

基于 ASEB 栅格分析的新疆民族体育旅游产品开发研究

文 斌^{1,2,3,4}, 张小雷¹, 杨兆萍¹, 熊黑钢²

(1. 中国科学院新疆生态与地理研究所, 乌鲁木齐 830011; 2. 新疆大学资源与环境科学学院, 乌鲁木齐 830046;
3. 中国科学院大学, 北京 100039; 4. 黄淮学院经济管理系, 河南驻马店 463000)

摘 要:以旅游体验为理论指导, 在新疆民族体育旅游资源评价的基础上, 采用 ASEB 栅格分析法为研究工具, 从新疆地区的民族体育旅游产品现状出发, 对新疆民族体育带给消费者的个性化、体验化、情感化的体验满意度进行深入研究, 提出全程民族体育文化渗透的体验式旅游开发的思路与对策, 并在此基础上设计出极具特色的新疆民族体育旅游设计的产品谱系。

关键词: ASEB 栅格分析法; 民族体育; 体验旅游; 体育旅游

中图分类号: G85

文献标志码: A

体验经济是继农业经济、工业经济和服务经济阶段之后的第 4 个人类经济生活发展阶段, 是服务经济的延伸。体验是一种不能完全以清点的方式来量化且不可触摸的经济形态, 它是消费者达到情绪、体力、精神的某一特定水平时, 产生难以忘却的愉悦记忆和充满情感力量的最终活动^[1]。旅游活动本质就是寄情山水、情与物游、品味参与的全程化体验。作为集体育运动与旅游观光于一体、以参与体育娱乐活动为主要方式的少数民族传统体育更富有魅力和活力^[2], 它带给人们一种不可或缺的新奇、异美、深刻的心理情感, 符合体验经济的互动性、不可替代性、映像性和高增进性, 是一种纯天然、原生态的体验经济, 可以更直接地将审美对象与审美主体自然融合, 令参与者和观赏者同时获得精神和情感抒发, 使消费者的身心需要和情感愿望达到终极层次、物我相忘、身心和谐的高峰体验。

1 ASEB 栅格分析法

ASEB 栅格分析法——一种新型的基于消费者为导向的管理手段, 它针对性的解决由体验型消费而引发的问题, 修正与完善传统 SWOT 分析方法, 更有利于开发并提升体验型经济中以消费者需求或市场导向为目标的产品。

ASEB 栅格分析方法把 SWOT 分析中的优势、劣势、机遇、挑战四个要素和曼宁—哈斯—德赖弗—布朗的分析法中的活动、环境、体验、利益四个需求层次相互对应、相互结合, 形成 16 单元代码矩阵, 并依次从活动优势评估(SA)到利益威胁评估(TB)对此 16 单元逐次进行研究分析。该方法以消费群体为目标进行分析和评估, 并对项目进行提升与改善, 使消费群体的需求得到更优质的体验和满足, 如表 1 所示。

ASEB 栅格分析法, 一般多用于各类产品的市场营销策划, 着力于消费者的体验。近年来, 有学者开始采用该方法对旅游产品的开发和深度开发进行研究, 非常契合时下旅游学科研究领域对学科核心概念——体验的分析, 是新兴的但也是强有力的研究方法; 不过, 鲜有研究采用 ASEB 栅格分析研究方法针对新疆旅游产品进行剖析, 更没有学者采用此方法专门针对新疆民族体育旅游产品开发进行研究。本文试图弥补这一缺憾。

收稿日期: 2015-11-07; 修回日期: 2015-12-26.

基金项目: 国家自然科学基金(41301163); 中国科学院外国专家特聘研究员计划(2013T2Z0004); 河南省软科学研究项目(152400410392).

第 1 作者简介: 文 斌(1972—), 男, 新疆乌鲁木齐人, 新疆生态与地理研究所与新疆大学联合培养博士研究生, 主要从事旅游地理、旅游心理及乡村旅游教学和科研工作, E-mail: yellowriverwenbin@163.com.

通信作者: 杨兆萍, 女, 研究员, 博士生导师, 研究方向为生态旅游和世界遗产旅游, E-mail: Yangzp@ms.xjb.ac.cn.

