理水平得到极大提升,但不可否认,我国农村整体受教育水平相对不高,环保意识较弱,垃圾围村、过度使用农药化肥、白色污染严重等乡村生态环境问题仍然突出(张诚, 2021),此外,绿色消费、绿色旅游、绿色供给等绿色理念也尚处于萌芽阶段,游客低碳体育旅游习惯与参与意愿培育不足,环保意识和行为的欠缺对目的地建设造成严重不良影响。三是环境承载预警机制较弱。我国乡村体育旅游缺乏环境承载力预警系统,体育旅游资源详查不到位,缺少环境容量、资源开发限制和利用限度等量化指标。加之政府管控力度有限,缺乏体育旅游目的地中主体环保行为的奖惩措施,体育旅游市场整体环保措施及管理方法不明确,环境评价体系和指标不系统,极易给体育旅游目的地造成破坏性影响。

2.4 整体发展迅速,但政策激励仍不健全

我国体育旅游目的地的开发主要由各地政府推动,投入基础设施和配套建设,进行招商引资,吸引社会资本进入,并扩大目的地宣传和影响力,体育行政主管部门予以一定扶持,实施监管和引导。然而,体育旅游是一个与健康、休闲和生态系统等领域相关、交叉、连接的复杂领域(Hinch et al., 2004),包含许多的参与组织及政府机构,这种固有的复杂性使得利益相关者来自不同部门、组织,具有不同文化、利益和目标,使体育旅游管理更加复杂和困难。目前,我国体育旅游目的地的开发正处于初步探索阶段,管理体制仍不健全。一是条块分割严重。作为体育旅游政策的制定者,国家体育总局的地位尴尬,虽然是正常行使权力的中心角色,但由于体育旅游业的综合性和复杂性等特点,实际上更多权力是分散在其他众多机构中,这就使得体育旅游政策的制定往往必须兼顾其他多方面的政策,也会因为牵涉的部门众多,往往又存在着执行瓶颈(李锋, 2015)。尽管当前我国大部分县域及以下地区已实现文体旅部门的整合,但这种政府机构的合并还

未能真正实现体育与旅游部门内部的融合,各部门组织界限明确,“敏感线”诸多,参与的紧密程度、协调程度、耦合程度不高,缺乏融合的激励机制,融合动力不足,难以实现共建共享,导致体育产业中旅游要素不突出,而旅游产业中体育元素融入也不充分(金媛媛等,2019)。二是配套政策规划及法律法规不足。体育旅游目的地作为新生事物,还需要相关政策的持续支持,但由于当前各地财政扶持领域多、范围广,各地政府在选择当地重点产业时,具有一定倾向和偏好,有限的政策、资金并不能精准扶持体育旅游目的地的发展,导致许多体育旅游目的地的建设缺乏激励政策、土地政策等配套政策。在现有的行政管理体制下,政府相关管理者对于体育旅游目的地建设还存在一定的理解差异,容易引致体育旅游目的地建设发展缺乏长期、系统的规划,建设目标和实施路径不明确、不细致,可操作性和持续性变得较弱。另一方面,体育旅游户外活动具有冒险性,对专业化和安全性具有一定要求,但目前相关法律法规还不完善,安全保障体系还不健全,有关知识和安全意识普及不够,没有足够的法律条文约束市场行为、维护市场秩序,体育旅游目的地开发缺乏稳定和良好的市场环境和氛围,成为制约市场参与的一大原因。

2.5 技术作用关键,但开发与应用较薄弱

随着技术进步和旅游产业发展的需求,数字应用、信息和通信技术等新兴技术对体育旅游目的地管理、体育旅游研究与创新、体育旅游市场分析等能够产生极大作用,能有效促进体育旅游目的地发展(李海杰等,2021;Ali et al., 2014;Iorio et al., 2020;Zhu et al., 2021)。此外,体育与互联网、大数据、5G商用等新一代信息技术的融合程度也在不断提高(李刚等,2020)。我国幅员辽阔,各地存在明显差异,资源具有互补性。通过数字技术赋能,可以对不同地区体育旅游资源进行有效整合和合理规划配置,使各市场主体能够通过区域内体育旅游资源互补避免恶性竞争和资源浪费,以实现最少的资源投入获取最大的利益,从而有效促进体育旅游目的地的可持续发展。

