

体育赛事经济驱动“商旅文体”深度融合的组态路径

戴杰成¹,毛薪焰¹,刘海涛²

(1.河南大学 体育学院,河南 开封 475001;2.河南体育学院,河南 郑州 450044)

摘要: 体育赛事经济是推动“商旅文体”融合的重要载体。基于情境化TOE框架,选取乡村草根赛事、省域城市联赛、品牌城市马拉松和山地越野赛事等12个案例,以传播热度、数字赋能、赛事能级、协同治理、政策支持和文旅商承载为条件,运用fsQCA识别高融合与非高融合绩效的组态路径。结果表明:单一条件均不足以生成高融合绩效,协同治理和政策支持呈必要条件特征,其中政策支持更接近低方差背景下的制度底色;高融合绩效形成乡土内生型、省域联动型和城市品牌型3条等效路径,分别对应事件驱动、制度联动和运营内生的流量转化机制;非高融合绩效由传播不足、承载薄弱和协同缺位共同生成,具有因果非对称性。赛事经济治理应根据赛事类型开展条件诊断,优先补齐核心缺失并配置差异化工具。

关键词: 体育赛事经济;商旅文体;TOE框架;组态路径;模糊集定性比较分析

中图分类号: G812.21/.27 **文献标识码:** A **文章编号:** 1003-983X(2026)05-0046-09

DOI: 10.20185/j.cnki.1003-983X.2026.05.008

Configurational Paths and Mechanisms of Sports Event Economy Driving the Deep Integration of Commerce, Tourism, Culture, and Sports

DAI Jiecheng¹, MAO Xinyan¹, LIU Haitao²

(1. Henan University, School of Physical Education, Kaifeng Henan, 475001; 2. Henan Sport University, Zhengzhou Henan, 450044)

Abstract: The sports event economy is an important vehicle for commerce-tourism-culture-sports integration. Using a contextualized technology-organization-environment framework, this study examines 12 cases of rural grassroots events, provincial city leagues, branded urban marathons, and mountain trail races. Six conditions—communication intensity, digital empowerment, event level, collaborative governance, policy support, and local carrying capacity—are analyzed with fuzzy-set qualitative comparative analysis. The results show that no single condition is sufficient for high integration performance. Collaborative governance and policy support display necessary-condition features, although policy support is better treated as an institutional baseline given its low within-sample variation. Three equifinal configurations are identified: local endogenous, provincial linkage, and urban brand, corresponding to event-driven, institutionally coordinated, and operationally endogenous conversion mechanisms. Non-high performance results from the joint absence of communication, carrying capacity, and collaboration, confirming causal asymmetry. Governance should therefore diagnose event-specific conditions, address core deficiencies, and match differentiated policy tools.

Keywords: sports event economy; commerce-tourism-culture-sports integration; TOE framework; configurational path; fsQCA

体育赛事作为现代服务业的重要增长极,已成为撬动内需、驱动产业融合的战略级载体。2025年9月,国务院办公厅印发《关于释放体育消费潜力进一步推进体育产业高质量发展的意见》,提出“到2030年体育产业总规模超过7万亿元”

的战略目标,将“深化体育与医疗、文化、旅游等行业的融合发展”确立为培育新型消费增长点的关键路径^[1]。商务部、体育总局等跨部门协同推进的“商旅文体健”融合发展行动,将赛事嵌入“吃、住、行、游、购、娱”全链条消费场景^[2]。实践层面的经济效能印证了上述制度安排的显著性:2025年前三季度河北、江苏、浙江等7省区监测的1211场重点赛事带动体育及相关消费超311.87亿元,贵州“村超”单赛季撬动游客逾2000万人次、带动旅游收入240亿元,江苏“苏超”以9.76亿元直接拉动叠加21.36亿元间接拉动形成31.12亿元总体量^[3]。由此,体育赛事经济何以驱动“商旅文体”深度融合、不同类型赛事何以实现差异化融合绩效,成为体育产业高质量发展研究亟待回应的理论命题。