表 1 ASEB 栅格分析法及其单元代号(ASEB 分析矩阵)

	活动(Activity)	环境(Setting)	体验(Experience)	利益(Benefit)
优势(Strengths)	SA	SS	SE	SB
劣势(Weaknesses)	WA	WS	WE	WB
机遇(Opportunities)	OA	OS	OE	OB
威胁(Threats)	TA	TS	TE	TB

2 新疆民族体育旅游产品及其发展现状

民族体育旅游产品,是指人们在少数民族地区从事和参加各类少数民族特色体育活动、娱乐、竞赛及民族文化交流活动的旅行形式,目的和实质是满足民族旅游者的体育需求,使身心得到和谐发展,业余生活得到丰富^[3-4]。

1)新疆自古以来就是一个多民族聚居的地方,现有 47 个民族,其得天独厚的体育自然资源和人文资源^[5],多元化的民族、语言和宗教,悠久而独特的民族文化、传统观念与习俗,形成了种类繁多的传统体育项目^[6-7]。新疆维吾尔自治区从 2004 年开始对全疆少数民族传统体育活动开展了普查工作,普查结果收集到了 629 项传统体育项目,经过整理合并以后,整理出 280 项传统体育活动^[8]。其中主要民族及其传统体育项目见表 2。

表 2 新疆主要民族及其传统体育项目

主要民族	传统体育项目	体育文化特征
维吾尔族	草原骑射、达瓦孜、叼羊、赛骆驼、空中转轮、滑冰、摔跤、举石头、斗鸡、斗羊	绿洲农业文化 草原游牧文化
回族	膜拜健身、弹腿、七势、八门拳、踏脚、拔腰、打鞭子、赶木球、损牛	农业文化 商业文化
蒙古族	射箭、赛跑、摔跤、赛马、马球、挥杆套马、绳索套马、赛骆驼、马术、蒙古象棋	草原游牧文化
哈萨克族	赛奔马、骑马抢布、马上拔河、骑马拾银元	草原游牧文化
塔吉克族	赛骆驼、捡骨头、踢花帽	高原游牧文化
柯尔克孜族	赛骆驼、马上角力、马上对刺、叼羊、追姑娘	草原游牧文化
孜别克族	赛马、马上射击、马球、劈刺	商业、农业和草原文化
塔塔尔族	赛跳跑、爬竿、赛马	狩猎、农耕与游牧文化
锡伯族	马术表演、叼羊、游泳、放风筝	狩猎、农耕与游牧文化
达斡尔族	跑马射箭、摔跤、赛马、赛颈力、搬棍子、曲棍球	农耕、渔猎与游牧文化

2)全国少数民族传统体育运动会是全国较有影响的大型综合性体育运动会之一,由国家民族事务委员会和体育运动委员会联合主办、由地方承办,每 4 年举办一届,具有民族性和群众性、业余性和专业化、地域性和广泛性相结合的特色^[9]。1986 年 8 月 10 日至 8 月 17 日,第 3 届全国少数民族传统体育运动会在乌鲁木齐市举行。本次运动会首度启用会旗、会徽、会标,标志着少数民族传统体育运动会走上了普及、提高、规范、科学的道路^[10]。参加了此次比赛和表演的 55 个少数民族的运动员、教练员和工作人员共 1097 人,分别来自全国 29 个省、自治区、直辖市;运动会设竞赛项目 7 个、表演项目 115 个。竞赛项目保留了上届的摔跤、射箭,另增设了 5 个项目:叼羊、赛马、射弩、秋千、抢花炮,表演项目较上届增加了 47 项。

3)新疆少数民族传统体育运动会是一项大型综合性体育赛事,由新疆体育局和新疆民族事务委员会联合主办^[11],各地、州、市承办,每 4 年举办一次,自 1985 年起至今已连续举办了 7 届。首届赛会于 1985 年在乌鲁木齐市举行,当时只设置了民族式摔跤、叼羊、速度赛马等 5 个比赛项目,历经 6 届之后,2010 年 9 月在哈密举办的新疆第七届少数民族传统体育运动会的竞赛大项已达到 12 个,此外还设置了 8 个表演项目,报名参赛的各民族运动员 800 多人、裁判员 300 余人、工作人员 500 余人,参赛总人数超过了 2000 人,以此弘扬新疆民族体育文化,发展新疆民族体育事业和全民健身运动。