长期以来,我国缺乏对于体育消费信息系统的关注和建立,体育旅游目的地正处于开发初期,同样缺乏数据平台,市场的数据管理运用较薄弱。一是体育旅游统计不足。我国体育领域整体统计应用较弱,体育产业统计工作起步晚,发展速度慢,统计平台不足,体育旅游整体市场包括部分管理者缺乏统计意识,应用大数据进行效益评估的观念较弱,对数据应用管理不够重视,难以对体育旅游目的地的开发效益进行定量、定性且全面的分析,可持续发展缺乏衡量依据,有关部门对市场运营真实状况难以准确把握和判断,也给合理有效地制定发展规划和决策增加了难度。二是信息分享存在障碍。信息孤岛和信息壁垒是政务信息化建设发展过程中的普遍现象。一方面,我国体育旅游目的地开发处于初级阶段,信息和通

信技术运用还不够深入;另一方面,各地区间存在竞争性,利益冲突、标准分歧、人才缺乏、安全隐患等问题阻碍了政府间信息共享,导致了信息共享的技术壁垒(张震等,2019)。互联互通难、资源共享难、业务协同难的“老三难”现象仍未得到有效解决,无法发挥一体化优势,难以形成“帕累托最优”格局。

3 体育旅游目的地可持续发展路径选择

3.1 发展区域生态网络,激发规模经济效应

实现体育旅游目的地的可持续发展,必须建立可持续生态系统,以环境保护为原则,政策规划为保障,减少与当地的矛盾冲突,培育壮大市场主体,发展体育旅游目的地的生态网络(图2),实现整体规模扩大,激发规模效应,推动各利益主体的持续生存与发展。

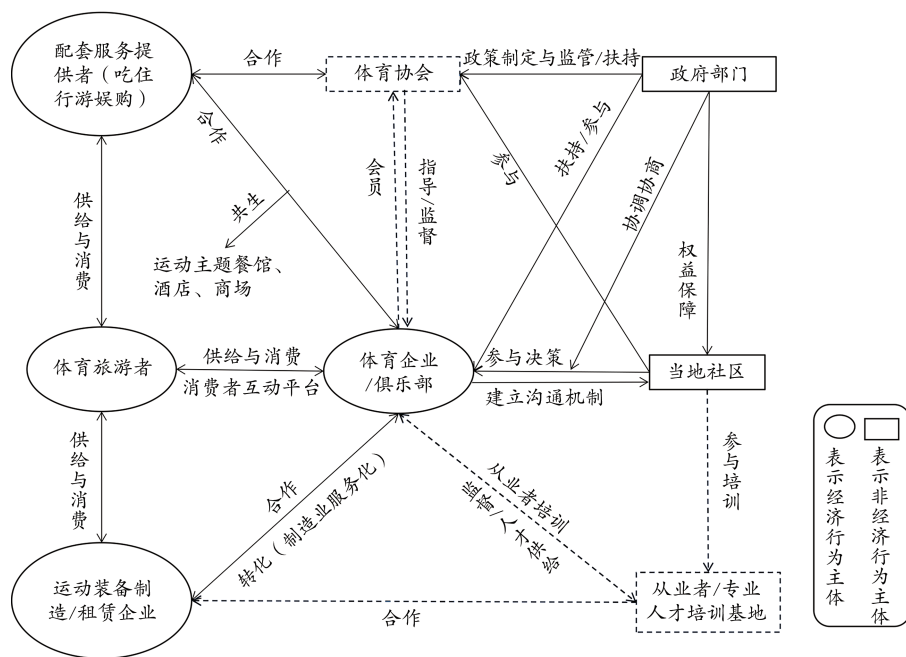
第一,增强市场主体关联性。体育旅游目的地应以体育企业、俱乐部为发展核心,提供符合市场需求的体育旅游产品,鼓励企业联合成立体育协会等相关行业协会。依靠协会的力量规范市场,发挥协会平台作用,加强不同业态间的互联互通,促进体育企业与相关配套服务企业的合作,在此基础上衍生出运动主题餐馆、酒店、商场等业态。第二,实现产品多样性与专业性。体育协会与体育俱乐部、体育装备企业等形成较完善的产业链,并向上下游延伸,为体育旅游者提供多样化服务与产品。鼓励发展从业者培训中心,通过提供培训获得专业资格认证,赋予其监督职责,形成从业人员入职把关环节,同时,与高校合作,共同培育专业的体育旅游融合型人才。第三,促进多利益主体参与。三重底线理论(John, 1998)从经济、环境和社会层面分析企业必须履行的基本责任,要求体育旅游开发组织者充分考虑利益相关者权益(Yfanti-dou et al., 2017),政府需要在其中充当沟通协调角色,调节当地社区、组织、企业及其他利益相关者的利益关系。鼓励当地居民(村民)积极参与体育旅游目的地的开发建设,发展当地居民(村民)的体育运动及相关从业技能,整体提升当地运动氛围,促进居民(村民)进入体育行业,降低企业雇佣成本,提升当地居民(村民)话语权,减少企业与当地居民(村民)矛盾。培育产业投资平台,扶持优势体育企业及项目,对接协调企业与政府开发意向,帮助企业资金良性运转,从而降低企业经营压力,并吸引更多投资主体进入,激发市场活力。

