

消费视窗

体育旅游消费需求旺盛,精品线路、精品赛事和示范基地越来越多

# “体育+旅游”融合发展加速

本报记者 王珂 周亚军 宋豪新

核心阅读

滑雪、帆船、骑行、攀岩……近年来,“体育+旅游”融合发展加速。各地顺应游客消费升级趋势,推出更多优质体育旅游目的地,进一步激发旅游消费和体育消费,成为旅游市场新的增长点。

体育旅游亮点多

滑雪滑冰、户外运动、登山越野等体育活动,正在受到越来越多人喜爱

“哇,感觉太棒了!”在四川成都彭州市宝山村户外运动中心,游客李成开着全地形车穿越在四周绿意环绕的濛江河谷,清澈的河水飞溅起一丈多高的水花。体验结束,李成意犹未尽:“我是个户外运动爱好者,这里可太符合我的口味了。走!再去试试高空蹦极项目。”

彭州市素有“天府金彭、蜀中膏腴”的美誉,是距成都市区最近的雪山下的度假胜地。这些年,位于龙门山濛江河谷生态旅游区腹地的宝山村先后推出户外拓展、卡丁车、全地形车、滑索、飞跃丛林等众多体育项目。其中,高空蹦极项目建于峡谷中,运行高度40.3米。站在蹦极台上既能欣赏太阳湾的峡谷风光,又能感受运动的快感,深受游客喜爱。

体育旅游是指以体育资源和体育设施为条件,以体育运动项目为核心,以参与体验和参观游览为主要形式,以满足健康娱乐、旅游休闲为目的,向大众提供相关产品和服务的一系列经济活动。

《“十四五”旅游业发展规划》提出,“实施体育旅游精品示范工程,以北京冬奥会、冬残奥会等重大体育赛事为契机,打造一批有影响力的体育旅游精品线路、精品赛事和示范基地,规范和引导国家体育旅游示范区建设”。

近年来,我国体育旅游产业加速发展。一方面,随着居民收入水平提升和旅游消费升级,滑雪滑冰、户外运动、登山越野等体育活动,正在受到越来越多人喜爱。另一方面,在需求带动下,一批以体育为内涵,以旅游为载体的旅游目的地多了起来,在带动旅游从传统的观赏性旅游向体验型旅游发展的同时,成为旅游市场的新亮点。

白天在百年骑楼老街享受悠闲慢时光,傍晚在海口湾沉浸式体验城市海岸的活力派对,晚上到体育场为球队加油呐喊……在海南海口,游客体验因“体育+旅游”而更加丰富多彩。近年来,海南持续开发“体育+”特色产品,带动体育旅游消费快速增长。海口积极引入帆船、帆板赛事,每年海口帆船帆板运动的游客有2万多人。

文化和旅游部相关负责人表示,推动体育旅游融合发展,有利于丰富旅游体验,传播体育文化,对扩大体育和旅游市场供给,更好满足体育和旅游需求,服务“六稳”“六保”、构建新发展格局具有重要意义。

融合带动作用大

以体育旅游为抓手,实现景观资源与运动产品和项目融合发展

旅游产业关联性强,与食、住、行、游、购、



娱等行业直接相关。“体育+旅游”融合发展,能够发挥更大带动作用。

彭州市龙门山濛江河谷生态旅游区管理委员会主任陈红昊说,旅游区全力推动民宿产业上下游、左右岸配套,形成以山地运动和生态康养为主导的文旅产业体系,推动要素功能集成、产业协作配套、人城境业融合。目前,旅游区已有第三产业市场主体超1万家、新经济企业超600家,建成多个产业化项目,打造50余处特色消费场景,推动全市年度旅游人次达峰值1915.3万人次、旅游综合收入达峰值80.3亿元。

以体育旅游为抓手,一些地方面向运动观光群体,大力发展攀岩、登山、山地越野、徒步、溯溪等山地运动项目,实现景观资源与运动产品和项目融合发展。

“宝山村内有山谷、溪流、瀑布等景观资源,借助大自然赋予的优越条件,我们打造文旅体融合发展新模式。”宝山村党委书记、村委会主任贾卿说,宝山按照“山地运动+观光”模式,高标准建设特色民宿、温泉酒店,建成特色餐厅、旅游厕所等配套设施,运用体育产业带动农业、交通运输业、餐饮娱乐业等相关产业发展,以山地运动建设催生文旅产业发展新动能。

在海南万宁,长达109公里的海岸线上分布着日月湾等10个优美的海湾,是国内知名的冲浪胜地。以发展体育旅游产业为契机,万宁擦亮了“活力海岸”的名片,把冲浪、潜水、摩托艇、帆船帆板等运动和文化产业项目做大做强,更好地实现了“旅游+消费”的带动作用。

