

数字化背景下体育旅游业趋势研判与发展路径

唐志云

(桂林旅游学院 541006)

摘要:在社会主要矛盾发生变化的今天,人们对物质文明追求远不及精神文明的追求,现代社会已步入信息化时代,信息化技术和数字化技术对社会各层面的发展都产生了深远影响。在此背景下,体育旅游业的发展也与经济、科技的发展同步。在体育旅游业发展的过程中要想满足社会发展的新需求,以及旅游市场的新动态,必须把数字化技术与体育旅游业的发展进程相结合,另外利用现代科技推动数字化体育旅游景区的可持续发展,已成为当前亟待解决的问题。因此,本文就着重阐述了数字化背景下体育旅游业趋势研判与发展路径,希望能对相关工作人员开展工作提供帮助。

关键词:数字化;体育旅游;趋势研判;发展路径

前言

随着我国数字化技术的不断发展,各项工作的开展也越来越快,越来越方便。同时,数字化技术的不断发展对社会各方面的发展也产生了不同的影响,如在一定程度上改变了传统体育旅游业的发展,为体育旅游资源的开发与保护开辟了一条新的道路。另外,与传统的体育旅游开发方式相比较,数字化旅游景区的建设将打破传统的开发模式,建设更先进、更符合社会发展的数字化体育旅游景点,从而推动了体育旅游业的快速、高效发展。

一、我国体育旅游产业发展现状

从体育旅游产业横向层面上来看,中国的体育旅游发展速度从2015年年增速达到了30%-40%,超过了全球体育旅游产业年增长的15%,但是中国的体育旅游市场份额只有5%,远远低于发达国家。从纵向层面来看,中国居民的人均可支配收入增长表明了消费增长的趋势。体育旅游在高水平赛事观赏、社区传播、明星粉丝效应、休闲娱乐体验等领域拥有很强的用户粘性,其市场规模不断增长,发展速度也比较快。在新经济、新基础设施、新客户、新需求的推动下,我国体育旅游产业发展迅速,其整体规模将持续扩大。从体育旅游业整体的发展模式来看,体育旅游以市场、技术扩散、资源整合、项目现代化以及其它整合手段为一体,形成了体育游乐园、体育赛事旅游、休闲旅游等新业态^[1]。例如,福建省平南县白水洋鸳鸯溪景区是一种基于自然景观的体育旅游,陕西省商洛市的体育旅游项目既是体育和旅游的高度融合,又是“体育+”和“全域旅游”的良性融合,使得体育旅游产业得到了进一步发展,满足了人民对体育旅游越来越高的要求。同时,在新时期背景下我国的体育旅游发展规模不断扩大,发展模式也在不断创新,且在国家政策、产业发展趋势、消费者需求改善、科技创新等有利条件的指引下,相信我国体育旅游产业在今后将会朝着多元化发展。

二、数字化驱动体育旅游业发展的趋势研判

(一)提升体育旅游消费者用户体验

随着物联网时代的到来以及数字化技术的发展,新的消费需求将会得到进一步的释放,尤其是在后疫情期,一些消费者已经开始进入网络消费领域,其市场需求也随之增加。一是,我国目前的“健康中国”、“全民健身”等国家发展战略已经根深蒂固。我国居民体育参与意识日益增强,居民的体育消费水平也在逐步上升,体育旅游日益成为人们关注的对象。体育旅游开发的新方式、新的供应方式,是实现旅游业长远发展的关键。此外,数字化技术也是促进体育旅游行业发展的一大推动力,可以从某种意义上解决游客的消费需求问题、整合旅游业态的功能、服务界面或流程,以及互动体验的运用,使旅游产

品的发展和供应得到进一步完善^[2]。辽宁省是一个典型案例,它通过搭建一站式冰雪运动在线智慧服务平台,促进了南北城市之间的交流和对话;通过开展南北城市的合作形成了一种“线上线下”的营销模式,对辽宁省和全国范围内的冰雪运动和旅游业的发展提供了支撑。二是在“互联网+”的大环境下,消费者是体育旅游服务课体的核心要素,它直接影响着体育旅游行业的整体经济表现,并在某种程度上影响着体育旅游市场的发展。体育旅游是一种以互联网、5G、无线定位为核心的运动旅游,它能有效地将消费者的消费轨迹信息、顾客信息、体育旅游信息、旅游景区虚拟体育旅游等信息进行获取分析,从而提升旅游产品的竞争力、引爆消费点。以云南省丽江市泸沽湖风景区为例,综合了高山湖泊的自然景观、摩梭族的文化特色,以及与女子徒步运动相结合,通过线上打卡、参与、分享和签到等方式进行在线参与。突破地域局限,打造以女子徒步为运动旅游品牌,持续深入网络体育旅游市场。三是最能激发游客消费动机的是体育旅游目的地和运动产品类型,进而通过网络,体育旅游目的地网站能够缩小经营者与消费者间的信息鸿沟,为其建立起虚拟的通路,拓宽其展示商品与服务的新途径,且游客也可以根据这些数据信息来对体育旅游线路进行科学的规划。