3.2 挖掘特色文化内涵,保护体育旅游遗产

第一,加强文化开发,坚持差异化发展。深度挖掘体育文化内涵,明确目的地文化资源特点,打造体育旅游文化品牌。合理选定目的地核心体育内容,发展重点项目,重视各项目间的关联性和联动性,形成有机串联,通过以点串线的方式,发掘深层联动效应。开发具有地域性及文化性的民俗体育旅游产品,凸显特色,发挥比较优势,

避免同质化竞争。鼓励各地结合地方文化,如特色主题节庆活动等,积极举办承办影响力强、发展潜力大、产业带动力强的国内外高水平体育赛事。第二,注重当地文化遗产留存与保护。在体育旅游目的地建设过程中,尽力保护当地民风民俗及文化建筑等,重视开发过程中的体育文化痕迹“留存”,强调资源的保存和保护问题,包括民风民俗、节庆活动、体育赛事资料、体育场馆建筑等。通过打造体育博物馆、体育展示中心等,加强体育遗产保

留和体育文化传播。增强体育、文化、旅游及相关部门的联系与配合,共同商议,统一协调文化遗产保护工作,将遗产保护纳入体育旅游目的地评估的重要环节,保障基本的经费投入,建立健全体育遗产保护责任制度和责任追究制度。强化组织者、管理者的体育文化留存和展示意识,发动社会力量参与体育遗产保护,加强遗产保护观念意识的宣传,提高当地人的认知和主观能动性。



注:实线代表已经具有的关系,虚线代表可以重点发展的组织或者关系。

图2 体育旅游目的地生态网络

Figure 2. Ecological Network of Sports Tourism Destination

3.3 发挥政府积极作用, 强化主体环保意识

第一,充分发挥政府作用。必须强化政府在体育旅游目的地环境建设中的宏观调控作用。首先,在体育旅游目的地开发规划中,目的地定位和发展目标必须匹配当地资源条件,以不破坏当地生态环境为首要标准,引入适配的体育产品和项目。其次,必须优化提升监管体系,建立环境评估指标,强化利益主体环保统计意识,评价企业环境绩效,并将此作为政府提供扶持的考察标准之一。再次,设立专项资金,用于保护和改善环境,强化环境承载预警机制,做好基础配套设施,根据乡村体育旅游现状和承受能力,加强人力、物力、财力的投入,配备足够的清洁环保设施,建立和完善标识标牌。第二,加强利益主体环保意识。企业与组织者必须自觉承担环境责任,提供有关其环境绩效的信息,UNWTO强调旅游工作的环保性,指出在旅游可持续发展中,需要对相关从业人员进行环保培训(Alonso-Almeida et al., 2015; Mihalič et al., 2012),企业在体育旅游产品开发中应对企业员工提供环境教育培训,注重培育消费者绿色消费习惯和观念,注意

