

“体文旅”融合发展的国外模式分析与中国化机制研究

张宪麒

(曲阜师范大学 体育科学学院, 山东 曲阜 273100)

摘要: 运用文献资料法、案例分析法等, 分析归纳“体文旅”融合发展的国外典型模式类型、特征及优劣势发现, 国外“体文旅”融合为“产城一体型”“赛事主导型”“品牌效应型”“修行研学型”, 其发展能够拓展市场规模、提升产业竞争力、促进区域经济发展、增强城市形象和品牌价值。但存在融合转型难度大, 包括资源分配不均、地域文化冲突和社会不稳定, 协调管理难度高, 市场分析、营销策略制定困难, 人才综合素质要求较高等阻滞因素。提出中国化机制创新策略包括, 优化政府帮扶引导机制, 打造“体文旅”融合线上平台推广机制, 完善“体文旅”融合常态化治理机制, 建立产学研结合的人才培养机制。

关键词: 体文旅; 融合发展; 治理机制; 城市形象

中图分类号: G812.4 **文献标识码:** A **文章编号:** 1003-983X(2023)08-0748-05

Typical Foreign Models for Integration and Development of Sports, Culture, and Tourism Industry and Innovation of Chinese Development Mechanism

ZHANG Xianqi

(College of Physical Education Science, Qufu Normal University, Qufu Shandong, 273100)

Abstract: Using the literature method and case study method to analyse and summarize the types, characteristics, advantages and disadvantages of the typical foreign models of sports, culture and tourism integration and development, it found that the in foreign countries is categorized by industry-city integrated, event-led, brand effect, and cultivation and study. Its development can expand the market scale, enhance industrial competitiveness, promote the development of regional economy, enhance the image of the city, and increase the competitiveness of the industry, and promote the development of the city's image, regional economic development, and enhance the city image and brand value. However, there are difficulties in integration and transformation, including uneven distribution of resources, regional cultural conflicts and social instability, high coordination and management difficulties, difficulties in market analysis and marketing strategy development, and high demand for comprehensive quality of talents. The proposed innovation strategy for China includes optimizing the government's support and guidance mechanism, creating an online platform to promote the integration of sports, culture and tourism, improving the normalised governance mechanism for the integration, and establishing a talent training mechanism that combines industry, academia and research.

Keywords: sports, culture and tourism industry; integrated development; governance mechanism; urban image

党的二十大报告中提出“建设现代化产业体系, 加快数字经济与实体经济深度融合^[1]”的重要论证。“现代化产业体系”的提出, 即对社会各产业领域发展提出了“构建优质高效的服务业新体系”“推动现代服务业同先进制造业、现代农业深度融合”的新要求。“体文旅”产业融合是体育、文化、旅游产业交叉渗透的新发展形式, 是将3方产业有机结合, 通过交叉融合、互相促进, 实现协同发展, 形成全新的旅游消费体验和文

化产业增长点。2016年国务院办公厅出台了《国务院办公厅关于进一步扩大旅游文化体育健康养老教育培训等领域消费的意见》中指出要推动一二三产业融合发展, 尤其要大力推动体育、旅游、文化等重点领域的幸福产业融合发展, 促进产业消费提质扩容^[2]。当前我国“体文旅”融合发展尚未形成具有规范化的模式范例, 并且缺乏相应的实践研究以及理论层面的梳理和提炼, 因此需借鉴国外发展成熟的案例经验, 探究融合发展的内在理路, 提出中国化的机制创新策略, 为打造我国“体文旅”融合发展典型模式具有十分重要的现实意义。

1 相关概念界定及文献综述

1.1 体育旅游

体育旅游是体育与旅游相融合形成的产物, 作为一种文

收稿日期: 2023-07-11

作者简介: 张宪麒(1999~), 男, 山东泰安人, 在读硕士, 研究方向: 体育人文社会学、乡村体育, E-mail: 2806867839@qq.com。

化现象存在人们的社会活动中。通过查阅文献,国内外不同的专家学者分别对体育旅游做出了解释,Thulemark 认为体育旅游是人们在特定的休闲时间内被自然吸引物以及体育户外活动所吸引而产生的旅游行^[3]。Walters 认为体育旅游是旅游者以非商业为目的,以参观体育赛事为核心的外出旅游活动^[4]。姜付高认为人们利用休闲时间离开居住地,通过各种非营利的体育活动来促进身心和谐发展,丰富社会文化生活,促进精神文明建设。这些活动旨在与体育旅游地、体育旅游企业以及社会建立各种关系,从而进行社会文化教育活动^[5]。盘劲呈认为体育旅游是以个人所在地为起点,以参与体育运动(如健身、竞赛、休闲等活动)为动机的旅游活动,它涉及人、活动、地点 3 个方面的综合现象^[6]。综上,专家学者从不同的角度对体育旅游做出了不同的解释,存在很大的差异性。大致概括为旅游过程中参与或观看体育活动和以体育运动的形式进行旅游。

