

博雅e刊 03

2022 年第 3 期
(总第 78 期)

博 / 采 / 寰 / 宇

雅 / 行 / 天 / 下

e

泛户外 Pan-Outdoor

【博雅研究】

泛户外产业与文化旅游融合发展大有可为
低空旅游、通用航空特色小镇给“一带一路”插上飞翔的翅膀

【专家视野】

泛户外生活美学——场景革命与价值创新
滨海旅游中的泛户外运动



电话：010-82781426

24 小时专家热线：18600992591

官网：www.onpku.com

邮箱：boya_bd@126.com

地址：北京市丰台区南四环西路 188 号总部基地 17 区 18 号楼 9 层



中国幸福产业引领者

The Leading Player of Chinese Happiness Industry

北京博雅方略文化旅游集团（简称：博雅方略文旅集团）遵循百年北大精神，秉承“中国幸福产业引领者”使命，充分整合旅游规划、景观园林设计、旅游品牌与营销、旅游地产服务、企业管理咨询、投融资、景区运营、IT 信息化、国土资源规划与整治、科技展览、体育旅游等业务链条，开展一站式服务，已发展成为文旅行业全产业链综合服务商。

2018 年以来，集团实施“1234”战略，围绕着“实业+资本”两个基点，聚焦三个业务：“咨询+资本+建运”和行业“旅游+文化+科技”，通过“四化”即集团化、资本化、平台化、本地化，目标打造十亿级企业。博观而约取，厚积而薄发。在为人民美好生活而奋斗之路上，我们始终不忘初心，孜孜前行。



· 旅游规划设计甲级资质



· 城乡规划编制乙级资质



· 土地规划等级证书



· 高新技术企业证书



· 信息系统集成及服务资质证书



· 国际标准认证证书



2022 年第 3 期（总第 78 期）

Authorities in Charge 主管 博雅方略文旅集团

Sponsor 主办 博雅方略研究院

Editor in Chief 主编 窦文章

Deputy Editors 执行主编 谢雯 李国栋 杜金桥

Text Editors 文字编辑 吴春玲 聂雯 李辉 柳蓄

Visual Editor 视觉编辑 楚君



Advisors 顾问（按姓氏笔画排列）

于希贤、毛小岗、王兴斌、王英杰、王尚义、王宝刚、王艳平、
王富德、王聚英、尹怀庭、申元村、冯长春、吕斌、刘思敏、
李明德、李庚、李宝中、杨勤业、肖星、吴浩、邵春、武弘麟、
范家驹、郭焕成、董锁成、蔡克光

Editorial Committee 编委会（按姓氏笔画排列）

王成武、白涛、吕洪梅、刘丽艳、苏凯诗、杜金桥、李刚、李伟明、
李旻、李国栋、李国卿、李勇、李辉、余明兴、张士满、张建国、
陈惠民、郑忠林、段元强、夏冬利、高慷、梁建军、董品伽、谢雯、
靳亚利、窦文章



全国咨询电话 010-82781426

24 小时专家热线 18600992591

E-mail boy_a_bd@126.com

地址 北京市丰台区南四环西路 188 号总部基地 17 区 18 号楼 9 层

邮编 100070

网址 <http://www.onpku.com>

注：部分图片素材来源于
网络，若涉及版权问題，
请与我们联系。

卷首语 // PRELUDE

到广阔的天地中去，聆听大自然的教诲。——布赖恩特

回归自然，多多体验泛户外运动，快乐就是这么简单。

泛户外运动，顾名思义就是更加广泛的户外运动。它包涵了所有走出家门的户外运动形式，如登山徒步、自行车、骑马、冰雪，甚至私人飞机、游艇、房车露营、高尔夫等。按照专业度的不同，泛户外运动可分为四个层级，最初级即大众户外，任何人都可以参与的户外运动形式，如公园遛弯；其次是休闲户外，年轻人更喜欢的户外运动形式，如滑雪、滑草、骑自行车等；再高级是高端户外，也是精英人士更热衷的户外运动形式，如私人飞机、游艇、房车等；专业度最高的为极限户外，对专业度有着较高的要求，也是超精英人士热爱的运动，如“7+2”，7 是指世界七大洲最高峰，2 是指南极点和北极点。

疫情常态化形势之下的中国人，比以往任何时候都渴望走出家门，带着亲朋好友，一起体验泛户外运动，和清风、阳光、雨露来一次亲密接触。露营经济的异常火爆已证明了这点。中国现有 4.7 万家露营相关企业，其中，近一半成立于一年之内。预计未来露营市场规模 5-10 年将达到 2 万亿。再加上泛户外运动为露营地提供更多精彩丰富的内容，未来发展不可限量！

6 月 18 日，以“复苏·向阳·共生”为主题的 2022 第九届博雅旅游论坛暨第十六届中国国际（北京）泛户外产业高峰论坛在京成功举办。论坛以“共建、共商、共享”为理念，通过线上线下相结合的形式，

荟聚了 20 余位业界精英大咖，聚焦泛户外产业，展开深度探讨交流，搭建文旅加户外运动大资源文化展示、旅游宣传、产业合作、对话交流、投融资等平台。近 10000 人次通过在线的形式观看了当天的论坛，整场活动获赞近 10 万。博雅方略文旅集团首席专家，北京大学教授、博士生导师窦文章教授认为，泛户外旅游融合文化、旅游与体育产业，是一个巨大的市场，市场前景大有可为。

自 2005 年至今，中国泛户外第一人李辉先生带着团队已连续主策划组织举办了两届中国俱乐部大会、三届北京国际帐篷节、十六届中国国际泛户外产业高峰论坛、2010 年中美金融人才论坛、第三届中国国际体育旅游产业峰会暨 2019 中国冬奥地产论坛，挂牌了 23 个泛户外产业基地，策划组织了近五百场泛户外沙龙和体验，创建了四个泛户外学院：全球泛户外航空／游艇／房车／救援学院，帮助了近四百位航空爱好者实现了低空飞行体验的梦想并获得结业证书，救援学院组织了数百次救援培训。

本期《博雅 e 刊》将围绕十八年来中国泛户外事业发展的成就展开详尽阐述。

随着博雅华辉泛户外商城正式上线运营，以及全国各地越来越多泛户外基地、泛户外体验中心的挂牌运营，时尚、健康的泛户外生活方式将悄然走进国人日常生活，成为人们回归大自然、享受身心愉悦的生活新常态。

CONTENTS

卷首语 /P03

博雅研究 /P06

- 复苏·向阳·共生——
2022 第九届博雅旅游论坛暨第十六届中国国际（北京）泛户外产业高峰论坛成功举办 P08
- 泛户外产业与文化旅游融合发展大有可为 P11
- 低空旅游、通用航空特色小镇给“一带一路”插上飞翔的翅膀 P15
- 草木蔓发，青山可望——浅谈户外营地的开发设计 P22

专家视野 /P26

- 泛户外生活美学——场景革命与价值创新 P28
- 体育旅游：打造新场景新企业新赛事新赛道 玩出新花样 P32
- 后疫情时代—泛户外赛事怎么办 P36

- 马文化与大文旅 P40
- 泛冰雪——后冬奥时代新突破 P43
- 滨海旅游中的泛户外运动 P48
- 博采众长大咖谈：如何将文旅休闲与泛户外产业融合发展 P50

体育与休闲 /P56

- 运动之美：十大主流泛户外运动形式 P58
- 冠军时刻：不忘初心永不言败——分享冠军心得，弘扬体育精神 P63
- 度假游憩：中国国际泛户外产业基地陆续挂牌 P67

团队风采 /P72

- 博雅华辉泛户外 P72



博研

泛户外

Pan-Outdoor



复苏·向阳·共生——

2022 第九届博雅旅游论坛 暨第十六届中国国际（北京）泛户外产业高峰论坛成功举办



6月18日,以“复苏·向阳·共生”为主题的2022第九届博雅旅游论坛暨第十六届中国国际（北京）泛户外产业高峰论坛在京成功举办。此次论坛由全联旅游业商会指导,北京博雅方略文旅集团主办,由全联房地产商会体育产业分会、阳光100置业集团、北新建材、优客工场、卡宾滑雪集团、路程网等协办,北京（骐骥）中国马文化博物馆、聚动力（北京）体

育文化发展有限公司、北京李洋体育科技集团有限公司、北京冠星体育文化有限公司等特别支持。论坛以“共建、共商、共享”为理念,通过线上线下相结合的形式,荟聚了20余位业界精英大咖,聚焦泛户外产业,展开深度探讨交流,开启智慧盛宴,搭建文旅加户外运动业界大资源文化展示、旅游宣传、产业合作对话交流投融资等平台。近10000人次通过在线的形式观

看了当天的论坛,整场活动获赞近10万。北京博雅方略文旅集团常务副总裁郑重作为主持人主持嘉宾致辞环节,欢迎各界专家大咖参与本次论坛,群策群力、集思广益,为中国文旅事业献计献策,共筑美好未来。北京博雅方略文旅集团副总裁梁建军,中国泛户外第一人、博雅华辉泛户外文化发展（北京）有限公司CEO李辉,原CCTV著



王志发局长为论坛致辞



吉小冬会长为论坛致辞



中国滑雪之父单兆鉴为论坛致辞

名体育节目主持人、中国马业协会副会长蔡猛等分别担任论坛上半场、下半场以及“冠军时刻”的主持人。原国家旅游局党组副书记、副局长王志发,全联旅游业商会会长吉小冬,中国滑雪之父单兆鉴,阳光100置业集团副董事长范小冲,北新建材总工董占波,优客工场创始人董事长毛大庆等为论坛致辞。王志发局长指出,中国文旅产业发展复苏向好的势头没有变,文旅产业创新高质量发展的大方向没有变,人们对于美好生活的向往没有改变,期待各位业界同仁携手共进、破解难题。他指出,今年是第九届博雅方略旅游论坛,也希望此次论坛能够在前八届的基础上,继续办出特色、办出风采!吉小冬会长指出,随着我国旅游产业加快

转型升级,旅游业逐渐由观光型向休闲度假型深度转变,“泛户外”旅游融合旅游体验与自然休闲双重功能,成为拉动消费的强劲动能。在国内,泛户外旅游市场尚未完全激发,发展潜力巨大。单兆鉴先生表示,要继续夯实冬奥会成功举办的里程碑意义,持续发展冰雪体育,为带动3亿人上冰雪做出努力。泛户外×文旅=无限可能。作为文旅规划行业的龙头企业,博雅方略始终摇旗呐喊,走在行业最前沿。围绕泛户外产业,博雅方略率先做出积极的创新与探索,积极搭建泛户外产业信息交流平台,推动行业共生共赢。王志发局长、窦文章教授、范小冲先生、李辉先生共同为“博雅华辉泛户外商城上线仪式”揭牌。在上午的主论坛环节,北京博

雅方略文旅集团首席专家、北京大学教授、博士生导师窦文章教授,天津财经大学教授、博观致远户外休闲研究院院长梁强,全联旅游业商会自驾旅游与房车露营分会副会长周森,河北省平乡县文化广电体育和旅游局党组书记、局长马红军,中国交通运输协会邮轮游艇分会常务副会长郑炜航,云南省自驾游与房车露营协会会长陈捷等嘉宾,分别围绕泛户外产业与文化旅游融合发展大有可为、泛户外生活美学——场景革命与价值创新、滨海旅游中的泛户外运动、平乡县旅游+体育融合发展之路、后疫情时代的邮轮游艇经济、自驾与泛户外旅游等话题,从宏观政策的角度、供给侧与需求侧的角度、生活美学的角度等多维度探讨泛户外产业与文旅融合发展的未来。窦文章教



博雅华辉泛户外商城上线揭牌仪式



范小冲先生为论坛致辞



窦文章教授发表主旨演讲



上午论坛主持人梁建军



下午论坛主持人李辉



嘉宾通过连线形式参与会议

授指出，泛户外产业与文旅融合将形成新型产业供给结构，包括泛户外装备、泛户外培训、泛户外赛事、泛户外服务、泛户外营销等，泛户外产业“万亿级”市场正在崛起，并详细介绍了包括露营、自驾、低空飞行、骑行、游艇、马术、高尔夫、登山徒步、马拉松、冰雪等在内的泛户外产业十大典型业态。

在当天下午的泛户外主流运动形式分享中，来自泛户外运动领域的顶级玩家从自身领域出发，为大家分享泛户外运动魅力与体验。原 CCTV 著名体育节目主持人，中国马业协会副会长蔡猛带来精彩的马术与马文化分享，中国探险协会副主席金飞豹分享了他对于户外运动的热爱以及他在推动、普及马拉松赛事领域的创新探索，卡宾滑雪集团总裁于洋深入阐释了当下国内冰雪产业发展现状，并现场展示最新最全的滑雪技术装备、造雪技术等，上海国际房车展组委会秘书长、路程网 x 房车行创始人丁宏波分享了房车露营的发展现状、发展趋势、最新营销理念等。中国房车旅行家王仁和分

享了如何打造、营销符合国人审美的网红露营地，北京兴创奥悦冰壶馆市场总监王德全带来精彩的冰壶运动体验。作为文旅规划行业的实战专家，博雅方略研究院常务副院长谢雯从户外基地的概念界定、发展类型、发展特点、发展历程等进行了深入的阐述和分析，并提出了泛户外运动基地“旅体文商康养融合”创新发展的基本模型！

论坛特设“冠军时刻”环节，中国滑雪之父单兆鉴，世界跳水冠军、奥运冠军桑雪，中国首位世界滑雪冠军郭丹丹，世界拳击冠军李洋，世界乒乓球冠军祖丽现场连线，分享了他们的体育运动生涯，冠军心路心得，并分享他们对于泛户外运动的热爱，以及热爱的泛户外运动类型，展示了“不折不挠、坚持不懈”的冠军精神，带动更多人参与到时尚健康的泛户外生活。原 CCTV 著名体育节目主持人，中国马业协会副会长蔡猛现场做客博雅华辉泛户外会客厅，并担任冠军时刻主持人，连线世界冠军。

论坛当天，现场连线博雅华辉北京昌平泛户外基地、博雅华辉北

京顺义泛户外基地、博雅华辉天津泛户外基地、博雅华辉河北承德兴隆泛户外基地、博雅华辉广西柳州泛户外基地，感受麦浪如海，潺水凉亭，尽情拥抱大自然的怀抱，切身体会泛户外基地美好生活。此外，博雅华辉云南丽江泛户外基地和山西晋城泛户外基地（山西大阳古镇）也正在积极筹备中，为休闲度假带来更丰富的体验。

截至目前，博雅方略旅游论坛已经成功举办九届。历届博雅方略论坛聚焦行业热点话题，把握时代潮流，已经成为引领文旅行业发展的风向标，同时也在推动国内外文旅产业链搭建信息平台、跨界融合共生共赢方面起到极大的促进作用。以第九届博雅方略旅游论坛为契机，我们将进一步探索后疫情时代文体旅泛户外产业发展的更多可能性、创新性，并充分发挥平台优势，赋能产业发展，助力创造中国文体旅泛户外产业更加美好的未来。 e

泛户外产业与文化旅游融合发展大有可为

□ 窦文章 / 北京大学教授、博士生导师，北京博雅方略文旅集团首席专家



泛户外运动与现代旅游 孪生同源

旅游对于人类来说并不陌生。从国内的封禅泰山到西方国际的奥林匹亚庆典都是旅游业的早期发展形式。而现代旅游业的起源则源于 18 世纪的工业革命。新式交通工具——火车和轮船使得远距离大规模的人员流动第一次成为可能，为早期旅游业发展提供了客观条件。在最早建成铁路的英国，商人们开始利用包租火车的形式把大批游客运送到游览地。形成了

现代旅游业的开端。1841 年，托马斯库克在英国正式创办了通济隆旅行社，专门经营旅游业务，从而标志了近代旅游业的诞生。

工业革命推动了现代旅游业的诞生和发展，同时也催生了户外运动。一些传教士开始为传教事业四处奔走，科学家为做自然生态的研究而探索。如国著名科学家德·索修尔为探索高山植物资源于 1760 年 5 月在阿尔卑斯山脚下的夏木尼镇贴出一则告示登顶悬赏。直到 26 年后的 1786 年 6 月，巴卡罗的医生揭下了告示，于

8 月 6 日首次登上了勃朗峰。由此可知，现代旅游业与户外运动都受工业革命推动，有着紧密联系。

另外，从劳作与休闲游憩的关系框架看，劳动与游憩、运动、娱乐、商务、休闲活动等有许多的重叠。当下的旅游业，我们更多的是从养身的角度来考虑，未来的旅游业发展，将致力于从身体层面到精神层面的转化，实现生命丰厚度向内拓展，实现从养身、养心到养性的提升和突破。因此我们可知，泛户外运动与现代旅游是孪生同源的关系。

户外休闲当下热点与趋势

后疫情时代，泛户外休闲呈现出了极高的热度和需求，也展现出一些独特的特点。

1、回归身边的“风景”、日常的“美好”

受疫情影响，近年来游客平均出游距离和目的地平均游憩半径呈现双收缩趋势。一方面是近距离的都市休闲游、近郊乡村游等周边

游的兴起使得社区公园、城市公园、郊野公园、主题公园、古镇村落等贴近日常生活的景区景点日益成为老百姓的首选。另一方面踢毽子、抖空篋、打太极、广场舞已经不再是家门口居民的专利,这些活动的人群中已经出现了短期近程休闲出游的游客身影。

2、小规模、自组织、家庭型、开放性的旅游方式受到广泛青睐

根据 2021 年携程的五一旅游大数据统计,私家团订单量较 2019 年同期增长约 230%。私密、回归家庭、一单一团专车专导的私家团引领了跟团市场复苏增长,同时也验证了中高端需求回流国内的巨大市场潜力。

3、微度假、慢休闲的旅游模式成为越来越多人的消费选择

微度假是集“吃、住、游、购、娱、会、养、赛”为一体,距离市区半小时车程左右的一站式休闲度假综合体。度假区布局酒店、SPA、温泉、美食、商业与高尔夫训练及比赛场地及研学与教育的内容。受疫情影响,微度假成为众多游客出行首选模式,并成为文旅消费的重要组成部分。

4、户外运动正逐渐成为提升人民生活品质的重要方式

户外运动是文体与休闲活动的分支,是人们消遣、节日度假以及外出旅游的主要选择之一,也是一种生活方式。后疫情时代,全球范围内的户外休闲、活动增加,野营、徒步等户外运动在全球市



场出现明显增高趋势。

户外休闲热度越来越高,基于这样的发展趋势与市场需求,国家和政府发布了一系列政策文件,如《山地户外运动产业发展》、《水上运动产业发展规划》、《冰雪运动发展规划(2016-2025 年)》等,极大地推动了体育旅游行业成长加速,对促进体育与旅游产业融合发展,扩大体育消费市场,激发大众体育消费需求,拓展体育旅游经济产业规模,打造体育旅游消费新业态都具有强烈的政策导向作用,

也必将带动体育消费领域和旅游消费领域产业经济的新一轮增长。

根据国家统计局数据,2017-2020 年中国体育产业产出值由 21,988 亿元增长至 27,372 亿元,增长原因主要包括体育产业利好政策推出、体育服务业迅速发展、居民体育消费能力逐步提升等。根据国务院《全民健身计划》,预计至 2025 年,中国体育产业总规模将达到 5 万亿元,20-25 年年均复合增长率将达到 12.8%,高于 GDP 增速。体育产业成为万亿级

消费蓝海。

户外运动与文旅的融合发展

从起源、缘起到理论架构到市场的表现,户外运动与文旅实现了非常多的融合,主要表现在以下四个维度:一是泛户外运动的专业化,包括国际体育运动赛事、全国体育运动赛事、全民体育运动赛事等;二是竞技向大众的转变,表现为大众型户外运动、专业型户外运动等;三是与人们相关的健康教育、经济

社会、公共安全等的融合发展,如运动健身、运动康养等;四是户外游憩与户外教育。

体育赛事、体育场馆、体育中介等都是非常典型的“体育+”融合发展模式。体育赛事作为产业核心,直接带动旅游、酒店、餐饮、购物等消费,提升经济活力;体育场馆作为产业的主场,直接承接休闲旅游、运动体验、研学培训、商务会展等消费,延展经济业态。

文旅产业与农业、工业、教育、康养、体育、科技、娱乐、地产等融

合发展,可形成一系列业态丰富的、多层次的文旅产品、业态结构等。而泛户外产业与文旅融合将形成新型产业供给结构。这个供给结构包含了泛户外装备、泛户外培训、泛户外赛事、泛户外服务、泛户外营销等一系列全产业链,能够提供更好的供给侧的作用。

泛户外运动十大典型业态

【露营】

2011 年-2019 年作为国内露营发展初期,发展缓慢,2020 年在疫情爆发导致跨省与出境游受限的背景下,露营成为本地游市场的焦点。据艾媒咨询数据,2014-2020 年我国露营营地市场规模由 77.1 亿元稳步增长至 168 亿元,CAGR 为 13.9%,而 2021-2025 期间 CAGR 预计可达 17.1%。2021 年中国露营营地市场规模同比增长 78.6% 达 300 亿元,行业仍处于发展初期。