平衡消费者需求与环境承载能力,定期组织开展环境保护活动与宣传。UNWTO指出,可持续旅游需要重视环保能源、技术及器械的使用,清洁技术在提高旅游可持续性方面发挥着重要作用(Chan et al., 2018; Costoya et al., 2019; Yaw, 2005)。必须加强我国体育旅游活动组织者对使用清洁环保技术和绿色能源的重视程度。倡导使用可再生能源,提倡更环保的运动方式,减少活动中一次性产品的使用,提高物料的回收和再利用率。引导提升当地居民(村民)的环保意识和环保责任感,激发其环保需求和欲望。有研究表明,社会资本会对目的地营销组织及其决策者的技术采纳水平产生重要影响(Lee, 2015),因此,同时有必要从整体上提升利益主体的环保责任意识。

3.4 强化政府部门引导, 推动政策规划落地

第一,建立沟通补偿机制,加强部门有机融合。政府应积极创新,搭建共建共治共享平台,构建常态化沟通机制,促成各方的正式与非正式会谈,达成有关体育旅游目的地开发的统一协定意见,建立利益相关者的合作规划机制,明确体育旅游产业中所涉及的各部门及相关利益

主体的管理职能。确保安全审批、土地指标申报等疑难杂症的应对有门路、有对策、有依据。关注利益相关者诉求,巩固各方相互信任和可靠的关系,确保利益的合理有效分配,满足各方平等需求,实现各部门间的有效融通和互惠互利。第二,重视规划制定,确保规划落地。政府需要从宏观上明确当地体育旅游的发展方向、要求、理念、定位、目标、布局、前景、趋势等重要战略内容,做好顶层设计,制定体育用地目录等相关条例。发挥地方政府制度创新性,从可操作性、可落地的角度,制定更具有针对性的发展规划,将体育旅游目的地建设纳入当地整体发展规划当中,保证各届领导班子持续沿规划方向落实体育旅游目的地发展目标,注重协同各利益相关者,重视规划制定,进行合作规划(Mihalič et al., 2012),建立正式的长期协调规划和战略(Ponting et al., 2005; Soteriou et al., 2010),围绕公众、组织、资源(或设施)三大要素以及这3个要素间互动关系制定体育旅游发展政策,联合相关部门出台相配套的土地、资金、人才培养等文件,实现政策规划的衔接、配套、一体化和可持续性。

3.5 开发数字信息平台,推进数据开放共享

第一,积极开发体育旅游信息数据平台。鼓励、支持各部门重视体育旅游目的地相关数据的采集、集中、转换、存储、应用。建议体育项目入驻当地景区,并将相关数据纳入所在景区的统计平台,形成发展的可视化报告。利用“城市大脑”等高新技术,通过与阿里体育、虎扑体育等专业大数据平台达成合作,共同研制开发信息管理平台,对资源进行宏观统计和调控,实现资源合理配置。建立体育旅游智慧服务与管理系统,让数字技术服务于体育旅游目的地市场营销、能源监测、废物管理等重要环节。开发线上营销平台,形成消费者画像,更好地了解、评估体育旅游产品,预测发展趋势,明确体育旅游目的地的目标消费者定位,探究消费者的偏好差异,有效制定促销战略,积极开发符合消费者需求的活动及产品。建设智慧体育旅游目的地,布局5G技术,发展“5G+体育”“互联网+体育”“AI+体育”等体育旅游新业态,强化游客的智慧化体验。第二,推进数字信息开放共享,建立数字共享平台和机制。利用信息与通信技术,发展加强合作关系,建立紧密的利益相关者社会网络。加强不同企业、不同部门、不同地区的协同配合,全面掌握体育旅游目的地资源和数字信息,利用信息和通信技术完成信息管理和发布,对体育旅游目的地资源进行宏观统计和调控,实现资源合理配置,并配合国家层面的体育旅游信息化收集和管理,促进体育旅游目的地的可持续发展。

参考文献:

金媛媛,杨越,朱亚成,2019.我国体育产业与旅游产业融合发展研究[J].体育文化导刊,(6):82-87.
李锋,2015.国外旅游政策研究:进展、争论与展望[J].旅游科学,