1.2 体育文化

19 世纪末期“身体文化”一词被广泛的解释和应用,包括身体锻炼规律、健美运动、成长过程中的教育概念等,Garrod 认为体育文化是综合社会范畴、规则、制度和设施,运用身体练习以提高人类的生物学和心理潜能的^[7]。近年来,国内的专家学者对体育文化的概念内涵进行了更深层的研究,曹莉认为的是以体育文化资源为依托,运用现代管理手段,生产、销售、管理体育文化产品,为消费者提供具有体育文化价值禀赋的商品或服务^[8]。孙楚、谢慧松、厉素霞等认为体育文化是指以体育活动为载体,通过人们的身体、行为和思维等方面来表达文化内涵和价值观念的一种文化形态^[9]。张家伟认为体育文化是指以体育运动为基础,通过传统文化、创意设计、文化创意、旅游文化等方面的深度融合,形成一种全新的文化形态^[10]。

1.3 文化旅游

文化旅游的概念最早由 Higham 等人认为文化旅游融入了旅游活动,游客通过文化旅游的类型了解同伴的生活状况^[11]。当人们在旅游过程中有文化需求时,就会进行相应的旅游活

动来满足自己的文化需求,这就是文化旅游。这种活动涉及的活动范围很广,不仅包括传统的旅游活动,还包括各种各样的活动,如艺术、宗教、风俗习惯等,如参加某个地方举办的文化活动^[12]。国内文化旅游的出现和流行要晚于国外,它的出现与旅游需求的变化有着密切的关系。在我国,“文化旅游”一词由我国学者魏小安^[13]最早提出,之后文化旅游开始被学界所广泛研究。方永恒、周家羽认为文化旅游的目的是为旅游者提供独特的文化体验和文化遗产的欣赏,以增加旅游目的地的吸引力和乐趣^[14]。综上,文化旅游可以概括为在一次旅游过程中体验当地生活习俗,领略旅游地的文化底蕴。

1.4 “体文旅”融合

“体文旅”融合的理论研究是随着近代以来逐渐形成的,国外最早的相关研究是由 Jansen-Verbeke 提出,通过身体活动项目、文化传播交流等形式,实现旅游休闲一体化理念^[15];祝瑞齐认为体育+文化+旅游”本质上仍然是旅游活动,离开居住地去到一个风景优美的地方,在旅游途中参加或观看体育竞赛、体育活动,学习优秀文化等开展的一系列旅游活动^[16]。综上所述,“体文旅”融合发展是体育、文化、旅游产业通过将自身产业结构转型,以旅游为运营载体,以文化为内涵赋能,以体育为体验手段的复合型发展模式,通过资源的多边共享、优势互补,以实现协调发展、互利共赢。“体文旅”融合发展,旨在打造既满足人们休闲娱乐的基本需求,又丰富人们精神文化生活的旅游新业态。

2 “体文旅”融合发展的国外典型模式分析

在“体文旅”融合发展的国外典型案例调研中,部分地区以融合多元化的旅游产品为模式发展的契机,这些产品具有很强的创新性和独特性,能够满足旅游消费者的不同需求和兴趣,部分地区注重文化和历史的保护与传承,通过将体育文化和历史元素融入旅游产品中,促进旅游消费者对当地文化和历史的了解和认知。因此,本文分析归纳为“产城一体型”“赛事主导型”“品牌效应型”“修行研学型”4 种“体文旅”融合发展的典型模式。

