

文章编号: 2095-7386(2015)04-0086-06

DOI: 10.3969/j.issn.2095-7386.2015.04.021

体育产业与旅游产业融合发展模式与对策研究 ——基于全价值链的视角

周 霄

(武汉轻工大学 经济与管理学院 湖北 武汉 430023)

摘 要: 当前世界经济呈现出明显的产业融合化发展趋势,作为现代服务业的重要组成部分,体育产业与旅游产业的融合发展亦是大势所趋。在阐释体育产业与旅游产业融合全价值链内涵的基础上,探讨了价值依附型、价值链接型和价值集成型三种融合模式,并提出了促进两大产业融合可持续发展的若干对策建议。

关键词: 产业融合; 全价值链; 体育产业; 旅游产业; 发展模式与对策

中图分类号: F 592.3

文献标识码: A

Research on development patterns and countermeasures of sports industry and tourism industry convergence from the perspective of the whole value chain

ZHOU Xiao

(School of Economy and Management, Wuhan Polytechnic University, Wuhan 430023, China)

Abstract: The industry convergence is an inevitable development trend of the world economy during the present period. As the important part of modern service industry, sports industry and tourism industry convergence is very necessary. Based on interpretation about the whole value chain of sports industry and tourism industry convergence, this article discusses the value-binding development pattern, the value-linking development pattern and the value-integration development pattern of the two industries convergence, and puts some countermeasures which may promote sustainable development of sports industry and tourism industry convergence.

Key words: industry convergence; the whole value chain; sports industry; tourism industry; development patterns and countermeasures

1 引言

在经济全球化、高新技术迅速发展的时代背景

下,既有产业之间的界限日益模糊,世界经济呈现出产业融合化的发展趋势。作为一种新的产业发展模式和产业组织形式,产业融合使相融产业之间在不

收稿日期: 2015-09-14.

作者简介: 周霄(1978-),男,副教授, E-mail: 15584066@qq.com.

基金项目: 2014年国家体育总局体育哲学社会科学项目(2074SS14105).

断渗透、交叉与重组的过程中实现价值扩张。体育产业和旅游产业有着某种天然的耦合性,两者都是现代服务业的重要组成部分,均呈现出较强的综合性、带动性特征。美国经济学家柯林斯曾经依据部门关联数学模型定量测算出体育产业与其他产业之间的产业关联度,结果显示,体育产业与旅游产业的关联度最高^[1]。可见,体育产业与旅游产业的融合发展成为一种必然。

2 体育产业与旅游产业融合的全价值链

全价值链是基于“系统论”和“整体观”的一种新的价值链观点,它是指在全方位考虑产业价值链上引发价值活动的各项价值关联要素的基础上,贯穿于产业内、外部价值链系统中价值创造和价值增值全过程的一个集合体,其目的是创造出最大的综合价值^[2]。从全价值链的角度来看,产业融合本质上是不同产业之间的价值关联要素突破原有产业边界进行交互嵌入与组合,最终融为一体,形成涵盖相融产业核心价值活动的新产业的动态发展过程,它一般会经历相融产业原有价值链的解构和融合后新产业价值链的重构两个阶段。

全价值链的理念和产业经济发展的基本原理揭示出,政策、功能、资源、产品、市场、品牌、文化、情感、资金、技术、人才、信息等 12 项价值要素在体育产业和旅游产业经济运行中均发挥了重要效用,这些价值要素相互关联、相互作用,共同推进产业发展。也正是这些内生或外附于体育产业与旅游产业的价值要素跨越原有产业边界的联姻,促使价值链重构,实现了两大产业的融合化发展。体育产业与旅游产业融合的全价值链实际上是一个多要素价值链模块共同构成的综合系统。