【自驾】

自驾游成为国内游的主体。2020 年,全国自驾游人数占国内出游总人数的 77.8%,比 2019 年增长了 14%,自驾游领域将面临更成熟的发展机遇。

【低空飞行】

低空旅游即通用航空旅游,是指人们在低空空域(在我国原则上是指真高 1000 米以下的垂直范围),依托通用航空运输、通用航空器和低空飞行器,所从事的旅



游、娱乐和运动。《国务院办公厅关于促进通用航空业发展的指导意见》:2020 年,建成 500 个以上通用机场,基本实现地级以上城市拥有通用机场或兼顾通用航空服务的运输机场,覆盖农产品主产区、主要林区、50% 以上的 5A 级旅游景区。中央空管委办公室在已批准海南、四川、湖南、江西等省开展低空空域管理改革试点的基础上,2021 年新批准安徽省加入低空空域管理改革拓展试点的行列,使全国参与低空空域管理改革的省增加到 5 个。低空飞行也是一个非常有潜力的市场。

【骑行】
一单车,一背包即可出行,简单又环保。在不断而来的困难当中体验挑战,在旅途的终点体验成功。2020 年我国自行车产量为 4436.8 万辆,2021 年中国自行车产量稳定在 4827.1 万辆。国内与国际有多项专业的自行车赛事,也为骑行产业带来极大的发展空间。

【游艇】
游艇业从奢侈化走向大众化,将迎来新一轮发展高峰期。未来

的游艇业产品将向合适和需求的
方向转化,生产和销售会更为密切,
消费服务也会进行革新。客群随
需求而细分,例如亲子、体育、派对、
巡游、商务等,各类细分所要求的
产品配置会有些功能和价值的
区别。

【马术】
马业是农牧业的重要组成部分
分,马业的发展繁荣与农牧民利益
息息相关,政府部门的相关政策
驱动马产业提升现代化经营水平,
从而为马术行业发展创造和优化
软硬件条件。

【高尔夫】
随着我国居民收入的不断增长,
已经有相当一部分消费者具备
了参与高尔夫球运动的经济实力,
高尔夫球产量也随之增长。2020
年我国高尔夫球产量约为 26069
万个,同比增长 0.52%。国内高尔
夫运动从高阶消费向大众消费拓
展,同时高尔夫旅游等综合化业务
的不断创新,国内高尔夫产业规模
开始稳中回升。

【登山徒步】
万人规模的徒步大会层出不
断,是一个用心感受、收获感动
的一种泛户外运动形态,也受到了
越来越多的人的追捧。

【马拉松】
马 拉 松 (Marathon) 长 跑 是
国际上非常普及的长跑比赛项目,
在国内也有越来越多的人加入马
拉松参与队伍。“奔跑”的马拉松
背后隐藏着千亿级的产业链。

【冰雪运动】
2022 年冬奥会在我国成功举
办,后冬奥时代,中国冰雪运动产
业驶入快车道。

总 结

户外运动在国外有悠久的历史,
虽然在国内也呈现出越来越高的
热度,但中国户外运动人口比例
相对于欧美国家仍有较大提升空
间。据中国户外联盟统计(截止至
2019 年),目前我国每年有 1.3 亿
人参与徒步旅行、休闲户外等运
动,占总人口的 9.5%,有 6000 万
人参与登山、攀岩、徒步等运动,
占总人口的 4.38%,但与美国 50%
的户外运动参与率差距较大。

从人均消费看,我国户外活
动年度人均消费额不足 20 元,而
欧美和亚洲发达国家的人均消费
额 均在 300-800 元之间。因此,无
论从人口占比的角度,还是从人均
消费的角度来说,中国户外产业都
有极大的发展潜力和发展空间。

泛户外旅游融合文化、旅游
与体育产业,是一个巨大的市场,
市场前景大有可为。目前,国内
的泛户外经济还处于市场导入
期和产业培育期,万亿级规模指
日可待。e

低空旅游、通用航空特色小镇给 “一带一路”插上飞翔的翅膀

□ 白墨 / 博雅方略研究院

摘要:本文首先对低空旅游、通用航空和航空小镇进行了概述,然后介绍了国内外的通用航空特色小镇的案例、特征、产业发展。最后指出低空旅游、通用航空、航空小镇给我国“一带一路”走出去插上了飞翔的翅膀。

关键词: 一带一路 / 低空旅游 / 通用航空 / 航空小镇

2000 多年前,贯穿东西的古
丝绸之路上,骆驼商队驮着茶叶、
丝绸缓慢前行,驼铃声悠扬。2000
多年后,低空旅游、通用航空让“一
带一路”上的新茶搭乘飞机飞抵东
盟国家,让怀揣“中国梦”游客日
行千里,飞往欧洲、中东、非洲
“一带一路”每一个角落。

一、低空旅游、通用航空和 航空小镇概述

1.1 低空旅游
低空空域通常指军用航空和
民用航空高度在 1000 米以内空
域。低空旅游指人们在低空空域,
依托通用航空运输、通用航空器和
低空飞行器,所从事的旅游、娱乐

和运动。我国大力鼓励旅游业发
展,提出积极发展低空飞行旅游。
2014 年《低空空域管理使用规定
(试行)》发布,低空旅游进入了产
业发展机遇期。低空旅游作为新兴
旅游产品,被纳入国家重点支持的
旅游产品。低空旅游将“航空”和“旅
游”有机结合,在传统景区向全域
旅游发展中,有效填补旅游市场的





空白。

欧美澳等发达国家为保护生态环境,放弃在生态脆弱地区建地面交通设施,转而发展低空旅游,如直升机旅游。直升机旅游不需建跑道和大型停机坪,也无需先行建成公路和铁路,不需征用土地,不破坏地表植被,绿色环保,对周围环境影响小;方便快捷节时,移位换景不受地形条件限制少;旅游“触角和眼睛”“无远不达、无险不及”,满足旅游的体验性、个性化和高层次需求。低空旅游受到了发达国家政府的重视,各国纷纷制订了长远发展战略、相应政策并投入资金;建立了完善的法规 and 标准体系并培育了相关专业人才,建立通用航空行业组织机构,使得整个国际低空旅游的发展,形成了众多以低空旅游为核心主题的产业门类。

如尼亚加拉瀑布公园开设了直升机和热气球的游览;科罗拉多大峡谷每天都有几十架直升飞机

轮番起飞巡游服务游客;新西兰罗托鲁瓦城的直升机观光飞越塔拉威拉山,展示罗托鲁瓦神奇的自然火山景色;被联合国教科文组织列为世界自然遗产的巴西伊瓜苏瀑布通过直升机观光一览无余;澳大利亚大堡礁的游客乘坐直升机掠过珊瑚海去潜水、泛舟,享受奇妙感觉;赞比亚维多利亚瀑布的游客坐着直升机见识赞比西河跃入巴托卡峡的景象,俯视旅程中的野生动物大象、河马、犀牛、长颈鹿等;美国夏威夷群岛直升机旅游可去毛伊岛、考艾岛和大岛,飞越活火山、熔岩地和雨林瀑布;马来西亚沙巴州直升机观光带游客飞过猩猩保护区、红树林沼泽、水牛遍布的连绵稻田、大山。

低空旅游以其自然资源需用度小的优势,迎合了旅游与生态和谐发展的需求,对建设可持续发展的旅游业起到很大作用。我国因发展旅游造成生态破坏屡见不鲜,甚至有些地区发生了不可逆转的

生态灾难。因此发展新型生态、环保旅游产业势在必行。2016年《国务院办公厅关于促进通用航空业发展的指导意见》提出“到2020年,建成500个以上通用机场,覆盖农产品主产区、主要林区、50%以上的5A级旅游景区”发展目标,协调畅通低空旅游发展路径。据不完全统计,2017上半年国内新开21条低空游航线,涉及14个省份,低空游航线优势明显。

1.2 通用航空

通用航空指使用民用航空器从事除军事、警务、海关缉私飞行以外的民用航空活动,覆盖农、林、牧、渔、工业、建筑、科研、交通、娱乐等多行业的作业项目。从世界看,发达国家通用航空发展历程为:服务工农效率提升——个性便捷交通方案——旅游救援产业融合——制造驱动的增长极——城市发展新形态。目前,我国还在初期阶段。

作为带动性强的行业,通用航空每年为美国贡献0.6%的GDP,其中90%都依赖综合经济带。一个航空项目发展10年后给当地带来的效益,投入产出比可达1:80,通用航空的就业带动比是1:12。美国约有2000多个具有通航业务的通用机场,23万架通用航空器,1.9万座通用机场、3500家FBO、1万余家MRO、61个AFSS及开放空域,美国人像开私家车一样翱翔蓝天,美国通用航空产业年产值超1500亿美元,提供就业岗位超100万个。

而目前我国通用机场仅300多个,通用航空企业300家,在册通用航空器仅2000架,不足全球通用飞机数量的1%,差距很大。

与欧美国家百年通航发展不同,我国通用航空处于后发追赶状态。中国民航局发布《中国民用航空发展第十三个五年规划》(简称《规划》),描绘了到2020年民航产业发展蓝图。通用航空基础设施大幅增加,“十三五”时期,我国通用机场将达到500个以上,通用航空器达到5000架以上,飞行总量达到200万小时,飞行员将达到7000人。《规划》提出在新消费领域,大力推动航空旅游发展,着力推动航空运动发展,推动竞赛表演、休闲体验、运动培训等重点领域发展,在条件成熟的城市或地区初步形成“200公里航空运动飞行圈”;积极推进私人飞行、航空俱乐部等发展,释放新兴消费潜在需求。

1.3 航空小镇

航空小镇概念来自国外,就是围绕通航的核心业务和基础设施,具备生产、居住、商务、休闲、旅游会展等多种功能指向的城镇化聚集区。航空小镇以发达的通航产业做支撑,以浓郁的通航文化做基础,建立起适合通航发展的生活方式。国外航空小镇由于其不同的地理位置、文化产业背景,发展出各具特色的航空小镇,概况为三种类型:产业型、环境型和活动型。产业型以产业聚集人气,包括商务总部型和生产制造型;环境型以环境吸引

人,包括旅游度假型和宜居体验型;活动型以活动聚集人,通过展会活动和娱乐赛事等聚集人气。

随着通用航空的发展以及私人飞行的起步,航空小镇的概念也逐渐被国内认知,很多城市都计划和建设航空小镇。从目前来看,我国大规模建设美国式通航小镇的基础条件尚不成熟。目前绝大多数都是以旅游、商业为目的,将近200个地区要做航空小镇,这为航空小镇在中国起步和发展奠定的一个良好基础。航空小镇将低空旅游的整个产业链条拉长,形成以游览观光、飞行培训、房地产开发、主题娱乐产品延伸、航空节事举办等各种产业为支撑的综合型旅游目的地。

二、国内外的航空小镇

2.1 国外的航空小镇

根据Living With YourPlane网站的数据,目前全球约有600多个航空小镇,其中美国有近500个,包括300余个航空小镇(Res-

idential Airpark),大量主要服务飞行爱好者飞行社区(Fly-in Community),其它分布在欧洲、澳洲、南美等。航空小镇最早起源于美国,充足的机场资源和数量众多的飞行员基础促进了美国航空小镇的出现和成熟发展。二战后的美国大量废弃军用机场聚集了众多退役飞行员,久而久之行变出很多以机场为中心的飞行爱好者社区——住宅型航空小镇;同时,美国通用航空产业相当发达,二战后通用航空制造业依托于其自身巨大的消费市场空前发展,逐渐形成以航空制造及关联产业为基础的小镇,与住宅型航空小镇相比,带有浓厚的工业色彩。而世界各国的知名旅游区分布着大部分的旅游生态小镇。

通用航空已融入到美国人的日常生活,成熟的通航产业和庞大的通航人口使飞行成为一种日常生活方式,广袤的大型地块和特定的生活习惯促使小镇落成成熟。佛罗里达的航空小镇最多,约有70多个。美国通用机场的产权



多种多样,既有私人拥有也有国家、州、市和社区拥有。多数通用机场归属各级政府所有。机场本身是非盈利单位,其营业收入只能用于支付日常开销和人员工资,盈余部分则进入一个受市议会监管的特殊账户,这样机场被严格的限定为公共基础设施。(见表一)

2.2 国内的航空小镇

通用航空产业作为航空产业的重要一环,我国已将其列为七大新兴战略产业。随着我国通航产业发展和低空改革开放不断推进,通航热的到来,“航空小镇”也成为热门,各地规划建设通航小

镇的热情也空前高涨。但不可避免地出现了一些问题,如规划建设内容大同小异,兼容并包,既有住宅,又有旅游、会展,甚至包含商业,不成体系、发展方向不明确、盲目模仿、建设规模不实际、贪大求全等。与国外相比,中国式的航空小镇缺乏明确定位,发展途径的探索还不明晰。发展通用航空特色小镇,有机场、有飞行、有空域是基本的前提。我国大多数航空小镇是围绕已经建成的通用机场进行规划和建设的。另一部分则是以原有的航空制造产业为基础建设航空产业综合体,并围绕综合

体配套相关基础设施。目前,只有少部分航空小镇初具规模,大部分还处于规划和建设中。原因在于:我国法人通用航空制造业发展薄弱,低空空域管制制约,通用机场及飞行相关基础设施不健全,相关配套服务跟不上,缺乏私人飞行的群众基础。

现在航空小镇的规划更倾向于借通航基础开发周边旅游资源、地产项目。通用航空旅游、航空运动营地等特色绿色文体旅游目的地(美丽小镇)开发建设,成为中国式“航空小镇”。模式包括:通用航空特色小镇、产业基地、旅游目

表1:国外航空小镇的案例和特征		
国家	案例	特征
美国	最具代表性规模最大的是佛罗里达州的 Spruce Creek。私人所有,有 1220×54 米跑道,驻场 400 多架飞机,每年起降 25000 架次,每天有约 68 架次飞机起降,约有 1300 个住户,飞机降落后可直接入户,进入个人机库。此外还有锦标赛高尔夫球场、俱乐部等设施。	居住型航空小镇,飞行与居住结合是美式航空小镇核心价值。
	Benton Airpark 位于堪萨斯州 Stearman 机场,私人拥有但对公众开放的飞行区。机场有 1556 米长 18 米宽跑道,130 多架飞机,绝大多数是单引擎飞机。每户住宅都建有自家机库,并有道路直接通向滑行道与跑道。机场航汽价格低于周边,由此聚集人气。机场主开设了一家航空特色餐厅,吸引住户与过往飞行员用餐,收费颇高。	飞行社区:经营者改扩建后,将机场周边土地出售或出租给,由业主自行建设住宅,800 平米土地约 4.5 万美元,200 平米二手别墅 50 万美元左右。
欧洲	法国 Village Aeronautique de la Boissiere 是欧洲最小飞行社区,仅有一 550×30 米跑道及 4 间机库。比利时 Amougies 飞行社区仅建了 7 间房屋,而飞行社区的 Gravity Park 将在周边扩建 40-50 间木屋式的节能住宅。荷兰马祖里小镇开发 27 幢房屋。	飞行社区更多作为纯粹的飞行用途,更突出飞行元素。
澳洲	新西兰皇后镇机场航空小镇是典型旅游目的地支线及通航机场,有 1800 米长跑道,规模约 8 平方公里(含机场),周边分布高端度假酒店、高尔夫球场、葡萄酒庄园等旅游度假功能,有众多小通航公司运营雪山冰川户外探险,大湖空中观光等项目。	环境型航空小镇由于其独特地理位置和优美的环境,以旅游休闲为主旅游目的的航空小镇
南美洲	Sao Jose dos campos 航空小镇有着浓厚工业气息,是巴西航空制造重镇,全球支线航空霸主 E190 家乡。小镇上随便碰到一个人,都可能是巴航员工。	产业小镇地理复杂人口稀少,公路铁路不发达,飞天热并蓬勃发展,形成完备的航空制造产业链。

表 2 :我国航空小镇的案例及其产业模式		
名称	小镇特色	产业模式
山东临沂许家崖	从最初简单的航空飞行营地,到全国 15 家航空飞行营地示范工程,再到拓展为特色小镇。96 个运动休闲特色小镇中唯一一个以“航空运动”命名的特色小镇。	小镇产品业务体系主要分主流业务、旅游体验和社会培训,有民宿、飞行衍生产品商店、机库博物馆等外围衍生品,供购物、住宿、餐饮等消费。
珠海三灶航空小镇	将以航空产业、高新制造、教育科研和航空配套服务为发展主题,建设以产业、空港、教育和生态为特色的航空小镇。	形成通用飞机制造、私人飞机运营保障、飞行培训、维修等业务在内的通航产业链。涵盖通航机场、固定运营基地(FBO)、飞机展销中心、飞行员培训中心、通航会展中心、爱飞客航空俱乐部、会员公寓、航空度假酒店、航空文化馆、综合娱乐中心等。
中山市神湾镇	集合科技、艺术、教育、娱乐,目前中国首个航天主题乐园及寓教于乐科普教育基地,并其打造成为国家 5A 级旅游、文化、产业小镇项目。	依托中国航天科技和产品及文化优势,发展旅游业,全国首个大型航天主题乐园中国神舟航天乐园,由航天乐园、太空体验、盛世飞行会构成,包括航天科技馆、火箭、飞船实物模型、太空行走失重体验、太空农业等,关注参与性、体验性、度假性和重游性。
荆门市漳河镇	属于“现代制造”特色小镇,近些年开展一系列活动是其打造“运动休闲特色小镇”基础。入选全国运动休闲特色小镇。	以航空运动休闲、特种飞行器和通用航空器研发制造为基础,集聚发展通航全产业链,打造与航空产业深度融合小镇项目“爱飞客”,吸引航空迷和游人。
杭州建德航空小镇	浙江首批 79 个特色小镇中唯一的通用航空特色小镇,2016 年获批国家通用航空低空旅游示范区、国家级航空飞行营地,全国第一个基本成型的通用航空特色小镇。打造“通航产业浙江样板、省级航空特色小镇、国家级通航综合示范区”。	以发展“通用航空运营”和“航空主题乐园”为切入点,发展并形成航空制造、航空服务和航空休闲旅游等通航全产业链,“两江一湖”黄金旅游线的通航空中旅游景观圈。形成飞行员私(商)照培训、空中巡线、空中救援训练、航空护林、空中游览、飞机维修等业务的通航产业集聚。

的地;无人飞机特色小镇、产业基地、旅游目的地;航天科技特色小镇、产业基地、旅游目的地等等。(见表二)

从以上的案例看,航空特色小镇既不是行政区域的概念,也不是产业园区的概念,是“小城镇大发展、小区域大平台、小空间大集聚、小载体大创新”的产城融合新思路,有别于传统的园区、新城模式。我国通用航空经济直接产出和综合带动之比为 1:8.24,但实现通用航空的强带动,关键还是让通航特色小镇成为通用航空产城融合的有效路径。通航特色小镇

需要有产业基础、城镇条件和资金支持;航空基础+人气聚集使得之成为可承载更多经济业态的平台。但是,我国私人飞行的群众基础十分薄弱,现有的航空小镇规划多是以通航机场及航空器制造为基础,在其周边开发航空文化体验和相关旅游资源或者地产项目,未来最终面向的是产业的升级和城市的升格。

我国发展航空小镇有很大的意义,航空小镇为我国新型城镇化建设指出新的发展方向,为我国通用航空产业的发展提供成长的土壤;促进国民对航空文化的了解、

体验飞行乐趣、参与航空事业;提供一系列航空专有化服务,有效促进通航产业的整体发展;是对民航运输的有效补充和重要完善,为大众出行提供更多的备选方式;聚集多种产业,促进经济转型升级,改变城乡差别,缩短东西部差距,推进城乡统筹,成为区域经济增长的新型动力源。

三、一带一路上的通用航空、低空旅游和航空小镇

目前我国的运输规模和客运转规模已达全球第二,在运输航



空领域已处世界前沿,但通用航空领域的发展还十分落后。特别是我国西部的陕西、甘肃、青海、新疆、宁夏等地,这些地区空域广阔、飞行环境良好,市场需求大,非常有利于开展飞行活动。但是其应急救援、空中旅游、商务飞行等通用航空市场一直未得到合理的开发利用。我国通用航空产业发展滞后主要体现在:通用航空制造业发展薄弱,低空空域管制制约,通用机场及飞行相关基础设施不健全,相关配套服务跟不上,缺乏私人飞行的群众基础。

从我国“十二五”开始,通用航空包括农垦喷洒、电力巡护、海上石油、飞行培训以及近年新兴的低空旅游,已经涌现出不少成功案例。2012年,国家低空空域已经扩大到整个东北和中南地区,为低空领域通勤飞行创造了条件。2016年

