

休闲运动与健康

Leisure Sports and Health

2021年3月第1卷第1期

后疫情时代开展户外运动的價值意蕴、逻辑机理及现实路径

兰迪

武汉华夏理工学院体育学院, 湖北武汉 430223

摘要 | 后疫情时代赋予户外运动新的变化, 其价值意蕴亦随着疫情的变化不断增加新的内容: 在对生态环境的重新审视下坚持环保, 致力于推动体育产业结构的优化, 按需进行个体发展的升级。从理论、历史、现实三个层面剖析了户外运动的逻辑机理, 指出了户外运动是休闲理论、自身历史发展、现实意义在后疫情时代的逻辑延续。提出了开展户外运动的现实路径, 通过完善政策、法律、合作管理以强化顶层设计; 坚持场地与市场的可持续发展、重视科技生产以加强市场主体的建设; 在体育传媒的方式与渠道上进行创新、深化户外运动与教育的融合、完善安全保障系统以刺激大众对户外运动的需求。

关键词 | 后疫情时代; 户外运动; 价值意蕴; 逻辑机理; 现实路径

Value Implication, Logical Mechanism and Realistic Path of Outdoor Sports in the Post-epidemic Era

LAN Di

Institute of Physical Education, Wuhan Huaxia Institute of Technology, Wuhan 430223, China

Abstract: In the post-epidemic era the outdoor sports have new changes, and its value implication also increases with the changes of the epidemic: Under the re-examination of the ecological environment, we should adhere to environmental protection, strive to promote the optimization of the sports industrial structure, and upgrade the individual development according to the needs. This paper analyzes the logical mechanism of outdoor sports from three aspects as theory, history and reality, then points out that outdoor sports is the logical continuation of leisure theory, its own historical development and practical significance in the post-epidemic era. We put forward the realistic path to carry out outdoor sports. We strengthen the top-level design by improving policies, laws and cooperation management, insist on the sustainable development of site and market, attach importance to scientific and technological production to strengthen the construction of market subject. Then we Innovate in the way and

收稿日期: 2021-03-15

基金项目: 国家社会科学基金一般项目(18BTY035)。

作者简介: 兰迪(1990—), 男, 湖北宜昌人, 硕士。研究方向: 体育产业与公共体育服务。

channel of sports media, deepen the integration of outdoor sports and education, and improve the safety and security system to stimulate the public demand for outdoor sports.

Key words: The post-epidemic era; Outdoor sports; Value implication; Logical mechanism; Realistic path

Copyright © 2021 by author (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



1 前言

体育强则中国强，国运兴则体育兴，体育是实现民族振兴的重要部分，在建设体育强国的道路上以群众体育为基础，以满足人民的体育需求，促进人的全面发展为出发和落脚点，不断落实全民健身战略。中国体育正进入竞技体育、全民健身、体育产业和体育文化共同发展的“全体育时代”，户外运动也进入快速发展时期，成为我国体育旅游的核心内容，体育产业的重要组成部分^[1]。户外运动是在自然环境中开展的与自然环境关系较为密切，且参与者与自然生态有互动关系的身体活动^[2]。就户外运动而言，国内外对其均未有确切的定义，本文将户外运动理解为户外游憩、户外教育及以身体活动为基础，旨在提高身体素质与运动表现能力的狭义上的户外运动。

2 后疫情时代开展户外运动的价值意蕴

2.1 对自然生态环境问题的重新审视

新冠疫情席卷全球，在全球范围内带来了极大的公共卫生安全危机，为人与自然的和谐敲响了警钟。数以亿计的人感染了新冠病毒，这个数字仍持续大幅度增长，给世界带来了百年未遇之大变局。除却疫情之外，其他生态环境问题亦极其严峻。2020年澳大利亚的山火持续肆虐且遭到了十年一遇的洪水侵袭带造成严重的灾难；2021年美国罕见的暴风雪让上亿人陷入了灾难；南极冰川断裂，比纽约面积还大的巨型冰山即将脱离南极洲。国家发改委、自然资源部印发的《全国重要生态系统保护和修复重大工程总体规划（2021-2035年）》阐明了生态环境保护与修复的重要性，且积极响应了习总书记强调的“生态兴则文明兴，生态衰则文明衰”。在现代化的社会中，人类更多的是将自己当成地球的主宰，以征服者的姿态进入自然，不

