

本月中旬,第37届欧亚大陆马拉松赛将在伊斯坦布尔举行,由众信旅游招募的数十名跑友将前往参赛。这些跑友同时也是游客,所以这个小团体既是参赛团,也是观光团,团员们将在参赛的同时饱览当地风情。

作为体育产业的重要组成部分,体育旅游近年在国内升温,市场需求量增加,旅游公司也纷纷开发相关产品。体育、旅游这两个看似老旧的领域,渐渐开始受到市场的关注,体育旅游正在成为旅游及体育产业极具活力的领域之一。

“与传统旅游相比,体育旅游的体验性更强,那种参与感和融入感是常规游览所不能及的。”众信旅游相关负责人李梦然说。

主题独特鲜明 市场前景广阔

体育+旅游： 老领域，新风口

1 以体育的名义去旅行

2002年,中国男足首进世界杯决赛圈,当时中国旅行社组织了上万球迷赴韩国观赛,这被视为中国出境体育旅游的开端。近年,体育出境游已被越来越多消费者认识并喜爱。

在此背景下,各大旅行社也纷纷抓住机遇,开拓市场。专业体育旅游公司炎尔体育首席执行官高玮透露,该公司从2012年起,每年的营业收入都比上年翻一番。而以伦敦奥运会中国大陆地区独家票务代理及旅游供应商凯撒旅游为例,目前已推出英超、西甲、温网、NBA、高尔夫等国际顶级赛事观赛游,形成了固定产品和团期。不仅如此,该公司还涉足滑雪、足篮球训练营、自行车骑行、户外徒步等休闲体验类项目,并于今年创立了专注滑雪的子品牌“滑遍天下”。索契冬奥会和仁川亚运会中国区唯一票务接待及服务机构众信旅游,除推出西甲、意甲、英超、澳网观赛游及滑雪产品外,还招募跑友参加黄金海岸马拉松、欧亚大陆马拉松等国际知名长跑赛事。

“总体来看,还是观赛类产品更受欢迎,尤其是欧洲足球联赛和NBA。在参与类项目中,滑雪和徒步类比较火。”凯撒旅游高级副总裁张蕊说。

此外,体育旅游的配套服务也在不断升级完善。“比如跑马拉松,并非在旅游中加一场比赛那么简单。我们会配备专业接待人员,从吃、住安排,赛前注意事项,到赛后温泉放松,提供全方位专业服务。”李梦然说。

2 消费观念悄然发生转变

近年来,参与出境体育旅游的人数不断攀升,与国民消费水平持续增长、消费观念的转变密不可分。而体育迷们对体育的追求和梦想,则是体育旅游兴起的主因,比如去马德里看一场“豪门盛宴”足球赛,去伦敦参加一场国际知名的伦敦马拉松。

相关统计结果显示,近年来,中国人的生活方式和消费结构在悄然发生变化,健康、休闲、娱乐投入不断加大,体育消费持续增长。体育旅游以其积极健康的内容和独特鲜明的主题,正在成为休闲度假的重要选项。

3 体育旅游市场前景广阔

记者在采访中发现,一些地方的体育管理部门和旅游管理部门,竟然是“合二为一”的,比如叫“体育旅游局”。

而随着“蛋糕”越来越大,涉足体育旅游业务的机构也不断增加,不仅旅游公司瞄准这一细分市场,一些体育公司也推出了旅游产品。

体育资源是开发体育旅游市场的“入场券”,国际顶级赛事热门场次门票往往一票难求。“体育

在旅游消费方面,“走马观花”的传统观念正逐渐过时。随着出境游越来越多,消费者不再满足于单纯观光、购物,转而需要更具个性化的出境体验。“大家想要更新的玩法,更深入当地文化生活。常规的旅游产品无法满足这种需求,大量主题游便应运而生。”李梦然介绍,在产品研发过程中,众信发现,喜爱体育和喜爱旅游的人有很多相似之处,“兴趣广泛,热爱生活,追求生活质量,喜欢结交朋友……因此体育和旅游一定能够很好地融合”。