(二)提高体育旅游业管理效能

利用数字化技术进行体育旅游也管理,可以为体育旅游经营者提供有关景区情况、游客人数、体育用品等方面的信息,并将智能控制与网络营销有机地结合起来,从而有效提升经营者在体育旅游市场的动态管理能力。一是互联网网络的开放使得体育旅游运营商的态势感知形式更加丰富。经营者以主体信息为依据,以信息技术为核心来进行获取相关信息内容,以提升经营者在预测、决策等各环节的效能。目前,各旅游主管部门和各景区纷纷投入资金,建立了监测应急指挥和大数据中心,为体育旅游数据的存储、分析和沉淀提供支撑。比如重庆市万盛区,通过“数字定位”和“线下大数据能力”,为体育旅游行业的数字化发展作出了开创性的示范。二是作为与互联网同步发展的个体,消费者可以根据自己的需求,在数字技术的帮助下选择自己喜爱的商品以及业务办理,减少线下排队、手工操作等繁琐过程,降低交流费用,使各种经营者的利益最大化。比如,浙江省杭州市就推出了“AI动杭州”的微信小程序,主要包括赛事登记、门票支付、科学健身、人民体育馆、场馆卡等,实现体育管理、体育场馆、体育消费等方面的便利。

三、数字化背景下体育旅游业发展路径

(一)加强人才建设

民族的发展靠的是人才,民族的振兴也需要靠人才,进而体育旅游行业的数字化转型也离不开人才的加持,且在新时期

数字化人才已经越来越成为推动我国体育旅游产业发展的重要战略资源。当然,中国体育旅游产业在新时期的整体外部发展大环境下,仍然存在着诸如数字化人才短缺、体育旅游专业人才匮乏等方面的问题^[3]。因此,就需要体育旅游产业要将体育、旅游、工业、教育等方面结合起来,从而培养出更深入、更高层次的数字化人才。第一,要加强体旅融合,不断更新人才的培训观念。一方面,要建立健全的人才管理制度和机制,让社会各界的优秀人才都能充分利用自己的特长,并促进相关人才积极投入到实体行业中来;另一方面,按照“体旅相容、科技创新、全面育人”的培养思想来进行开展更为开放的人才引进策略,以便吸引全球杰出的人才,建立起国际交流与创新的舞台,打造一个人才聚集人的高地。第二,要不断深化产教结合,不断创新人才培养方式。落实高等教育建设培育体育旅游专业人才,鼓励和支持高校对体育旅游专业在学科建设、专业创建和师资力量方面的倾斜。

(二) 创新体育旅游产业链要素配置

拓展体育旅游产业链,发展产业集群化。要大力发展“体育+数字”、“旅游+数字”双向产业链,加速培育一批有市场竞争力、有特色的体育旅游品牌;一方面,通过数字化技术、大数据、人工智能等技术手段,对体育旅游产业的资源配置进行优化。比如,一些经济较好的城市,可以通过技术优势来开发室内运动旅游产品。另外,音质、可视化、3D虚拟技术也能使游客足不出户就能感受到银色滑雪胜地带来的兴奋;GPS导航技术与地理位置技术为旅客提供精确的定位服务,并通过数字化技术使用户能够在网上体验到个性化、定制化的冰雪运动。同时,要加速产业的数字化转型,让数据成为体育旅游业中的一项重要要素内容,进而根据不同人群、不同性别、不同偏好,开发出不同的体育旅游项目。同时也要认识到运用数字化技术对体育旅游产业进行开发,既能有效地整合资源,又能激发城市体育的活力,推动产业的转型和更新,从而使体育旅游产业的发展更加绚丽。