瞄准需求挖潜力

提升体育旅游的服务品质和产品品质,增加体育旅游的文化内涵

在国家5A级景区新疆赛里木湖,以冰雪运动为代表的体育旅游,正成为景区多元发展的新发力点。占地总面积约360公顷的滑雪旅游度假区,将依托海拔垂直落差高达1314米的地形建设雪场,包括初中高级雪道

和百公里以上湖畔野雪道等,同时配套半山观湖酒店、帐篷营地等多种住宿产品,更好满足游客在不同季节的需求。

硬件只是基础,软件才更关键。在赛里木湖滑雪旅游度假区相关负责人看来,随着旅游消费升级,越来越多游客更加注重景区管理、配套服务等,要想赢得更多游客的青睐,必须紧跟消费需求做文章。

消费内容向多业态扩展,冰雪乐园、冰雪世界等旅游项目更受消费者青睐……美团研究院发布的报告认为,我国冰雪旅游与体育旅游等快速融合,80后和90后成为冰雪旅游消费主力军,消费者在选择冰雪旅游目的地时,对景区服务水平提出更高要求。

赛里木湖滑雪旅游度假区相关负责人介绍,为了更好地满足滑雪运动更加多样化、个性化需求,景区与融创文旅滑雪奇迹达成战略合作,由热雪奇迹为度假区提供全面运营管理服务,引入全方位的品牌特色内容,在赛事、营地、训练中心、俱乐部活动等方面更好地服务游客。

随着热雪奇迹滑雪训练中心的入驻,赛

里木湖滑雪旅游度假区将开展滑雪技能全链路成长教学,面向不同程度的学员匹配相应课程,覆盖从初级入门滑雪课程到国际雪联权威认证,让更多滑雪爱好者可以接受更加专业的技能训练。“希望可以携手赛里木湖滑雪旅游度假区,共拓冰雪经济产业链,助力中国冰雪运动发展。”融创文旅集团总裁路鹏说。

“体育旅游未来潜力仍然很大,释放潜力的关键在于紧跟需求、提升体验。”中国旅游研究院副院长韩元军认为,要从消费者需求角度出发,提升体育旅游的服务品质和产品品质,增加体育旅游的文化内涵,让更多消费者在参与体育运动和体育休闲中收获满意,激发体育旅游更大的发展动力。

上图:在海南海口西秀海滩帆船帆板训练基地,帆船爱好者们扬帆起航。

袁琛摄(人民视觉)

下图:在河北邢台平乡县老漳河湿地公园,自行车运动爱好者在环道上骑行。

柴更利摄(影像中国)



绿色化、智能化、个性化成为趋势

## 家装消费市场新意多

本报记者 齐志明

产品”。同高飞一样,越来越多的消费者选择绿色、环保的硬装与软装产品,营造健康的居住环境。

更个性。江西巨汇建材家居广场有限公司阳光木业橱柜衣柜店负责人闵茶根介绍,定制家居使消费者免除了在设计、材料、施工等环节耗费的大量时间和精力,提供一站式服务,也有效减少室内装修产生的甲醛、苯等污染。

更智能。“我一进店就被智能面板深深吸引,它可以连接上百种设备,家里的中央空调、电视、照明灯具、新风、窗帘、采暖都可以用它来一键操控,很方便。”北京市朝阳区居

民王文达近期“打卡”了某智能家居体验馆。智能家居作为物联网九大重点领域应用示范工程之一,国家出台多项政策推进行业发展。此外,随着各种电商购物节的不断让利,性价比更高、产品质量更好的智能家居产品正在快速走入寻常百姓家。

《2022年天猫618新消费趋势》显示,智能等成为当代年轻人居家生活消费新趋势,洗碗机、智能马桶和电竞椅成为中国家庭的“新三大件”。天猫618期间,智能一体式马桶一跃成为家装行业销售冠军,智能型马桶销量达到了传统马桶的4倍。2021年,天猫平台上的全屋智能行业品牌数量

增长超过1倍,销量也在高速增长。

“互联网家装爆发背后是消费群体的改变以及家装产业的数字化转型升级。我们把先进数字技术应用在家装行业,通过全域零售、商品内容化和产品服务产品化,给消费者提供更省心、更便捷的购物体验。”淘宝天猫产业发展及运营中心家装家居总经理徐重说。

北京工商大学商业经济研究所所长洪涛说,随着人均收入和消费水平的稳步提升,消费者开始向往更优质的居住环境,对房屋的二次装修焕新需求应运而生。在相关政策引导下,及时的产品更新,以及电商平台等流通主体的支持,更多优质家装产品和服务进入寻常百姓家,助力人们过上高品质美好生活。