表 1 “体文旅”融合发展的国外典型模式分析

模式	特征	优势	劣势	典型案例
产城一体型	产业体系更加综合,城市经济竞争力增强,城市规划进程加快,人才引进质量较高,社区参与度高	提高城市综合竞争力、促进城市经济多元化发展、提高城市居民的生活质量	产业转型难度较大、资源整合和管理难度大、文化冲突和社会不稳定	巴西巴塞罗纳市
赛事主导型	多元化的参与主体,以全球化视野推动体育赛事的发展,通过国际赛事、跨境旅游和文化交流等方式促进不同国家和地区之间的合作与交流,提供个性化的服务、推动产业融合可持续发展	增加赛事经济收益,促进当地经济的发展、增强城市品牌影响力、促进文化传承和交流	依赖度高、资源消耗大、季节性限制和竞争激烈	美国超级碗
品牌效应型	通过品牌背景及效应带动当地旅游业发展,开放工厂参观,带动当地就业率的提升,促进多产业融合	拓展产业链条、增加附加值、提高旅游产品的品质和服务水平、增强产业的核心竞争力	协调管理难度高、技术和资源整合成本高、市场分析和营销策略制定较难	意大利蒙特贝卢纳镇
修行研学型	以户外冒险、体育运动营地、研学修行、公司团建等为业态发展模式,与餐饮、住宿结合,开展体验式体育文化旅游活动	促进文化传承与创新、增加旅游吸引力、增强体育文化影响力、培养社会责任感	相关人才的综合素质要求较高、各领域之间的协调难度较大、资源需求较高	美国运动营

2.1 “产城一体型”体文旅融合发展模式

该模式是一种以城市为主导的综合性发展模式,旨在通过促进城市与产业的深度融合和协同发展,提高城市的创新能力和经济竞争力,同时提高城市居民的生活质量和幸福感。其优势在于,通过将产业融合发展与城市政府工作进程相衔接,提高人才引进率和社区参与度,从而提高城市综合竞争力。国外典型案例是位于西班牙的巴塞罗那,2019年该市共吸引了超过900万名国际游客,旅游收入超过140亿欧元^[17]。这一方面得益于该市拥有世界级的足球俱乐部巴塞罗那足球俱乐部(FC Barcelona),针对足球俱乐部的世界影响力,该市结合当地优势服务业、制造业等,开发了一系列具有产业融合特色的旅游景点。例如巴塞罗那足球俱乐部博物馆,该博物馆是一个将体育、文化和旅游资源相结合的博物馆,致力于展示巴塞罗那足球俱乐部的历史、文化和精神。该博物馆不仅收藏了大量的巴塞罗那足球俱乐部相关的文物、图片和纪念品,还通过各种互动方式向游客展示足球运动的历史和文化背景,该博物馆还配备了各种现代化的技术设备,如虚拟现实技术和大屏幕播放器等,为游客提供更加丰富和真实的足球体验。另外,“产城一体型”体文旅融合发展模式将不同领域的产业进行整合和协调,可以形成一个更加完整和有机的产业体系,例如巴塞罗那市积极推动文化旅游和创意产业的发展,围绕位于巴塞罗那市中心的高迪公园(Park Güell)和圣家族大教堂(Sagrada Família)举办国际著名的音乐节和艺术节,促进了城市中产业综合体系的发展。但该模式可能会导致文化制度冲突和社会不稳定,复杂的社会大环境可导致产业转型难度较大,资源整合和管理难度大。

2.2 “赛事主导型”体文旅融合发展模式

该模式是以体育赛事活动为主要表现形式,将体育赛事与文旅产业有机结合,通过体育赛事产生的影响和效益来促进文旅产业的发展和升级。该模式将体育赛事视为一个有效的宣传工具,整合多元化的参与主体,为相关产业带来良好的宣传效果和营销价值,同时体育赛事也为相关产业提供各种资源和支持,从而提高产业的竞争力和创新能力^[18]。国外典型的案例是美国超级碗(Super Bowl),超级碗是美国职业橄榄球联盟(NFL)每年举行的一场冠军赛,也是全球收视率最高的单一体育赛事之一。超级碗赛事的举办地往往是具有文化和旅游资源的城市,以便为参赛球迷和媒体代表提供各种文化和旅游体验^[19],比如洛杉矶、新奥尔良、芝加哥等,这些城市在文化和旅游领域都有着丰富的资源和吸引力。这种战略定位一方面增加了赛事的经济收益,另一方面又能促进当地经济的发展。除了比赛本身,超级碗赛事还有大量的表演和广告宣传环节,这些表演都会尽可能地融入当地的文化元素,展示当地的风土人情和文化特色。在2018年超级碗上,贾斯汀·汀布莱克在表演时融入了明尼苏达州的文化元素。但该模式劣势在于对季节、环境、场地的依赖度高,对资源环境消耗大。