上游资源是众信目前的布局重点之一,比如战略投资拥有多项国际热门马拉松参赛资源的体育公司“来跑吧”,我们未来计划合作推出更多跑步类产品。”李梦然说。

张蕊则表示:“与体育公司相比,旅行社在产品、销售、推广等方面更具优势。如果两类企业能够很好地磨合、沟通,可能成功速度会快一些。”

全新综艺节目《中国之星》
本月21日起登陆东方卫视

刘欢·林忆莲·崔健 巨星组合推乐坛之星

近日,第四季度全新综艺节目《中国之星》在上海正式启动。三位巨星推荐人刘欢、林忆莲、崔健现身发布会现场,节目将于11月21日起登陆东方卫视周六晚间9点档,观众也可以登录独家网络平台优酷土豆观看节目完整视频及幕后花絮。

此次加盟《中国之星》也是刘欢、林忆莲、崔健这三位歌坛“传奇”首次聚首。三位推荐人音乐风格迥异,崔健认为这才有意思,“我们三个就是非常不一样,越是不一样的东西碰撞起来就越有能量,这种能量就是一个非常好的形式,能带出超越比赛的东西”。据悉,节目中最后决出的冠军明年将会去格莱美领“主席荣誉奖”。

推荐标准是什么?
“唱功好”“会创作”

《中国之星》并不是一档草根选秀节目,面向的是更成熟的音乐人的选拔节目。节目中,刘欢、林忆莲及崔健担任“巨星推荐人”,挑选出他们心目中一些比较成熟而且优秀的音乐人,随后这些音乐人将会经过专业评审的考核和选拔,最终选出一名音乐人。

目前网爆参加节目的歌手名单中包括齐秦、孙楠、许志安、杨千嬅、黄绮珊、吉克隽逸、谭维维、袁娅维、常石磊等。

在发布会上,三位推荐人一致选择了“唱功好”“会创作”为自己的推荐关键词。林忆莲表示自己很看重歌手的特质,关注他的成长过程,是否有潜力能继续突破和进步。刘欢和崔健也都非常看重歌手的音乐品质,崔健直言自己不是来作秀的,也不是来当导师的,是来推荐人的,“希望我们能够推动中国音乐的发展,不光是流行音乐,更重要的是音乐基础的发展”。

主流市场偏爱“口水歌”?
“社会要珍惜‘老腊肉’”

当下主流音乐市场“口水歌”泛滥,“小鲜肉”盛行,年轻人似乎更偏好这样的音乐形式,对于这种状况崔健也有自己的见解。“大家把‘小鲜肉’看成主流,我是‘老腊肉’了,但我觉得某种程度上‘老腊肉’比‘小鲜肉’的艺术价值更高,因为‘老腊肉’们的表演机会越来越少了,社会要珍惜,但‘小鲜肉’还有很多机会。”他说。

对此,刘欢也表示:“我们把音乐品质看作是最重要的,时下那些东西我们都看得到也听得到,只是我们衡量的标准只有音乐。”

(据《新京报》)

从读者到用户 从新闻到服务 从纸张到平台

2016 洛阳商报 重装启航

每周一期，周四见！

从每周5期的日报
到每周1期的周刊
变的是形态

不变的是为您服务的初心
浓缩的，更精彩！

全新商报，敬请期待！

洛阳商报新闻热线

63232110

广告热线

63632918

订报热线

63632909

全年定价：100元

明年您看到的全新亮相的《洛阳商报》

■ 内容更精致，立足本土、专业、幕后，做其他同城媒体和互联网做不到的内容，报道风格平民化，叙述方式故事化，报道内容贴近读者，贴近洛阳，贴近生活。

■ 服务更有用，紧紧围绕商界人士、市区中产阶层、都市白领这三大用户群体，进行VIP式的定制化服务，为他们分别打造不同的专属产品。

■ 平台更强大，在现有“洛阳商报消费促进会”“洛阳商报企业家联合会”两大平台的基础上，丰富渠道，增强互动，完成由单一报纸向“报纸+新媒体”平台的转型。

2016年的《洛阳商报》

每期48版，还会有一件漂亮的铜版纸“外套”

一报两册 本册：常设新闻、商业、财经、消费、旅游休闲、楼市板块
别册：洛阳教育