5月,国务院印发《关于促进通用航空业发展的指导意见》,明确提出到2020年,将通用航空产业融入地方经济社会发展,融入百姓的日常生活,探索以航空文化普及、航模、高仿动感模拟机、全动模拟机最终到飞行体验、飞行培训、销售托管等的通航“群众路线”,各地规划到2020年新建超过700个通用机场。通用航空经济规模超过1万亿元。2016年是航空运动产业发展的红利年,11月,国家体育总局发布《航空运动产业发展规划》提出到2020年,航空运动整体产业规模将达2000亿元,消费人群将达2000万人,承载该项运动的航空飞行营地将建立2000个。以陆地及水上通用航空机场为依托,将服务范围拓展至“一带一路”战略涉及的地区。

以低空旅游的直升机旅游为

例,以其自然资源需用度小的优势,迎合了旅游与生态和谐发展的需求,对可持续发展的旅游起到带动作用。最适合做低空旅游和航空运动的地区带从燕山山脉开始,包括河南、山西一部分,陕西、甘肃、宁夏、新疆等,这一带都在丝绸之路上。这些地区气候稳定,不存在剧烈的气候突变,风静天朗,适合初学飞行,包括低速飞行器。从地理上来说,很多航空运动需要不太平整的地面,陕西等一带一路恰好在这条地域带。点燃小镇“通航+旅游”、“航空+运动”、“低空+旅游”市场,打造集度假娱乐、体育养生、运动休闲、科普教育于一体的航空主题园区、航空活动盛事、航空运动、航空旅游目的地和航空旅游嘉年华,助推国家“一带一路”全球经济政策,是旅游大国腾飞的“旅游强国”翅膀。

目前,“一带一路”特色小镇兴起,航空小镇被“一带一路”视为推动经济转型升级和新型城镇化的路径。航空小镇能形成一条长产业链,能够在医疗、气象、科学实验、文化体育、公共服务等领域广泛应用。航空特色小镇在“一带一路”建设中大有可为,中航集团计划修建50个爱飞客镇,项目将带来超过5000架通用航空飞行器的市场需求。届时,爱飞客镇搭建一站式运营服务平台,将通用航空和居民生活、医疗保健、高端社交、休闲娱乐紧密结合起来。我国

成立的“一带一路”特色小镇投资基金,总规模为500亿元人民币,未来带动的总投资规模预计将超过5000亿元达到万亿级别,主要投资于“一带一路”城市合作计划的养生养老、休闲旅游、文化体育、创客空间、特色农业、战略新型产业等各类试点示范项目、示范园区、示范基地和示范小镇。航空小镇发展推动通航改革创新,与“一带一路”沿线国家互惠合作。

“一带一路”战略为我国航空发展提供了千载难逢的机遇,“空中丝绸之路”服务“一带一路”国家

战略,发展包括低空旅游线路开发、航空旅游小镇、低空旅游飞行器等;通用航空经济能带动万亿元产业,一带一路空域优势,市场前景好。通用航空小镇推进将和我国新型城镇化建设紧密结合,沿着丝绸之路经济带布局。我国已与61个“一带一路”沿线国家签订了双边航空运输协定,与43个国家实现正式通航。低空旅游、通用航空和航空小镇成为有力的翅膀,助力“一带一路”飞出去。e

参考文献:

- [1] 金永明:为什么“一带一路”具有重要的世界意义?中国对此有何贡献?.文汇.2017-06-29
- [2] 薛海鹏.浅析“中国式”航空小镇.今日民航.2014-12-15
- [3] 于一.通用航空特色小镇:理性看与摸索干.民航资源网.2017-07-04
- [4] 于一.美式“飞行小镇”水土不服 需立足国情再创新中国民航报.2015-01-21
- [5] 肖乐.通航+旅游+地产新模式?航空小镇还未真正“起飞”.每日经济新闻.2015-10-13
- [6] 赵正.航空小镇 中国通航产业新模式?.《中国经营报》.2015-09-300
- [7] 周慧敏.建德航空小镇:蓝天之梦照亮现实.《中国改革报》.2016-04-06
- [8] 刘丽 同程旅游进军航空业面临挑战《经济参考报》2017年05月12
- [9] 袁小惠.当通用航空遇上特色小镇—

- 产业新蓝海美不胜收.前瞻产业研究院.2017-07-03
- [10] 郑钧天.长三角多地打造“航空小镇”承接航空产业新华社.2017-05-06
- [11] 杨群峰.航空小镇:通用航空与创意文化的深度融合.中国民航报.2015-02-04
- [12] 杨文俊.这个“航空小镇”有7家世界500强 未来他这样“飞”南方日报.2017-05-10
- [13] 杨陈.首个通用航空机场建成 可乘”飞的”俯瞰桂林山水.中国新闻网.2014-11-03
- [14] 李劲峰.湖北开通首条低空旅游线路 游客可乘直升机鸟瞰美景.新华社.2017-04-20
- [15] 蔡国栋.新疆石河子开通至那拉提低空旅游航线.新华社.2017-05-09
- [16] 李秋君 冯超颖.四川旅游 将步入“3D”立体时代宜宾、广元低空旅游开放在即.四川日报.2015-08-19
- [17] 贾远琨.王鹤通用航空万亿元市场如

- 何抓住.解放日报.2016-05-23
- {18} 王芳.中国民航:领跑“一带一路”的底气从何而来.中国民航网.2017-03-14
- [19] 田虎.2017航空年中盘点:国际航线扎堆开 低空旅游成亮点.人民网.2017-07-31
- [20] 爱飞客航空小镇入选全国运动休闲特色小镇 助推一带一路飞向世界.前瞻网.2017-09-18
- [21] 全球特色小镇联盟助推一带一路城市合作计划.中国网.2017-05-22
- [22] 一带一路推动特色小镇、产业园区和文旅目的地建设发展.中国网.2017-05-22
- [23] 国内首个航天主题乐园落户中山:航天衍生产业渐入风口 第一财经.2016-11-01
- [24] 加快培育低空旅游!国务院印发“十三五”旅游业发展规划》通航产业网 2016-12-27
- [25] 低空游、体育游等十个方面将成未来投资重要领域.人民网.2017-05-19

草木蔓发，青山可望 —— 浅谈户外营地的开发设计

□ 谢 雯 / 博雅方略研究院常务副院长

悄然间，“精致露营”火了！受疫情影响，无法远行的日子里，精致露营成为人们放松自我、亲近自然的重要生活方式。

首先，发展泛户外运动得到了政策层面的推动。2022 年 3 月 23 日晚，中办、国办印发《关于构建更高水平的全民健身公共服务体系的意见》，其中明确提出要大力推动户外运动发展，编制好户外运动产业发展规划，构建户外运动“三纵（沿太行山和京杭大运河、西安至成都、青藏公路）四横（沿丝绸之路、318 国道、长江、黄河沿线）”的空间布局，开展自然资源向户外运动开放试点。规格更高，对户外运动产业发展格局着墨更浓，提出了诸多希望和切实要求。

其次，精致露营是后疫情时代的情感出口。在疫情尚未消退国内

持续严防严控的背景下，国内游成为居民出行旅游的主要方式，而兼具旅行、运动、健身等特性的户外休闲露营，已成为众多国人的最爱。越来越多的人走出城市，亲近自然，使得户外露营悄然走红。

最后，经济发展到一定程度以及人均汽车保有量的提升推动精致露营热。当人均 GDP 超过一万美元之后，以露营为代表的户外运动将迎来发展拐点。和之前的以徒步露营的形式不同，“精致露营”是把整个会客厅搬到郊外来的一种社交活动，非常有仪式感。当汽车的普及率达到一定程度后，大家都想去追求诗和远方，更重要的是人对大自然有天然的亲近感。“精致露营”就像一次工业文明和人类基因的隔空拥抱。

一、泛户外运动基地的几个界定

“泛户外”运动是相对于“室内”运动而言，从广义角度看，“泛户外”是走出家门的户外运动休闲活动；从狭义角度看，“泛户外”是指在户外环境中进行的一般与大自然亲密接触、参与者自主自愿体验的，通过自身努力能够得到体能和身心锻炼的旅游活动，因此，狭义上的泛户外休闲运动即是泛户外运动的本意。

1、泛户外运动的发展阶段
从生存本能到游山玩水亲自然，户外运动经过了三个阶段。

一是早期，户外运动作为一种生存手段；二是二战前后，户外活动走出军事和求生范畴，成为人类娱乐、休闲和提升生活质量的一种



新的生活方式；三是现代的户外运动休闲阶段。1989 年新西兰举办的首次越野探险挑战赛后，各种各样形式的户外活动和比赛在全世界如火如荼地开展起来。目前在欧洲每年都有众多的大型挑战赛举行。在美国，户外运动的参与人数和产值都位居所有体育运动的第三位。

2、泛户外运动的发展类型
从泛户外运动的运动形式上看，主要可以分为以下六种类型：一是水面运动及航海类，包括潜水、游泳、航海冲浪、帆船、摩托艇、水上摩托等；二是陆地运动及单车运动，包括徒步、单车等；三是山地运动及地下活动，包括登山、速降、攀爬、探洞等；四是机动车船及航空运动，包括摩托为主的山地越野、公路竞赛，以汽车为主的越野、探险，各类滑行活动，如有滑雪、滑冰、滑板等；五是野营活动及猎捕饮食，包括野营露营、打猎野炊、采

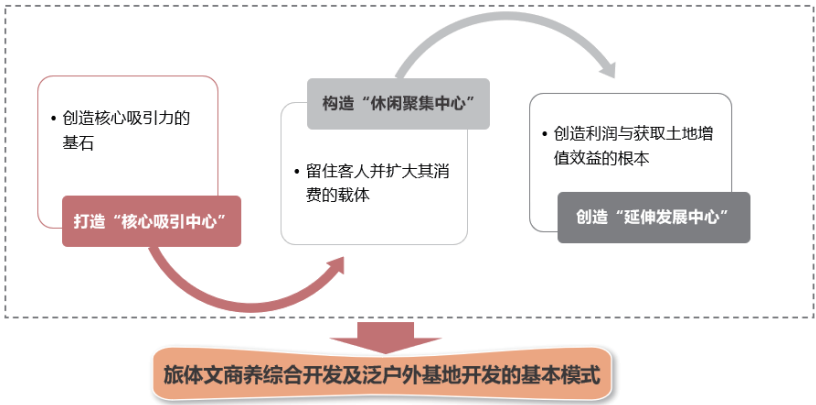
集花草、莫伊野战、拓展训练、荒岛生存等；六是娱乐休闲及军体运动，如、狗车、爬犁、自行车、独轮车、彩弹野战、射箭射击等。

从场地类型来划分，户外基地可以分为五大类型：一是山地森林户外运动；二是荒漠戈壁户外运动；三是人工建筑户外运动；四是高原河谷户外运动；五是湖、海、岛户外运动。

3、旅体文商养融合创新发展模型

泛行业营地能够与很多文旅

业态相结合，如景区、公园、度假区、体育小镇、体育公园、体育场馆、商业街等，以及各种各样的商业载体、产业园区等都形成一个很好的呼应与融合。基于这样的理念，博雅方略提出了“旅体文商养综合开发及泛户外基地开发”的基本模式，即打造“核心吸引中心”，作为核心吸引力的基石；构造“休闲聚集中心”，留住客人并扩大其消费的载体；创造“延伸发展中心”，实现创造利润与获取土地增值效益的根本。



二、露营地的本质讨论

营地是露营活动的聚集地和发生地,是在原有的自然、生态基础上人为的进行相关设施的建设与管理,从而为营地旅游发展提供吸引物、环境依托、内容载体,进而满足游客以露营体验为主,休闲、娱乐、体育、观光、养生、科普、餐饮等多种功能为辅的旅游体验。它以露营体验为核心,以旅游服务为基础,以主题休闲为特色。

1、露营地的特征

露营地有三方面的特征,一是自然,它强调户外。对比普通的设施,营地更依赖和强调自然生态环境,以及与户外环境的兼容性和可持续利用性,提倡以为“借景”等方式设计适合游客的丰富自然体验。二是自乐,营地

作为户外休闲平台,在中国市场上吸引人气的首要原则是特色体验。与其他旅游项目对比,营地更像依托自然的主题公园,活动涉及旅游度假、运动休闲、品质生活等方面。三是自由,营地在交通方式(人车一体)、进入方式、行为方式(家庭休闲生活)、游乐时间、空间规模上更加具有“自由”的特征。

2、露营地开发原则

露营地开发的基本原则主要有以下三个方面:一是 Site,露营地的基本构成单元是营位(Site),而不是房间(Room);二是 Sight,露营地的环境营造方式是借景(Sight),而不是造景(Build);三是 light,露营地的开发建设理念是轻质(Light),而不是重开发(Heavy)。

三、露营地的开发设计要点

所有的开发设计都要运营前置。从商业模式上探讨营地,露营地就是一个“重(资产)+轻(资产)、规模化、网络化、产业链”的综合体。从资产模式上来说,先重后轻,因为前期需要一些基础设施建设,包括拿地成本等。从形式上来看,营地伴随着自驾的趋势顺风而来,它应该是一个规模化、网络化的“开源空间”。露营地开发设计主要重点关注以下三个方面:

1、营地选址

营地建设是一项综合性内容,营地规划中,环境条件、地质地貌、用地性质、场景开发、主题特色等都需要精准定位和顶层设计。博雅方略认为,营地规划设计选址布局要遵守以下几方

面的原则:一是交通良好,二是距离相对客源区位在 2.5 小时车程以内;三是周边环境旅游资源丰富;四是遵循动植物保护理念;五是 50 公里内要配备加油站;六是达到安全求助标准。

2、项目定位

项目定位主要基于 3 个基础条件,一是基于商业模式,基于商业模式设计(运营、需求)的经营方针和具体功能定位及选择;二是基于基础条件,基于客观基础条件(区位、关系)的资源

评价和项目起步层次判断;三是基于场地条件,基于场地综合条件(环境、规模)的成本预计和主题特色定位及表现。通过这三个方面构建整个项目的定位。

3、功能体系

选址和定位后,下一步就是对营地进行功能分区和功能开发。博雅方略构建了“9+1+1”这样的营地功能体系,即包括道路交通设施、养护设施、生活服务设施、休闲娱乐设施、专项设施、基础设施、商务设施、景区辅助

设施、管理设施等在内的 9 大基本功能与 1 大主题活动、赛事和 1 大周边玩法。^e

(注:本文内容根据博雅方略研究院常务副院长谢雯女士在 2022 第九届博雅旅游论坛暨第十六届中国国际(北京)泛户外产业高峰论坛的演讲整理,内容如有疏漏,敬请谅解。)



泛户外

Pan-Outdoor



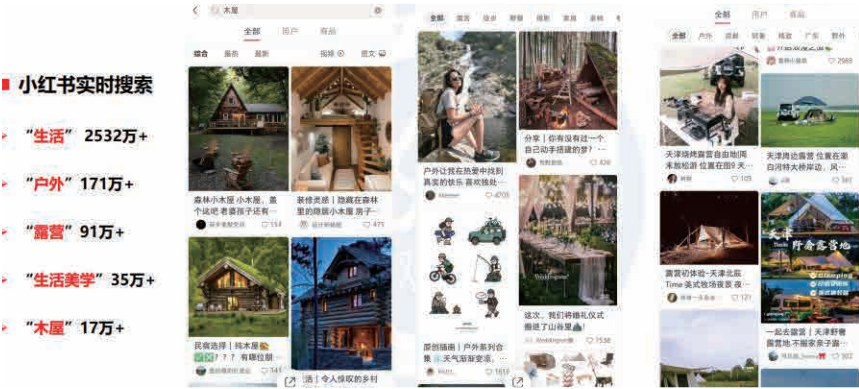
泛户外生活美学—— 场景革命与价值创新

□ 梁 强 / 天津财经大学教授、博观致远户外休闲研究院院长

一、顺天时：泛户外生活美学时代的来临

泛户外生活美学发展有它特定的时代契机。中国特色社会主义进入新时代,我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。同时,党的十九大报告也为我们国家下一步的发展提出了新的目标:到本世纪中叶,把我国建成富强民主文明和谐美丽的社会主义现代化强国。

当实现“人民对美好生活的向往”成为新时代的主旋律和最强音时,以生活为本体和内容,以发现现实生活中的审美价值为出发点,以增进民众的幸福指数为根本目标的生活美学备受瞩目、大有可为。“生活美学”是助力美好生活的重要途径,发现生活之美,提升美好生活,是“生活美学”的终极目标。



今天,泛户外产业已经迎来了一个生活美学的时代。经过检索统计,在主流自媒体平台“小红书”APP上,关于泛户外产业的相关关键词都有巨大的搜索量和流量。比如,关于“生活”的笔记内容达到2500万+的浏览量,关于“户外”关键词内容的浏览量达到171万+,搜索“露营”相关笔记90万+,搜索“生活美学”相关笔记也达到了35万+。从这个角度来说,泛户外生活的美好图景已经从梦想照

进了现实,呈现在我们面前。首先要提到几个概念。

休闲:指人们利用非工作时间,将自己从工作、家庭、城市生活环境中摆脱出来,为了放松心情、转换工作压力、开拓视野,参与可以自由发挥创造力的任何社会活动的总称。

户外休闲:指以休闲为目的,以乡野空间和荒野空间为主要活动场所,以非竞技性的户外运动形式和内容而进行的休闲活动。户外

休闲亲山近水,可以满足个体回归自然的愿望和寻根情结。户外休闲不是一种简单的体育运动,是一种融休闲、娱乐及健身于一体的集体项目群;也不同于中国传统的旅游方式,而是一种把旅游、运动、教育、文化、人际交往紧密结合起来的生活方式。

生活美学:是一种艺术审美的消费观、生活观和生命观;消费体验、生活追求、生命价值和审美判断不再是“功能实用化”,而是“艺术生活化”(美即生活)、“生活艺术化”(生活是美)、“生命空灵化”里外一体)三化的结合。

户外休闲生活美学:与生活美学很像,从字面意思来看,就是在户外感受自然与生命的融合,将生活之美延伸至户外,提高户外休闲生活的质感,承载了一种全新的生活方式与态度。

我们在2005年最早提出了泛户外的概念。当时的户外运动是一种小众运动,户外用品、户外产业受众较少,无法把规模做大。为了拓宽产业规模,所以提出了面向更广泛人群的“泛户外”的概念,旨在扩大户外运动参与人口,提供、覆盖更广泛的产品和服务,提升户外运动产业空间。当时的概念提出其实是从供给侧带动需求端发展的角度提出。

但是现在,泛户外发展的环境已经发生了翻天覆地的变化。泛户外产业已经从供给侧走向需求侧,成为我们美好生活品质的重要组

成部分。当我们从生活美学的角度去审视泛户外运动,就会发现其存在的重要美学价值。从美学角度来说,泛户外运动就是将自然和生命的融合之美延伸到户外场景,提高户外运动的质感,从而承载和传递一种全新的户外生活方式和生活的态度。

户外运动产业是经济和社会发展到一定历史阶段的经济现象和社会现象。从20世纪50年代开始,我国的山地户外运动经历了三个发展阶段:科考探险阶段(始于1950年代)、专业赛事阶段(1980年代)、全民健身阶段(1990年代)、融合发展阶段(2010年代)、泛户外高质量发展阶段(19大以来)。户外运动从早期的科幻探险,到现在的高质量发展,休闲的属性越来越强,探险的属性有所下降。从探险到休闲,户外运动逐渐从一种小众形成了一个不同梯次的消费空间。

到今天,泛户外已经形成了一个赛道足够多,坡度足够长,粘性足够大和韧性足够强的产业发展群。户外运动不是一个单独的项目,

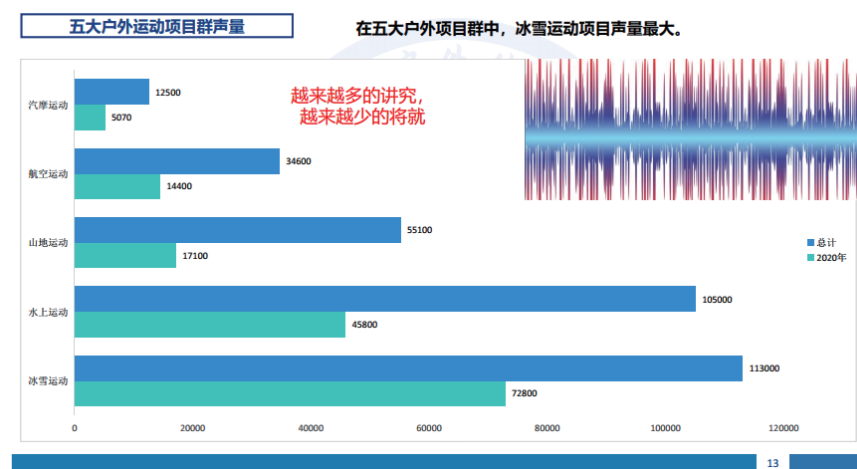
而是一个项目群,涵盖了水陆空以及冰雪等气候资源所承载的形形色色、非常丰富的运动游憩机会。泛户外运动业态跟经济社会的发展阶段有严密的对应关系,经济社会发展的不同阶段伴随着户外生活的业态是不一样的。