29(1):58-75.
李刚,张林,2020.中国现代体育市场体系发展的历史溯源、现实审视与路径选择[J].体育科学,40(9):3-13.
李海,盘劲呈,2018.中外体育旅游研究进展与评述[J].体育学研究,1(5):50-60.
李海杰,展凯,张颖,2021.数字经济时代运动休闲特色小镇智慧化建设的逻辑、机理与路径[J].武汉体育学院学报,55(2):5-12.
李志龙,2019.乡村振兴-乡村旅游系统耦合机制与协调发展研究:以湖南凤凰县为例[J].地理研究,38(3):643-654.
林章林,2021年中国体育旅游产业的发展趋势[N].中国旅游报,2021-02-26(003).
刘合光,2018.乡村振兴战略的关键点、发展路径与风险规避[J].新疆师范大学学报(哲学社会科学版),39(3):25-33.
刘彦随,2018.中国新时代城乡融合与乡村振兴[J].地理学报,73(4):637-650.
任海,2015.论体育产业对中国体育发展的影响[J].体育科学,35(11):13-18.
宋洪远,2017.实施乡村振兴战略的五点思考[EB/OL].[2017-12-18].<https://www.toutiao.com/a6501083368107541005>.
王景新,王晓娟,2018.中国乡村振兴及其地域空间重构:特色小镇与美丽乡村共建振兴乡村的案例、经验及未来[J].南京农业大学学报(社会科学版),18(2):17-26,157-158.
王力,汤立许,2019.体育非物质文化遗产利益相关者及政策启示[J].武汉体育学院学报,53(1):62-68.
薛力,2001.城市化背景下的“空心村”现象及其对策探讨:以江苏省为例[J].城市规划,25(6):8-13.
杨强,2016.体育旅游产业融合发展的动力与路径机制[J].体育科学,23(4):55-62.
张诚,2021.韧性治理:农村环境治理的方向与路径[J].现代经济探讨,(4):119-125.
张震,王雪姣,华洁莹,2019.破除我国地方政府间信息壁垒的思考[J].决策与信息,11:77-85.
钟秉枢,张建会,刘兰,2019.用体育的力量,推进乡风文明、治理有效:来自广西乡村振兴的体育实践[J].北京体育大学学报,42(3):21-31.
ALI A, FREW A J, 2014. ICT and sustainable tourism development: An innovative perspective[J]. J Hosp Tour Technol, 5(1): 2-16.
ALONSO-ALMEIDA M D M, BAGUR-FEMENIAS L, LLACH J, et al., 2015. Sustainability in small tourist businesses: The link between initiatives and performance[J]. Curr Issues Tour, 21(1):1-20
ANDERSSON T D, ARMBRECHT J, LUNDBERG E, 2015. Triple impact assessments of the 2013 European athletics indoor championship in Gothenburg[J]. Scand J Hosp Tour, 16(2):158-179.
AP J, 1992. Residents' perceptions on tourism impacts[J]. Ann Tour Res, 19(4): 665-690.
BRIEDENHANN J, 2011. Economic and tourism expectations of the 2010 FIFA world cup: A resident perspective[J]. J Sport Tour, 16(1): 5-32.
BUHALIS D, LAW R, 2008. Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet-the state of eTourism research[J]. Tourism Manage, 29(4): 609-623.
BUTLER R W, 1980. The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources [J]. Can Geogr-Geogr Can, 24(1): 5-12.
CARNEIRO M J, BRED A Z, CORDEIRO A C, 2016. Sports tourism development and destination sustainability: The case of the coastal