收稿日期:2026-07-29

基金项目:河南省高校哲学社会科学优秀著作项目(2026YXZZ12);河南省社会科学界联合会调研项目(SKL-2025-893)。

第一作者简介:戴杰成(2004~),男,湖南长沙人,研究方向:体育学。

通信作者简介:刘海涛(1986~),男,河南许昌人,博士,副教授,研究方向:体育学,E-mail:10180110@vip.henu.edu.cn。

围绕这一命题,学界已从单案例剖析、投入产出测算、协同治理与品牌传播等视角展开探讨,但既有研究多以单一赛事为观察单元、以“净效应”为分析导向,难以揭示多要素协同互补所生成的多重融合路径;现有文献将“高融合”与“低融合”视为同一因果链条的正负两端,尚未从因果非对称视角辨识驱动非高融合绩效的独立组态结构。如何在中观层面贯通“条件—组态—结果”的因果链条,识别体育赛事经济驱动“商旅文体”深度融合的差异化路径与内在机制,成为本研究的核心问题。

值得注意的是,近期体育学研究开始使用“商旅文体”概念,将商业消费与旅游流动置于前端,并把文化表达和体育赛事嵌入同一价值链条,较好契合“商旅文体健”的政策语汇以及赛事流量向在地消费转化的现实过程^[4-5]。据此,本文统一采用“商旅文体”表述;其中,“深度融合”并非业态的简单并置,而是资源、主体、场景与价值链的持续耦合。

基于上述考量,本研究以 Tornatzky 与 Fleischer 提出的“技术—组织—环境”(Technology—Organization—Environment, TOE)框架^[6]为理论基础,并面向赛事的公共产业属性对其作情境化修正,选取 12 个具有代表性的中国体育赛事案例,运用模糊集定性比较分析(fuzzy-set Qualitative Comparative Analysis, fsQCA)方法对 3 个维度的 6 项条件进行集合校准,通过必要条件分析与真值表分析识别“商旅文体”深度融合的多重组态路径,揭示高融合绩效与非高融合绩效之间的因果非对称关系,阐明不同类型赛事推动“商旅文体”深度融合的实现机制,为“十五五”时期打造“一赛带多业”融合发展生态、培育“体育+”融合消费新增长点提供参考。

1 研究方法

1.1 变量选取

将 TOE 框架引入体育赛事经济驱动“商旅文体”深度融合的研究情境具有内在适配性:体育赛事本身即为一个技术—组织—环境多要素嵌套的复杂系统,“商旅文体”融合绩效的生成有赖于多维条件的协同作用而非单一要素的独立推动,且 TOE 框架所蕴含的组态思维与 fsQCA 方法论高度契合,可为识别多重并发因果关系提供系统的理论工具。基于上述逻辑,本研究将赛事经济驱动“商旅文体”深度融合的前因条件归纳为 3 个维度的 6 个条件变量(图 1)。

TOE 框架在企业技术创新采纳研究中提出^[6],其设定以单一企业为分析单元、以组织内的技术采纳为结果变量。体育赛事与之存在结构性差异:赛事兼具公共文化服务与产业经营的双重属性,具有准公共产品特征;组织形态是深度嵌入政府、市场、社会多元主体构成的治理网络的任务型临时组织;本研究的结果变量则是跨业态融合绩效而非组织内的采纳行为。据此,本研究对 3 个维度作情境化重构:技术维度由“组织内部的技术采纳”重构为“面向公众的注意力生成与消费转化技术”,传播热度刻画流量生成能力、数字赋能刻画流量转化通道,对应赛事经济“先聚流量、再促转化”的价值逻辑;组织维度由“企业规模与冗余资源”重构为“赛事能级+协同治理”的双元结构,前者对应赛事运营主体的资源整合能力,后者承接公共属性所内生的多元共治要求;环境维度由“行业竞争与