当下中国进入到一个非常重要的发展阶段,即人均GDP已经突破了一万美元,已经形成涵盖滑雪,潜水,攀岩,越野、探洞、划艇、自驾等多种业态在内的,“多元边界、多元场景”户外运动方式。特别是随着疫情影响,游客出行的“后备箱经济”为泛户外发展提供了非常好的人群对接,即中国的自驾游人群就是中国中产阶级的一个精准群体,而这些人群所对应的恰恰就是泛户外运动的主要人群。从这个业态的角度来看,它已经形成了一个体育产业、或者说泛户外产业的一个谱系。

二、谋地利：泛户外休闲生活美学的场景革命

景观的外部特征,或者水体、





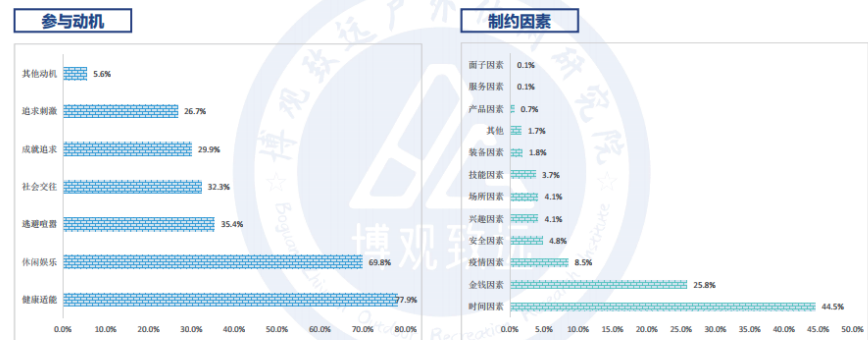
陆地的任一特定区域的特征，都不能成为户外游憩资源。正是自然特征和人运用自然特征的能力与欲望的结合，才构成一种户外游憩资源，否则所谓的资源只不过是无意义的岩石、土壤和树木的叠加(Clawson and Knetsch, 1966)。正是我们拥有的自然资源和运用资源的欲望和能力的叠加，才形成了当下我们的整个泛户外生活。中国的传统文化中有动静结合、天人合一的说法，这也是一种人与自然和谐相处的非常好的生活方式，这里就可以用“场景”的概念来体现它。

场景的本质就是对用户时间的占有。场景时代的来临，新的户外运动业态,伴随着新链接的洞察;新的户外运动体验,伴随着新场景的创造;新的体育生活方式,伴随着新品类的流行。从这个角度看，户外运动的空間是非常广阔的。基于陆地、水域和空域三大户外运动载体空间，引入时间、交通工具和参与动机等细分标准，可开发出丰

富多样的户外游憩机会及其对应的产品服务，给户外运动目的地和利益相关者提供广阔的技术创新和产品开发空间。在国内已经形成了“三亿人参与冰雪运动”、“三纵三横”山地运动布局、“两江两海”水上运动布局、“三圈三线”汽车摩托车运动布局、“200 公里航空体育飞行圈”航空运动布局——国内泛户外矩阵空间非常广阔。

人们喜欢户外运动并不仅仅是喜欢运动本身，而是户外运动所创设的场景，以及在场景中自己浸润的情感和意志，投射的人格和品位。未来，户外运动不再仅仅用场地标识，甚至不以开展的项目定义，

新冠疫情唤醒户外运动内生需求，“泛户外场景是最佳的疗愈空间，泛户外运动是最好的防护疫苗”成基本共识。



健康已经上升为美满生活的同义词。运动型的身体+健康的头脑需要通过长期自我优化获得，既不能用钱买也不能从其他人身上继承。

而是由一个又一个鲜活的运动场景来定义。泛户外运动的场景营造要把对的内容放到对的场景里，去产生对的效果。内在的场景除了原生态的情况之外，还要强调它的载体性，防御性，多元性，主题性，自在性，疗愈性，共享性和国际性。这样一些元素，是未来我们长期打造的非常重要的一个趋势。

三、求人和：泛户外休闲生活美学的需求画像

从大数据的搜索量中可以看到，在五大户外运动项目中，冰雪运动的声量是最高的，这跟 2022 年中国冬奥会成功举办有关。其次是水上运动，夏季玩水成为非常重要的户外运动项目，像皮划艇这些是需要我们去关注的。

从泛户外运动的动机来看，排在第一位的就是健康适能。新冠疫情唤醒户外运动内生需求，“泛户外场景是最佳的疗愈空间，泛户外运动是最好的防护疫苗”成基本共识。健康已经上升为美满生活的同

义词。

运动型的身体 + 健康的头脑需要通过长期自我优化获得，既不能用钱买也不能从其他人身上继承，只能去切身参与到户外运动中，去获得这样一种健康适能，去逃避喧嚣，去进行社会交往，去进行成就的追求和相关的探索，所以已经成为一种内生的需求。

四、促发展：泛户外休闲生活美学的价值创新

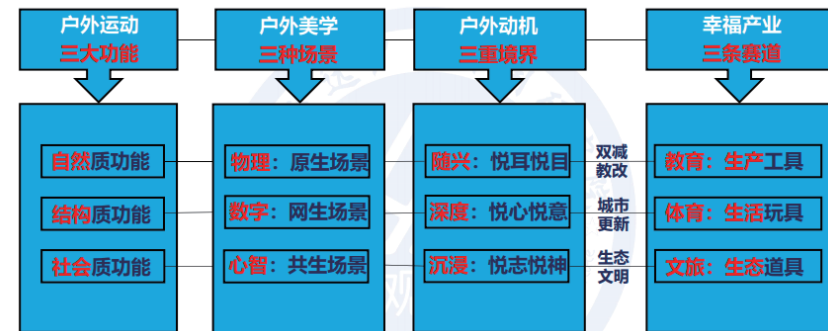
泛户外生活美学产业是生活美学价值转化的结果，包括生活美学首端的生活及末端的美学，涉及到各行各业生产消费众多领域，其实质是文化产业高端能量和价值的制高点，具有动态多维的关联性、丰富性、发展性特质。

泛户外生活美学产业建立在美学经济理论上，但不能简单的定性为生活消费性产业，它是以美学价值的创造与增值为核心，为消费者提供具有深度体验与高感质力的产品与服务的新颖产业形式与商业模式。

泛户外生活美学产业是以与人们日常生活密切相关的“衣、食、住、行、育、乐”等产业为基础，整合一二三产业的美学经济价值链体系，已经在体育、旅游、民宿、茶道、花道、公共艺术、建筑设计、甚至城市顶层设计领域铺展开来。发展泛户外生活美学产业是对“两

山理论”“美丽中国”“美丽乡村”“美好生活”城市更新“等一系列国家重大战略的具体应用和落实。它跟我们幸福产业的每一个产业业态之间都有非常好的串联借口。在这样的背景之下，泛户外产业发展的空间是非常庞大的。

首先从运动最本质的功能来说，它有自然质功能，就是强身健体，它有结构质功能，它带来的相关场景的改变，营造出来的原生场景，网生场景和工程场景，能够带给我们跟传统的休闲旅游不一样的体验，它会成为深度休闲、沉浸式体验的最佳载体，成为教育“双减”背景之下的一个教育端口，一个新的赛道，成为我们整个城市更新之后营造城空间、营造城市美学、营造美好型文化型城市的一个端口，也将成为生态文明时代，文化旅游发展的非常重要的生态道具。所以，泛户外成为了诗和远方的空间，成为身心赋能的平台，成为资源整合的载体，成为幸福产业的赛道。它从一种生活的、生产的工具，到生活的玩具，到生产的道具，形成了一个完美的闭环。



总结起来，泛户外运动具有三大功能，三种场景，三重境界和三条赛道。在这样一个背景之下展望，会发现泛户外发展需要我们从天时地利人和的角度去做进一步的顶层设计和微观的落地。从顺天时的角度，我们要与时俱进主动融入到经济社会新格局；从谋地利的角度，我们要审慎包容构建泛户外休闲空间新基建；从求人人的角度，我们要因势利导培育泛户外休闲人口新需求；从促发展的角度，我们要提质增效，升华泛户外休闲产业新能级。最终通过泛户外运动，构建泛户外友好型家庭，泛户外友好型社区，泛户外友好型城市，泛户外友好型社会，真正地把田园变成花园，把劳动变成运动，把空气变成人气，把节事变成故事，把青山变成金山，把颜值变成市值！

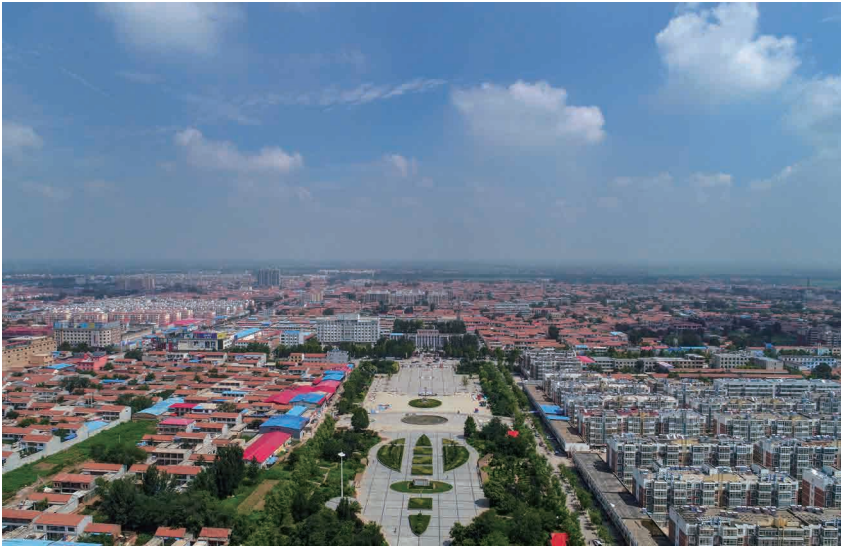
（注：本文内容根据天津财经大学教授、博观致远户外休闲研究院院长梁强在 2022 第九届博雅旅游论坛暨第十六届中国国际（北京）泛户外产业高峰论坛的发言内容整理而成。）

体育旅游：

打造新场景新企业新赛事新赛道 玩出新花样

□ 马红军 / 河北省平乡县文化广电体育和旅游局党组书记、局长

2022 年 6 月 18 日，以“复苏·向阳·共生”为主题的 2022 第九届博雅旅游论坛暨第十六届中国国际（北京）泛户外产业高峰论坛（线上）在北京成功举办。河北省平乡县文化广电体育和旅游局党组书记、局长马红军在此次论坛中的精彩演讲内容全文如下：



各位朋友，各位嘉宾，大家上午好！

我是河北省平乡县文化广电体育和旅游局党组书记、局长马红军，从 2020 年春节至今，疫情常态化，旅游业受疫情持续影响，对自然资源相对较少的平乡县来说更是雪上加霜，文旅产业复苏，实现高质量发展需要赋能新业态，进一步贯彻全民健身与产业发展的互动，推动旅游 + 体育的深度融合，借助中国北方新乡国际自行车童车玩具博览会，国际自行车活动赛事，平乡县“老百姓饭”美食节，平乡县旅游 + 体育品牌依托大型赛事的影响力，号召力，吸引游客来平乡助力平乡发展旅游加体育新业态，对促进平乡旅游加体育融合发展，打造自行车名城新文旅之乡起到重要作用。

平乡概况，平乡县位于河北省南部的邢台市，东与广宗县交界，西与南和、任县接壤，南与邯郸市

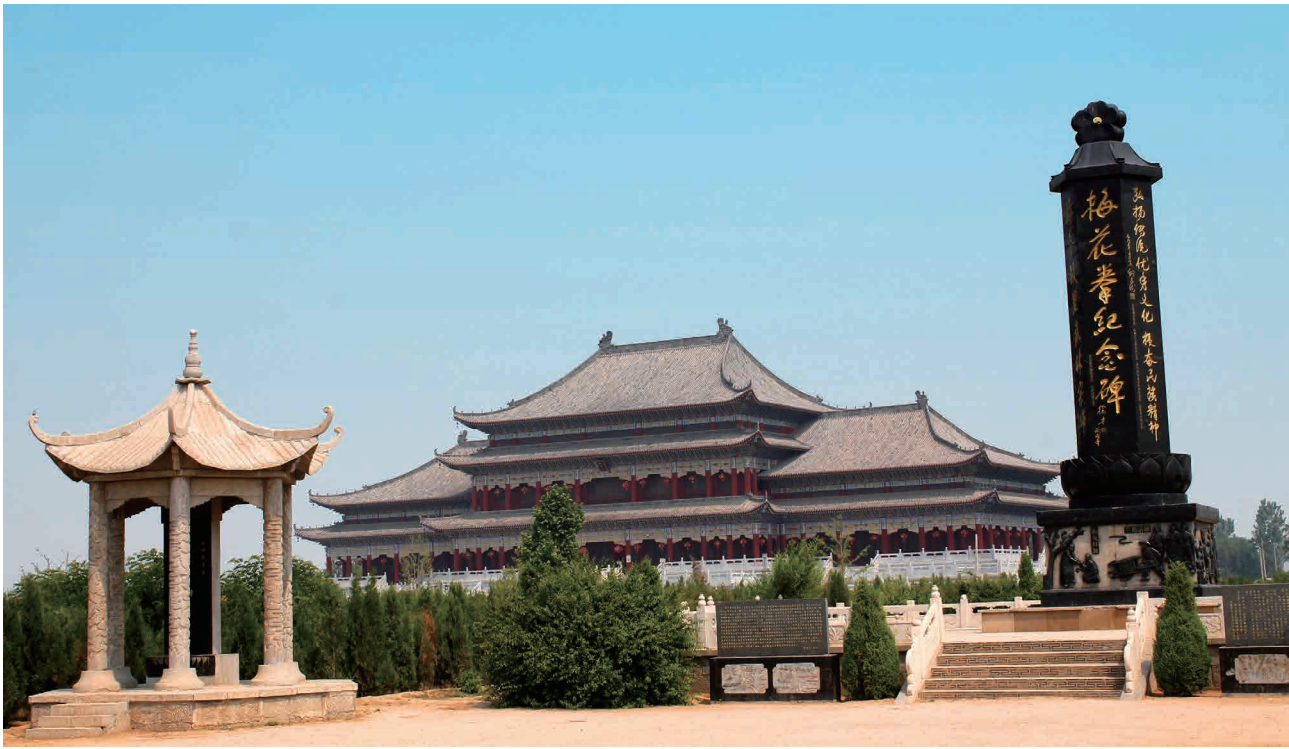
鸡泽县、曲周、邱县毗邻，北与巨鹿县相连，面积 406 平方公里，人口 34 万，平乡县辖 7 个乡镇 253 个村委。平乡地理位置优越，文化底蕴深厚，今年以来，平乡县县委，县政府立足新发展阶段，全面贯彻新发展理念，积极融入新发展格局，全力实施自行车、童车、玩具产业和文化产业双轮驱动战略，致力于将平乡打造成自行车名城，新文旅之乡，明确自行车、童车、玩具产业和文化产业，两大主导产业，自行车产业发展上，聚焦聚力产品提质、提标，规模提升，品牌提档，市场提级，效益提高，在童车之都、智能玩具之都，电动玩具之都，母婴产业之都的基础上加快建设国内一家世界知名的自行车名城。

实现“世界自行车看中国，

中国自行车看平乡！”在文化产业发展上，强力推进挖掘历史古郡文化，梅花拳文化、自行车文化，加快建设旅游 + 体育融合发展新文旅之乡。

自行车产业现状，平乡自行车童车产业在常规传统的生产，销售等发展形势外也依托自身特性，积极拓展出了会展经济，在县委县政府的领导下，自 2013 年下半年开始，平乡县自行车玩具协会通过精心谋划、运作，于 2014 年 5 月 26 日组织举办了“第一届中国平乡自行车童车玩具博览会”。之后历经 8 年 14 届，展会由小到大，展馆由 1 个到 3 个，由首届的 800 多个国际标准展位，1.5 万平米展区，350 余家企业参展，到 2021 年第 14 届博览会 3 千个展位，七万平米展区，1000 多家参展企业；观众及参展、采购客商多达 10 万多人次，为打造“南有上广、北有平乡”的精品知名展会奠定了基础，形成了“产业支撑展会，展会促产业发展”的良性循环，为平价自行车、童车、玩具及周边地区企业的发展注入新的活力和动力。现在





平乡博览会,已被河北省政府、省商务厅批准列为“河北省市场化发展重点展会”。平乡博览会在国内外具有重要影响,已成为行业的风向标,晴雨表。

平乡县自行车童车产业目前已成为中国自行车童车及配件的最大的板块之一,形成了集自行车、童车产业研发、生产、销售、检测于一体的产业链,童车整车年产量突破六千万辆,成人自行车赛车配件组装 2500 万辆,产值 300 亿元,占全县工业产值的 90% 以上,行业有一定规模的企业多达 240 余家,其中规上企业 60 家,高新技术企业 16 家,相关从业人员十万人,年产值超过亿元的企业十家,童车、电动玩具占国内市场 70%,占国际市场 50%,先后获得“中国

童车生产基地”、“全国童车质量提升示范区”、“中国自行车零配件基地暨儿童自行车之都”等荣誉称号已成为中国产业聚集区 50 强,中国电商 50 强县。

平乡县是全国知名自行车零配件生产基地,好孩子“天富”强久”“恒驰”“天球”等 27 个全国及省市知名平牌,拥有相关企业 4800 家,年产量高达 1.4 亿辆,占国际市场的 50%。运动赛车山地车,花式表演等类自行车产品远销欧洲,非洲,南美洲等地。

体育赛事,从 2010 年 2015 年,连续六年承办了省级以上自行车赛事,其中 2014 年北京,天津,河北,山西,中国香港等 24 个地区及行业协会自行车俱乐部的 28 支代表队,383 名选手参加了比

赛,2016 年 9 月 27 日,举办中国北方(平乡)国际自行车、电动车、汽车博览会,同时举办首届“中国车都平乡乐游文化节”,乐游节主要包括自行车主题表演,自行车竞技比赛,中国非物质文化遗产展演,大型歌舞表演等系列活动,博览会涵盖儿童玩具、童车、自行车、电动车、汽车以及零配件相关产品,吸引东南亚、中东、南美、非洲、欧盟、东欧等 20 多个国家和地区,300 多家国外采购商和数万家国内采购商参会。黑马电动车、富士达山地车、好孩子童车等众多行业领军企业悉数参展,各种高端产品亮相展会。

2018 年、2019 年连续两年承办邢台市国际公路自行车大赛平乡赛段,等自行车赛事九项。2020

年、2021 年连续两年承办河北省首届儿童滑步车公开赛,通过这些赛事活动,使得人们生活方式及休闲内容都发生了巨大的变化,引起更多人去参与其中。为适应体育消费和旅游消费快速升级的趋势,发展旅游和体育两大产业在融合过程中形成了多层次多结构的对接发展模式。

2022 年,平乡县谋划开展两大特色品牌活动,暨中国平乡儿童滑步车大赛、中国平乡梅花拳功夫大赛,将体育 + 产业 + 旅游深度融合,把我县体育赛事做大做强、形成届次、每年一届、逐年体制升级,把体育产业做大做强,招大商、引大资,高规格打造梅花拳小镇,引进高端赛车和滑步车企业入住,把体育旅游和自行车工业文化打造成邢台特色旅游样板县,充分体现自行车名城经济新文旅发展带动平乡体育产业升级,提升平乡在国际上的知名度,围绕平乡县县委县政府“自行车名城,新文旅之乡”两大品牌定位,我县积极推进“自行车小镇”和“梅花拳小镇”两大特色小镇的规划和设计。



平乡童车小镇核心位于平乡县东南部的河古庙镇内,规划占地 3.18 平方公里,总投资 43.4 亿,主导产业为童车产业,依托资源优势 and 特色产业基础,童车小镇核心区总投资 27.6 亿元,主要建设内容,商务展销中心、小微企业孵化产业园、创新创业社区、童车主题公园、老漳河文化景观带等。

平乡县梅花小镇项目总投资 36 亿元,项目主要分为核心区和梅拳小镇附属区。梅拳小镇附属区:主要开发建设 9 个辅助村,重点建设八辛庄村梅花拳第八代弟子小架梅花拳创始人张丛富纪念馆及其他村的农家梅花拳习武场、梅花拳文化观光游,修通梅花拳文化体验村与村之间的观光道路,道路两侧种植梅花树,配备旅游观光车,在旅游道路和观光车分别设计置入梅花拳文化元素,打造梅花拳农家文化体验 2 日游。根据当地区域位置资源优势,在小镇核心建设区之外重点开发打造以八辛庄村为主的错季蔬菜、水果大棚种植及农产品深加工区,满足游客采摘需求;在前马庄村开发打造工

艺品加工区,结合平乡黑陶制作工艺和梅花拳基本动作,设计制造黑陶人偶工艺纪念品,依托梅花种植资源,研

发制作梅花品牌化妆品;以郝庄村为主开发梅花拳切磋交流培训区,建设梅花拳表演室外广场,制作“小法车”、各类梅花拳稀有兵器、栽植梅花桩供游客表演体验,切身感受梅花拳的无限魅力。同时打造“梅拳家酒”、“梅拳酱菜”等一些列梅花拳品牌的特色产品。核心建设区:即中国梅花拳文化产业园,总规划面积 1107.45 亩,总投资 10.2 亿元人民币,根据梅花拳文化产业园的资源分布特点,整个文化产业园的布局由国际梅花拳培训基地、梅花拳博物馆、文创商品店、梅花拳综合服务区四个功能。

充分发挥“体育 + 旅游”发展模式的的优势,同时加强与其他相关行业的协作,促进体育旅游全面发展。确定体育旅游产品的宣传目标和主题,运用媒体、大型节庆活动和重要节日的促销行为来宣传推广体育旅游。充分运用新媒体力量引导游客选择,使产品能够尽快进入消费者视线,获得市场认可。节庆活动的促销行为可以吸引消费,刺激顾客潜在需求,开拓新市场,体育旅游产品开发较晚,人们对新产品的认识不够深入,通过多种方式的营销宣传,可以提高体育旅游产品的影响力,吸引顾客产生了解及购买的兴趣,创造新需求,从而为体育旅游打开市场。^[e]

注:内容来源泛户外头条。

后疫情时代— 泛户外赛事怎么办

□ 孙海滨 / 国际划骑跑三项赛创始人、划船横渡大西洋亚洲第一人
.....