3 体育产业与旅游产业融合发展模式

所谓融合发展模式,是指体育产业与旅游产业融合的路径选择。两大产业的价值关联要素由于对接形式和特点不同,形成了价值依附型、价值链接型和价值集成型三种融合模式。

3.1 价值依附型融合发展模式

价值依附型融合发展模式是一种单向的功能依附,既包括在体育本体产业中融入旅游功能,也包括

在旅游本体产业中融入体育元素,形成“你中有我”或“我中有你”的格局(如图 1 所示)。该模式属于浅表性融合,虽然在很大程度上丰富了体育或旅游本体产业的内涵,但并没有改变其原有的产业形态而形成新业态。

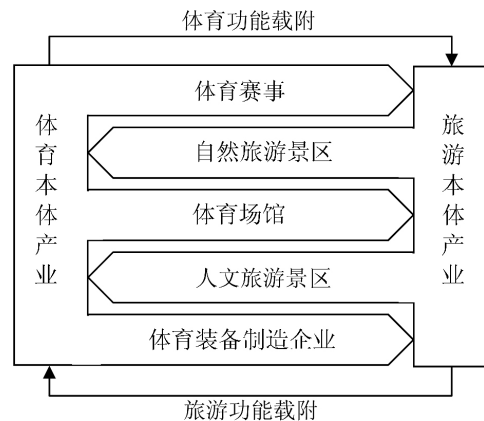


图 1 价值依附型融合发展模式

就体育产业而言,其旅游价值依附载体主要有体育赛事、体育场馆和体育装备制造企业。在眼球经济时代,重大体育赛事、著名体育场馆的运营除了充分挖掘场内的体育价值之外,做好场外的旅游文章成为提升其经济附加值的必要手段。例如,上海市每年举办的 F1 方程式大奖赛、国际田联钻石联赛、网球大师赛,专门设置的游客体验区、纪念品销售区都人满爆棚;北京奥运会结束后,鸟巢和水立方旋即成为旅游新地标。此外,越来越多的体育装备制造企业开放其产品生产线供游客参观游览,这种做法一方面作为营销创新手段能够给企业带来增值,另一方面作为公众教育手段能够体现企业社会责任。在这些情况下,旅游功能的融入成为一种自然而然、水到渠成的事情。

就旅游产业而言,其体育价值依附载体主要是传统旅游景区。无论是在自然旅游景区还是人文旅游景区中融入体育元素,都能使其旅游产品形式更加多样,更具观赏性和参与性。例如,在青海湖景区举办的“环青海湖国际自行车赛”已经成为集旅游经济、体育精神、文化品位为一体的大型盛会;河南开封的清明上河园景区不仅恢复再现了女子马球、蹴鞠、斗鸡等北宋民俗体育风情表演,而且还开发了古代攀岩、水上竞标等宋代体育游乐项目,成为中国最大的古代娱乐集中表现地^[3]。当这些旅游景区

贴上“体育”的标签,即被赋予了独特的市场竞争优势。

3.2 价值联接型融合发展模式

价值联接型融合发展模式是一种双向的要素延伸,在体育产业与旅游产业的边界重合地带,形成以体育旅游吸引物为依托,以体育旅游专项市场为对象,核心价值活动显著的体育旅游产业新业态(如图2所示)。