政府管制的外生约束”重构为“政策支持+文旅商承载”的双重嵌入,可体现中国情境下政府作为赛事经济共同生产者的制度供给,并刻画融合绩效对举办地禀赋的地域根植性。

既有研究将 TOE 框架与 fsQCA 结合应用于省级政府全民健身信息服务平台效能^[7]、体育用品制造业数字化转型^[8]与省域体育产业高质量发展^[9],分析单元分别为政府、企业与省域产业,结果变量均指向组织或产业自身的效能与绩效;本研究的分析单元则是“赛事与举办地”,结果变量为跨业态融合绩效;其价值实现发生在商、旅、文、体多业态的耦合过程之中,而非单一组织边界之内,这一差异决定了条件设计须同时刻画赛事自身能力与举办地的承接能力。就条件操作化而言,既有研究的条件变量大体沿用技术创新采纳情境的通用指标,如技术基础、组织重视程度与营商政策环境,未针对研究对象的行业特性作实质改造;本研究则围绕赛事经济“流量生成、流量转化”的价值逻辑重设 6 项条件,并引入企业版框架中并无对应物的文旅商承载条件。就理论对话而言,赵元吉等基于 22 个省市样本证实了体育产业发展的组态复杂性与“高质量/非高质量”结果的因果非对称性^[9],为组态思维进入体育研究提供了先导;本研究将这一分析范式推进到赛事这一兼具事件性、地域性与公共产品属性的中观对象,检验并拓展了 TOE 框架在体育场景的解释边界。因此,本文对 TOE 的运用是面向赛事公共产业属性的适配性拓展,而非对企业分析框架的简单移植。

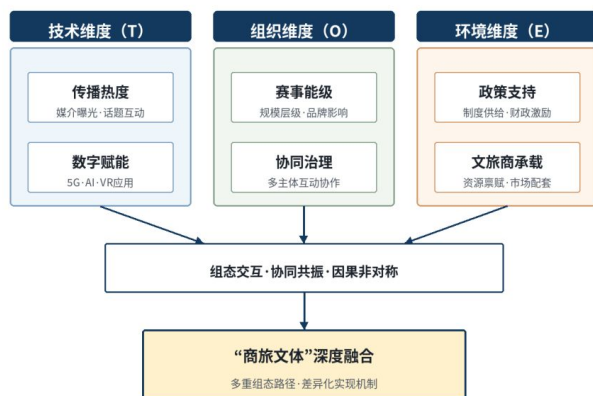


图 1 TOE 框架下体育赛事经济驱动“商旅文体”深度融合的理论机制

1.1.1 技术维度

技术维度经情境化重构后指向面向公众的注意力生成与消费转化技术,关注新兴技术对赛事价值链重塑及消费场景拓展的支撑作用,包括传播热度与数字赋能:前者承担“聚流量”的生成功能,后者承担“促转化”的通道功能。传播热度作为测度赛事媒介影响力的关键指标,涵盖主流媒体曝光量、社交平台话题播放量、短视频二次创作活跃度与网络弹幕互动强度等多维表征,是赛事流量向经济增量转化的前置条件。“苏超”单场弹幕参与量达 20 万次、节目曝光量超 38 亿次,“村超”抖音话题播放量突破 43 亿次,凸显出传播热度对赛事破圈的决定性作用。数字赋能则反映 5G、AI、VR 与大数据等新一代信息技术在赛事制播、观赛体验与消费联动中的深度应用,其通过突破时空边界、重构参与方式、实现精准营销,显