断地掠夺自然资源，虽环保问题早已提上议程并多番强调，但大众对环保的认知却始终局限在文字、流于形式。高度的城市化、工业化与互联网的发展使人的活动逐渐开始远离自然，再难感受到陶渊明那种“采菊东篱下，悠然见南山”的意境。与其他体育运动不同，户外运动依托于自然环境，其运动环境具有天然性，受气候、地理等各种自然因素的影响。户外运动的开展鼓励人们进入自然环境，切身感受自然，有助于人对自然环境问题的重新审视。重拾对大自然的敬畏之心，文字的渲染与视频的呈现远不如身临其境来的深刻，在户外运动中人们远离城市的喧嚣，置身于自然场景中，融入自然；在自然中不断学习，认识自然；在自然中进行自我突破，挑战自然。在户外运动的规划与开展过程中，以环保为核心内容进行的宣传及制定的相应规章制度，充分利用了户外运动的教育功能，深化了自然环境保护意识。

2.2 对体育产业结构优化的助力推动

中国体育产业的结构仍处于一个失衡的状态，其在供给侧的失衡尤为突出，传统产业门类如体育用品等生产过剩，但体育服务业等新兴产业的有效供给不足，尤其是在高端产品层面，无法满足人们日益增长的体育需求^[3]。2020年疫情对体育服务产业带来了严重的打击，尤其是季节性较强的冰雪产业，国内滑雪场的短期收入损失66.8亿元，呈断崖式下降^[4]。疫情期间人民对健康的诉求达到了前所未有的高度，对旅游的热情亦是高涨，户外游憩成为炙手可热的出游项目，骑马、海钓等户外项目在疫情期间的受关注度显著增长。后疫情时代中国是全世界唯一一个GDP呈正增长的国家，并在脱贫攻坚战中取得了全面胜利，体育产业正在逐步复苏。户外运动产业的发展不仅提供了诸如高尔夫、跳伞等体育服务，填补了高端市场的

空缺,且不断延伸体育服务业的深度与广度,亦对扶贫有着一定的战略意义,旅游+体育+扶贫的精准扶贫模式使如马拉松等户外运动的开展为地方的发展注入了活力,带动了当地经济的发展,且在一定程度上促进了当地公共体育服务事业的发展,引导人民健康意识的提升,减少因病返贫的产生。

2.3 对社会需求及个体发展的更新升级

马斯洛将人的需求看成一个结构化的整体,将其分成五个层级:生理需求、安全需求、社交需求、尊重需求、自我实现需求,依次由低到高排列,每一环都有重要的作用,构成金字塔需求结构。经济的发展使大多数人的需求不再停留在过去的金字塔底端,特别是社会中产阶级数量逐渐增多,脱贫取得全面胜利,正在全面向小康社会迈进,届时社交与尊重的需求将占据主要位置。社会需求的提升将继续扩大体育服务的供需差,开展户外运动丰富了体育服务,在满足日益增长的社会需求上有着积极的作用。个体的全面发展有三个层面:人自身能力的提升(身心发展、行为习惯、知识技能等);人作为社会人的能力的提升(社交能力、社会关系、社会参与等);人处在自然环境中其环境能力的提升(生态环境观念等)。后疫情时代人们在健康与环保的观念发生了变化。在健康方面,户外运动通过体力运动发展了身体的健康;通过其教育功能对过程中问题的解决发展了心理的健康;在不断地挑战自我、克服困难中得到精神意志的升华。在环保方面,通过切身参与、融入到自然环境中,欣赏且对大自然产生敬畏,将环保意识生活化、享受化,并在过程中养成环保的习惯。

3 后疫情时代户外运动的逻辑机理

3.1 户外运动开展的理论逻辑

凡勃伦的《有闲阶级论》是现代休闲学诞生的标志,他将休闲看作一种社会建制,成为人们的生活与行为的方式,用它来区分上层阶级与劳动人们间不同的生活方式,其认为上层阶级利用明显的闲暇与消费能力来炫耀经济优势。弗瑞戈比在2000年的北美休闲会上提出了“休闲:经济的中心点”这一观点,其认为休闲的经济、社会等作用在充分发挥时,会彻底改变传统的休闲价值且届时休闲会成为整个社会运作的中心问题^[5]。随着社会现代化程度的不断进展,人们的闲暇时间逐渐增多,休闲已然成为人们日常生活的重要组成部分,中产阶级对休闲的需求在质与量上有了明显的提升。后疫情时代境外出游受到了严格的限制,