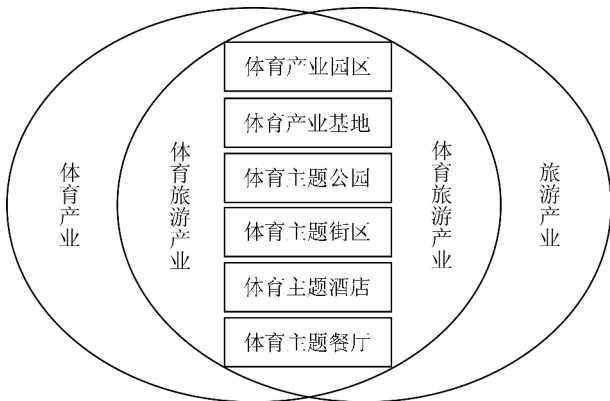


图2 价值联接型融合发展模式

体育旅游吸引物是指那些体育主题突出,能够激发旅游者的旅游动机并促动其实现旅游活动并由此产生一定的经济、社会及生态环境效益的事物。典型的体育旅游吸引物类型主要有体育产业园区(基地)、体育主题公园、体育主题街区、体育主题酒店(餐厅)等。如由体育运动动感区、体育时尚休闲区、体育运动体验区、体育文化活动区、体育未来发展区、体育商贸服务区、体育商务总部区、体育会展交流区、体育科研办公区九大板块组成的北京市龙潭湖体育产业园;致力于整合区域山体和海域范围的资源禀赋,在山海间打造国际一流体育旅游胜地的中山市航天体育旅游主题公园;以武汉体育学院为中心,集体育用品展销、体育休闲娱乐、体育文化传播、体育商务及体育康复医疗等功能于一体的武汉市“奥林匹克一条街”;以感受差异、品位文化为主旨的上海姚餐厅(篮球主题)、北京维京瑞典餐厅(乒乓球主题)、武汉斯博兰花园酒店(依托市民体育健身中心)等。依托这些吸引物而发展起来的体育旅游产业具有体育产业与旅游产业的双重特性,其产品特色鲜明、市场定位清晰,符合人们日益迫切的“双康”价值诉求。

3.3 价值集成型融合发展模式

价值集成型融合发展模式是一种多向的产业交叉,它是体育产业与旅游产业同其他相关产业基于资源、产品、市场、技术、信息等平台的专业化分工协作系统(如图3所示)。这种多元价值关联要素的复杂性融合能够有效叠加相融产业的多重功能,有利于优势互补和促进创新。

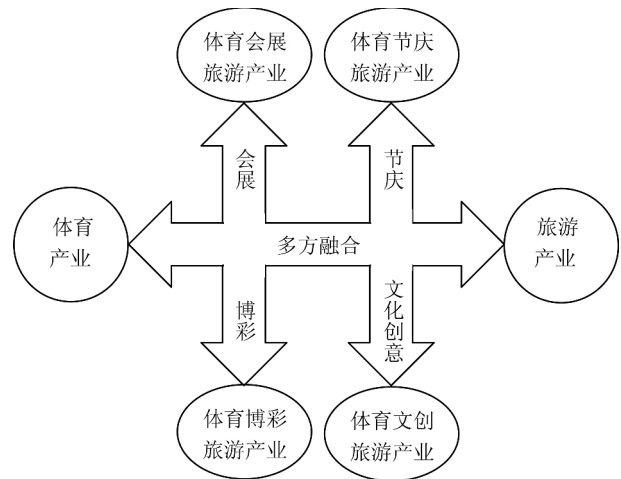


图3 价值集成型融合发展模式

现代服务业中的会展、节庆、博彩、文化创意等产业因其同体育产业与旅游产业较强的关联性,构成了价值集成型融合的第三方主体,衍生出体育会展旅游产业、体育节庆旅游产业、体育博彩旅游产业和体育文化创意旅游产业等复合型新业态。层出不穷的各级各类体育旅游展会和节庆,如已连续多届举办的中国国际体育旅游博览会、湖北武当国际武术节、山东潍坊国际风筝节等,通过丰富多彩的活动组织,吸引大量游客慕名前往,培育出广阔的市场空间。合法的体育博彩业与地方旅游产业的发展亦相得益彰,一方面体育博彩项目作为独具魅力的旅游产品对广大旅游者有强烈的吸引力,另一方面旅游业的蓬勃发展又为体育博彩业带来的滚滚客流,如香港沙田的赛马、澳门逸园的赛狗等即开型体育博彩吸引大量旅游者现场观赛,经济效益显著。文化创意产业的介入则使得体育旅游产品创新达到了一个新的高度,如河南嵩山推出的《禅宗少林·音乐大典》大型山地实景演出,将博大精深的禅宗文化、传承正宗的少林功夫、绚丽夺目的舞台光效和宛如天籁的音乐韵律融为一体,为游客呈现出一场无与伦比的视听盛宴,在海内外产生巨大的影响,实现了