著放大了赛事对商旅文体各业态的引流黏合效应,成为“线上流量—线下消费”转化通道得以畅通的技术底座^[10-12]。

1.1.2 组织维度

组织维度经情境化重构后不再对应企业的规模、结构与冗余资源,而呈现“赛事能级+协同治理”的双元结构,聚焦赛事主体自身的资源整合能力与治理结构的协同质量,包括赛事能级与协同治理。赛事能级作为衡量赛事组织成熟度的综合指标,涵盖赛事规模层级、竞技水平、品牌影响力与商业化程度等内在属性^[13];高能级赛事往往具备更强的客流吸引力、赞助承载力与 IP 衍生能力,是撬动商旅文体全链条消费的核心载体^[14]。协同治理关注多元行动者的互动合作,承接了赛事准公共产品属性所内生的多元共治需求。这一治理理念为企业版分析框架所缺失,构成了赛事向综合性文化经济事件转型的制度基础。“苏超”呈现的“政府搭台、市场唱戏、社会参与”治理范式与“村超”展现的“自下而上”群众动员逻辑,均印证了组织能级与治理协同对融合绩效的联合驱动作用。

1.1.3 环境维度

环境维度经情境化重构后由“外生约束”转为“双重嵌入”,刻画赛事所嵌入的外部制度环境与资源禀赋条件,是组态路径赖以生成的宏观场域,包括政策支持与文旅商承载。政策支持反映各级政府对赛事经济的制度供给强度,具体表征为专项规划、财政激励、税收优惠、审批改革与监管保障等政策工具的配置密度。以《关于释放体育消费潜力进一步推进体育产业高质量发展的意见》为代表的国家级政策以及浙江省《赛事经济促消费激励举措》中最高 800 万元的引进激励等地方政策,共同构成赛事融合发展的制度基座。文旅商承载则涵盖举办地的文化资源底蕴、旅游景区配套、商业综合体布局、交通基础设施与住宿餐饮供给等复合性要素,是赛事流量能否有效转化为在地消费的物质基础,其承载能级直接决定了赛事经济外溢效应的规模与深度^[15]。

1.2 fsQCA 方法

本研究采用模糊集定性比较分析方法(fsQCA)^[16],以集合论与布尔代数作为方法论基础,通过对条件集合与结果集合的覆盖与一致性关系进行运算,识别生成特定结果的充分条件、必要条件及其组合形态^[17]。具体分析流程遵循 fsQCA 方法论的规范操作。数据校准环节依据理论锚点与四分位法将条件变量与结果变量校准为 0—1 之间的模糊隶属分数,分别设定完全隶属、交叉点与完全不隶属 3 个锚点;必要条件分析环节以一致性阈值 0.90 检验六项条件变量是否构成“商旅文体”深度融合的必要条件;真值表分析环节将案例模糊隶属分数映射至 $2^6=64$ 个逻辑向量空间,依据案例频数(≥ 1)、一致性阈值(≥ 0.80)与 PRI 一致性(≥ 0.75)筛选有效组态,经布尔最小化算法得出复杂解、简约解与中间解,以核心条件与边缘条件的识别区分组态的核心驱动要素与辅助匹配要素;因果非对称分析环节分别以“高融合绩效”与“非高融合绩效”为结果变量进行两次组态运算,通过比较两组组态解的核心条件构成辨识驱动两端结果的非对称因果结构。

鉴于本研究设置 6 项条件,真值表理论上包含 $2^6=64$ 种逻辑组合,而样本仅有 12 个案例,存在有限多样性及案例向逻辑空间稀疏分布的问题。为降低逻辑余项对结论的影响,布

尔最小化同时报告复杂解、简约解与中间解;复杂解不纳入逻辑余项,简约解允许全部逻辑余项参与,中间解仅纳入与理论方向预期一致的简单反事实,并将传播热度、数字赋能、赛事能级、协同治理、政策支持和文旅商承载的“存在”设定为有利于高融合绩效。核心条件界定为同时出现在简约解与中间解中的条件,边缘条件则仅出现在中间解中,以降低路径识别对反事实假设的敏感性。