(三) 融合赛事 IP, 打造“电竞+城市”文体旅新模式

近几年,随着互联网、大数据、文化娱乐等新兴产业的出现,智能体育与电子竞技产业也随之蓬勃发展,包括智能滑雪、智能赛车等。在疫情常态化的前提下,线上健身指导、网上预约场地、体育社区等新业态新模式加速了新的消费。最新公布的《体育产业统计分类》,已经将电子竞技列为 02 大类体育竞赛表演活动以及 EDG 获得了总冠军,使得电子竞技步入亚运,充分展现了竞技运动的新面貌,并逐渐形成了一股新的体育势力^[4]。在数字化时代体育旅游产业要想得到蓬勃发展首要任务是融合精品赛事 IP,并发挥区域资源特色。以张家口市为例,大力发展冰雪旅游、拉动消费,将冬奥会作为一项具有温度的体育比赛场馆,吸引国内外游客参与冰雪运动、开展冰雪旅游等活动。另外,还要在体育领域积极探索电竞文娱合作新模式。目前,体育竞赛已逐步向体育、科技、普及等方面发展,与都市文化、市民的休闲、娱乐活动密切相关。所以,要想实现体育旅游的创新,就必须以已有的电子竞技 IP 作为突破口,将电子竞技游戏与文化旅游相结合,再加上最新的 AI 与 AR 技术,促使用户能够更好地感受到运动与文化旅游资源的魅力。

(四) 文体旅深度融合

体育、文化、旅游在新时代的结合发展应坚持旅以聚人、文以化人、体以健人的指导思想,把体育精神和中华优秀传统文化联系起来。首先,要想促进体育旅游在新时期得以蓬勃发展,应积极探索将文化和体育赛事相结合、实现线上和线下体育项目的融合和创新。同时,要坚持“以人为本”的思想,充分发

挥北京冬奥会的影响,在后冬奥时期开展冬季运动。其次,可以将特色体旅融合,形成“运动+旅游”相结合的体育旅游产业,京张体育旅游度假区的建成,以及中国体育文化博览会的影片策划与承办,无不显示出它在新时代的独特魅力。同时,通过运用不同的文化、武术、动态、多视角的智慧展示,展现中国传统运动的魅力。最后,创造一个具有国际性的景观和主题公园。体育旅游与工业、技术、文化、旅游等多个方面的融合,并根据体育业态的不同有相应的侧重点。

(五) 拓展文体旅产业平台化

大部分线下体育运动项目的停办,为网络+体育场馆带来了很大的发展空间。以区块链技术为核心,整合公众、商家、行业的体育旅游数据,为游客提供智能、快速、个性化的出行前、出行中、出行后的个性化服务,打造一个信息公开、透明的数字化文旅智能平台。一方面,整合“体育旅游”信息平台,搭建体育旅游 APP,开发体育旅游 APP,利用微信、微博、短视频等平台挖掘和发布体育旅游资源,拓展营销渠道,完善平台建设,为马拉松赛事直播和奥运重大体育赛事顺利播出奠定基础。另一方面,要健全“一站式”的网上、线下的公共体育服务体系,通过对消费前、消费中、消费后的智能化系统的更新,使消费者更安全、更便捷地进行消费。另外,在不同的部门和地区之间要确保数据之间的共享,利用大数据对体育旅游资源进行活化,以便促使游客更好地了解体育旅游的目的,并利用网络进行后评价,从而达到完善体育旅游服务的目的^[5]。

四、结语

总之,近几年我国体育旅游发展势头很好,为国家经济做出了巨大的贡献,这对于中国今后的消费增长来说是一个很大的开始。另外,随着数字化时代的到来,人们的使用习惯也在发生着变化,个性化、移动性、智能化已经是一种新的潮流。体育旅游的发展表现出一系列的新特征,包括线上与线下的融合、经营方式的多样化、用户体验的日益丰富。因此,在这样的大背景下还需要进一步深化数字+体育旅游的融合,并通过数字化技术来使体育旅游业更好地理解消费者的需求,更新供应链,实现产业结构的现代化,以便推动我国体育旅游产业得以蓬勃发展。

参考文献:

- [1]黎镇鹏,张泽承,李志敢.我国体育旅游产业高质量发展的困境与对策[C]//第七届中国体能训练科学大会论文集.,2022:2-7.
 - [2]聂琦.数字化背景下体育旅游发展及其优化研究[J].北方经贸,2022(10):158-160.
 - [3]曾玉兰,沈克印.数字经济时代体育旅游业的趋势研判与创新路径[C]//第十二届全国体育科学大会论文摘要汇编——专题报告(体育产业分会).,2022:111-112.
 - [4]李蓉.新时代体育旅游业高质量发展的内在逻辑与实现路径[C]//第十二届全国体育科学大会论文摘要汇编——专题报告(体育产业分会).,2022:358-360.
 - [5]曾玉兰,沈克印.数字化背景下体育旅游业趋势研判与发展路径[J].体育文化导刊,2021(06):7-12.
- (1) 2020 年广西哲学社会科学规划研究课题:健康中国战略下广西少数民族体育文化传承与全民健身融合路径研究(20FTY011)
- (2) 2022 年度桂林旅游学院科研课题:《数字赋能驱动南岭走廊民族传统体育与旅游融合发展实现路径研究》课题编号:2022B04.