且人们对健康愈发重视,户外运动俨然成了休闲活动中新宠儿,户外运动的开展是休闲理论在后疫情时代的逻辑延续。

3.2 户外运动开展的历史逻辑

户外运动在19世纪后半叶起源于欧洲,最开始是以登山、徒步、滑雪等项目为主,其最初为民间探险旅游,后向专业方向逐步发展一种体育运动。随着西方工业化和现代化程度的日益增长,户外运动开始向大众化发展,于20世纪70年代形成了真正的体育项目分类,其中较多项目只有极短的历史,但已在西方发达国家快速普及,广受各年龄层人群的喜爱。户外运动在中国的历史较短,20世纪50年代以登山探险运动的形式引入,直至90年代国内的户外运动一直处于摸索与学习阶段,局限于登山探险等探险活动。20世纪90年代到2003年间户外运动逐渐进入了社会,成为当时的时尚都市运动,互联网的发展与户外运动俱乐部的兴起,户外运动一时间如雨后春笋般大规模兴起。2004年开始,随着山地户外运动被纳入正式开展的体育项目且由国家体育总局下的登山运动管理中心管理,户外运动逐步进入规范化发展的阶段并持续普及。2015年中国申办冬奥会成功,一时间冰雪运动成为体育发展的焦点,在十三五的体育发展规划中将其纳为重点,并提到以此为契机,推动冬季户外运动的发展,随后在2016年接连出台了如山地、航空、水上等户外运动的政策,户外运动进入了高速规范化发展时期。2020年新冠疫情的大爆发暂缓了户外运动的发展脚步,在后疫情时代的户外运动更侧重于生态环境与健康教育,逐渐走上了可持续化、富于教育性的理性发展道路。

3.3 户外运动开展的现实逻辑

2020年国内人均GDP已达到1.11万美元,经济水平日益增高,与之相应的需求也发生变化,现有的体育服务以无法满足人们日益增长的体育需求。社会福利的不断增进,基础设施的不断完善,飞机航线的增加,高铁线路的高度覆盖,交通愈发便利,使有闲有钱的人将旅游当成一种习惯性的休闲方式。特别是在后疫情时代,经历了居家、限行之后人对户外自由的向往、对健康的诉求与对保护自然环境的认同达到了前所未有的高度,户外运动成为了旅游、体育活动的热点项目。人倾向于做富有挑战性的事情,而户外运动不仅极具挑战性,还能给人带来新奇的体验,在放松身心、提高身体素质的同时亦能亲近自然让人享受到视觉之

美。“现实”有三层含义：其一为偶然性后的必然性；其二为现象背后的本质性；其三为感性背后的理性。后疫情时代选择户外运动拥抱自然看似是感性的对自由的向往，是一次偶然事件，但现象后的本质确是疫情已改变了人的价值观念，参加户外运动是有计划的理性出行。

4 后疫情时代户外运动开展的路径

4.1 强化开展户外运动的顶层设计

1) 完善相关政策

在十三五时期户外运动产业的政策频出，如《山地户外运动产业规划》《航空运动产业发展规划》《水上运动产业发展规划》《冰雪运动发展规划》等，在积极推进相应的基础设施建设、丰富相关服务供给、培育多元化主体、加强人才队伍建设、完善保障措施等方面均做出了规划，旨在进一步调整产业结构、完善空间布局、鼓励社会资本进入、引导市场消费。新冠疫情的全球性大规模爆发严重阻碍了户外运动的开展，在后疫情时代户外运动的开展应该围绕疫情带来的发展困境而展开，以生态环保为核心，完善户外运动与生态环保的相关政策，细化体育中小企业的财政支持政策，出台体育科技与户外运动设备高端制造的扶持政策等，千方百计地推动户外运动的良性可持续发展。