3 新疆民族体育旅游产品开发的 ASEB 栅格分析

通过对新疆民族体育旅游产品的整合、评价、分析,得出 ASEB 战略矩阵(表 3)。

表3 新疆民族体育旅游产品开发的 ASEB 战略矩阵

	活动	环境	体验	利益
优势	广阔富饶的资源宝地,绚丽奇特的自然景观,古老深邃的西域文明,丰富多彩的民族风情,鲜明的地域性和参与性,满足不同的体验需求。	观赏性强、民族特色浓等特点,可以让旅游者观赏或参与多种多样的民族体育活动,把西域自然风光、文化体育娱乐等融合在一起。	以参加少数民族传统体育运动会或体育项目为主,同时参与民间民俗活动或观看民俗表演,体验不同的体育项目和锻炼娱乐方式。	增加游客对民族传统体育的理性认识,切实感受西域的独特魅力,异域风情、民俗文化、探险刺激等增加体育旅游的体验。
劣势	现有活动不符合体验旅游消费时尚潮流;现有产品包装宣传缺乏创新,市场体系尚未形成,缺乏专业的组织管理。	路途的遥远、时间和金钱花费高,产品开发与游客需求具有显著性的差距;目的地方面需要举办更多参与性的宣传展示。	体育旅游需要消费者具有较高的体验参与性和生动性,而此部分现状多为观看游览,且内容没有进行游客体验式设计。	由于体验的被动性,使游客的体验不能深入,粗放式的现有产品,使游客在民族体育文化之外游离,参与性不高、愉悦性不强。
机遇	产品设计主题化、品牌化、充满地域特色;某些产品可实现二次开发,增加游客的重游率和体验需求。	交通不断改进,可进入性不断改善;区域内环境优化,举办大型相关活动赛事,联合开发民俗文化产品。	突出民族文化、体育文化主题,体现产品地域特色,多渠道宣传促销,参与体验形式多样化设计。	重塑产品形象,创新开发产品,设计专门的体验路线、活动和项目,增加知名度,扩大消费市场。
威胁	多变的市场需求导向,淡薄的大开发意识,以及季节性的制约。	此产品处于开发的初级阶段,其他休闲观光旅游产品的成熟度和知名度,形成较大优势的竞争。	游客体验的不可控性,开发主题与展示活动,以及体验路线、项目的设计方面,较难把握。	开发此产品过程中,可能会造成产生商业性高于文化性,导致游客体验“失真”。

从表3分析可知,新疆民族体育旅游产品开发虽一直强调向游客展现独特的民族文化和体育文化,但与国外相比,较少关注游客的体验需求^[12]。游客消极参观旅游景点,被动接受文化信息,走马观花式的游览模式,较难形成积极参与后的深度体验和畅快感受。

4 新疆民族体育旅游产品谱系设计

运用 ASEB 栅格分析法,深度评估新疆民族体育旅游产品整体资源及发展现状,设计出新疆民族体育旅游产品谱系^[13-14],具体见表4。

表4 新疆民族体育旅游产品谱系

产品系列	产品类型	产品要素或内容
民族体育文化旅游系列产品	传统民俗体育文化旅游项目文化现象游	观赏或参加具有独特生活方式和文化特色的少数民族传统体育项目,把少数民族体育作为一种文化现象进行探访,如“达瓦孜”、赛马、“叼羊”、射箭、摔跤、“姑娘追”等。
少数民族盛大节日系列旅游产品	少数民族传统节日游 新疆民运会博州那达慕草原节	维吾尔族的“古尔邦节”、回族的“开斋节”、新疆民运会、博州那达慕草原节等盛大节日,节日期间要进行各类活动,可以变这些节会为多民族体育盛会,各民族体育项目都可以登台亮相,既可增加丰富性,也可增加参与性,使游客获得亲身体验,形成“以节促体,以体促游”局面。
重大体育赛事系列旅游产品	大型体育赛事游 沙漠游 探险游	结合重大活动开发民族传统体育旅游产品,积极承办开展“新疆摩托车越野拉力赛”、“徒步穿越塔克拉玛干沙漠赛”、“楼兰探险旅游”等高级别大型体育赛事,形成一个以竞赛观赏旅游为核心、外延至各项民族传统体育项目的竞赛体系,以赛事带动民族传统体育项目的开发和发展的。
休闲娱乐健身系列旅游产品	民族传统体育项目与西域风情结合游	把民族传统体育项目与独特的自然景观和西域风情结合起来,形成塔里木河漂流比赛、马上拔河、帕米尔高原登山、草原骑射、沙漠赛骆驼、草原狩猎、滑冰等特色旅游线路,拉动体育项目和旅游产业的发展。
体育科研考察系列旅游产品	民族体育项目保护游 民族体育项目发展游	借助民族学“田野调查法”,对民族体育项目进行及时的保护、调查、挖掘、收集、整理,防止宝贵的民族体育项目流失;对既体现民族特色,又兼容竞技性、健身性、娱乐性、参与性、观赏性、教育性于一体且受大众喜爱、易于传播的项目,集中力量进行整理、研究和积极开发,形成特色项目,推向学校、社会和市场。