1.3 数据来源

本研究案例选择遵循“代表性、异质性、数据可得性”三重原则。代表性要求所选案例在其赛事类别中具有行业标杆地位或现象级影响力,为该类别提供典型样本;异质性要求案例跨越不同赛事类型、不同空间尺度与不同组织模式,以充分捕获 TOE 框架下条件变量的变异区间;数据可得性要求案例具备由官方统计、权威媒体与行业报告等公开渠道披露的可核验数据,以确保集合校准的信度与效度。共选取 12 个具有类型代表性的中国体育赛事案例,涵盖乡村草根赛事、省域城市联赛、品牌城市马拉松与山地越野赛事四大类别,案例基本信息与核心数据见表 1。原始数据来源于赛事组委会官方发布、地方政府数据局监测报告、人民网研究院《2025 年 14 场马拉松赛事综合效益分析报告》、江苏省体育产业集团测算数据、浙江省文化广电和旅游厅与浙江省体育局联合披露数据、张家口市崇礼区政府发布数据、贵州省人民政府官网与台江县人民政府官网统计数据,以及《中国体育报》《新华网》《人民日报》《光明日报》等中央主流媒体的权威报道,数据核验截至 2025 年底。

上述 12 个案例在 TOE 三维条件变量上呈现出显著的结构变异:技术维度上,“苏超”“浙 BA”等赛事以高密度弹幕互动与短视频裂变形成高传播热度组态,“高黎贡”等赛事则依托 UTMB 国际转播体系实现高数字赋能,而“村 BA”等乡村赛事在两项技术要素上均处于相对低位;组织维度上,世界田联白金标的“厦马”与草根性的“村超”构成赛事能级的两极,而“浙 BA”“赣超”体现了“政府主导+协会运营+市场协同”的治理范式差异;环境维度上,一线城市马拉松享有高强度政策支持与成熟商业承载,越野赛事更依赖目的地的自然文旅资源禀赋,乡村赛事则以“以赛促旅”倒逼文旅商基础配套升级。这一结构性变异为后续的集合校准与组态分析提供了充分的信息基础与区分度^[18-19]。

1.4 变量测量与集合校准

依据 fsQCA 方法论规范,本研究综合运用直接校准法与四分位法。对具备连续量化指标的变量,以案例指标值的上四分位数、均值和下四分位数设置完全隶属、交叉点与完全不隶属锚点;对赛事能级、协同治理、政策支持等难以直接连续量化的变量,构建李克特五级量表,由 3 位体育产业或体育管理领域副高级及以上、具有赛事经济研究经历的专家独立赋值后取均值。赋值前统一变量内涵、测度维度与锚定标准,并采用 Kendall's W 检验评分一致性;对离散度较大的条目回溯公开资料复议,以降低主观判断的随意性。完全隶属、交叉点与完全不隶属分别校准为 0.95、0.50 和 0.05,具体锚点见表 2。需要说明的是,政策支持在 12 个案例中的隶属分数整体偏高、方差较小,其必要性结果可能同时受到现实制度环境与校准

分布的影响,故后文将结合覆盖度及其在各组态中的核心、边缘地位审慎解释。

依据上述锚点对 12 个案例进行集合校准所得模糊隶属分数(表 3)。该校准结果在条件变量间呈现显著的结构性变异,为后续的必要条件分析与真值表运算提供了充分的区分度。

2 结果

2.1 单一条件必要性分析

在进入真值表组态分析之前,需检验单一条件是否构成“商旅文体”深度融合的必要条件。依据 QCA 方法惯例,将一致性阈值设为 0.90、覆盖度阈值设为 0.50,分别以高融合绩效(INT)与非高融合绩效(~INT)为结果进行检验(表 4)。

