

陕西省脱贫地区依托山地体育旅游运动 实现乡村振兴策略的路径研究

前言

陕西省脱贫地区根据自身地域特色依托“体育项目+旅游体验=乡村振兴”的山地体育旅游规划,抓住党中央对体育旅游结合发展的有力支持和户外运动市场蓬勃发展的机遇,将陕西省脱贫地区的地多、基础少的劣势变为山地体育旅游资源的优势,以旅游优势和经济优势,推进陕西省脱贫地区体育业与旅游业集合的可持续发展,推进体育相关链条式运营的联合式发展,为实现乡村振兴策略探寻有效路径。

关键词

山地体育旅游;乡村振兴;陕西省脱贫地区

陕西省脱贫地区覆盖山高水深的秦巴山脉腹地地区、关中部分秦岭北麓地区、陕北高原红色旅游目的地地区,是开展体育旅游等山地户外活动的绝佳地。

而且陕西聚集民族、遗留风情、历史文化等旅游资源丰富,例如宁陕江口回民自治镇、延安黄陵黄帝陵、蓝田葛牌镇等地区恰恰就是陕西省的脱贫地区。所以,将山地体育与当地旅游结合起来,通过对如何利用山地体育旅游促进陕西脱贫地区乡村振兴的研究,提出建设性意见,实现协助政府及各有关组织为陕西脱贫地区找到乡村振兴的有效路径,为陕西脱贫地区社会发展、经济前进和落实乡村振兴等公共服务保障全面实现小康社会都具有重大现实意义和深远历史意义。

1 陕西省脱贫地区山地体育旅游运动开展现状

1.1 陕西脱贫地区山地体育旅游运营现状

陕西脱贫地区拥有丰富的山地体育旅游资源,山地种类繁多,不仅有陕南秦岭山脉、巴山山脉、秦岭北麓的著名“七十二峪口”,还有“中国十大户外运动线路”之一的“鳌太穿越线”及以延安、榆林等为代表的陕北高原山地体育旅游地。它们是开展山地登山探险、攀岩、滑雪、登山、山地马拉松、探洞、山地自行车、速降等山地户外活动的绝美之地。

在秦岭腹地的陕西南部安康市、汉中市、商洛市等城市,自然资源丰富、各类历史景观众多,秦巴山脉的山地体育旅游资源丰富,目前已有西成高铁和西汉、西康高速,山地体育旅游产业的前景可观。但是当地山地体育旅游及相关的体

育产业发展较慢。原因一是秦巴山区各类城镇基建尤其是围绕体育赛事的体育环境建设远远不够;二是秦巴山脉地区交通环境不够通畅,缺乏对精英体育人群的吸引力;三是能够运营发展当地体育赛事和相关旅游项目的专业IP很少。一些地区已经通过举办县域或市域的山地体育IP赛事改善当地体育相关基础环境建设,带动当地的体育环境和旅游产业的发展。其中已经做到具有一定影响力的有宁陕山地越野挑战赛、皇冠镇山地自行车赛、商南县音乐半程马拉松赛、筒车湾漂流赛。

临近西安的秦岭北麓关于体育赛事运营带动当地经济、IP设置与整体规划还没有发展到体育旅游的阶段。当地目前以山村农家乐、观光游为主,处于普通群众参与旅游活动的阶段。例如资源丰富的蓝田县仅仅有一个全民健身节,这种本地群众自娱自乐的形式,无法带动外来消费。

秦岭绿色山地体育旅游项目整体产品开发不足,没有形成完整的产业链和IP产品带动效应。针对山地体育旅游设计的延续性延展性不甚理想,群众对山地体育旅游和本地的优势体育资源认同感不够。目前各地群众性山地体育旅游赛事,没有形成一个让山地运动爱好者彻头彻尾认可的体育大IP,也无法形成满足他们深层次精神与内心愉悦体验的体育资源。这些地区目前没有一个长期的IP规划,更没有针对体育旅游市场进行整体包装。基本上所有山地体育旅游资源的开发都缺乏自有的特色,不能对体育旅游人群形成强烈的吸引力。

陕西脱贫地区的地山地体育旅游资源可根据不同地理标准具体划分为水体型(例如汉中、安康依托汉江)和地貌型,地貌型又可再分为峡谷型(陕南商洛金丝峡、陕北马蹄湾)、高原型(陕北各个县)和山地型(陕西除关中外基本全部符合)等多种类型。陕西脱贫地区以其特殊的地理意义和复杂的地质结构,拥有丰富的山地体育旅游资源。