- area of the Aveiro region, Portugal[J]. *J Sport Tourism*, 20(3-4): 305-334.
- CHAN H, SHEN B, CAI Y, 2018. Quick response strategy with cleaner technology in a supply chain: Coordination and win-win situation analysis[J]. *Int J Prod Res*, 56(10): 3397-3408.
- COSTOYA X, DECASTRO M, SANTOS F, et al., 2019. Projections of wind energy resources in the caribbean for the 21st century[J]. *Energy*, 178:356-367.
- FREDLINE E, 2005. Host and guest relations and sport tourism[J]. *Sport Soc*, 8(2): 263-279.
- FONT X, GARAY L, JONES S, 2014. Sustainability motivations and practices in small tourism enterprises in European protected areas[J]. *J Clean Prod*, 137(1):1439-1448.
- GIBSON H J, KAPLANIDOU K, KANG S J, 2012. Small-scale event sport tourism: A case study in sustainable tourism[J]. *Sport Manage Rev*, 15(2): 160-170.
- GOFFI G, CUCCULELLI M, MASIERO L, 2019. Fostering tourism destination competitiveness in developing countries: The role of sustainability[J]. *J Clean Prod*, 209: 101-115.
- HINCH T, HIGHAM J, 2004. Sport tourism development[J]. *Tourism Manage*, 27(5): 1064-1065.
- IORIO C, PANDOLFO G, D'AMBROSIO A, et al., 2020. Mining big data in tourism[J]. *Qual Quant*, 54(5):1655-1669.
- JOHN ELKINGTON, 1998. Accounting for the Triple Bottom Line[J]. *Meas Bus Excell*, 2(3).
- LEE B C, 2015. The impact of social capital on tourism technology adoption for destination marketing[J]. *Curr Issues Tour*, 18(6): 561-578.
- MA S C, EGAN D, ROTHERHAM I, et al., 2011. A framework for monitoring during the planning stage for a sports mega-event[J]. *J Sustain Tour*, 19(1): 79-96.
- MALCHROWICZ-MOSKO E, MUNSTERS W, 2018. Sport tourism: A growth market considered from a cultural perspective[J]. *Ido Mov Cult. J Martial Arts Anthropol*, 18(4): 25-38.
- MARTIN S A, ASSENOV I, 2014. Developing a surf resource sustainability index as a global model for surf beach conservation and tourism research[J]. *Asia Pac J Tour Res*, 19(7): 760-792.
- MIHALIČ T, 2013. Performance of environmental resources of a tourist destination: Concept and application[J]. *J Travel Res*, 52(5): 614-630.
- MIHALIČ T, ŽABKAR V, CVELBAR L K, 2012. A hotel sustainability business model: Evidence from Slovenia[J]. *J Sustain Tour*, 20(5): 701-719.
- MILINKOVIĆ Z, SIMOVIĆ S, LJUBOJEVIĆ A, et al., 2017. Strategic analysis of the external and internal environment of sport tourism at the "Banja Vrućica" spa[J]. *Polish J Sport Tourism*, 24(4): 252-258.
- MURPHY P, PRITCHARD M P, SMITH B, 2000. The destination product and its impact on traveller perceptions[J]. *Tourism Manage*, 21(1):43-52.
- OBAL M, KUNZ W, 2013. Trust development in e-services: A cohort analysis of Millennials and Baby Boomers[J]. *J Serv Manage*, 24(1):45-63.
- PONTING J, MCDONALD M, WEARING S, 2005. De-constructing wonderland: Surfing tourism in the Mentawai Islands, Indonesia[J]. *Loisir et Société / Society Leisure*, 28(1): 141-162.
- PONTING J, O'BRIEN D, 2014. Liberalizing nirvana: An analysis of the consequences of common pool resource deregulation for the sustainability of fiji's surf tourism industry[J]. *J Sustain Tour*, 22(3), 384-402.
- PULIDO-FERNÁNDEZ J I, 2009. Measuring tourism sustainability: Proposal for a composite index [J]. *Tourism Econo*, 15(2): 277-296.
- PULIDO-FERNÁNDEZ J I, PULIDO-FERNÁNDEZ M D L C, et al., 2018. Proposal for an indicators system of tourism governance at tourism destination level[J]. *Soc Indic Res*, 137(2): 695-743.
- RICHARDS G, WILSON J, 2006. Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture?[J]. *Tourism Manage*, 27(6): 1209-1223.
- SOTERIOU E C, COCCOSSIS H, 2010. Integrating sustainability into the strategic planning of national tourism organizations [J]. *J Travel Res*, 49(2): 191-205.
- TUPPEN J, 2000. The restructuring of winter sports resorts in the french alps: Problems, processes and policies[J]. *Int J Tour Res*, 2(5): 327-344.
- WICKHAM M, LEHMAN K, 2015. Communicating sustainability priorities in the museum sector[J]. *J Sustain Tour*, 23(7): 1011-1028.
- YAW F, 2005. Cleaner technologies for sustainable tourism: Caribbean case studies[J]. *J Clean Prod*, 13(2): 117-134.
- YFANTIDOU G, SPYRIDOPOULOU E, KOUTHOURIS C, 2017. The future of sustainable tourism development for the Greek enterprises that provide sport tourism[J]. *Tourism Econo*, 23(5): 1155-1162.
- ZHU Z, MA W, LENG C, 2021. ICT adoption and tourism consumption among rural residents in China [J]. *Tourism Econo*, doi: 10.1177/13548166211000478.