2.3 “品牌效应型”体文旅融合发展模式

该模式是将品牌的社会效应、人文效应与产业融合发展相结合,通过加强当地优势产品的基础建设和质量优化,不断提高产品的技术含量和品质水平,提升品牌的核心竞争力,打造品牌效应,从而带动当地“体文旅”产业的兴起与融合。国外

较为典型的案例是意大利蒙特贝卢纳镇(Monte-Belluna),该镇位于威尼托大区(Veneto)北部,靠近意大利阿尔卑斯山脉(Alps)的山区。该镇面积约为70 km²,人口约为3.5万人^[20]。蒙特贝卢纳镇以其优美的自然风光和丰富的文化资源而闻名,同时也是意大利重要的鞋业和户外运动用品制造中心之一。该镇的运动鞋服、滑雪用品、徒步旅行用品等体育产品已发展成为全球知名的品牌,如Diadora、Geox、FILA、Nordica等,同时也是NIKE冠军系列足球鞋的手工制作基地,世界各地的游客慕名前来参观品牌加工厂,了解品牌的历史文化。该镇还依托阿尔卑斯山脉,开发了滑雪、攀岩等户外体育活动项目,并将当地的文化遗迹例如中世纪城堡、教堂、博物馆等以文化活动和节庆的形式串联在一起,形成当地特色的体育文化旅游带。但该模式劣势在于协调管理、市场资源分配和责任划分难度较大。

2.4 “修行研学型”体文旅融合发展模式

“修行研学型”体文旅融合发展模式的典型范例是美国运动营(USSC),全称:US SPORTS CAMPS,其是美国最大、最成功的运动营组织。公司成立于1975年,总部位于加利福尼亚州圣拉斐尔,每年运营超过1000个营地,涉及40多种不同的运动项目,每年为超过100000名营员提供服务^[21]。该营地的培训课程涉及篮球、足球、网球、高尔夫球等多项体育运动,旨在为年轻人提供高质量、专业化的运动训练和教育体验。美国运动营通过结合体育运动和旅游文化,提供了一种独特的旅游体验方式。其训练营的开办地点一般会选在旅游景点附近,例如海边度假胜地、名胜古迹等,让参加者在训练之余还可以领略当地的自然风光和人文风情,满足人们对于多元化旅游和教育需求的需求。美国运动营还通过建立官方网站和移动应用程序,方便学员和家长在线查询和预定夏令营项目,并提供在线视频教学和实时反馈系统,帮助学员和教练更好地交流和提高培训效果。该模式劣势在于对教练员跨领域的专业知识掌握要求较高,对场地设施和环境等方面有更高的要求。

3 中国化“体文旅”融合发展模式机制创新策略

国外“体文旅”融合的确产生了一定的社会效益,发展出了部分典型的模式范例,值得我国去学习与借鉴。但由于各个国家的政治体制、民风民俗、市场结构等因素的影响,我们需要辩证的看待其发展过程,不能照搬照抄,需要结合我国国情,从模式构建中的机制创新,逐步探寻中国化的“体文旅”融合发展模式。

3.1 优化政府帮扶引导机制

在宏观上,政策导向明确发展目标。国家当前已经在宏观层面制定了相关法律与行动计划,但目前部分地市下行到乡镇还缺乏相应的地方管理条例与行动指南的衔接,许多中、小型产业发展模式仍然是单一且滞后的,并未实现融合发展或融合度不高,关联性不大,没有产生较高的社会及经济收益,因此各地市必须充分利用我国的制度优势,密切紧跟国家政策的方向与路线,尽快出台与之相向的且符合当地实际情况的政府工作报告,树立短、中、长期的发展目标,将政府相关部门的工作内容切实下行到产业发展的进程当中。在中观

上,规划布局体系,协调区域联动。在国外典型模式案例分析中可以看出,当地不同领域的产业融合进程缓慢,区域间资源配置不平等,协作难度较大,因此应充分利用我国的制度的优势,政府领头进行引导,协调产业分工,规划资源布局,促进产业间资源整合及信息共享,实现优势互补、互利共赢^[22]。在微观上,相关部门精准帮扶指导。政府相关部门必须要在自身职责范围内承担起“体文旅”融合发展的具体事宜,尤其是在基层乡镇,产业融合发展往往造成“口号响,架子大,行动差”的现实状况,因此建议将融合发展的成效纳入相关部门的考核体系之中。