表 1 12 个体育赛事案例的基本信息与核心数据

编号	赛事名称	核心数据(2025赛季或最近一届)
A1	榕江“村超”	榕江县2024年旅游综合收入108.03亿元;抖音话题播放量累计超43亿次
A2	台江“村BA”	2024 年接待游客378.66万人次、旅游总花费43.66亿元;台盘村获批3A级旅游景区
B1	江苏“苏超”	直接经济拉动9.76亿元、间接21.36亿元、合计31.12亿元;单场最高观赛6.04万人
B2	浙江“浙BA”	门票销售超80万张;拉动文旅商体消费29.18亿元;“第二观赛点”累计观众421万人次
B3	江西“赣超”	110 天赛程累计现场观众超120万人次;场均1.3万人;体育旅游收入同比+35%
C1	上海马拉松	消费总额6.52亿元,直接经济影响7.30亿元,媒体传播价值10.64亿元
C2	北京马拉松	消费总额6.49亿元,综合经济效益超10亿元
C3	厦门马拉松	3.5万人参赛,全球超18万人报名;外地跑者满意度99%
C4	无锡马拉松	42.9万人报名、3.5万人参赛、39.1万人现场观赛;经济效益5.05亿元
C5	武汉马拉松	超45万人报名,外地跑者消费近3亿元,媒体传播价值16.26亿元
D1	崇礼168超级越野赛	带动17.04万人次观赛、旅游收入1.68亿元;崇礼区赛事周接待游客30.88万人次、旅游总花费2.77亿元
D2	高黎贡超级山径赛byUTMB	UTMB 全球首个合作赛事;安踏冠名、永达体育转播;覆盖25国选手

表 2 因果变量校准表

维度	变量名称(缩写)	完全隶属(0.95)	交叉点(0.50)	完全不隶属(0.05)
技术(T)	传播热度TRANS	≥40	5	≤1
	数字赋能DIGI	≥4.5	3	≤1.5
组织(O)	赛事能级LEVEL	≥4.5	3	≤1.5
	协同治理GOV	≥4.5	3	≤1.5
环境(E)	政策支持POL	≥4.5	3	≤1.5
	文旅商承载CARRY	上四分位	均值	下四分位
结果	融合绩效INT	≥30	5	≤1

表 3 12 个案例的模糊集隶属分数

编号	案例	TRANS	DIGI	LEVEL	GOV	POL	CARRY	INT
A1	榕江“村超”	0.95	0.20	0.20	0.90	0.90	0.25	0.95
A2	台江“村BA”	0.90	0.15	0.15	0.85	0.85	0.20	0.85
B1	江苏“苏超”	0.95	0.85	0.65	0.95	0.95	0.95	0.95
B2	浙江“浙BA”	0.85	0.80	0.60	0.90	0.90	0.90	0.90
B3	江西“赣超”	0.65	0.60	0.50	0.80	0.75	0.60	0.70
C1	上海马拉松	0.80	0.95	0.95	0.80	0.90	0.95	0.85
C2	北京马拉松	0.75	0.95	0.95	0.85	0.95	0.95	0.85
C3	厦门马拉松	0.70	0.90	0.95	0.75	0.85	0.80	0.85
C4	无锡马拉松	0.65	0.85	0.70	0.70	0.80	0.70	0.75
C5	武汉马拉松	0.90	0.85	0.75	0.70	0.75	0.80	0.80
D1	崇礼168越野赛	0.40	0.55	0.70	0.50	0.70	0.55	0.55
D2	高黎贡byUTMB	0.30	0.70	0.80	0.55	0.55	0.30	0.40

表 4 必要条件分析结果

条件变量	高融合绩效(INT)	非高融合绩效(~INT)
	一致性/覆盖度	一致性/覆盖度
传播热度(TRANS)	0.920/0.803	0.421/0.102
~传播热度(~TRANS)	0.302/0.638	0.942/0.553
数字赋能(DIGI)	0.814/0.804	0.515/0.141
~数字赋能(~DIGI)	0.410/0.647	0.731/0.319
赛事能级(LEVEL)	0.750/0.825	0.490/0.149
~赛事能级(~LEVEL)	0.469/0.639	0.673/0.254
协同治理(GOV)	0.957/0.795	0.478/0.110
~协同治理(~GOV)	0.263/0.607	0.904/0.577
政策支持(POL)	0.989/0.803	0.495/0.112
~政策支持(~POL)	0.221/0.569	0.788/0.561
文旅商承载(CARRY)	0.824/0.852	0.391/0.112
~文旅商承载(~CARRY)	0.429/0.638	0.923/0.481