良好的综合效益。需要指出的是,体育产业与旅游产业的开放性为其与更多其他产业之间的融合发展提供了可能。

4 基于全价值链的体育产业与旅游产业融合发展对策

在产业融合发展的新时代,要将体育产业与旅游产业的融合引向深入并实现可持续发展,还需围绕融合全价值链体系中的各项价值关联要素,坚持多管齐下的发展对策。

4.1 推进政策落实,放松政府规制

近年来国家层面多次出台的利好体育产业与旅游产业发展的政策性文件对于两大产业的融合发展无异于雨露甘霖,但是不能只是“雷声大、雨点小”,必须建立高效的政策传导、落实和监管机制,确保各级政府能够在国家政策的引导下,结合各地的实际情况出台相应的政策实施细则,让政策真正惠及市场主体,充分调动起利益相关群体的主观能动性。同时,“现行的管制框架将日益受到产业融合的巨大冲击与挑战。在产业融合拓展化过程中,传统管制框架及政策仍然是其主要障碍之一”^[4]。尤其是对于体育产业而言,我国的政府规制是比较严格的,比如竞技体育几乎完全被政府部门所掌控,这将在很大程度上阻碍更多的资金、人才、技术进入体育产业,不利于体育产业与其他产业的融合发展。此外,由于国情的原因,我国对于体育博彩的管控也非常严苛,制约了体育博彩旅游产业的发展。2009年12月,国务院发布的《关于推进海南国际旅游岛建设发展的若干意见》(国发[2009]44号)虽然指出,可以在海南试办一些国际通行的旅游体育娱乐项目,探索发展竞猜型体育彩票和大型国际赛事即开彩票,但遗憾的是,这一政策意图至今仍停留在设想阶段,尚未付诸实践。产业政策的落实和政府规制的放开,是体育产业与旅游产业融合发展的必然要求。

4.2 提高融合意识,加强功能拓展

在全球化浪潮的冲击下,体育产业和旅游产业的从业人员必须敏锐地把握住世界范围内产业融合加速发展的趋势,在思维方式上与时俱进,尽快转变产业条块发展的传统观念,牢固树立起产业协同发展理念和产业融合发展意识。要深入分析融合现

象,总结提炼融合经验,进行理论归纳、开展学术探讨,构建融合发展理论体系,指导融合实践^[3]。同时,还要放宽融合发展的视野,以功能拓展为突破口来探索两大产业充分融合的各种可能性。体育产业与旅游产业融合功能拓展包括横向和纵向两个方面,横向拓展是指在两大产业基础功能之上增加新的功能,主要对应价值集成型融合发展模式,可考虑将更多的第三方关联产业如游戏产业、影视产业等纳入融合体系之中,形成更多的复合型新业态;纵向拓展则是对两大产业原有功能的深化与完善,主要对应价值链接型融合发展模式,如打造体育旅游综合体,将产业园区(基地)、主题公园、主题街区、主题酒店(餐厅)等业态进行产业集群,并配套学校、医院、商场等公共设施。功能拓展有助于创造新的市场空间,是体育产业与旅游产业融合发展的重要方向。