消费万花筒

市场漫步

随着健康生活理念被更多人接受,健康产品和技术不断突破创新,健康消费市场将加速释放,前景可期

买一辆新潮的自行车,在骑行中享受风拂过耳边的声音,欣赏沿途美丽的繁花;尝试健康饮食,购买新鲜食材制作一顿营养午餐,还不忘补充一些健康营养剂;关注身体状况,购买充满科技感的家用医疗设备,随时监测身体变化情况……最近,健康消费受到越来越多人推崇,体育健身、健康家居、医疗保健等消费渐成市场热点。

由于新冠肺炎疫情等因素影响,消费市场受到冲击,但健康消费却呈现较快增长势头。国家统计局公布的数据显示,2021年我国人均医疗保健消费支出2115元,增长14.8%,增速高于全国居民人均消费支出1.2个百分点,居民消费结构进一步改善。央行近日发布的《2022年第二季度城镇储户问卷调查报告》同样显示,问及未来3个月准备增加支出的项目时,居民选择比例最高的为教育,其次就是医疗保健,占27.4%,人们更愿意为健康付费。

近年来,百姓健康意识提升,健康消费需求迅速增长,消费升级趋势明显。未来,随着健康生活理念被更多人接受,健康产品和技术不断突破创新,这些都会催生健康消费需求加速释放。面对即将到来的消费热潮,生产经营者、市场监管者和消费者都需要做好准备、做足功课。

要精于创新,更要坚守品质。健康消费领域既有商品性消费,也有服务性消费,比如在线问诊、远程医疗;既集成眼下前沿科技创新,也融合精细贴心的健康指导,消费者需求多样化、个性化、多层次趋势明显,更新升级速度较快。顺应这一特点,生产经营者需结合专业领域知识,运用科技手段,加快产品研发创新更迭,更加精准地为消费者提供定制化的健康产品和服务,满足消费者日益升级的健康消费新需求。此外,不同于一般的商品消费,健康消费涵盖医疗保健、营养健康、体育健身等领域专业知识,消费者往往是知识和信息弱势一方,难以辨识部分商家的炒作噱头。而作为市场的参与者和建设者,生产经营者更有责任从呵护市场长期良性发展出发,做健康理念的倡导者,健康知识的宣传者,健康产品和服务的提供者。

要提升消费体验,更要改善市场环境。未来全民健康意识不断提升,健康消费市场成长前景可期,市场监管要紧跟市场发展的步伐,引领市场发展方向,完善行业标准和规范,促进提升产品和服务品质。也要扶优去劣,建立商品监测体系,保护消费者合法权益,打造清新的市场环境。

现在,越来越多年轻人关注自身身体健康,成为健康消费市场的新兴力量,他们学习健康新知,更愿意做自己健康生活的规划者和管理者。在健康之风带动下,消费者需要了解相关健康健身知识,擦亮眼睛甄别健康食品 and 营养产品,科学健身锻炼,做理智的健康消费者、明智的身体管理者。

随着疫情防控持续向好,作为经济增长第一引擎,消费市场活力逐步回升。健康消费是消费市场最具活力的细分市场之一,期待健康消费市场稳健发展,在助力消费升级的同时,让百姓生活更健康。

市场资讯

前5月中国信保承保金额增长12.7%

本报电 今年前5个月,中国出口信用保险公司累计实现承保金额3545.8亿美元,增长12.7%;服务客户14.9万家,增长7.5%。其中,支持向“一带一路”沿线国家出口和投资707.9亿美元,增长16.3%;支持小微企业出口472.8亿美元,增长5.1%。据国务院发展研究中心宏观经济研究部发布的《中国出口信用保险公司政策性职能履行评估报告(2021年度)》,去年,出口信用保险直接和间接带动出口金额近7500亿美元,占同期我国出口总额的比重为22.2%,为外贸企业稳出口、稳预期、稳信心发挥了重要作用。(展蕾)

全国供销合作社农产品销售平台成立

本报电 日前,在中华全国供销合作总社的指导推动下,中国供销农产品批发市场控股有限公司联合农产品流通行业61家企业、5家全国性行业协会以及1家国家级科研院所,共同发起成立了全国供销合作社农产品销售平台。该平台坚持为农服务宗旨和公益性原则,是供销合作社系统内农产品产业链上各经营主体共创、共享、共赢的开放型平台。平台以供销系统内农产品批发市场为主体,以发展单品联采和规模集采等业务为手段,通过数字化和个性化服务赋能系统内上中下游会员,提升供销合作社农产品流通效率和服务水平,更好服务乡村振兴。(齐志明)

本版责编:罗珊珊