一、户外赛事的五大影响因素

1、政府支持

受疫情影响,国内很多大型赛事如大运会、亚运会等都被迫延期或者停办,并产生了一系列的蝴蝶效应,降低了政府对大型赛事举办的兴趣度,波及到国内各种中小型赛事的举办。疫情缓解之后,国内传统赛事,比如篮球锦标赛、乒乓球联赛等国家队的赛事以及国内一些金牌马拉松赛事,还会继续举

办,但是不容置疑的是户外赛事的财政肯定是要收紧。对于国内的大中型体育赛事来说,60%-70% 资金都需要财政支持才能成功,所以,财政资金收缩对行业影响,是必须要考虑到的因素。

2、商业开发

受疫情影响,现在的企业经营比较困难,企业通过赛事广告宣传并不是首选的营销手段,给户外赛事的商业开发造成了一定的困难。另外,户外赛事的传统的广告回报方式已经无法满足赞助商的需求,

比如场地硬广无法为赞助商打开渠道、布局和销量。在赞助形式、赞助方获益方面还需要进行一定的探索。

3、资本市场

2014 年《国务院关于加强发展体育产业 促进体育消费的若干意见 国发〔2014〕46 号》(以下简称“46 号文件”)发布,从 2014 年到 2017 年,体育资本进入飞速发展期,不少头部资本投资进入体育产业。但是体育产业收益是一项重服务性、重场景性收益,盈利比较慢,

无法满足资本预期收益。从 2018 年以后到 2020 年,体育资本市场进入了平稳理性期。再到现在,体育服务产业资本投资已经寥寥无几。现在,我们需要在撬动精神层面的文化资本方面找到一个更好的突破点。

4、企业成本

近年来,以赛事为主导的体育公司,90% 以上都是停滞状态甚至解散。作为体育赛事为盈利主导的公司来说,国内体育赛事本身是一项非常不稳定的收益,受外界影响因素很大。因此要重点探索如何将体育赛事打造成一项能够持续盈利的活动,实现稳定的收益来源,承担公司的员工工资成本、管理成本等。

5、行业标准

从 2008 年以后,一线城市的体育赛事公司开始兴起。2014 年 46 号文件发布以后,一直到 2020 年,体育赛事公司进入到野

蛮成长的阶段,导致了一系列事故问题。行业规范是一个产业良性发展的保障,近几年围绕体育管理条例,国家和行业管理机构推出了一系列规范政策文件,这样有两方面的结果,一方面是行业得到慢慢规范,另一方面,也导致体育赛事的准入机制过高,以及体育赛事成本的提高。

二、体育产业相关政策支持

近年来,政府发布的很多文件都提到了户外运动与体育发展。

《“十四五”体育发展规划》

2021 年 10 月国家体育总局印发《“十四五”体育发展规划》,明确提出:鼓励各地利用当地特色和资源优势,培育全民健身品牌赛事活动。紧密结合美丽宜居乡村、运动休闲特色小镇建设,鼓励创建休闲健身区、功能区和田园景区。鼓励城乡基层社区组织开展形式

多样的群众性体育赛事活动,引导社会力量承接社区体育赛事活动和培训项目。

《关于 2021 年中央和地方预算执行情况与 2022 年中央和地方预算草案的报告》

财政部发布的《关于 2021 年中央和地方预算执行情况与 2022 年中央和地方预算草案的报告》中,提到“支持中华优秀传统文化传承发展,加强文物古籍保护利用和非物质文化遗产保护传承。推进长城、大运河、长征、黄河等国家文化公园建设”。这里面也涉及到体育公园的建设。

《关于构建更高水平的全民健身公共服务体系的意见》

2022 年 3 月中共中央办公厅 国务院办公厅印发《关于构建更高水平的全民健身公共服务体系的意见》,在第一条“工作原则”,第三条“完善支持社会力量发展全民健身的体制机制”,第四条“推





动全民健身公共服务城乡区域均衡发展”中也提到了全民健身与体育发展。

在第一条“工作原则”中提出，要“打造绿色便捷的全民健身新载体，促进全民健身与生态文明建设相结合。”“激发社会力量积极性，推动共建共治共享，形成全民健身发展长效机制。”“鼓励有条件的地方发放体育消费券。定期发布全民健身城市活力指数；开展全民健身国际交流。与共建“一带一路”国家搭建合作平台，共同举办群众性体育赛事”

第三条中提出，要“积极稳妥推进体育协会与体育行政部门脱钩。”“夯实社区全民健身基础。将全民健身公共服务纳入社区服务体系，培育一批融入社区的基层体

育俱乐部和运动协会。”

第四条中提出，“支持京张体育文化旅游带建设。支持新疆、吉林共同创建中国冰雪经济高质量发展试验区。沿太行山和京杭大运河、西安至成都、青藏公路打造‘三纵’，沿丝绸之路、318 国道、长江、黄河沿线打造‘四横’，构建户外运动‘三纵四横’的空间布局。”

三、后疫情时代户外赛事的应对建议

1、深挖区域优势，稳定头部赛事服务

近几年省级的赛事公司在赛事组织、运营管理以及专业技术、人才培养等方面已经与一线城市的赛事运营公司没有什么太大的

区别了。因此，在地方政府对赛事财政支持降低的情况下，来自地方的赛事运营公司更容易拿到赛事的举办权。此外，对于赛事运营公司来说，地级赛事可以由地方级的赛事运营公司来组织，这样在成本控制，在资源整合方面都要优于跨省域的执行公司。对于地方上比较优质的赛事运营公司，在这方面要多下功夫。

对于跨区域的公司来说，如果不是涉及到全球推广或者是全国推广的 IP 赛事，尽量将自己的资源优势落地到本地区，将本地区的赛事深挖。虽然赛事资金支持降低了，可以从公益金、赛后奖补等进行补助。围绕赛事做常年的培训，系列的营销，获取商业的开发。如果是 IP 赛事，自主知识产权的赛

事，在全国复制的时候，为控制风险收益，一个赛事公司一年基本只能打造四五场赛事，因此，更多的是成立地区合伙人制，通过成立股份公司等方式，来推动 IP 赛事的全国联动。

2、做好自身定位，各司其职
专业的人做专业的事情，不同的公司可以抱团取暖、实现共赢。小公司不断地提高自己的专业技能，大公司做好自己的外包布局。比如一场大型的水上运动赛事，后续专业运营需要专业的教练公司和专业的营销公司。因此，行业内的多方合作非常重要，这样能够对人员成本控制进行更好的把控，也大大提高了承担风险的能力。

3、从 2G 到 2B——深挖 C 端市场

最初的体育赛事服务主要是 2G 或者是 2B。疫情过后，政府财政收紧，我们要深挖 C 端的市场。全民健身关乎于人民的幸福，这个国家强盛的民族的未来。我们也要积极相应全民健身的政策导向，所以要向 C 端用户持续服务。我们明显能看到现在的赛事的报名费都在逐渐提高。另外赛事本身也要做好增加独立特色的服务，专业服务、定制服务的发展趋势。因此做好 C 端市场服务非常重要。

另外，体育总会对于本地区协会大部分都有一定数量的补助和引导金，本地企业要积极申请、充分利用，能够在一定程度上缓解企业的起步资金、活动资金等问题。

所以我们倡导体育赛事公司在本地区深挖细作，获取更多的利润。

4、预埋管道，做好体育新场景
作为体育产业公司，要积极参与到国家重要战略的布局规划之中，如国家新基建建设、乡村振兴建设等。乡村振兴财政是专款专用，体育产业发展要提前参与，进入到规划布局之中，获取低成本的场地成本，人员成本等。以户外运动为核心，打造体育新场景，为乡村振兴等赋能。海陆空很多户外运动项目都可以落地运营。在体育产业与旅游产业、农业等行业融合发展，打造一系列精品赛事，助力打造一系列精品旅游目的地。

5、体育赛事资本化
之前提到，经过一轮资本的洗礼，现在的体育赛事资本投资者寥寥无几，最终也没有达到资本收益的预期。但是经过这波洗礼之后，也让一批想通过体育产业获取快收益、高收益的资本投资者退场了。从另一个角度来说，这也推动了体育产业正常化运营的商业模式。也让我们对于通过资本运营体育产业、体育产业资本金融化也有了一个更高的认识。资本的大量投入也推动了全民健身的热潮。尤其是自主知识产权的 IP 赛事，要积极借鉴一下影视行业的资本运作模式，通过一个活动推动一个项目，通过一个项目推动一个产业投资，最后这个产业投资整体拉动城市的 GDP 增长。这是最理想的模式。

6、行业标准的建议

第六点就是对于行业标准的一点个人建议。近年来，国家出台了一系列的加强体育赛事的规范意见。从我个人角度来看，认为行业制定标准不宜过高，要分级分层管理标准，避免行业垄断，阻碍市场发展活力，要真正将“放管服”举措贯彻落实到体育赛事产业的改革之中。

关于国际划骑跑三项赛
国际划骑跑三项运动是皮划艇，自行车，跑步三项运动的组合，是以铁人三项户外探险赛的竞赛形式体现，以挑战，乐观，融合为运动理念，鼓励更多的人投入可持续发展的健康积极生活方式中，体验运动只在山水间的乐趣。本文作者孙海滨先生为“国际划骑跑三项赛”创始人。

了解更多“国际划骑跑三项赛”：
<https://v.qq.com/x/page/c3260drvczs.html>（复制到浏览器打开） 

（注：本文内容根据孙海滨先生在 2022 第九届博雅旅游论坛暨第十六届中国国际（北京）泛户外产业高峰论坛的演讲整理，内容如有疏漏，敬请谅解。）

马文化与大文旅

□ 蔡 猛 / 原 CCTV 著名体育节目主持人、中国马业协会副会长

在奥运会赛事中,与动物相关的唯一的一项赛事项目就是马术。它体现了户外运动的精髓,就是人与动物、自然的一种高度和谐,所以在泛户外运动中,马术是非常重要的组成部分。马术运动是当前世界各国普遍发展的体育项目,在奥林匹克运动会、亚运会及洲际运动会都有这个项目。中国的马术运动在当前也已经有了很大的发展。1982 年,中国参加了国际马联,尤

其是进入奥运会以后,中国的马术运动步入了快车道。但是,中国的马术产业尚未完全形成。在传承马文化,让马术运动服务社会,实现经济效益方面还需要探索。

一、马文化的形成

马的出现有悠久的历史。大概在 5800 万年前,马就出现了。到 100 万年前左右,马的体型已经和

今天的马的体型差不多了,叫做“真马”。人接触马的过程最初是杀马取肉。在这个过程中,马进化出了速度。7000 年前在哈萨克斯坦一代开始有人饲养马,后来开始有人驯马,骑上马背,3000 年前出现了马战车,2600 年前的古代奥林匹克运动会出现了奥运会马车赛,2400 年前赵武灵王提出了胡服骑射,到 2100 年前汉武帝动用战马决战匈奴。到 1600 年前中国



人发明了马镫,到 1470 年西罗马灭亡,欧洲出现了马镫,并在后期大大范围地使用了马镫。到 1900 年,第二届奥运会,马术运动成为了最古老的奥运会项目。

二、马术运动的主要类型

马术,是一种人和动物共同完成的比赛,需要骑手和马经过多年的训练,在赛场上展现优雅、胆量、敏捷和速度。马术运动主要有五类:一是非常熟悉的、由国际奥组委举办的奥运三项赛,也是最综合的马术比赛项目,分为三个项目——盛装舞步、越野赛和场地障碍赛——需要在连续 3 天内与同一匹马配合完成比赛;二是由国际马联组织举办的国际耐力赛、四轮马车、马上体操、西部驾御、马兰球、绕桶赛、农场马术等,尤其是国际耐力赛,现在非常火,在国内安徽的砀山、河北的衡水安平以及锡林郭勒等都举办过国际耐力赛;三是国际马球赛;四是速度赛马、单驾马车等,五是民族赛马,包括 30 公里耐力赛、吊羊、骑野马、骑野牛、截牛等。

三、马文化的主要内涵

1、草原游牧文化
人畜逐水草而生的自然法则孕育出独特的草原游牧文化。在草原上,牧民独有的生活方式、生活习惯、文化特色等,构成了独特而颇具魅力的草原游牧文化要素。



如蒙古高原上,牧民居住的是特色的蒙古包,唱的是悠扬长调,饮食上吃的是手把肉,喝白酒。同时,当地还具有一些特色民俗的活动,比如传统的三十公里耐力赛,射箭骑马摔跤,骑野马,套马等。这些共同构成了草原游牧文化的文化要素,它的吃、住、游,包括纪念品旅游等,都已经形成了一套完整而成熟的产业链,可以直接套用,而且原汁原味、里头具有浓厚的文化色彩,已经延续了几千年。

2、美洲西部牛仔文化
西部牛仔(West cowboy),是指 18 至 19 世纪的美国,在西部广袤的土地,一群热情无畏的开拓者。在美国历史上,他们是开发西部的先锋,富有冒险和吃苦耐劳精神,被称为“马背上的英雄”。西部牛仔马文化崇尚自由、勇敢坚定的牛仔精神。西部牛仔文化特色体现在食、住、行各个方面,典型的由石头、铁、木等原生态材料打造的美式房屋住宿,品美式烤肉,流连于形形色色的牛仔酒吧,感受原汁

原味的乡村音乐,欣赏独具特色的西部马术表演。比如美国的沃兹堡马城,走在石板路上,到处都是穿着牛仔靴,穿着牛仔裤,戴着牛仔帽的人。街道的商铺全都是跟马术产业相关联用品。随意打开一扇门,你可能就会发现一个骑马的小院,在里面有马术相关的表演。这样的小镇,就很有特色。

3、欧洲贵族文化
马术,狭义指奥运会三个马术项目,这项运动里,人马默契的配合尤为重要。现代的马术起源于英国,16 世纪开始在欧洲大陆的王室和贵族阶级中流行。欧洲在长期的生活中,将他们受教育的程度,包括在军事打仗过程中的这种对马的训练的能力,和他们的一些礼仪,包括骑士精神,包括贵族的一些素质,这些东西都融在了马文化中。奥运会三项运动,盛装舞步、场地障碍、三日赛等都是从欧洲发源起来的。比如驯马实际上就是盛装舞步的前身,而跳跃障碍等三项赛则是一个真正的战争的模

拟,留下来的一种方式。在奥运会马术比赛中,大家都穿着西装、燕尾服、扎着领结,都体现了这种欧洲贵州精神。

四、融入马文化助力文旅大发展

“马文化”是中国传统文化的重要组成部分,同时也是一种非常积极向上的精神力量。马在中国文化中,没有”马文化”就没有中国文化的今天。我体会比较深的就是我在草原的时候,有个牧民养了 200 多匹马,我问他养马挣钱吗,他说不挣钱,我又问他不挣钱还养它干什么,为什么不换成养牛养羊,他说他们祖祖辈辈都是在养马,“我是马背民族”。这充分说明了我们草原上的马背民族,深深的“马文化”情节。马文化是我们文化的一部分,同时也是传承的需要,我非常希望能够弘扬马文化,让“马文化”为中国的大文旅增添光彩,发挥作用。

“马文化”在中国大文旅发展,包括康养文旅、乡村振兴等领域中一个非常重要的作用便是“打造差异化”。此类项目设计大部分都是以农家饭、种花海为主,缺乏独到的“文化”核心。而马文化历史悠久,马术运动是所有体育项目中最早出现的,在古代奥林匹克运动会上就有四人马车比赛,2600 年前就有了人骑光背马的比赛。无论是比赛也好,表演也好,以及人与马

相处的关系,这些都能够为文旅发展项目带来一些差异化的吸引点。把草原游牧文化、欧洲贵族文化、美洲西部牛仔文化这三种文化的细节、比赛、吃喝玩乐融入我们的乡村振兴,能够为乡村建设带来新的亮点。

从国内来说,国内最适合发展马术运动的地方有 2 处。一个是北纬 40 度黄金养马线,这里是农耕民族和游牧民族交汇的地方,这种地区非常适合开发“马文化”。同时,这条线也是黄金葡萄酒线。葡萄酒与马结合也是这些区域发展的一个新的方向。如怀来政府专门策划了葡萄酒庄园消费与骑马旅游活动的有机互动。在国内,目前已经形成了锡林浩特——中国马都,衡水安平——中国马业名城两大品牌。以这两个区域为突破口,借助品牌的力量,借助文化的力量,打造更多“马术”运动特色旅游项目地。

另一个是经济发达地区,南方多年的实践已经成熟。比如香港赛马会。这充满说明在那里养马也是可以的,这就是行业的进步。

中国是养马大国,中国“马文



化”已经有 5000 多年的历史,马文化已经深深融入中国的文化底色。弘扬“马文化”,让马文化融入我们的生活,不仅仅能够提升人民生活的幸福指数,同时也能够为养马人带来经济效益,这样的话,马文化才能延续。比如现在蒙古长距离赛马的驯马手都很少,就是因为传承的“断代”,愿意从事这个事情的年轻人越来越少,这是非常可惜的。包括我们过去用的马鞍,现在也越来越少,都是一种遗憾。所以,希望能够根据地貌、历史、风俗等,选择合适的区域地,在乡村振兴、大文旅建设中注入“马文化”,通过旅游节庆如马术节、马术博物馆、马术文化体验等,活跃当地氛围,实现经济效益提升,推动“马文化”的延续。e

(注:本文为根据蔡猛先生在 2022 第九届博雅旅游论坛暨第十六届中国国际(北京)泛户外产业高峰论坛的演讲整理,内容如有疏漏,敬请谅解。)



泛冰雪——后冬奥时代新突破

□ 于 洋 / 卡宾滑雪集团总裁

2015 年确定冬奥会在中国举办之后,冰雪就成为大家关注的热点。伴随着 2022 冬奥会成功举办,大家对冰雪的关注度更达到了一个空前的高度。受疫情影响,近几年冬季很多雪场不能正常营业,但大家对于冰雪运动的热情还是越来越高的,参与冰雪运动的人群不断增加。今天我要讲的这个主题还是泛冰雪,包括冰雪和其他运动之间的关系,讲一下后冬奥时代的冰雪运动发展。

一、后冬奥·新趋势

2022 冬奥会,在赛场内,中国获得了 9 金 4 银 2 铜奖牌,位居金牌榜第三,创下了自 1980 年参加冬奥会以来的历史最佳成绩。这是我们在赛场内看到的,让大家非常激动。也是本届冬奥会大家还记

忆犹新的一些奖牌的情况,也让我们回想到运动员在冬奥会上拼搏的一些身影。

赛场外,中国的冰雪运动热情正处在一个快速增长期,包括冰雪消费的热情,也是升温非常快。冰雪产业发展在经历了初级阶段,已经发展到现在的蓬勃发展期。亚

布力滑雪场开启了中国大众滑雪旅游的起点,到现在滑雪风潮已经蔓延到全国各个地区。

1、从北方到全国

原来大家对冰雪的概念可能是冰雪只在东北有,或者是在新疆有,实际上现在南方地区也出现了越来越多的冰雪项目。由于冰雪产



业上中下游的发展,促使了上游阶段冰雪装备器材,包括造雪技术等革新,能够支撑在南方地区越来越多的室内场馆的出现。中国现在 800 多家滑雪场里面有 30 多家室内滑雪场,冰雪已经不受季节的限制出现在大家眼前。大家不断地走到冰雪场地,接触到的户外冰雪场地越来越多。冬季运动相对比较单一,对于热爱运动的人群来说,冰雪运动是冬季比较适合的一个运动项目,也成为冬季季节备受关注的一项特殊运动。