4.3 盘活资源存量,强化金融支持

体育产业资源与旅游产业资源都具有数量丰富、类型多样、分布广泛的特点,能否盘活这些存量资源,决定了能否实现两大产业融合价值的最大化。在盘活资源的过程中,充足的资金介入运作又是必不可少的。要形成资源有效利用、资金有效支持的局面,必须探索新的资源流转模式。2013年9月,全国首家旅游资源交易平台在北京产权交易所正式启动,致力于为地方政府、旅游企业以及关注旅游产业发展的投融资机构提供旅游项目招商、旅游企业融资、股权交易、实物资产交易、旅游产品交易等各类服务^[5]。2014年12月底,三个由不同主体投资运营的体育产业资源交易平台也在北京、上海相继成立,面向体育赛事、场馆、运动员等体育产业相关领域的物权、经营权、知识产权、股权、债权等进行交易^[6]。这些平台的建设既是体育产业资源和旅游产业资源走向市场化配置的标志,也是两大产业金融创新的有益尝试,能够有效解决现有资源交易过程市场参与度不高,信息披露不全,资源议价能力低等问题,值得在全国范围内推广借鉴。加大资源开发力度,拓宽资金来源渠道,是体育产业与旅游产业融合发展的重要保障。

4.4 培育核心企业,促进产品开发

体育产业与旅游产业的融合发展归根结底需要

相应的企业作为市场主体的积极参与,因而必须大力培育跨产业经营的核心企业,通过其龙头带动作用引领一大批体育企业或旅游企业尝试跨界,形成两大产业融合发展的企业群。核心企业代表着核心竞争力,要做大做强具有融合性的核心企业,可以考虑将现有的一些有实力的体育企业、旅游企业或其他相关企业进行资产重组,组建体育旅游集团,如北京北奥集团、山东泰山集团、湖南体育产业集团、大庆文化体育旅游集团等。同时,企业还是产品的开发主体,这种大型跨产业企业集团在开发“一站式”满足用户体育、旅游及相关休闲、文化等多样化消费需求的产品时,能够有效调动各业资源进行整合,具有先天的优势,如万达集团在武汉楚河汉街推出的“汉秀”世界级演艺水平舞台项目,集体育表演、旅游休闲、文化创意于一体,震撼人心的前沿技术与挑战体能极限的表演,为游客带来叹为观止的艺术之旅。还有一些大型跨产业企业集团的工业旅游产品,亦受到消费者青睐,如山东省庆云县体育产业基地专门规划了体育产业观光园区,让游客能够深入企业生产线进行近距离观赏体验,并因此获评省级工业旅游示范点^[7]。跨产业核心企业的培育,有助于体育旅游产品创新,必将促进体育产业和旅游产业的融合发展进一步走向深入。

4.5 提升品牌价值、开拓市场空间

品牌是一个价值流动的链条,能够综合反映企业或产品的市场竞争实力,提升体育旅游企业和产品品牌价值与前述培育核心企业、促进产品开发的工作一脉相承,对于体育产业与旅游产业的融合发展意义重大。首先,体育旅游企业品牌塑造要注重文化彰显与情感融入,尤其是企业文化精神的树立要突出“以人为本”的基础理念和“为人民健康谋福祉”的社会责任,同时用外化的公益性企业行为和鲜明的企业形象系统进行品牌传播,力求将企业品牌固化于大众消费观念之中。其次,体育旅游产品品牌价值塑造主要从认知度、知名度、美誉度、满意度和忠诚度五个方面进行,首先要运用广告等宣传方式传递产品或服务的特性、功能,以获得公众认知;其次要通过创造一个概念或是倡导一种理念,为产品带来独特的销售主张(unique selling proposition; USP),让竞争者无法效仿,扩大品牌影响;最后

是分析品牌诉求利益点和品牌价值链,识别顾客需求,通过对顾客价值信号分析以明确顾客追求和认同的价值,为顾客创造独特价值,进而增加顾客满意度与忠诚度^[8]。企业与产品的品牌效应如同磁场的吸附效应一般,能够释放出强大的市场吸引力,使其市场份额不断扩大。当然,在市场空间的开拓过程中,多元化营销手段的运用必不可少,需要创新营销理念,推行“区域联动、部门联合、企业联手”的一体化营销战略,采取多形式、多渠道、广覆盖的营销推广方式,提高营销效果。