陕西南部的脱贫地区是山地自然资源最为丰富的秦岭地区。陕西省相关主管单位十年前就已经制定了相关的旅游开发规划,规划陕西南部秦巴山脉地区作为山地体育旅游的规划带与旅游相结合形成规模的体育旅游开发带。现在陕西南部秦岭山地体育旅游已拥有能够影响中西部地区的大IP赛事,实现了地区经济的增长和社会效益的发展。

陕西北部的延安、榆林等地经济相对富裕,但是贫富差异大。由于自然矿产品资源发达,个别地区对依托体育旅游脱贫认识不足,黄陵县早在2015年就举办过山地户外公开赛,但由于种种原因半途中断。黄龙县从2018年开始举办山地马拉松,但是由于整体规模偏小,没有形成IP方案。体育旅游对脱贫地区的影响力微乎其微。

党的十九大以来,相关部门大力推进陕西脱贫地区当地山地体育旅游赛事运营,将其视为乡村振兴最直接有效的方法。脱贫地区通过引入相关IP以及各类资金,结合地区独有的各类山峰资源,相继形成了登山探险、飞拉达岩壁攀登、四季室内滑雪等项目,先后创建了各类户外活动营地、室内外攀岩活动基地、山地滑雪场,形成了秦巴山脉、秦岭北麓、陕西南部等各具特色的成规模的山地体育旅游场所。同时,各类河道、山地绿色林地、自然探索营在各类民间资本的帮助下,峡谷漂流、鳌太徒步、秦岭露营等项目取得了长足进步。

但是目前也存在一些显著问题。首先是地理优势弱,陕西脱贫地区一般都距离城市经济带较远,如安康的宁陕县从西安驱车需要至少3小时,加上赛事IP开发同质化严重,很难形成链条经济消费影响力。

其次是脱贫地区政府的财政预算和投入无法支撑大规模的赛事举办资金和体育基础设施建设资金,加上招商不足和民间资本存在试探态度,造成赛事建设资金存在缺口,很多好的赛事IP规划得不到有效的推进。

再次是没有形成完整的体育旅游运营模式盈利方式。从脱贫地区山地体育旅游赛事IP资源运营经验来看,政府机构、运动单位对山地体育旅游赛事本身的盈利模式没有规范的开发标准,缺乏对能够拉动当地经济的项目,如农家特色饭庄、特色民宿、体育赛道、旅游景点串联、特产销售以

及其他相关项目生态链的统一整合。很多例子表明,如果仅依托山地体育旅游赛事IP规划开发和赞助商的赞助就实现大量回报是不可能的。很多体育旅游大IP因没有长期收益半途而废。因此,山地体育旅游IP赛事开发必须与当地特色融合形成联动效应。

1.2 山地体育旅游为陕西脱贫地区特色地域资源乡村振兴带来新机遇

目前多部门已出台体育产业相关政策文件,如《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》、《国务院关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》、《关于加快发展健身休闲产业的指导意见》、《山地户外运动产业发展规划》、《关于大力发展体育旅游的指导意见》等。这些指导性政策的出台规划了通过发展体育旅游产业促进乡村振兴。虽然国家制定了5万亿体育产业目标,但各个地方出台的政策中提到的体育产业规模,汇总起来远远超过5万亿。

相关体育人群对体育旅游的投资使得山地体育旅游投入取得井喷式增长。随着国家各类体育旅游政策的出台,人民群众的收入增加,越来越多的人追求体育旅游带来的欢愉,更愿意到山里面释放工作压力,参与到峡谷穿越、山地马拉松、重装行军等各式各样的山地体育旅游运动中。而适合进行山地体育旅游的地方往往远离经济发达地区的钢筋水泥住宅,需要一小时经济圈的快捷便利的出行方式,这恰恰是我们提出的吃住行玩的山地体育旅游生态链式的消费主张,是越来越递进的消费需求,呈现不断上扬的态势。

2 陕西省脱贫地区开展山地体育旅游促进乡村振兴的有效路径建议

2.1 增强山地体育系列赛整体大IP规划的管理功能,加大区域整合

当下陕西省脱贫地区山地体育旅游资源的运营同质化严重,远未达到以“乡村振兴”为导向的运营贯穿式。陕西省具有山地体育旅游资源的脱贫地区应在各级政府的统一协调下,南部策划“大秦岭”山地体育旅游赛事系列赛事、积分赛事,北部规划“红色体育”系列赛,对目前正在运营的山地体育旅游赛事IP进行深挖、加大规划,互补特色,携手运营更大影响力的山地体育旅游IP营地,建立合理共赢的山地体育旅游运营空间,实现各个脱贫地区开放的IP资源串联,将运营品牌山地体育旅游系列赛的影响力做到事半功倍,实现利用体育赛事促进乡村振兴的延续性。