2、从冬季到四季

雪场在中国的发展起步较晚,大部分雪场都是在冬季单季运营。近几年受疫情影响,冬季很多雪场不能正常营业。很多雪场已经开始进行从单季运营到四季运营的拓展和延伸。

冰雪场地依山运营,实际上大家在雪场里面选择的运动比较多。因此冰雪运动并不是独立存在的,在一个综合化的山地条件下,可以开展的运动项目非常多,如冰

雪运动跟山地自行车、山地体育公园,卡丁车,山地卡丁车,缆车观光,萌宠乐园,徒步,登山,越野跑,定向越野,滑翔伞,ATVUTV,包括儿童的一些小滑步车,草地车,溜索射箭甚至马术等等相结合。越来越多的雪场开始借助自己的优势,拓展雪场在其他季节的山地运动可能性。比如崇礼滑雪场、云顶滑雪场,万龙滑雪场等,都开启了一些夏季的运动。借助山势,在冰雪运动场地里,利用已有的资源来拓展更多的山地运动。它这个运动特点还是比较明显,就是主要围绕山地。

3、从“中国制造”到“中国智造”

冰雪产业上游,装备制造、器材设备等,开始从中国制造到中国智造的转变。原来雪场里的核心设备,器材,都是依赖进口,包括这一届冬奥会,很多设备,像室外雪场、造雪机、压雪车等,很多东西还是依赖进口,包括目前国内大部分滑雪场使用的设备器材也都是以进口为主。

在中国 20 多年的发展过程,

很多产品也在逐步实现国产化,包括卡宾自己,我们自己也在做产品的研发、生产加销售。像造雪的大型设备、造雪机、压雪车,包括一些存储系统,安全防护系统,还有大众使用的个人装备,带双板的滑雪板,头盔,眼镜,包括滑雪服等等,都已经实现了这种国产化。在大众接触的装备里面,虽然还是以进口为主,但是现在越来越多的国产品牌也走向大众的视野,大家在商场,超市,迪卡侬都能看到好多雪板、眼镜、头盔、雪服,这个销售额越来越多,李宁、安踏这些品牌都有滑雪服了,越来越多的国产品牌走向大众的视野。国产品牌的品质与它的研发、包括用料也逐步跟国际接轨。

很多先进材料都在国产品牌中进行了应用。这个是从冰雪产业的上游来说,我们在这个领域也进行了一个比较大的革新,这 20 多年在这方面也有了比较大的发展。虽然国产品牌没有在大众 C 端市

场占据核心的市场,但是目前国产品牌这两到三年,尤其是这几年,变化还是比较大的,大众接受度也是比较高。虽然现在冰雪产业链的国产品牌发展,还需要一段路要走,但我们已经有了很多优秀的品牌走到大众的视野。

4、冰雪教培:“单一”到“多元”

从雪场的管理本身来说,也实现了从单一到多元的变化趋势。对于产业的教培,不仅仅包括雪场的专业技术管理培训、场馆运营管理、场地开发与维护等,还包括一些山地运动指导、山地运动创伤救护、提升设备安装、操作与维护等。可能在很多商场大家都能看到,一些滑雪模拟机的培训等等,这都说明了冰雪产业链管理从单一到多元的转变和过程。

二、泛冰雪的概念

冰雪产业慢慢走入更多人的生活,尤其是习近平总书记倡议



的带动“三亿人”上冰雪,很多人从“看冰雪”的概念走到“泛冰雪”的概念,并不是说只有亲自到滑雪场滑雪才叫“上冰雪”,实际上我们现在推广的还是“泛冰雪”的概念。泛冰雪就是让冰雪无处不在,不分季节,不分场地,在各种商业性设施里面都能时不时地呈现。像现在的冰雪产业技术,包括飘雪的技术、制冷的技术、造雪的技术等,都能实现在常温下 20 多度,实现“夏日飘雪”,在任何的时间、地点都可以来一场漫天大雪,这一块在技术上还是有很大的突破。

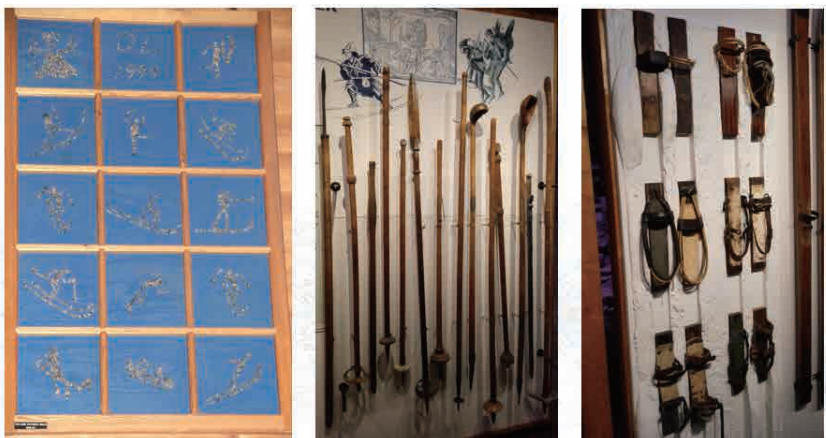
在一些地区可以看到,我们在商场里面常温下业能看到飘雪,穿着短袖也能实现飘雪,这都可以通过飘雪机来实现,甚至是比较简单的。冰雪产业链在商场里面,包括一些冰雪主题酒店配套服务的冰雪文化元素等,它们展现和呈现给大家的这种方式是多元化的,这就涉及到了冰雪产业本身的内涵以及冰雪文化的深入挖掘。世界滑雪起源地在中国新疆阿勒泰,中国的滑雪文化在新疆地区有一

些推广,但是在中国其他地区,中国的滑雪元素和推广还是比较弱的。因此我们也在积极进行滑雪文化推广等这方面的工作。

像我们日常的一些滑雪发烧友也好,还是一些冰雪主题酒店等,到处都有冰雪的影子。像这些跟冰雪有关的,我们小时候经常看到的这些,像滚雪球之类的,这是冰雪的漫画和冰雪的艺术。我也生活在北方,冬天冰雪是孩子们玩儿的一个主要的场地,还有很多跟冰雪有关的美食。东北地区有很多非常有特点的、跟冰雪有关的美食,像冻梨、冻山楂,还有一些冻的果子,尤其冻梨、冻柿子,在北方比较普遍,南方人也会觉得很新鲜。这几年我们在推广南方室内滑雪场的时候,也会有意地把北方的这种跟冰雪有关的美食推广到南方,也让大家体验到跟冰雪有关的一些美食文化。

这是古老的毛皮滑板比赛。一万多年前在中国新疆阿勒泰地区就已经有了滑雪,当时滑雪是以一种生活和出行的工具呈现在人们生活中。当时打猎狩猎,就是





踩着这种毛皮滑雪板，在山坡上自由滑雪，追逐猎物。手里拿着剑，就可以打猎。中国有着古老的滑雪文化，包括我们现在看到的越野滑雪比赛等都跟古老的滑雪出现的模式分不开。以古老的滑雪运动形式为场景原型，转换成了当下的体育运动与比赛。我们也希望在推广中能够让了解到我们的一万多年就已经存在的这种冰雪文化。

这是在挪威世界最大的滑雪博物馆里面，关于雪杖文化的展示。雪杖有不同的外形及不同的功能，这都是很有意思的演变过程。作为一项运动，我们希望大家去多多了解滑雪运动的历史与文化，这也是

非常有趣的。在国内类似这样的文化展示还不多。所以我们也希望这些滑雪文化也能够在中国得到更多的普及。

现在关于冰雪产业的文创产品也越来越多，冰雪相关的首饰、项链、耳环啊等等我都看到了。尤其是 2022 年冬奥会成功举办，推出的一系列冬奥相关文创产品，深深得到了大家的喜爱，包括冰墩墩，现在很多钥匙链也都用到了冰雪文化，比如小雪鞋、小滑板啊，都很受大家喜欢。未来会产生越来越多跟冰雪相关的生活冰雪小情趣，给大众带来更多的惊喜。



三、玩转泛冰雪

我们自己也在拓展，在山地运动也好，还是一些原来戏雪的场馆，在非冬季旺季的其他季节，我们都考虑做一些主题乐园，把冰雪和冰雪场地拓展成四季化。冰雪在我们的生活里，其实是可以延伸。那么究竟什么是泛冰雪？如何延伸？怎么玩？

雪场现在在景区里面出现的也越来越多的，因为景区基本上是三季运营，到冬季的时候很多景区都关门了，没有游玩项目。冰雪可以作为景区冬季补充的一个核心项目。冰雪项目还出现在酒店，城市的公园儿、温泉包括广场等等，一些泳池、户外营地，湖面、河面，包括高尔夫球场，卡丁车场等等，都可以出现。随着技术的提高和发展，建冰雪场馆的场地越来越宽泛了，突破了以前的局限性。

这是崇礼的富龙四季小镇，这个就是冰雪加地产，加四季度假小镇模式的山地运动综合体。一座普普通通的山，通过发展冰雪产业，实现风貌和经济的双重蜕变。在这



里还开放了夜场，虽然冷，但是也挡不住大家夜游的热情。富龙四季小镇也是非常特殊的一个项目，在全球可能都是非常有特点的一个项目，它接待的雪友 80% 都是单板滑雪爱好者，他有一个非常大的单板公园儿，聚集非常多的年轻人喜欢到这个雪场，是一个很时尚、现代的滑雪场。它在夏季也是持续做一些夏季项目的运营，包括山地运动等。这个这个项目夏季也是很有意思，那么像我们做的。这是狼牙山冰雪项目。从一个小山村的土

山、玉米地、菜地，到中国最大的四季游乐场；2018 年雪季 3 个月接待 35 万人次，实现了冰雪产业带动地区发展。

上面讲的主要是在北方地区，在南方地区或者四季的冰雪场馆怎么来实现？实际上现在的技术也已经突破了。在南方比较高温的地区，我们开发了一些不受温度影响的造雪方式。通过集装箱式的造雪机，使得造雪技术不受温度的限制和控制，在任何季节都能实现造雪，都有技术支撑。比较稳定的实

现四季滑雪的，就是室内冰雪场馆，比如这种常规结构的室内滑雪场，在南方也越来越多。

总结一下，今天给大家分享的主要是要把冰雪产业向更广泛的一个范围考虑，而不是把它局限在仅仅是室外滑雪场或者是室内冰雪馆，那我们可以在任意的空间和任意的季节，随时随地下一场雪。希望冰雪能给越来越多热爱户外运动、热爱山地运动的人，在冬季或者其他季节，都能带来快乐。也希望越来越多的人热爱冰雪，越来越多的人参与到冰雪运动中来，在冰雪世界里享受不一样的乐趣。**e**

（注：本文内容根据卡宾滑雪集团总裁于洋在 2022 第九届博雅旅游论坛暨第十六届中国国际（北京）泛户外产业高峰论坛的演讲整理，内容如有疏漏，敬请谅解。）





滨海旅游中的泛户外运动

□ 周 森 / 全联旅游业商会自驾游与房车露营分会副会长
.....

2022 年 6 月 18 日上午,以“复苏·向阳·共生”为主题的 2022 第九届博雅旅游论坛暨第十六届中国国际(北京)泛户外产业高峰论坛中,全联旅游业商会自驾旅游与房车露营分会副会长周森会长,出席了此次会议,并发表题为《滨海旅游中的泛户外运动》主旨演讲,围绕国内滨海旅游发展状况,在论坛中做出的专业分析。他指出,滨

海旅游运动属于休闲度假旅游高度发展的户外运动,将不断的推陈出新,更应该注重高科技,高体验感,未来也必将为户外运动的人们所喜爱。以下为周森会长演讲内容:
大家好,今天的内容主要是滨海旅游中的泛户外运动,今天讲的和海洋有关,所以今天还特意找了一个海南岛的岛服,这样有一个海洋的元素。曾经也是中国最早的

一批户外运动爱好者,那时候讲的户外运动,主要还是指传统意义上一些极限运动。比如山野的重装徒步、攀岩、速骑、洞穴、所以对泛户外运动概念,也是最近几年才进行了一些了解,但是在这里想分享个人一个观点,泛户外运动其实可以理解为阳光下或天下的一个人体运动,是一个泛字,包含的范围就是相当的宽广,但是泛户外运动保

持是在极限运动基础上发展起来的,一个更为普及跟休闲化,生活化和时尚化的大众的健身运动。

有一个争议就是泛户外运动极限运动,是不是两个概念?其实运动形式属于一个概念,统称为泛户外运动。泛户外运动跟全民健身运动相当吻合的,应运而生的一个理念或者形式,从最初的观光旅游到后面的度假旅游,再到后面的体验式旅游,或者是叫沉浸式旅游,现在已经也谈到了一个叫“泛旅游”,所以其实泛运动跟泛旅游实际上规格都很高。

今天主要想讲的海洋作为大背景,海洋其实这个名字地球上最广阔的一个水体的总称。大概是 3.6 亿平方公里,占地球大概是在 71% 左右,因为气候上升,面积可能还会扩大,海洋其实是有区分的,洋其实是海,是海洋的中心部分。海是海洋的边缘部分,准确讲,海是洋的辅助部分。分为边缘海、内陆海、地中海三个部分。全世界有 50 个左右,所以从中国的角度来讲中国的大陆的总长度,海岸线的总长度是 3.2 万公里,大陆海岸线大约是 1.8 万公里,岛屿海岸线 1.4 万公里,从大陆的角度来讲,北起鸭绿江口,丹东。南至广西。海洋的地理形势以杭州湾为界限,以杭州湾以山地港湾和平原港湾,是一个交错的形态,杭州湾以南地形的比较陡险,地貌特别明显,中国面积广袤大陆国家,同时也是一个海洋国家,河姆渡遗址断代可以

追索到 7000 年前左右,在浙江萧山独木舟,探索到 7500 到 8000 年几千年以前是一个滨海货运地。

中国知名滨海旅游度假目的地有大连、秦皇岛、天津、烟台、青岛、连云港、南通、上海、舟山、温州、福建、厦门、广州、湛江、北海、海口三亚。海港旅游城市旅游业商会、房车自驾游分会等现在正在跟中国汽车流通协会联合打造的中国黄金海岸线旅旅行生态体系建设工程,主要的目的是想赋能海洋旅游,这个月的月底将在山东的烟台,举行有关黄金海岸建设的一个研讨会。世界顶级海滨旅游度假目的地大致罗列了一下,比较著名的夏威夷、佛罗里达、墨西哥坎昆、古巴巴拉德罗、大溪地塔西提岛、巴西里约热内卢、法国尼斯、戛纳、意大利索伦托、卡普里岛、伊斯坦布尔、迪拜、毛里求斯、澳大利亚和黄金海岸、泰国华欣巴厘岛新西兰皇后小镇。美国夏威夷的印象沙滩上晒太阳,有树的林荫大道喝咖啡。

滨海户外运动两大形态,可以分为水面、空中、海面的上空部分三种形式,竞技类比赛、游戏类等等,现在讲究更休闲更有情调的滨海户外运动多一些。有特色,地形地貌产生的特性要突出。海洋的运动基本为春秋季,冬季少一点,所以季节性分布特点,地理位置及气候也决定了热门地的一个移动性。还有一个就是参与性,主要是产品,没有限制男女老少年龄都可以参与,而且在中间可以找到自己

合适的运动形态,水上运动形态包括游泳、帆船、帆板、皮划艇、浮潜、潜水、水上摩托、滑板冲浪、海上划水、水上飞行器、海上滑翔伞、水上电自行车、游艇海钓、拉网捕鱼、香蕉船、海底漫步等一些特性,户外运动海洋滨海这一块有很多内容和利用,有很多重要的机会,它具有海洋性、季节性、丰富性及参与性四个特点。

中国海洋文化节主要是在浙江的岱山县举行,每年 7 月份青岛啤酒节等,其他各地有很多不同的海洋有关的活动,有名的亚洲沙滩运动会是每两年举办四大体育赛事之一,每两年举办一次设置的是沙滩运动和水上运动两大类,运动项目大概数十种。跟海洋旅游相关联的有“世界海洋日”,世界海洋日是联合国通过决议的,2008 年的 63 届联大第 111 决议,将每年 6 月 8 号定为“世界海洋日”。欧盟海洋日是 5 月 20 号,日本每年七月份第三个星期一,英国是 8 月 24 号,英国海洋节,美国海洋节是 5 月 22 号。户外运动是滨海旅游不可或缺重要内容,滨海旅游离不开泛户外运动,因为有更多一些体验性,滨海旅游运动属于休闲度假旅游高度发展的户外运动,将不断的推陈出新,更应该注重高科技,高体验感,所以也必将为户外运动的人们所喜爱,谢谢! 

博采众长大咖谈： 如何将文旅休闲与泛户外产业融合发展

邮轮游艇经济与泛户外产业的融合发展将迎来新发展机遇

□ 郑炜航 / 中国交通运输协会邮轮游艇分会 (CCYIA) 常务副会长兼秘书长

其实，邮轮游艇的产业是属于两个产业，2006年成立的邮轮、游艇社团，16年来做了四个主要的工作，一是促进中央政府新政策的出台，这么多年来，主管邮轮的8个部委，主管游艇的9个部委，我们都积极去对接，已经出台了多项政策。二是协助地方政府做产业规划，完成的规划项目有40多项，也获得原国家旅游局邮轮游艇领域唯一一个旅游规划设计甲级资质。三是促进产业合作，把中国的产业对接到国外去，把国外的企业引到中国来，实行产业合作国际化。四是引导产业消费理念，这十多年我们提出邮轮、游艇引导性、前瞻性发展思路、理念各十多项，特别是一直呼吁游艇不是奢侈品，是属于白领化、大众化的休闲产品。

当前我国邮轮产业发展较为迅速。这些年来全国一共建成了9个邮轮的专业码头，有16个城市停靠过邮轮，2017年最多有17艘国际邮轮在中国运营，国外制造的最新的邮轮也都布置在亚洲市场，邮轮旅客群体从2006年的2、3万人到2019年的200万人(400万人次)，已经超过了德国、英国，成为全球第二大邮轮旅游客源国，仅次于美国。上海的吴淞国际邮轮港成为亚洲最大的邮轮母港。当然，央企已经看好了这个新型产业，已经有五个大型央企已经进入邮轮市场，有的进入了邮轮的制造业，有的进入了邮轮的港口业，有的是全面布局。我认为：疫情以后，国际邮轮和国内邮轮将会长期并存，国际航线和沿海航线长江航线将会长期共长。

游艇产业这些年的发展速度，远远不如邮轮，政府部门、大众对游艇不了解或一知半解，消费有认知误解，认为游艇是属于富人玩的，属于奢侈品，其实游艇是属于白领阶层消费的休闲旅游产品，我国游艇制造业在1982年就开始，长期以出口为主，主要出口产品是皮划艇，国内游艇消费从2006年才开始出现。

美国游艇与中国游艇的定义、标准不一样，美国游艇大约有1180万艘，平均每16个人有一艘游艇，而目前中国游艇加起来不到5万艘，在国家海事局登记的只有7000艘左右，国内外差距很大。我国整艇制造业有80家，零配件制造业有500家，出口产值占全球第6位。现在全国大概有120个游艇俱乐部、游艇码头，约

15000个泊位，一般属于会员制的。我国一直在推动游艇两杆经济，就是钓鱼艇(钓竿)和帆船(桅杆)我国游艇行业发展的主要问题，一是公共码头泊位太少，二是不能够进行银行贷款，如果银行能够予以抵押贷款，那将会大大提高中国游艇行业的大发展，也可以促进一些城市的游艇旅游业。三是目前中国的游艇租赁是属于不合法的，也

大大限制了游艇租赁行业的发展，只有海南省政府对游艇租赁放宽了政策，出台了游艇租赁管理办法(试行)，委托我们协会做了社会风险评估报告，希望全国各地借鉴海南政策，大力推广游艇行业发展。

目前工信部正在牵头制定十四五邮轮游艇发展指导意见。疫情之后，邮轮游艇将会产生更多业态，产生更多新玩家，将会制造更

多新的投资机会，这种机会从制造业到服务业都会有。建议泛户外各界各领域携手共进，跨界联合，海陆空产业共建共享，不仅仅客源共享，还可以进行产品、平台、服务及资本的共享联合发展。可以联合博雅方略的规划设计，共同为滨水城市打造游艇小镇，把水盘活，把水上产业做起来。

如何让自驾游与泛户外更加紧密的结合起来？

□ 陈捷 / 云南自驾游与房车露营协会会长

进入后疫情时代，传统旅游模式加速进入了休闲度假旅游阶段，自驾车与房车露营旅游的休闲户外旅游，社区锻炼与群体健身，公园运动的健身，蹦极、攀岩、速降、翼装飞行的户外运动旅游，受到消费者热捧并形成爆发式增长。

自驾旅游是泛户外旅游的重要组成部分，是多元素跨界合作的重要桥梁和通道，在国家政策领导与支持，人均GDP提升，汽车的普及和交通通达性及便捷性等因素的驱动下，自驾旅游发展迅猛。2018年至今，从国内旅游占