4.6 重视人才培养,鼓励技术创新

人才对于产业发展的重要性不言而喻,重视复合型人才和创新型人才的培养自然成为体育产业与旅游产业融合发展的题中应有之义。长期以来,我国的体育产业从业人员集中在体育竞技、体育赛事运作、体育中介服务和体育用品生产销售等方面,旅游产业从业人员主要集中于“食、宿、行、游、购、娱”等接待设施部门,缺少以产业化运作方式为主,既懂体育和旅游,又熟悉现代经营管理理论与方法的高层次复合型人才。尽管我国的人才市场越来越完善,各种专业人才的培养、流动机制也越来越成熟,但这些机制仍不足以满足产业融合后对跨产业复合型人才巨大需求。因此,一方面要鼓励和支持高等院校在目录外设置体育旅游管理专业,开展学历教育;另一方面要加强体育旅游企业与科研院所联合组织技能培训和认证,共同为两大产业的融合发展提供人才支撑。另外,探索和实践创新型人才培养模式也迫在眉睫,尤其是对于技术性创新人才,要大力扶持技术创新团队建设,在出国深造、学术交流、职务晋升、薪资晋级等方面给予团队成员充分激励,鼓励其多产出科技创新成果,保护其技术创新利益,从而提升企业的创新能力,使体育产业与旅游产业的融合更趋紧密。

4.7 建立合作机制,实现信息互通

体育产业与旅游产业的融合发展,不是两大产业或相关产业的各自为政,而应是通盘考虑的“一盘棋”,这就要求必须建立起强有力的协调机构,负责体育产业与旅游产业融合运行的总体组织和指导,提高信息共享与沟通效率,形成平衡各方利益主体的跨界治理机制。目前,我国县区一级的体育和

旅游行政管理部门,部分采取合署办公的形式,有的还与文化、出版传媒或外事侨办合署办公,这种一署多能的行政管理机构统辖地区体育与旅游发展事务,在一定程度上有利于体育产业与旅游产业的相互促进和融合发展,但在更高的政府层级,体育和旅游的相关职能部门均属于独立的行政管理机构,容易因为信息沟通不顺畅、关系协调不到位而产生利益冲突,继而影响到两大产业的有机融合。从组织创新的角度来说,在体育产业或旅游产业较为发达的地区,可考虑成立由当地分管领导挂帅,体育、旅游等多部门共同组成的体育旅游发展委员会,对产业融合过程中的相关事务进行协调、决策和监管,它既是一个多职能融合的管理平台,又是一个多资讯融合的信息平台。合作机制的建立,实现了信息互通,这一点在大数据时代,对于体育产业与旅游产业的融合发展显得尤为重要。

参考文献:

- [1] 井玲. 国外体育旅游研究评述[J]. 武汉体育学院学报, 2010(7): 48-54.
- [2] 周霄. 体育产业与旅游产业融合全价值链体系构建研究[J]. 科技创业月刊, 2015(13): 45-47.
- [3] 雷波. 我国体育产业与旅游产业互动融合模式分析[J]. 北京体育大学学报, 2012(9): 40-44.
- [4] 陈建华. 产业融合管制难题的信息分析[J]. 现代经济探讨, 2004(8): 67-70.
- [5] 北京产权交易所. 首家旅游资源交易平台落户北交所[EB/OL]. (2013-09-29). <http://roll.sohu.com/20130929/n387471822.shtml>.
- [6] 体育产业资源交易平台“扎堆”上线 难为“无米之炊”[EB/OL]. (2014-12-30). http://news.xinhuanet.com/sports/2014-12/30/c_127347883.htm
- [7] 张晓, 张丽红. 庆云体育产业基地获评省级工业旅游示范点[EB/OL]. (2014-12-25). <http://www.sdta.gov.cn/zwgk/ggxx-gskx/newInfo/4ae298f94a5ada1a014a7fc28ec9010b.html>.
- [8] 马勇, 王宏坤. 基于全价值链的我国旅游地产投资策略研究[J]. 商业研究, 2011(10): 208-211.