2.2 以山地体育运动为抓手,推动系列旅游资源开发运营

山地体育旅游资源开发是以体育运动项目IP为核心带

动旅游资源的整套合理利用模式,通过山地体育赛事或体育项目产业导流人员产生消费。如果通过运营“大秦岭”山地体育运动系列赛,做强赛事规模与赛事服务,辅助规模宣传,形成公众与媒体的高关注度,必然会达成规模效益带动旅游开发。例如江西武功山万人露营大会、北京马拉松等,都是将体育运动项目作为抓手,形成热效应,导入旅游人群导入,取得了各自预期的效果。

陕西脱贫地区要充分利用关中、陕南、陕北地区的自然资源和人文历史资源,把各个地区的特色民俗活动与山地体育运动结合起来,突出各地特有的优势与特色,逐步形成贯穿始终、有影响力的赛事运营,提高陕西山地体育旅游赛事的影响力和传播度。

2.3 开辟陕西山地体育旅游产业的资金投入窗口,形成共赢的新格局带动乡村振兴

在陕西山地体育旅游运动的运营开发中,要融通政府出资的固有模式,积极吸引产业投资商,吸引更多的资金投入当地的乡村振兴事业中。例如安康市宁陕县的秦岭峡谷乐园漂流距离西安2~3小时车程,游客在交通时间上往返耗费5~6个小时,而在体验漂流项目上仅1~2个小时,如果选择住宿,当地仅有档次不高的农家乐。所以,大部分游客都是选择早出晚归的消费模式,并没有产生深度体验消费。招商体育项目产业、酒店产业集团、康养产业集团,带动“体、住、养”结合的综合度假环境,带动消费升级,逐步形成以体育生态“赛、练、玩”为主导的多元化的体育旅游资源开发的新格局。

2.4 引导、设计山地体育旅游消费产品,培育市场体育生态旅游观念

当前乡村旅游市场逐年提升,根据中国乡村旅游行业市场消费调研及投资潜力研究报告(2022-2028年)显示,2020

年中国乡村旅游主要内容为文化体验,占比54.7%;亲子互动乡村旅游占比21.1%;乡村旅游体育活动占比15.5%(图1)。

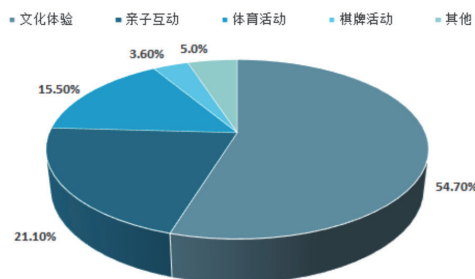


图1 2020年中国乡村旅游主要内容占比

体育旅游已经是乡村旅游的第三大内容。旅游项目大部分是需要山野、湖泊、山峰等环境资源中的露营、漂流、登山观光等玩耍类体育活动项目,也就是我们所说的“一次性消费”。这些项目一般位于城市近郊,基本是当天去当天回或1天1夜的消费模式。这种体育消费特点是“消费周期短、体验感不足”。

在陕西脱贫地区统一规划区域性强、内容丰富、体验感足的山地体育旅游消费规划产品,引导消费者选择乡村地区的体育生态游。这里不仅有体育项目体验,还有生态康养;不仅有玩耍类体育,还有技能型学习锻炼;不仅有单一体验消费,还有深度体验。

3 结语

陕西省脱贫地区不是底子薄、环境差的困难地区,而是一座环境优美、历史深厚、人文优秀的金矿,通过整体规划、加大宣传、合理运营,必然能成为世界级的山地体育旅游胜地。

文/薛海红,刘卢,蒋兵,牛奔(西安工程大学,陕西西安 710048)

基金项目:陕西省社科基金项目《山地体育旅游助力陕西贫困地区脱贫攻坚研究》(2018R06)

作者简介:薛海红,男,陕西延安人,西安工程大学体育部教授,研究方向:体育人文社会学;刘卢,男,河北张家口人,西安工程大学体育部教师,研究方向:体育教育与训练学;蒋兵,男,山东阳谷人,西安工程大学体育部教师,研究方向:体育教育与训练学;牛奔,男,陕西西安人,西安工程大学体育部教师,研究方向:体育教育与训练学。

参考文献:

- [1] 中国旅游研究院. 中国旅游发展年度报告2017[R]. 北京.
- [2] 郑勤. 地理环境与体育文化[J]. 华中师范大学学报(自然科学版), 1994, 28(3): 419-423.
- [3] 翁锡全. 体育·环境·健康[M]. 北京: 人民体育出版社, 2004: 177-178.
- [4] 郭霄. 陕西体育旅游产业发展现状与对策[J]. 山西师大学报(社会科学版), 2010, 37(S2): 47-48.

(下转 46 页)