比60%以上，发展成为70%至80%以上，泛户外旅游等各产业带来基数庞大消费人群的同时，自驾旅游形成了旅游消费升级共振，加大了的旅游与工业、农业、林业、商贸、金融、文化、体育等产业的融合力度，促进旅游业向产业经济转变，向开放的“全域自驾游”转变，推动旅游与一、二、三产业融合发展。

自驾与房车露营旅游是泛户外旅游的重要组成部分，是多元素跨界合作的重要桥梁和通道。2010年，云南省自驾游房车露营协会经云南省文化和旅游厅，云南省民政厅，云南省旅游协会核准

于2010年2月2日成立，经过十几年的发展，协会已在云南16个地州设立分会及5个县级工作站，组织活动600余次，通过不懈努力，协会声誉在全国自驾车与房车行业及领域知名度高，具备了制定行业标准，开发自驾旅游线路及产品的领军能力。2012年7月25日，协会发起并编制的《汽车旅游营地等级划分与评定》云南地方标准由云南省质量技术监督局发布，并于2012年9月1日实施，此标准是我国第一部关于汽车旅游营地方面的标准，2016年12月，协会荣获国家人力资源和社会保障部，国

家旅游局颁发全国旅游系统先进单位荣誉称号,也是目前国家唯一获此特荣的旅游专家协会。

随着我国和云南省自驾车与房车行业的不断发展,2022年协会制定了《2022年度工作计划》、《十四五发展计划》及工作目标,积极服务于会员,服务于自驾房车露营行业,充分发挥协会与消费者,旅游行业,国内个旅游专业协会,政府及社会各界相互间的桥梁作

用,协助文旅事业蓬勃发展。

近几年来与十四五·泛户外旅游项目奋进的云南省自驾车与房车露营协会的项目:

一、云南省百车进百县项目,国际化,高端化、特色化、智慧化、推动泛户外旅游业全面转型升级。

二、云南省健康生活目的地服务中心项目。在健康中国的指引下,推进贯彻落实省委,省政府工作部署,在昆明建设一个集健康、文旅、

自驾、生态环保的云南省健康生活目的地服务中心。

三、国之大道高219大滇西旅游环线汽车集结赛活动。推动大滇西范围内几条著名公路IP价值的打造和开发,并在赛事期间邀请全国31个省市自驾车与房车露营协会成立国之大道G219大滇西旅游环线产品全国销售联盟举行《故事云南》户外旅游产品等公路旅行系列产品发布会。

为了比赛,而是通过56个民族的奔跑能够了解56个民族历史文化、民族的特点和有趣的民族风土人情等。

未来会准备在56个民族做一些规划,我准备依据各个地方的

设备设施和环境特点优势做一些马拉松的赛道,湿地公园的道路赛道,通过人脸识别进入智慧运动系统,一起天天运动起来。通过每天的赛道的排行榜,每个月、每年都会有全部的记录。在56个民族的

聚居地,通过我们的努力,为每个民族的自治县,根据地形规划一条智慧赛道、规划一个运动公园等,让56个民族奔跑起来,充分体现和发扬我们的体育强国精神。

跑在全民健康的路上

□ 金飞豹 / 著名探险家、多项世界纪录创造者、中国探险协会常务副主席、秘境百马创始人

云南地处低纬度高原,独特的地理及气候环境赋予了云南得天独厚的高原体育训练资源,足球、游泳、田径、皮划艇、赛艇、橄榄球、竞走、中长跑、女子手球、男子柔道、现代五项、山地自行车、铁人三项等运动项目的国家队,都先后到海埂基地、呈贡基地、松茂基地等进行过高原训练。东京奥运会的时候,云南有9名运动员参赛了。我相信,云南发展高原特色体育产业是非常有潜力的。

2018年5月19日至8月26日,我在云南发起了“七彩云

南·秘境百马”美丽乡村马拉松活动,邀请了来自美国、德国、法国、西班牙等全球12个国家的100位知名跑者参与,全球推荐了100条美丽乡村马拉松赛道,参与跑者达11157人,全球100家优质媒体联动宣传报道,全媒体浏览量超过5亿人次。

“秘境百马”的成功举办也是云南省自实施“发展健身休闲产业”战略以来,规模人数最多、影响力最大、践行全民健身国家战略最具特色的系列精品赛事,也堪称盛大的全民健身嘉年华,至今在体育界

别同仁的共同努力下,我们举办的全民健康跑活动累计超过120场,活动参与人数累计超过10万人次,全媒体点击量超过10亿人次。

“体育强则中国强,国运兴则体育兴”,体育承载着国家强盛,民族振兴的梦想。2019年开始,我和我的团队就一直在筹备“56个民族共携手·全民健康跑”系列活动,至今已经筹备了3年,预计2023年启动。56个民族全民健康跑系列活动,共举办56场,主要在全国17个省56个民族最具代表性的聚居地和发源地奔跑,目的不是

冰壶运动将成为泛户外运动中新的亮点

□ 王德全 / 北京兴创奥悦冰壶馆市场总监

冰壶起源于苏格兰,最早是一项民间的户外运动,最初是苏格兰的皇室比较喜欢,之后逐步发展成了我们所说的贵族运动。这项运动逐步发展之后,然后在19世纪初传到了美洲、加拿大。在1998年正式进入冬奥会。冰壶运动是一项团队配合的运动,在比赛过程中讲究战术,冰壶运动既能锻炼运动员的个人专注力,又需要全队的通力协作,展现出很强的团队精神。因此受到很多人的喜爱。

国内发展冰壶运动面临的挑战:

专业冰壶馆少,运营成本高,场馆盈利模式单一;专业冰湖人才缺口大,冰壶人数

基数小,人口基数小;自然条件限制,南北地区发展不平衡;政策支持力度不够;冰壶装备产业规模小,产业链不成熟,需要获得更多的行业政策支持,扩大冰壶人口基数市场化发展。

由于真冰成本比较高,所以就衍生出了陆地冰壶。陆地冰壶有利于冰壶运动的推广和普及:一、对场地要求简单,平整即可;二,更容易掌握和学习;三,设备简便,易于铺设;四、参与度高,娱乐性强,安全度高;五、参与者不受年龄和身体条件的限制;六,不仅有技术的角逐,还有智力的开发;七锻炼体魄、培养意志,塑造品格。近几年在国内发展的还是比较好的。



陆地冰壶可在公园、景区,户外营地等作为配套设施,丰富游客游玩业态。

中国冰壶运动发展较晚,专业的冰壶场馆也比较少,全国目前有冰壶馆20多家大多在北方地区,

如北京,天津,黑龙江,内蒙古,青海,上海等地,每年会举办全国冰壶锦标赛和冠军赛,会有200名专业运动员参加。冰壶为智力因素占比较高的运动,适合中国人运动特点,参与,参与度广,7岁到70岁都可

以参加,男女老少皆宜,全国冰壶爱好者估算有一万多名。2022年北京冬奥会为大众冰壶运动的发展带来新机遇,群众参与冰壶的需求旺盛,冰壶将会成为泛户外运动中的新亮点。

泛户外生活是人们快乐的源泉

□ 王仁和 / 国际上目前唯一自驾改装国产房车十次去青藏高原、三次抵达珠穆朗玛峰大本营、并自驾房车游历了欧亚近40个国家的中国房车旅行家

读万卷书,行万里路,成为房车人理想的旅行与旅居生活模式。因此,房车加泛户外就是快乐的制造机器。疫情的常态化持续让我们对于泛户外运动、对于旅游生活有了新的认识。我们必须接受的一个现实就是,今后在很长一段时间内,我们都将与病毒共存,旅游大部分以近距离的周边游、省内游为主。这样的发展形势下,休闲露营成为应对疫情最好的露营模式,也成为户外休闲放松、缓解精神压力的非常好的方式。

多种多样的休闲露营生活方式,带动了城市周边露营行业的蓬勃发展、进而培育出的城市周边精致露营模式,也会是今后与疫情共存的一个重要的户外休闲模式。精致露营也被称为豪华露营,是被赋予了许多精彩文化内容,并以自己的爱好为休闲中心内容的高品质露营。精致露营的模式多种多样,从轻型活动到自行车、摩托车运动、汽车场地赛事、航空航海运动、家庭车尾夜市、自娱式艺术表演、乡村副食品农贸集市搬进营地生活

圈等等,都可以成为我们精致露营的一部分。

当前,我们正按中央的指示,在开展乡村振兴和建设美丽乡村的工作,这充分体现了国家关心农民在生活条件得到改善后的精神生活需求。培育好成熟的露营生活给集镇、乡村带来了新的消费增长,增加了当地人与农民的收入,巩固了乡村的脱贫成果,同时,也为人们带来美丽休闲的泛户外体验。因此,要将露营生活充分融入美丽乡村建设。

如何打造出适合中国国情的精致露营地?我们所做出的露营地,一定要结合当地的文化背景与现代人们的生活习惯,事前充分调

研与认证,因地制宜的利用自然环境,充分利用当地的各种优势与政府的政策,以可持续发展从长计议,尽量不要有短期行为赚快钱的想

法,这样才能避免高投入及造成浪费并难以收回成本,给当地人们留下债务与遗憾。

露营产业市场自由广阔,有望达成万亿级产业

□ 丁宏波 / 路程网 x 房车行创始人

疫情之后,传统旅游业遭受“重创”,过去作为小众的露营、文旅、本地游、周边游、自驾游、家庭亲子户外游、研学、都市休闲文化旅游等旅行方式却迎来了新的变局,其中以自驾露营为主的泛户外运动得到比较明显的发展。当前自驾游,尤其是房车自驾游正进入一个爆发期,主要原因在于,蠢蠢欲动的疫情让越来越多人对安全旅行愈发重视;自驾游、房车自驾游和露营从某种程度来说是相辅相成的关系,但露营不只有房车露营,还有帐篷露营。

早在“十三五”规划期间,我们国内便出现了很多的房车露营地,但到了现在,大概有60%的房车露营地都关门了,当然近两年帐篷营地、小规模房车营地或其它类型的营地也涌现出不少,总体数量相较往年还是大幅增长的;大家在做营地的时候可以含有一定数量

的房车,而不是完全以房车露营为主,因为当前中国房车的保有量并不大,只有将近20万台,对比辽阔的国土面积就显得太少了。

房车的主要消费群体主要是有钱又有闲的退休人群,房车旅行大多跑的比较远,经常十天半个月,并且很多车友在开着房车自驾游时是不怎么进营地的;而露营这方面却是恰好相反,露营的消费人群以年轻人群,或者说以女性为主的消费群体,她们平时并没有那么多时间,更多是趁周末、节假日来场短途周边游,比如两天一夜体验式的玩法,或者带着小孩家庭出游的方式,玩个三天两夜或顶多五天四夜换着来,住宿方式上也是宾馆、帐篷、民宿换着来,与房车长期旅行、露营的概念是完全不一样的。

所以说这两个的消费特征是有很大的区别的,露营消费者更偏向于短、频、快的精致露营;建议露营地规划建设时应以帐篷、自驾

游等精致露营为主,以房车露营为辅,二者相辅相成;同时要注意,房车露营跟经济之间存在很大联系,房车的上牌数据中有40%多是在华东地区,从露营方面来看,华东长三角、广东珠三角以及京津冀这些地方从长远来说,比较有发展的潜力。

虽然目前我们国家在露营方面还处于比较初级的阶段,露营地相关标准、政策法规还需要不断地去摸索,但从近两年的发展来看,露营除了放松娱乐外,还衍生出社交需求,甚至有些露营地融合了当下比较流行的剧本杀、房车住宿、木屋、星空房等用于吸引年轻群体,从整个行业来说,露营除了改变大家的旅行娱乐方式以外,也在促进当下消费升级、体验升级,未来的市场是非常自由、广阔的,并有望达成万亿级产业。e



体育与休闲

泛户外

Pan-Outdoor



运动之美： 十大主流泛户外运动形式



01 露营

露营是一种短时的户外生活方式，是为了工程、军事、测绘、旅游等而特设临时的户外驻扎区，包括营帐、草棚、车房等简易形式的短时户外居住营所。军事露营往往有复杂的构造，细分为生活区、食宿区、通讯区、指挥区等等，而旅游上多采用更方便小巧的户外装备，达到户外休整娱乐的目的。在本刊物中的“露营”特指户外休闲旅游露营，是跨界融合的一种消费的新业态新模式，能够极大地满足消费者情感和心理的需求。在疫情常态化下，“露营风”盛行，给不能远行的人们带来“微度假”的满足感。

02 自驾

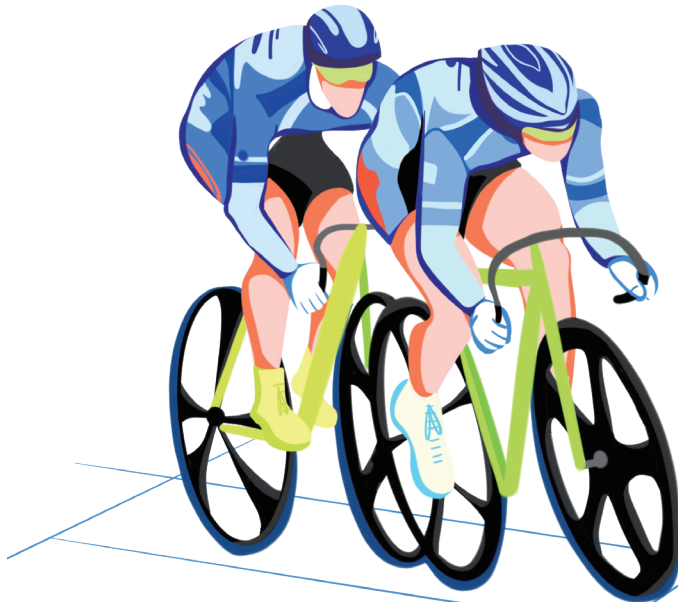
自驾游简单地说是自己驾驶汽车出游。2006 年首届中国自驾游高峰论坛的定义：“自驾游是有组织、有计划，以自驾车为主要交通手段的旅游形式。”中国经济发展的提升，民众小汽车保有数量的激增，中国公路网的逐年完善为自驾游带来巨大的市场。另一方面，自驾游的兴起，也满足了年轻一代游客自主化、个性化、定制化的旅游需求，因而成为近年来备受市场宠爱的文旅业态之一。此外，疫情影响，游客出游半径大幅缩小，也为自驾游兴起到极大的推动作用。途牛旅游网《2022 年上半年度自驾游报告》显示，自驾游是今年上半年出游人次最多的出游方式之一，近九成自驾游用户选择本地游或周边游。



03 低空飞行



低空飞行旅游即通用航空旅游，是指人们在低空空域（在我国原则上是指真高 1000 米以下的垂直范围），依托通用航空运输、通用航空器和低空飞行器，所从事的旅游、娱乐和运动。目前，我国初步形成一批以城市及景区空中观光为核心的低空旅游示范项目。比较代表性的项目有：北京密云机场低空旅游示范基地，2014 年被国家旅游局授牌成为全国首个低空旅游示范基地，开通七条观光航线；天津、西安、武汉、株洲、三亚、海口、中卫等旅游城市也开通了观光为主的低空旅游项目。海南省率先启动全国唯一的“低空空域空管服务保障示范区”建设，旅游业领跑全国，目前开通了二十多条低空旅游路线。



04 骑行

一般来说，户外骑行有相对明确的定义：以公路车为主，在市区或近郊的一些合适路段开展的健身活动。距离少则数十公里，多则上百公里，骑行时间多数在两三个小时以上。2020 年我国自行车产量为 4436.8 万辆，2021 年中国自行车产量稳定在 4827.1 万辆。国内与国际有多项专业的自行车赛事，也为骑行产业带来极大的发展空间。目前国际知名的骑行赛事包括山地车世界杯、世界山地自行车越野及障碍锦标赛、南非山地马拉松赛、红牛坠山赛、新西兰先锋山地车赛、瑞士 Swiss Epic 山地车多日赛、Crankworx 山地车节、Epic Israel、世界耐力系列赛、中国山地自行车公开赛等。

05 游 艇

游艇,是一种水上娱乐用高级耐用消费品。它集航海、运动、娱乐、休闲等功能于一体,满足个人及家庭享受生活的需要。在发达国家,游艇像轿车一样多为私人拥有。在中国,伴随着国民经济水平的提升,人们开始追求更高品位、更高质量的生活方式。游艇运动渐为国人所认识。作为一种典型的舶来品,这种新式潮流不仅引起部分高收入人群的关注。也为许多城市发展新型服务性产业带来前所未有的契机。



06 马 术

马术是一项现代体育运动项目。古代为了做到战车所用的马匹在战场上移动准确性和精确,常对马匹进行各种技巧和协调性的训练,后来就发展成为马术比赛。马术比赛需要骑师和马匹配合默契,考验马匹技巧、速度、耐力和跨越障碍的能力。马术比赛 1900 年首次进入奥运会,当时只设障碍赛一个项目。1912 年,马术比赛扩大为盛装舞步赛、障碍赛和三日赛三项。每项均设团体和个人金牌,共产生 6 枚金牌。从 1952 年起,女骑师被允许参加奥运会的马术比赛,马术也成为奥运会中唯一一个男女同场竞技的比赛项目。作为一个团队,马匹和选手将共同获得奖牌和名次。马术的最高组织机构为国际马术联合会,成立于 1921 年,总部设在瑞士洛桑。中国的马术的最高组织机构为中国马术协会,成立于 1979 年,总部设在北京。



07 高 尔 夫

高尔夫球运动是利用不同的高尔夫球杆(club)将高尔夫球打进球洞(hole)的一项运动项目。高尔夫球运动是一项具有特殊魅力的运动,让人们在优美的自然环境中锻炼身体、陶冶情操、修身养性、交流技巧,被誉为“时尚优雅的运动”。高尔夫球起源于 15 世纪的苏格兰,早期的高尔夫球多在王公贵族中进行。随着高尔夫球具的普及发展,高尔夫运动开始向中层阶级流行。至 20 世纪,高尔夫球的比赛规则与制度的建立,国际性的高尔夫赛事得以广泛开展。19 世纪 20 年代,高尔夫运动传入亚洲,高尔夫球传入中国则是在 1896 年,其标志是中国上海高尔夫球俱乐部的成立。2015 年,第 21 届沃尔沃中国公开赛在上海落幕,吴阿顺获得冠军,这是中国内地球手第一次获得欧巡赛月份最佳球手的奖项。美国高尔夫球协会和英国圣安德鲁斯皇家古代高尔夫球俱乐部被公认为是解释和修订高尔夫球规则的权威机构。世界性较重要的高尔夫球比赛有世界杯赛、美国公开赛等赛事。



08 登 山 徒 步

登山运动是体育运动的一类,是指在特定要求下,运动员徒手或使用专门装备,从低海拔地形向高海拔山峰进行攀登的一项体育活动。登山运动可分为登山探险(也称高山探险)、竞技攀登(包括攀岩、攀冰等)和健身性登山。在我国民间还流传着许多登山的传统习俗,如九月九重阳节登高等。徒步(Tramp),是指有目的的在城市的郊区、农村或者山野间进行中长距离的走路锻炼,徒步是户外运动最为典型和最为普遍的一种。由于短距离徒步活动比较简单,不需要太讲究技巧和装备,经常也被认为是一种休闲的活动。



09

马拉松

马拉松 (Marathon) 长跑是国际上非常普及的长跑比赛项目, 全程距离 26 英里 385 码, 折合为 42.195 公里 (也有说法为 42.193 公里)。分全程马拉松(Full Marathon)、半程马拉松(Half Marathon) 和四分马 拉松(Quarter Marathon) 三种。以全程马拉松比赛最为普及, 一般提及马拉松, 即指全程马拉松。与其他赛事相比, 马拉松独具特色的“开放与包容”为其带来极大的魅力, 即比赛场地的开放。马拉松赛事场地多从城市道路选取, 对参赛者来说, 每跑一步、每过一段都是不同的风景对参赛者的包容。无论是专业运动员还是业余爱好者, 大家可以一起参加比赛, 共享长跑乐趣。国内知名的马拉松赛事包括北京马拉松、上海国际马拉松、大连国际马拉松、杭州马拉松、厦门马拉松等。



冠军时刻： 弘扬中华体育精神，不忘初心永不言败



《泛户外头条》视点：为了祖国的荣誉，他们付出了青春，挥洒着汗水和泪水，甚至不惜以命相搏……时光荏苒，光芒不再，但是冠军精神永存！而且还将被无数热爱体育的人们烙在心里，永久地传承下去！欢聚时光，尽在【冠军时刻】。

【冠军时刻】开播之前，CCTV 原体育节目著名主持人蔡猛老师、北京大学窦文章教授、阳光 100 置业集团副董事长范小冲先生和博雅华辉泛户外公司 CEO 李辉先生、品牌部总监柳蕾女士合影，为栏目顺利开播加油助威！

2022 年 6 月 18 日上午，以“复苏·向阳·共生”为主题的 2022 第九届博雅旅游论坛暨第十六

届中国国际（北京）泛户外产业高峰论坛（线上）在北京正式拉开帷幕。【冠军时刻】作为本场盛会的压轴之作，由原 CCTV 体育节目著名主持人蔡猛老师亲自主持，特别和四位奥运 / 世界冠军进行视频连线，他们分别是：中国跳水运动员、世界冠军、奥运冠军桑雪女士，中国首位世界滑雪冠军郭丹丹女士，世界拳击冠军李洋先生，世界乒乓球冠军祖丽女士。中国滑雪之父单兆鉴老师和中国泛户外第一人李辉先生作为特邀嘉宾应邀参与此环节。

在结束连线后，蔡猛老师现场赠送李辉先生一幅自己的书法作品：马踏冰河，对酒当歌。豪迈之情，溢于言表。

10

冰雪运动

冬奥会为中国带来了冰雪运动热。竞技体育中的冰雪项目主要包括滑冰、冰球、冰壶、滑雪、冬季两项、雪车、雪橇共 7 大项，15 个分项，每个分项下面又包含若干小项。在此基础上，又发展出很多群众类冰雪项目，像滑雪橇、冰上自行车、滑爬犁、雪地摩托、雪地拔河、雪地足球等。冰雪运动在欧美较为盛行，且发展较为成熟，对中国来说，冰雪产业仍处于发展的初级阶段。在冰雪资源丰富的东北、新疆等地，冰雪产业较为发达，但是伴随着各种制冰技术的提升，国内尤其是南方也出现了众多大型室内冰雪场馆，冰雪运动开始向全国各地散发。





桑雪 / 中国跳水运动员、世界冠军、奥运冠军

01

蔡猛老师:桑雪你好,平时你喜欢哪些泛户外运动啊?