2) 完善相关法律

户外运动是发生在自然环境中的多元主体共同参与的社会活动，有规可循、有法可依是引导户外运动的开展走上良性发展道路的重要支撑。户外运动近几年才在国内迅速兴起，其参与人数飞速增长，但与之而来的安全事故也频频发生，不仅给受害人与社会带来了损失与压力，更阻碍了大众参与户外运动的积极性。

我国的《体育法》由于颁布时间较早，故未对户外运动的安全问题做出相关规定，现行对户外运动的保障主要依托于2013年颁布的《旅游法》其中对户外旅游安全方面的法律规定，及国家体育总局的相关体育部门对相应户外运动项目制定的规范性文件^[6]。户外运动安全层面的法律建设较为滞后，其专项立法缺位，现行法规多限于体育及旅游的法律规范，内容宽泛，可操作性较差；其立法层次较低，多为体育与旅游部门的规范性文件，高层次缺少相应的体育法律，无法及时协调其他部门配合共同做好安全保障工作；其立法内容粗糙且滞后，多为泛泛而谈的简短表述且缺

乏具体操作措施，所涉及的户外运动项目仅在高风险运动，而未将受众群体较多的新兴户外运动项目如户外拓展、漂流、徒步等纳入立法范围；其法律责任模糊，多在场地安全、援救措施方面做出规定，并未对组织、参与者等相关责任主体做出法律上的规定，亦未有严格的处罚标准。故亟需完善户外运动保障法，加强专项立法，明确责任主体应承担的法律。

3) 统筹各方合作与管理

户外运动是体育、旅游、金融保险、交通等各方面资源共同参与的综合性社会活动，各对应部门的统筹合作，协调管理能更好地发挥其整合效应，增加户外运动开展的效率。应推进户外运动的跨界协同治理的发展，在此基础上制定相应的规章制度，明晰各自在相关事务上的责任，搭建合作互通的互联网平台，深化跨界合作，简化繁琐冗长的程序，缩短解决问题所需的时间，提高解决问题的效率，降低成本。

4.2 加强户外运动供给主体的建设

1) 户外运动场地的建设

后疫情时代户外运动场地的建设应围绕着生态环保、经济节能等理念展开，环保不再是保证效率的前提下兼顾的因素，而应是场地建设时的核心任务，以可持续发展观为中心，避免一切竭泽而渔的行为。我国幅员辽阔，有着丰富的自然资源，地理位置的迥异造成了自然环境的多样性。因地制宜，立足于自然生态禀赋，建设符合当地自然生态特点的户外运动场地，减少人化自然的行为，不过度开发自然生态环境，如在依山傍水之地开展龙舟、垂钓，在崇山峻岭之处打造登山运动，在寒冷区域开发天然滑雪场等。若非必要何必大兴土木，改变传统观念，采用环保的建筑手段，如气膜建筑等，既节省时间和费用，又提高了效率，保证了经济节能。

2) 户外运动市场的良性发展

在后疫情时代由于疫情潜在的风险，户外运动市场仍具有一定的不稳定性，以不复之前利好时期资本涌入的场景，社会资本的进入会趋于理性，户外运动企业都是以中小微企业为主，2020年在新冠疫情的冲击下只能力求自保，缺少资金的支持和潜在风险的威胁，户外运动市场的发展模式将偏向稳中求胜的可持续发展。当下户外运动产品的种类仍不丰富，特别是高端产品的匮乏，且户外运动企业经营项目单一，同质化竞争激烈，相应配套的服务、设施不足，如滑雪场馆的配套的娱乐设施、医疗保障、住宿及交通条件均明显不足。此外户外运动的赛事公众参与度低，

品牌赛事 IP 匮乏, 赛事 IP 作为户外运动产业链的重要环节能推动户外运动的普及, 激活市场, 但目前即使是大力开展的冰雪运动在赛事的开展上亦明显不足。此外, 国内的户外运动起步较晚, 户外运动市场的发展较不完善, 尤其是户外运动组织发展的滞后, 使相当一部分户外运动是个人凭借于论坛、聊天软件自发召集组织的, 加之相应的监督管理缺位, 对于高风险的户外运动没有审批, 在安全保障上有着极大的隐患, 对户外运动市场也有较大的负面影响。应积极打造户外运动赛事的 IP, 提升服务质量, 加强市场监督管理, 规范市场准入和退出制度, 引导市场的良性发展, 为户外运动供给主体的建设创造一个良好的环境。此外仍需完善户外运动的人才体系, 在高校开设户外运动专业, 同时增设经济、管理学课程, 为户外运动产业培育复合型人才; 积极引导退役运动员加入相关户外运动领域就业; 健全培训体系, 确保人才能及时更新知识。