3.2 打造“体文旅”融合线上平台推广机制

第一,搭建宣传平台。建立“体文旅”融合发展信息宣传平台,以网站、公众号、自媒体等形式,平台建构要保证有简洁易用的界面设计、快速响应的网站速度、安全稳定的数据保障。针对平台内容架构应根据不同地域特征、文旅资源进行差异化认定,发布涵盖体育、文化和旅游 3 大领域的多样化内容,将融合发展典型案例进行多样化的宣传,利用大数据技术向需求不同市场用户投送相关信息,避免信息同质化。第二,搭建营销平台。结合互联网电商平台开通“体文旅”融合产品商铺,并针对特定的目标受众群体进行定位,制定相应的营销策略和推广方案,将不同地区加工制作的具有传统或现代特色的产品通过网络直播带货、短视频宣传等方式售卖,拓展消费渠道;平台还应与相关企业和组织建立合作关系,共同推广平台,如与旅游景区、体育场馆、文化演出公司等进行合作,推出各类活动。第三,搭建虚拟体验平台。产业融合出发点要落脚到“人”的参与上来,开通互联网虚拟体验平台,要根据“体文旅”融合线上宣传平台推广的文旅景点以及运动项目,明确虚拟体验平台的定位和功能需求,选择合适的开发工具和技术,并收集体育运动场馆及文化旅游景点的照片、视频、声音、文字介绍等素材和资料,整理和加工后在平台上进行展示和使用。在设计和制作虚拟场景和互动体验时要根据素材和资料,设计和制作虚拟场景和互动体验,例如虚拟导览、文化旅游景点的建筑模型、互动游戏等,同时考虑用户交互和体验的流畅性和趣味^[23]。虚拟体验平台搭建后即可在宣传平台、营销平台上进行推广,以提升“体文旅”融合线上平台的吸引力,助推“体文旅”融合发展模式推广与宣传。

3.3 完善“体文旅”融合常态化治理机制

“体文旅”融合发展常态化是指将体育、文化、旅游 3 个领域的产业进行有机融合,形成具有产业规模的新型经济产业链。这一过程是实现现代化市场经济体制的前提,也是为产业融合提供公平、均衡的利益分配,实现各领域产业的高质量发展。为了实现“体文旅”融合发展的常态化,需要建立自治与共治机制。自治机制指的是在“体文旅”融合发展中,各方主体自我约束和管理的机制。具体包括监管、评估和纠错 3 个方面。监管方面,各产业主体应该规范自身行为,严格遵守法律法规和市场秩序。评估方面,应定期对自身的发展状况、经济效益、社会效益、环境效益进行评估,以便及时调整发展策略。纠错方面,则要对产业内部的错误行为及时纠正,保持产业发展的正常秩序。共治机制指的是各方主体之间相互协调、合作的机制,各方主体应该建立沟通协商、资源共享、信息共享、联

合推广机制,定期进行协商,解决各种矛盾和问题,实现资源的共享和优势互补,提高综合效益,实现信息的共享和互通,提高信息的时效性和准确性,共同推广“体文旅”融合发展的成果和成就,提升整个行业的形象和声誉^[24]。通过建立自治与共治机制,可以使“体文旅”融合发展更加有序和稳定,促进行业的高质量发展。

3.4 建立产学研结合的人才培养机制

政府可以出台相关政策,为企业提供税收优惠、人才补贴等支持,鼓励企业加大人才引进力度,同时设立专项基金,支持企业自主培养优秀“体文旅”复合型产业人才,开展实践性强、具有针对性的人才培养计划。企业在自主培养人才过程中应注重人才的综合素质和实际操作能力,通过优秀人才的培养,切实推动“体文旅”融合发展。高校和职业教育机构应加强对“体文旅”复合型产业人才培养,加大相关专业的开设力度,提供更多的跨学科方向和专业方向供学生选择,共同推进复合型人才的培养。通过这些措施的实施,为“体文旅”复合型产业注入更多高素质、综合素质强的人才,为产业发展提供更为坚实的人才支撑,也可以为当前高校毕业生的职业发展提供更多的机会和平台,吸引更多有志于从事“体文旅”复合型产业的年轻人加入进来,为产业的创新发展注入新的活力和动力。