桑雪:蔡老师您好!跳水运动是我的职业,职业以外,还是比较喜欢滑雪的。在郭丹丹队长的带领下,尝试了单板滑雪,冲下来的感觉特别有魅力有激情,然后我平时还是比较喜欢做一些其它运动,比如说,在室外跑跑步,快走,包括跳绳,尤其在疫情期间,很多地方都在封闭的情况下,可能会去有阳光的地方就可以跳,但我觉得运动还是可以给人带来很多快乐的因素,也可以帮助人们去排解一些压力,也会让身体变得非常的轻松。

02

蔡猛老师:在你的运动生涯中,印象最深的一刻是什么?

桑雪:奥运会决赛,在双人女子十米跳台的决赛那场,我跟李娜其实真的还是很难忘的。因为之前我想大家有印象的话是我们之前有参加过一场单人跳的比赛,但是我们当时在十米台单人比赛当中,无论是我还是她,那当时我们两个就一直给对方加油,然后鼓劲,然后一直告诉自己不要再想,重要的是把双人跳的每一个动作,每一个细节都跳好!

我记得特别清楚,当时我们站在跳台上面,每一次跳之前我们都会有模仿动作然后都会有口号。我们每一次就是对方说什么都不要想动作的细节,这种信念和坚持,我们其实在双人跳决赛的时候就像进入了一个特别的环境,听不到周围的任何杂音,我们完全沉浸在比赛当中。然后基本上可以达成了双人合一,我们在跳向前动作包括自选动作的时候,我和我的搭档李娜在空中的时候无论是打开的时候还是入水的角度几乎都是一致的,包括在空中我们两个人的手,几乎都能打到一起,所以我想想都还是感觉很激动。

我离开了职业运动员生涯以后,其实现在做的事情也是跟体育相关的。我们也有自己的培训,包括还有一些少儿舞蹈的一些培训,其实还是在做一些大众的运动。希望更多的人能够动起来,室外的体育运动都能够让自己的身体更健康,运动的过程当中可以更加快乐并改善体质。



郭丹丹 / 中国首位滑雪世界冠军军

01

蔡猛老师:丹丹你好,请你回顾下当年夺金的画面,接下来有什么工作计划?

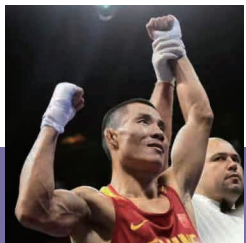
郭丹丹:蔡老师您好!记得获得2002年的中国的冬奥会的第一块金牌的时候是在美国盐湖城。中国滑雪运动员不能说很优秀,但都是非常努力的。我们中国的全运会是四年一次,在中国,大赛跟奥运会一样,四年一次,所以我也拿到了这个我们中国雪上项目的首枚滑雪金牌,那个年代确实可以说运动员根本没有想到,我们中国人当时也非常惊喜。

在今年北京冬奥会开幕时,我当时举起火炬的那一瞬间,我跟别人看到火炬的感情不一样。我去慢慢抚摸它,我知道我们中国的冰雪用了多少时间?多少个人?付出了多少辛苦?绝不只是我一个人,那一瞬间我是哽咽的,虽然跑的非常的短,也就是五十米,可是每一步都是沉重的又是轻松的,我是带着多少人的梦想,终于迎来了北京冬奥会,只能证明我们祖国的强大,我非常激动。

我这二十年推广冰雪的路上,我培训了很多运动员,包括教练员,包括我们冰雪的方方面面的技术人员。在这个过程当中,非常辛苦,可是没走一步回头路,我是非常知足的人,超越了我当时站在世界领奖台得世界冠军的领奖那种心情。

我要做的是什么呢?保证所有的运动员,不光是我们中国的运动员,是全世界的运动员,能看到我们中国最好的一面,让他们知道我们中国不只是体育强国。冰墩墩,其他代表的真的是一个娃娃吗?它背后代表的是我们中国冰雪走入千家万户,所以我要继续努力!

冬奥会闭幕的一瞬间,是我新的开始,我要把我们中国的冰雪、中国的体育继续传承发扬下去,把大家凝聚在一起。现在不只是做冰雪运动,在全国落地的体育室内的这个综合体和室外的体育公园,所以我不只是想把冰雪项目落地全国,我把我们的项目比如说摔跤、拳击,还有乒乓球、跳水、游泳等体育项目,继续传承发扬光大。



李 洋 / 拳击世界冠军

01

蔡猛老师:李洋你好,从运动员退役到创业者、企业家,你有哪些人生感悟?

李洋:蔡老师您好!我从运动员到教练员,到教练员的推广,再到创业办企业,不同的时期,不同的身份,然后不同的使命和责任。运动员、教练员包括因为每个时期大家走的路都不同,走过了三个阶段,目前感觉到又是一个对自己的挑战,但是最重要的就是不忘初心。运动员其实像金字塔一样,世界冠军也好,奥运冠军也好,还是全国冠军也好,最后就像金字塔,冠军有很多付出,因为他不光是自己在努力,而是一个团队在作战!体育人就是一种永不言败和永不放弃的精神。在不同的时候,运动员包括教练员都有这个使命和责任。虽然这个路很艰辛,大家都是咬紧牙关向前去,不放弃,一直努力下去。我是体育人,我的下一个使命就是把我的拳击运动进行更加深入的推广,让更多人了解拳击,参与拳击这个运动,包括我们的孩子,尤其女孩儿学习拳击,至少可以保护自己不被欺负。我们人生的前半场很精彩,为了国家荣誉升国旗,奏国歌,希望我们的后半场,继续为全民健身运动尽到我们的责任。



祖 丽 / 世界乒乓球冠军

01

蔡猛老师:祖丽你好,你在夺冠之后工作生活也很精彩,和大家介绍一下吧?还有你喜欢哪些泛户外运动呢?

个人非常喜欢泛户外运动,平时除了唱歌拍戏,在北京还经营了乒乓球俱乐部。我特别喜欢滑雪,每年都会在雪场滑一圈,还有跳伞、骑马。我的性格就是这样,就是比较喜欢玩儿,咱们泛户外的这一系列的,几乎所有运动都非常感兴趣,有机会,还请辉哥组织一下咱们几个冠军一起去露营吧!

度假游憩： 中国国际泛户外产业基地陆续挂牌

01 中国国际泛户外产业基地

中国国际泛户外产业基地起源于 2011 年第五届泛户外论坛筹备期间,当时经过近 6 年的辛勤传播,泛户外思想已经在产业内外得到了广泛有效的传播。

如何让大众更加直观深刻的感受到泛户外运动的魅力并切实参与体验泛户外运动、了解泛户外文化、租赁购买泛户外装备等,一个具备综合功能的泛户外基地雏形应运而生。

在多方领导的组织协调下,第一个泛户外体验基地即中国泛户外体验(北京)基地于 2011 年 2 月 23 日在第五届泛户外论坛期间成功揭牌,并于 2011 年 2 月 24 日在北京市昌平区成功挂牌。

后来陆续挂牌了北京房山、杭州绿荷塘、北京平谷、江苏南通通州湾、陕西商洛、美国关岛、河北丰宁坝上、

北京密云、浙江东极岛、海南三亚、海南保亭、北京通州、湖北荆门、广西柳州、河北月岛、北京顺义、河北兴隆、北京昌平、天津、云南丽江等共 23 个基地。

中国国际泛户外体验基地将秉承“热爱保护大自然,尽享泛户外生活。”的核心思想,寓教于乐,继续直观有效的传播泛户外文化和常识。组织各个类别的泛户外体验活动,展示品类丰富的泛户外装备,帮助更多热爱泛户外运动的高尚人士购买到心仪的泛户外装备,体验丰富多彩的泛户外运动并享受这种身心灵德和谐幸福的健康生活方式。

未来,中国国际泛户外产业基地将在全世界生根开花,秉承中国国际泛户外事业的创始人李辉先生的三个梦想,将泛户外思想和文化在全世界发扬光大。



02 丽江泛户外产业基地

2022年6月29日,中国国际(云南·丽江)泛户外产业基地 / 孵化器在自然美丽的云南省丽江市阳光100雪山艺术小镇隆重揭牌。

李亚鹏等众多企业家、明星、艺术家、知名媒体人士在现场道贺,祝福中国国际泛户外产业基地落户丽江,期待更多热爱泛户外运动的朋友有机会到丽江泛户外基地体验精彩纷呈的泛户外生活方式。

中国泛户外第一人李辉先生在北京也向丽江基地挂牌表示热烈祝贺并对所有道贺嘉宾的祝福表示诚挚的谢意。他说,泛户外基地自2011年至今已经挂牌了22个,今天挂牌的丽江基地是第23个。

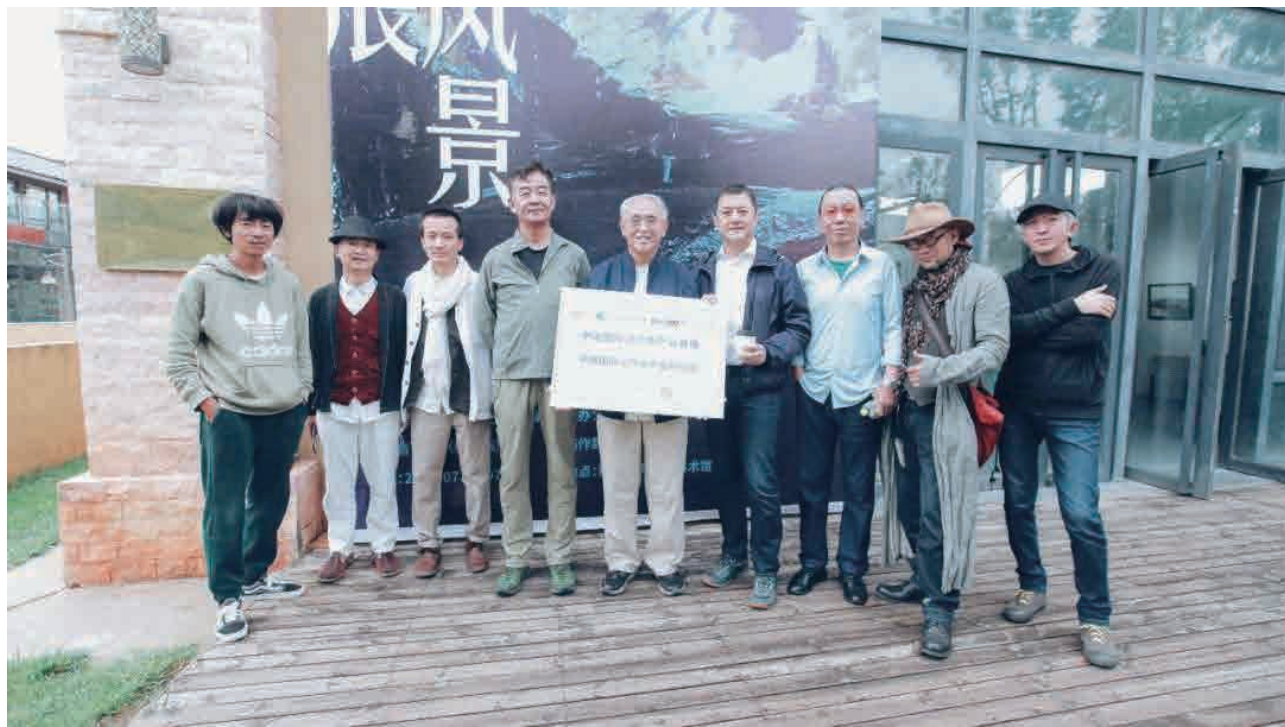
2011年以来,各地泛户外基地秉承“热爱保护大自然,尽享泛户外生活。”的理念一直在持续广泛深入

的传播泛户外文化和思想,策划组织了多个泛户外论坛、沙龙,为当地政府招商引资、文体旅泛户外产业发展做出了积极贡献。

期待丽江泛户外基地在诸多明星专家达人的共同支持和协助下,可以为丽江甚至云南省的泛户外产业发展打好基础,吸引更多泛户外俱乐部加入基地,为更多泛户外运动爱好者提供更多高品质综合服务,助力当地泛户外产业大发展。

从雪山艺术小镇落地丽江,「户外」一直是小镇的生活方式之一。

荒野之国、阳光100足球场、户外体验营、曼沙户外俱乐部都是小镇精心运营打造的户外项目。



/ 荒野之国 /

在喧嚣的钢铁城市之外,坐落着世外之境般的“荒野之国”这是痴迷于造房子的民谣歌手乔小刀铸造的“心灵医院”,用童话去治愈每一个生活中奔波疲惫的灵魂。

这里有上百栋奇怪的小屋,有开在树上的咖啡馆,有能飞向天空的房子,有动漫里的机车,有造型奇特的怪物。用看似笨拙又坚持的精神,守护所有奇妙又荒诞的童真。



/ 阳光100足球公园 /

足球对于丽江人来说不仅是一项运动,它还是丽江的一张新名片,更是一种丰富每一个新老丽江人业余文化生活和传递社会正能量的一个窗口。

小镇自持运营达1600m²超标准足球场,已承办多届青年业余足球赛事,让每一个热爱足球的人都能有地方踢球。



/ 户外体验营 /

户外生活创造出的速度与激情,给予的也不只是热血,更是超越了形式界限,混搭出一个生活与艺术亲密融合的体验。

户外体验营涵盖户外露营、徒步、飞盘、射箭、机车越野等户外打卡体验,重新定义了丽江户外生活,旨在吸引更多人来丽江一起探索世界,探索自然。



/ 曼沙户外俱乐部 /

曼沙户外俱乐部成立于2015年9月,经历多年的时间沉淀,现已发展成以卡丁车赛道比赛、沙滩车户外骑行、实弹射击、真人CS、滑翔伞飞行等为一体的户外俱乐部。依托中国国际泛户外产业基地和阳光100雪山艺术小镇,丽江泛户外基地将衍生孵化出航空、房车露营、越野自驾、徒步、登山、攀岩、骑行、观星、马术等泛户外运动,倡导健康、快乐的泛户外文化旅游生活方式。

希望在这片共享的泛户外基地,引领都市人回归自然,打造一方充满怡情悦性的生活景观,提供一处疗愈身心灵的休闲栖所。

03 挂牌仪式



2021 年 5 月 30 日下午两点,全国第 22 个泛户外基地—天津泛户外基地在天津阳光 100 天塔喜马拉雅成功揭牌并挂牌。参加本次活动的特邀嘉宾有:天津邮轮游艇协会秘书长高文玲,揽海纽吉(天津)游艇有限公司法人兼董事长纪建毅、策划总监何也,资深马术界专业人士陈芬,天津阳光 100 喜马拉雅资产管理公司总经理马涛,《消费日报》新媒体频道副总监柳旭,中国泛户外第一人李辉等数十位国内外知名人士。



2021 年 5 月 18 日,在阳光 100 北京花样生活馆,优客工场(北京)创业有限公司、优享创智(北京)科技

服务有限公司分别与阳光壹佰泛户外产业发展有限公司签订战略合作协议。北京昌平泛户外基地也于当日正式揭牌。



2022 年 4 月 28 日,博雅华辉泛户外公司 CEO 李辉先生邀请北京大学教授、博士生导师、北京博雅方略文旅集团首席专家窦文章教授一行来到北京昌平无瓦营地参观指导,并举行了中国国际泛户外产业基地落地无瓦营地的挂牌仪式。



京哈高速铁路于 2021 年 1 月 22 日正式通车,中国国际泛户外产业基地河北兴隆基地成功挂牌。阳光 100 兴隆项目总经理张晓山及主要负责人刘冰、中国国际泛户外产业联盟主席李辉等重要领导参加挂牌仪式。

04 博雅华辉泛户外公司



博雅华辉泛户外商城

博雅华辉泛户外文化发展(北京)有限公司是由国际泛户外产业顾问委员会(原中国国际泛户外产业联盟)、北京博雅方略文旅集团、阳光 100 置业集团、阳光壹佰泛户外产业发展有限公司主导发起创建,于 2022 年 1 月 16 日在北京正式揭牌成立。

该公司得到华彬航空集团有限公司、北京工商银行、优客工场、卡宾滑雪集团、中国林业与环境促进会、中国通用航空产业合作联盟陕西西北通用航空协会、路程网 X 房车行、精英投资等知名企业的鼎力支持,是一家围绕文体旅、泛户外产业为人民群众打造

高品质生活方式的创新型企业。致力于成为“中国泛户外生活方式的引领者!”

公司通过移动互联网平台的链接,为客户提供航空、水上运动、房车露营、越野自驾、徒步、登山、攀岩、骑行、观星、马术、冰雪等泛户外运动,倡导并运营健康快乐的泛户外生活方式。同时还为全国希望加盟泛户外基地的合作伙伴提供咨询、策划、规划、设计、品牌授权、资源导入、客户引流、投资、运营、管理等一站式综合服务。致力于成为“中国泛户外产业基地一站式服务的提供者”。

博雅华辉泛户外

01 团队简介



窦文章

北京大学教授、博士生导师
国际泛户外产业顾问委员会 常务副理事长



范小冲

阳光 100 置业集团副董事长
国际泛户外产业顾问委员会 常务副理事长



李辉

博雅华辉泛户外文化发展（北京）有限公司 CEO
国际泛户外产业顾问委员会 主席 / 执行会长
全联旅游业商会泛户外产业分会（筹）秘书长



卜青文

新媒体部总监
微电影编剧、导演，新媒体运营专家



柳蓄

品牌营销部总监
资深媒体人、主任编辑



崔璐

新媒体运营专员
音乐学院高材生

02 主营业务

1. 新媒体营销

- ◇ 新媒体矩阵（抖音 / 快手 / 微信公众号）
- ◇ 全球泛户外网
- ◇ 博雅华辉泛户外会客厅
- ◇ 文体旅三人行
- ◇ 辉哥泛户外
- ◇ 《泛户外生活》短视频
- ◇ 300 个泛户外产业名人 IP
- ◇ 博雅华辉泛户外商城

2. 泛户外会展 / 运动会

- ◇ 泛户外产业高峰论坛
- ◇ 泛户外产业招商大会
- ◇ 泛户外装备展
- ◇ 泛户外运动会
- ◇ 泛户外嘉年华

3. 集团客户 VIP 服务

- ◇ 阳光泛户外生活荟
- ◇ 泛户外 VIP 俱乐部
- ◇ 党建 / 团建 / 团购 私董会
- ◇ 中国国际泛户外 VIP 生活卡

4. 泛户外学院

携手博雅方略商学院在之前泛户外航空 / 游艇 / 房车 / 救援学院的基础上创建泛户外冰雪、高尔夫、马术、登山、自驾、马拉松等学院并在各地泛户外基地成立地方分院，助力更多泛户外爱好者安全、专业、持续的体验精彩的泛户外运动带来的快乐；组建中国国际泛户外商学院，助力产业同仁共同学习专业运营管理知识，培养高品质管理团队。

5. 泛户外基地 / 体验中心

联合中国旅游协会、全联旅游业商会、全联旅游业商会泛户外产业分会（筹）、北京博雅方略旅游景观规划设计院等权威机构共同成立泛户外基地评审专家委员会，制定泛户外基地标准，进行品牌授权，提供咨询、策划、规划设计、投融资、运营管理等一站式服务，最终形成全国连锁运营，全面赋能升级助力全国旅游景区和泛户外俱乐部，助力乡村振兴，实现共同富裕。