3) 重视科技发展与生产水平进步

相较于其他产业, 我国的体育产业目前仍是一个较为传统的行业, 对于人工智能的了解和接受多停留在终端产品上, 体育人工智能产品中所涉及到的“算法”等数理性较强的概念仍未褪去科技色彩普及到决策者的意识中。如今科技对体育的影响是颠覆性的, VR 技术带来的线上观赛体验、人工智能在运动训练、人员评估、赛事预测、战术制定等方面的重要应用均在不同程度上影响了体育的开展。科技让户外运动更美好, 人在自然面前是渺小、脆弱的, 能完成对户外运动的挑战在一定程度上而言就是凭借了人类科技的产物。户外运动所需要的装备, 通信设备等均是人类在科技上的突破。我国户外运动设备的制造起步较晚, 多定位于低端产品, 且在低端市场仍受到迪卡侬等海外品牌的冲击, 亟待加强品牌的建设。户外运动产品的制造设备较为落后、缺少专业化、系统化、标准化的研发基地, 原创性技术不足, 缺少核心技术, 多局限于模仿。因研发成本高且不稳定较大故多数企业不愿意承担风险, 科研经费的匮乏、人才的匮乏致使研发能力落后, 生产水平停滞不前。后疫情时代如美国等拥有众多核心科技和先进生产专利的国家正在用科技带来的高附加值在市场上占据了绝对的话语权来为其止损。我们应高度重视体育科技的发展, 加速户外运动设备、装备制造的转型升级, 加大科研投入, 开展跨领域的合作交流努力提升研发制造能力, 完善户外运动供给主体的建设。

4.3 刺激大众对户外运动的需求

1) 创新传媒方式、拓宽传播渠道, 营造良好的户外运动文化环境

互联网悄然改变了传媒的生产与发展逻辑, 大数据、人工智能更是从根本上颠覆了传媒的底层技术逻辑, 奠定了颠覆性创新的基础^[7]。互联网已经全面打破了体育传媒原有的逻辑, 在如今的传播网络中, 传统的体育传媒作为体育信息传播中介所独占信息利用其稀缺性的模式已然被打破, 其已不再拥有核心地位, 观之自媒体能量被激活, 受众向用户转变, 传统的体育传媒已降为一个特殊的传播节点。在疫情时期由于赛事停摆, 诸多赛事直播平台转而将体育+娱乐结合跨界催生出一波泛娱乐、泛体育领域的新潮。后疫情时代在户外运动的传媒方式上应作出创新, 不能局限在单纯的户外体育信息传递上, 要利用大数据寻求信息与用户之间的匹配度, 实现信息的高精适配, 利用智能 AI 自动帮用户适配推广信息, 在提高用户的体验下, 利用联网+体育的模式打造出一个户外运动的生态圈, 不断充实内容、优化服务, 为有共同爱好的用户提供一个获取信息、学习、交流一体化的平台。后疫情时代互联网信息数字化进程加速, 以大数据为依托, 以传媒为核心, 深度运营部分精品户外运动赛事 IP, 培育一批泛用户群体, 通过对 IP 的掌控和运营获取一定流量, 打造一批知名度广的户外运动赛事 IP, 以此刺激大众对户外运动的需求。

疫情期间互联网直播平台大放异彩, 抖音和其在海外的 TikTok 在国内外坐拥数十亿用户, 快手在 H 股上市且市值以逾万亿人民币。后疫情时代直播平台的流量暴增, 传统自媒体如微博、微信公众号等虽影响力仍高于直播平台, 但在流量上已显颓势。户外运动的传播渠道应多元化拓展, 做好官方公众号在直播平台的入驻, 鼓励相关领域明星、自媒体人和爱好者的参与, 提高作品质量, 充实直播内容, 培育一批户外运动达人, 利用直播平台的大流量吸引更多用户关注户外运动, 不断推进户外运动的普及, 通过对户外运动健康、环保的属性及勇攀高峰不断挑战的精神的渲染, 营造出良好的户外运动文化环境。