Development Path of Sports Tourism Destination Under Rural Revitalization Strategy—Based on the Perspective of Five Elements of Sustainable Development

ZHENG Fang, HUANG Weiyi

School of Education, Zhejiang University, Hangzhou 310012, China

Abstract: Sports tourism destination has important practical significance for rural revitalization. This paper aims to explore the

internal logic of sports tourism destination construction and rural revitalization, and analyzes the development bottleneck of sports tourism from the perspectives of sustainable development of economy, socio-cultural, environment, policy and technology. On the basis of this, the paper puts forward some development paths of sports tourism destination in China, such as developing regional ecological network, stimulating economies of scale; exploiting cultural characteristics, protecting the sports tourism heritage; giving full play to the positive role of the government, strengthening the environmental awareness of stakeholders; strengthening the guidance of government departments, promoting the implementation of policy-planning; developing digital information platform, promoting the development path of data opening and sharing. The paper provides theoretical basis and practical reference for the future development and planning to promote the sustainable development of sports tourism destination.

Keywords: *sports tourism destination; sustainable development; rural revitalization*

(上接第14页)

GÜLLICH A, 2017. International medallists' and non-medallists' developmental sport activities matched-pairs analysis[J]. *J Sports Sci*, 35(23):2281-2288.

SMITH D J, 2003. A framework for understanding the training

process leading to elite performance[J]. *Sports Med*, 33(15): 1103-1126.

VAEYENS R, GULLICH A, WARRCR, 2009. Talent identification and promotion programmers of Olympic athletes [J]. *J Sports*, 27(13):1367-1380.

The Law of Growth of Chinese Olympic Champions and Its Enlightenment

YANG Guoqing^{1,2}, PENG Guoqiang¹, LIU Hongjian¹, HU Haixu¹, BI Xiaoting³, LIU Yeyu¹

1. *Nanjing Sport Institute, Nanjing 210014, China*; 2. *Jiangsu Collaborative Innovation Center of Sports and Health Project, Nanjing 210014, China*; 3. *Jiangsu Research Institute of Sports Science, Nanjing 210033, China*

Abstract: The Olympic champion is an important symbol of the development level of competitive sports, and it demonstrates the outstanding achievements of competitive talents training as well. In the critical preparation period of Tokyo Olympic Games and Beijing Winter Olympic Games, it is necessary to summarize the law of growth and development of Chinese Olympic champions in order to guide the work of preparing for the Games and to promote the cultivation of outstanding competitive talents. This study systematically reviewed the domestic and overseas literatures about Olympic champions, and surveyed 251 Olympic champions in China. The growth law of Olympic champions with Chinese characteristics were summarized from the aspects of basic conditions, culture and education, training competition and psychological winning. It is suggested that, firstly, the system and mechanism for the growth of outstanding athletes and promote the diversified cultivation of outstanding competitive talents is necessary; secondly, to broaden the selection and transportation methods for outstanding athletes and then to realize the accurate training of excellent athletes; thirdly, to innovate the training and competition mode of excellent athletes and then to promote the scientific training of excellent athletes; fourthly, to enrich the cultural and educational forms of excellent athletes and then to promote the individualized training of excellent athletes; lastly, it is necessary to optimize the service guarantee system for elite athletes and maintain the long-term cultivation of elite athletes.

Keywords: *chinese olympic champion; growth law; competitive elite; competitive sports*