5 结论

在当前“体验经济”浪潮下,将以身体运动作为表现物质生活及精神生活的一种文化载体的少数民族传统体育进行全面的资源探索、评判和设计^[15]。设计出多重层次的体验路线和产品谱系,旅游体验者不仅获得预期体验和现场体验且能进行追忆体验,在体验过程中呈现出感官体验、身体体验、情感体验、精神体验、心灵体验 5 个层次,是体验者从一般性体验上升到高峰性体验,从而感受到民族体育文化旅游的价值,达到体验者的消费满意度,利于少数民族体育的可持续发展,使少数民族体育旅游展现出古老而新鲜的活力。

参 考 文 献

- [1] 宋咏梅,孙根年. 试论体验旅游的理论框架与塑造原则[J]. 社会科学家,2006,122(6):115-119.
- [2] 倪依克. 民族传统体育的振兴与文化创新[J]. 体育学刊,2004,11(1):60-61.
- [3] 路志峻,李金梅. 论非物质文化遗产与体育文化的传承[J]. 体育文化导刊,2006(12):19-21.
- [4] 邱丕相. 全球文化背景下民族传统体育发展的思考[J]. 体育科学,2006(8):63-65.
- [5] 饶远,张云钢,田世昌. 我国西部体育产业状况与发展模式探索[J]. 体育科学,2006(3):21-25.
- [6] 张崇艳,田玲. 新疆游牧民族传统体育项目“叼羊”的现状 & 开发[J]. 新疆师范大学学报,2006,25(3):326-329.
- [7] 朱梅新,张雄. 新疆少数民族传统生活方式的变迁对体育文化发展的影响[J]. 西安体育学院学报,2003,20(3):4-5.
- [8] 新疆维吾尔自治区民族事务委员会. 新疆少数民族传统体育运动项目汇编[M]. 乌鲁木齐:新疆人民出版社,2006:3.
- [9] 朱梅新,张新辉,李进国. 新疆民族传统体育的人文地理特征研究[J]. 西安体育学院学报,2009,26(1):49-51.
- [10] 武杰,庞辉,王欢. 新疆少数民族传统体育项目场地发展的特殊性 & 契机[J]. 体育学刊,2007,14(7):72-75.
- [11] 王天军. 少数民族体育与旅游经济优势互补研究[J]. 新疆大学学报:哲学人文社会科学版,2000(11):39-43.
- [12] 唐小英. 国外体育旅游研究现状与分析[J]. 西安体育学院学报,2005,13(4):42-43.
- [13] 徐玉良. 中国少数民族传统体育史[M]. 北京:民族出版社,2005.
- [14] 姚重军. 少数民族传统体育文化研究[M]. 北京:民族出版社,2004.
- [15] 文斌. 新疆体育旅游产品体系的构建 & 其开发研究[J]. 中国商贸,2012,7(21):152-153.

The Development Research of National Sports Tourism Products of the Nationality of XinJiang Based on the Deleted Analysis of AESB

WEN Bin^{1,2,3,4}, ZHANG Xiaolei¹, YANG Zhaoping¹, XIONG Heigang²

(1. Xinjiang Institute of Ecology and Geography, Urumqi 830011, China; 2. College of Resource and Environment Sciences, Xinjiang University, Urumqi 830046, China; 3. University of Chinese Academy of Science, Beijing 100039, China; 4. Department of Economic Management, Huanghuai University, Zhumadian 463000, China)

Abstract: The research uses tourism experience as theoretical direction, under the base of the national sports tourism resource evaluation of the nationality of XinJiang, making a deep analysis to the national sports tourism products of the nationality of XinJiang by using the deleted analysis of AESB. The paper claims it is themed by national and sports culture and designs the tourism products by taking the advice of experiencing the degree about satisfaction. To make XinJiang become a special tourist destination of national sports through universal permeation of sports culture. And it puts forward a product series of tourism planning of XinJiang national sports.

Keywords: the deleted analysis of AESB; national sports; experience tourism; sports tourism