4 结论

随着新冠肺炎疫情后全球旅游业迎来回转,体育、文化和旅游的融合已经成为一个趋势,国外已有部分成功的典型模式案例,这些模式的成功证明了“体文旅”融合潜力和价值。然而,要将这种融合模式在中国实现,需要针对中国的国情和文化传统进行创新和改进。首先,中国在文化和体育方面都拥有悠久的历史和丰富的资源,可以借鉴国外典型模式的经验,但更需要发掘自身的优势。其次,政府在推动“体文旅”融合方面需要加强政策支持和协调机制,促进各个领域的合作与交流。最后,需要加强产业链的整合和创新,促进体育与文化、旅游等更多领域之间的融合发展。

参考文献:

- [1] 新华社.习近平:高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗:在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[EB/OL].(2022-10-25)[2023-05-30]. https://www.gov.cn/xinwen/2022-10/25/content_5721685.htm.
- [2] 国务院办公厅.国务院办公厅关于进一步扩大旅游文化体育健康养老教育培训等领域消费的意见[Z].国办发[2016]85号.
- [3] THULEMARK M, GETZ D. Event tourism research: A review, taxonomy, and synthesis[J]. Tourism Management, 2018, 65: 200-212.
- [4] WALTERS T, BUTLER R, GURSOY D. Tourism and sport mega-events: The challenges and opportunities of the 2012 Olympics for East London[J]. Journal of Sport & Tourism, 2017, 21(1):21-38.
- [5] 姜付高.体育旅游概念的哲学思辨[J].首都体育学院学报, 2005(4):30-31.
- [6] 盘劲呈.乡村社区参与体育旅游减贫研究[D].上海体育学院, 2021.
- [7] GARROD B, FYALL A. Cultural tourism in the digital age: The role

- of social media[J]. Current Issues in Tourism, 2019, 22(4): 383-400.
- [8] 曹莉. 儒家人文精神与我国体育文化产业发展战略研究[D]. 曲阜师范大学, 2012.
- [9] 孙楚, 谢慧松, 历素霞, 等. 体育强国建设背景下体育文化自信的生成逻辑与实践路径[J]. 体育文化导刊, 2021, 227(5): 28-34.
- [10] 张家伟. 中华传统体育文化传承发展的立法保障探究[J]. 体育文化导刊, 2022, 238(4): 35-40.
- [11] HIGHAM J, BEJDER L. Whale watching as tourism: Towards a new paradigm for research and sustainability[J]. Journal of Sustainable Tourism, 2018, 26(12): 2017-2034.
- [12] KIM H, GURSOY D, LEE S. Sport tourism and destination competitiveness: A quantitative analysis[J]. Journal of Travel Research, 2017, 56(6): 761-774.
- [13] 魏小安, 魏诗华. 旅游情景规划与项目体验设计[J]. 旅游学刊, 2004(4): 38-44.
- [14] 方永恒, 周家羽. 体育旅游产业与文化创意产业融合发展模式研究[J]. 体育文化导刊, 2018, 188(2): 93-98.
- [15] JANSEN-VERBEKE M. Tourism and sports, symbiosis or antithesis? [J]. Tourism management, 1996, 17(6): 429-430.
- [16] 祝瑞齐. 南太行“体育+文化+旅游”融合发展的现状调查[D]. 河南师范大学, 2020.
- [17] COSTA C, BUHALIS D, JUNG T. Blockchain in tourism: Exploring the future of information sharing and communication in the tourism industry[J]. Tourism Management, 2019, 78: 104-111.
- [18] 傅星, 史曙生, 薛之薇. 品牌赛事推动城市体育旅游发展研究: 以黄河口(东营)马拉松赛为例[J]. 湖北体育科技, 2022, 41(9): 815-818.
- [19] Funda H. Tourism and economic benefits of Super Bowl[J]. Master's thesis, Polytechnic of Međimurje in Čakovec, 2020. DOI: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:110:106676>.
- [20] FERRARI S, SERRA G. The circular economy and the local development of tourist destinations: The case of Montebelluna, Italy [J]. Sustainability, 2020, 12(15): 6036.
- [21] BARNEKOW K, WAMSLEY B. The United States Sports Academy's Role in Sport Education and Training Worldwide [J]. Journal of Hospitality, 2021, 28: 100262. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2020.100262>.
- [22] 刘贝, 杨俊琳, 蒋佳欣. “一带一路”体育旅游融合发展的政策研究: 基于政策工具、政策主体和政策客体的分析框架[J]. 湖北体育科技, 2023, 42(2): 176-183.
- [23] 方维. 融合与拓展: 四川省体育产业高质量发展路径研究[J]. 成都体育学院学报, 2023, 49(2): 121-127.
- [24] 赵新辉, 谢利威, 朱亚杰, 等. 我国智慧体育的研究热点、历程演变及发展趋势分析[J]. 湖北体育科技, 2023, 42(4): 311-319.