2) 深化户外运动与教育的融合, 赋予其更丰富的教育意义

学生参与户外活动, 是学生从书本走向生活, 从课堂走向社会, 开拓眼界、增长见识、丰富体验的重要途径, 是全面发展教育的重要组成部分^[8]。美国以户外运动为主题开展户外教育延伸到全年龄段, 利用

户外运动丰富的内容调动了学生学习的积极性,发挥了积极的教育价值。在我国户外运动的开展多停留在高校教育中,对中小学而言户外教育仍是新兴事物,并未大量普及,对其认识较为薄弱。后疫情时代对人的全面发展有了新的诉求,生存技能的掌握,生态、环保价值的深度挖掘。户外运动与教育的融合是对现代标准化课程的挑战,置身于户外,在不可控因素的环境下进行挑战,进行自我反思,突破现状,这是标准化课程下一纸试卷无法达到的。在大学通过开设户外教学课程、建立户外社团、举办户外赛事、开展户外活动、进行户外科研等方式来实行户外教育。中小学开展户外活动的较少,缺乏相应的硬件条件、师资力量薄弱、完全保障不足、家长观念落后等因素无不制约着户外教育在中小学的开展,制定详尽的课程方案并评估其风险,规范户外运动组织与管理的程序,在有开展条件的学校先行试点,或与在户外运动培训方面较为成熟的社会组织展开合作,开展户外教育。

3) 完善安全保障体系,减少参与者的顾虑

建立完善的户外运动安全保障体系既能促进户外运动安全、健康可持续发展,又能减少人们对户外运动的顾虑,使其和谐有序地发展。第一要建立起户外运动法律法规的保障系统,法律法规是户外运动的安全保障体系的顶层设计,依托于法律法规的强制性与权威性,对体系的运行有着指导与规范的作用;第二建立户外运动的教育培训系统,通过讲座、互联网等传媒途径加大对户外运动的安全知识的宣传,通过相关的培训与课堂学习逐渐提升了专业技能,增强了安全意识;第三是设置安全预警系统,该系统会通过将对将发生的特殊情况如气候等进行预测,防范于未然,或是对已发生的情况进行预警,减少事故带来的损失。第四是户外救援系统,该系统是户外运动安全保障的重要环节,在户外运动途中遇险时能采取积极的措施,通过民间、政府、登山协会等多处寻求救援;第五是户外安全保险系统,其属于事后赔偿系统,旨在为参

与者、救援队等降低、转嫁风险。户外运动安全保障系统需要进一步完善,相关的法律法规仍不健全;培训主体的水平及开展力度不够;安全预警不完善;搜救效率不高;保险类目少且价高。后疫情时代户外运动的开展应致力于完善相应的法律法规,丰富保险、培训类目,优化预警、搜救系统,不断完善户外运动的安全保障体系,旨在吸引更多参与者。

参考文献

- [1] 2017 全国户外运动产业发展大会共探融合升级之路 [EB/OL]. (2017-08-02). <http://www.sport.gov.cn/n316/n337/c817657/content.html>.
- [2] 史登登. 户外运动相关概念辨析与界定 [D]. 沈阳体育学院, 2013.
- [3] 任波, 黄海燕. 我国体育产业结构性失衡与供给侧破解路径 [J]. 体育学研究, 2020, 34 (1): 49-58.
- [4] 胡俊英, 于明智. 后疫情时代体育产业发展的困境、机遇及对策研究 [J]. 辽宁体育科技, 2020, 42 (6): 11-18.
- [5] 李艳红. 户外运动的理论与实践研究 [D]. 北京体育大学, 2006.
- [6] 张恩利, 刘新民. 我国户外运动安全的法律保障 [J]. 西安体育学院学报, 2020, 37 (5): 545-550.
- [7] 付晓静, 付志华. 连接“体育与人”: “互联网+”时代体育传媒的转型——基于颠覆性创新理论的考察 [J]. 体育科学, 2020, 40 (7): 49-56.
- [8] 黄芳, 李太平. 美国中小学课外教育质量保障机制与启示 [J]. 比较教育研究, 2013 (4): 43-48.