

9月中旬,全国户外运动产业发展大会在我市召开。面对发展潜力巨大的新兴绿色产业,来自全国各地的专家、学者、企业家“论剑”东钱湖畔,为我市以及全国的户外运动产业发展献计献策——

户外运动蓬勃开展,万亿产业如何掘金?

记者 崔小明



山地竞速赛

宁波户外资源丰富 运动产业风生水起

长期以来,我市高度重视户外运动产业的发展。依托丰富的户外资源优势,积极推动体育健身、户外运动、休闲旅游相互融合。完成了一批登山步道、自行车道、露营基地等基础设施建设。宁海2009年成功建成全国首条100公里国家登山健身步道后,这些年不断拓展,目前登山健身步道已达500公里。在宁海县胡陈乡,有华东地区线路最长、功能最齐全的80公里自行车赛道,既适合休闲骑行,也可以开展高级别、高强度的大型自行车赛事。东钱湖环湖自行车道已经超过50公里。每逢节假日,这些地方是市民休闲旅游的绝佳选择。

我市建成了多个体育公园、体育运动特色小镇等各类体育综合体。宁海县胡陈乡建有一个滑翔伞基地、一个国家级垂钓中心、一个标准露营公园,实现了户外运动与当地农家乐、农业基地、餐饮住宿的有效结合,促进了户外运动与养生休闲旅游的协调发展。位于北仑区春晓镇的国际赛车场占地面积1111亩,不仅可以承办国际专业赛事,还是厂商试车、新品发布的绝佳平台。宁波万博鱼游艇会位于

梅山湾,以游艇母港为基础,融游艇帆船体验、水上运动休闲、海上体育赛事、亲子户外活动为一体。位于我市偏远山区的奉化大堰镇,利用得天独厚的山水资源,举办了第一届、第二届山地户外运动挑战赛、首届宁波市群众登山大会、浙江省山地自行车挑战赛等一系列体育赛事,产生了明显的经济效益。大堰镇每年接待数十万名游客,旅游综合经济效益逾亿元。

山地探险、徒步、漂流、攀岩等赛事的不断举办,在满足群众户外运动服务和需求的同时,也激发了户外运动产业和关联产业的潜力和活力。一批户外运动企业在中国“摔打”中不断成长,脱颖而出。宁波大自然户外俱乐部6次被评为全国示范俱乐部,策划并执行了宁波第一个马拉松赛事——宁波山地马拉松赛,这项赛事已连续举办了5届。大自然户外俱乐部还建成宁波第一个户外营地,为修建绿谷龙观登山步道提供了技术支持,并协助东钱湖建成上水帐篷营地等。2016年,俱乐部团队远赴贵州黔东南举办了一场国际半程马拉松赛事,并大获成功,开了宁波户外俱乐部异地办赛的先河。

开发缺乏广度深度 多种因素制约发展

近年来,我市户外运动快速发展的同时,也存在着一些制约产业发展的因素,主要表现在以下几个方面。

管理权属不够清晰。户外运动业务范围涉及露营、徒步、登山、峡谷穿越、野外生存、洞穴探险、丛林探险、自然水域探险、空中探险等,与规划、建设、旅游、安监等部门一定程度上存在职能交叉和重叠。在产业规划、基础设施建

设、配套服务等方面存在多头管理、责任主体不明确等问题。

专业培训几乎空白。各种户外运动的专业培训难以跟上,导致户外运动的参与者专业素质参差不齐。我市除了少部分人接受过中国登山协会的专业培训之外,大多数户外俱乐部和户外运动爱好者是出于兴趣而自发参与其中。参与活动的主观性、随意性较大,缺乏基本的户外运动技能。近年来,大自然

户外俱乐部在市体育局的支持下推出了公益户外领队培养计划,自2016年以来已培养700多人,但相比上百万的户外运动人口而言,只是杯水车薪。这次全国户外运动产业发展大会上发布的中国户外运动大数据表明,67%的人没有参加过户外运动的培训。