(上接第700页)

- 男团冠军[EB/OL]. (2019-07-08)[2022-07-08]. <https://tiyuxi.sjtu.edu.cn/info/1078/1151.htm>.
- [9] 贾志强, 董国民, 贾必成, 等. 新时代我国篮球项目青少年创新人才培养体系的路径选择与对策研究[J]. 北京体育大学学报, 2020, 43(4): 1-10.
- [10] 国家体育总局. “全民健身线上运动会”有我更精彩: 社会体育指导员在行动[EB/OL]. (2022-06-02)[2022-06-06]. <https://www.sport.gov.cn/n20001280/n20001265/n20067611/c24328131/content.html>.
- [11] 国家体育总局. 湖北出台新举措构建体教融合新格[EB/OL]. (2021-12-14)[2022-12-14]. <https://www.sport.gov.cn/n20001280/n20067626/n20067766/c23822442/content.html>.
- [12] 郭振, 茹亚伟, 毕金泽. 我国大学高水平运动队的体教融合研究: “清华模式”的探索[J]. 北京体育大学学报, 2021, 44(1): 43-51.
- [13] 国家体育总局. 体教融合在基层开花结果: 河北加强顶层设计系统推进体教融合[EB/OL]. (2021-04-27)[2022-04-27]. <https://www.sport.gov.cn/n20001280/n20745751/n20767239/c21402012/content.html>.
- [14] 窦海波, 孙辉. 我国高校高水平运动队发展问题及对策[J]. 体育文化导刊, 2019(11): 84-91.
- [15] 王龙飞, 姚远, 叶小瑜. 协会改革背景下我国大学体育联赛市场化探索[J]. 西安体育学院学报, 2022, 39(4): 462-469.
- [16] 国家体育总局. 广东建立体教共建共管体校办校模式[EB/OL]. (2022-03-22)[2022-08-26]. <https://www.sport.gov.cn/n20001280/n20067626/n20067732/c24127719/content.html>.
- [17] 清华大学体育部. 清华射击队复建二十周年座谈会暨清华大学与国家体育总局射击射箭运动管理中心签约仪式举行[EB/OL]. (2022-05-19)[2020-05-19]. <https://www.thsports.tsinghua.edu.cn/info/1119/1032.htm>.
- [18] 杨蒙蒙, 吴贻刚. 美国大学体育竞赛体系特征及启示[J]. 体育文化导刊, 2021(5): 104-110.
- [19] 中国男子篮球职业联赛官方网站. CBA 公司关于公布 2022 年 CBA 选秀大会选秀结果的函[EB/OL]. (2022-07-25)[2022-12-25]. <https://www.cba.net.cn/cbagfx/3897.jhtml>.
- [20] 张云, 刘海元. 关于新时代全国学生(青年)运动会改革发展的思考[J]. 体育学刊, 2021, 28(6): 8-14.

(上接第747页)

- [1] 苏竣, 魏钰明, 黄萃. 基于场景生态的人工智能社会影响整合分析框架[J]. 科学与科学技术管理, 2021, 42(5): 3-19.
- [2] 张瑞林, 李凌, 王恒利. 区域异质性视角下体育产业高质量发展的动力研究[J]. 武汉体育学院学报, 2021, 55(2): 51-60.
- [3] 周卓华. 人工智能技术发展对就业的影响及应对[J]. 重庆社会科学, 2020(10): 44-54.
- [4] 黄奕伟. 山东省体育产业高质量发展的动力机制研究[D]. 曲阜师范大学, 2020.
- [5] 戴腾辉, 王跃, 周孝, 等. 我国体育产业发展过程中的宏观经济效应分析: 基于总量和结构的视角[J]. 西安体育学院学报, 2019, 36(3): 257-263.
- [6] 丁文剑. 计划行为理论下社交电子商务消费者行为分析[J]. 商业经济研究, 2019(3): 50-53.
- [7] 刘三, 李卿, 孙建文, 等. 量化学习: 数字化学习发展前景[J]. 教育研究, 2016, 37(7): 119-126.