缺乏足够的安全意识。近年来,随着户外运动人口的激增,我市多次出现户外运动遇险的情况,

有的人甚至因此丧命。这次全国户外运动产业发展大会上发布的中国户外运动大数据表明,参加户外运动的人89%没有买保险。业内人士认为,这与宁波实际情况相符。

产业开发缺乏广度和深度。宁波的户外运动经营企业普遍规模偏小,在产业开发方面缺乏资金、技术等支持,户外运动行业的盈利情况不乐观。

拉动消费扩大内需 新兴产业蕴含商机

户外运动产业作为一项新兴产业,其中蕴含着巨大的商机。

首先,这项产业符合新的消费方向。2016年国务院办公厅印发《加快发展健身休闲产业发展的指导意见》,并出台了多个专项户外运动产业规划,明确提出了冰雪运动、山地户外、水上运动、航空运动发展新格局,我国户外运动产业发展从此走进新时代。今年9月20日,中共中央、国务院出台的《关于完善促进消费体制机制 进一步激发居民消费潜力的若干意见》中明确提到,支持“邮轮、游艇、自驾车、旅居车、通用航空等消费大众化发展……积极培育潜在需求大的体育消费新业态,支持社会力量举办国际国内高水平体育赛事,积极创建地方、民间自主品牌体育活动,大力发展体育职业联赛”。华南师范大学教授谭建湘在我市举办的全国户外运动产业发展大会上发表主旨演讲时说,当前人民群众的消费理念已经由完全满足物质需求逐渐过渡到追求生活质量的消费需求,消费方式由过去“买买买”的实物性消费向参与性、体验性消费升级。户外运动迎合了人们新的消费需求,一定能释放出巨大的消费潜力。

其次,户外运动的参与人数持续快速增长。中国登山协会开发部主任丁祥华在全国户外运动产业发展大会上介绍,2017年全国泛户

外人口约1.5亿人,经常参加户外运动的人口在5000万人左右。按照现有的参与人口、人均消费计算,2020年陆、海、空及冰雪等户外运动项目的产值,总规模将达到1.5万亿元,其中山地户外运动的产业规模将达到4000亿元。国家体育总局经济司副司长张建华在全国户外运动产业发展大会上表示,今年上半年,全国居民人均体育健身活动消费支出增长39.3%,超过旅馆住宿的37.8%,教育的11.2%,卫生的13.8%。谭建湘说,2017年全国举办了约1000场马拉松,参与人数超过500万人次。近年来,我市的泛户外人口也在快速增长,目前已超过100万人。2017年支付宝发布的大数据表明,我市的户外运动支付笔数较上年增长了21%。

另外,户外运动产业的发展有利于区域经济发展和改善民生。户外休闲运动能满足人民群众对美好生活的追求,体育产业已经成为拉动消费、扩大内需、促进区域经济增长的有效抓手。北京崇礼万龙滑雪场董事长罗力在全国户外运动产业发展大会上介绍,崇礼原来是一个贫穷落后的小镇,自从万龙等在崇礼开发滑雪场后,泥泞不堪的道路变成了笔直的柏油路,破败不堪的泥砖房变成了五星级酒店,当地农民成功转型,有了城里人一样的工作。

图 示



加强服务做大“蛋糕” 产业掘金企业先行

面对户外运动巨大的市场份额,政府如何把“蛋糕”做大?企业如何才能在激烈的竞争中分得“一杯羹”?在全国户外运动产业发展大会上,专家们各抒己见。

政府部门到位不越位。政府部门始终要树立“发展体育产业的核心力量是企业”的意识,营造环境,积极培育市场主体,而不是“越俎代庖”。谭建湘说,全国近千场马拉松赛事中,都有政府的影子,这不利于马拉松产业的持续发展。政府应该做户外运动产业的“保姆”,做好服务工作,同时引入负面清单制度,明确“法无禁止即可行”。通过政府“买单”,加大户外运动技能公益培训力度。谭建湘建议,我市应利用国家保险综合试验区的优势,加强与保险部门合作,探索户外运动公共保险的可行性。

产业政策要落地。政府部门出台的政策要切合实际,针对性和可行性。减少审批环节,提高服务效率。建立体育、旅游、文化、安监、公安、规划、保险、医疗等部门的联席会议制度,协调户外运动产业推进过程中的各种问题,让体育产业政策与旅游、健康、养老等产业政策融合发展。

推动户外运动智能化发展。户外运动多在山地、野外举行,对通信、安全、自救的设施设备有很大

的依赖性。因此,体育产业的智能化发展是必由之路。要借助信息技术,积极发展体育+旅游定制化服务,让户外运动产品能满足个性化需求。

打通“最后一公里”。我市及全国各地的不少户外运动基地,建成后不久就被闲置。绿水青山大多远离城市,基础设施比较落后。很多商家建设户外运动营地时只考虑场地、设施、设备等项目建设,没有考虑户外运动发展需要配套的基础设施,比如交通、安全、餐饮、住宿及软件服务等。有关专家说,我们应该借鉴美国一些户外营地的做法,除了提供完善的基础设施,还应指导游客如何烧火做饭、如何处理户外垃圾。

树立以消费者为核心的理念。户外运动既要考虑本地消费者的常态化需求,也要考虑季节性外地消费者的需求。运营者要对消费者的状态、类型进行详细的调查研究,满足各类人群的不同需要。

突出特色,打造品牌。户外运动产品要有竞争力,要因地制宜打造特色。要通过产品的精心设计,将特色转化为核心竞争力。要高度重视消费者的体验环节。纽约马拉松是世界六大马拉松赛事之一,参赛者最多时超过10万人,声势浩大。为了每年11月的这场赛事,当地会策划50多场活动,将赛事的效应放到最大。纽约马拉松的成功经验,值得我们学习。



骑行

攀岩

赛龙舟

赛艇