必要性分析揭示了 3 项核心发现:其一,协同治理与政策支持的一致性均超过 0.90,表现出高融合绩效的必要条件特征,说明多主体整合与制度供给构成赛事经济撬动多业态融合的重要基础;其二,必要性不等于充分性,具备上述条件并不必然生成高融合绩效,仍需与传播、赛事能级和承载条件形成适配组态;其三,文旅商承载缺失构成非高融合绩效的必要条件,表明举办地资源禀赋与商业配套薄弱是赛事外溢受限的结构性约束。对政策支持的必要性应保持审慎:表 3 显示其隶属度集中于 0.55—0.95,样本内区分度有限,因此 0.989 的一致性既反映中国赛事经济普遍嵌入党政体制的制度现实,也可能部分受到低方差与锚点设置影响。本文将其理解为情境性的制度底色,而非能够单独区分融合绩效的充分驱动因素。从理论层面看,这一“制度底色”特征与赛事的准公共产品

属性内在一致:政策支持作为赛事经济的共同生产要素在中国情境下普遍在位,其解释力更多体现于同其他条件的组合方式而非自身的独立变异,这印证了前文对 TOE 环境维度作情境化修正的必要性。

2.2 条件组态分析

设定一致性阈值 0.80、PRI 一致性阈值 0.75、案例频数阈值 1,借助 fsQCA4.1 软件对真值表进行布尔最小化运算。以核心条件与边缘条件的区分识别组态核心驱动要素与辅助匹配要素,所得组态分析结果见表 5。

1)S1 乡土内生型路径以“高传播热度高协同治理高政策支持”为核心条件,以“低数字赋能低赛事能级低文旅商承载”为边缘条件,典型代表为榕江“村超”与台江“村 BA”。该路径揭示出一个关键机制——在赛事能级偏低、数字技术条件有限、举办地商业承载薄弱的约束条件下,乡土文化认同所催生的现象级传播热度、政府—村民—社会组织的深度协同以及持续的政策加持,能够以“以赛促旅倒逼配套”的方式突破要素约束,实现高融合绩效^[20-22]。

2)S2 省域联动型路径以“高传播热度高协同治理高政策支持高文旅商承载”为核心条件,以“高数字赋能中等赛事能级”为边缘条件,典型代表为江苏“苏超”、浙江“浙 BA”与江西“赣超”。该路径体现了“政府搭台、市场唱戏、数字赋能、全域联动”的现代赛事经济范式,行政统筹与市场激励共同驱动,跨城市流动与票根经济成为融合绩效的关键放大器^[23]。

3)S3 城市品牌型路径以“高数字赋能高赛事能级高文旅商承载高政策支持”为核心条件,以“中高传播热度高协同治理”为边缘条件,典型代表为上海马拉松、北京马拉松、厦门马拉松、无锡马拉松与武汉马拉松。该路径凸显了赛事国际化标牌、数字化制播体系与城市成熟商业生态的组合优势^[7],融合绩效来自专业化赛事 IP 与城市消费能级的耦合共振^[24]。

NS1 要素缺位型路径以“低传播热度低文旅商承载”为核心条件,以“低协同治理”为边缘条件,典型代表为崇礼 168 超

表 5 驱动“商旅文体”深度融合的组态路径

条件变量	高融合绩效	高融合绩效	高融合绩效	非高融合绩效
	S1 乡土内生型	S2 省域联动型	S3 城市品牌型	NS1 要素缺位型
TRANS 传播热度	●	●	●	⊗
DIGI 数字赋能	○	●	●	
LEVEL 赛事能级	⊗	●	●	●
GOV 协同治理	●	●	●	○
POL 政策支持	●	●	●	
CARRY 文旅商承载	⊗	●	●	⊗
原始覆盖度	0.168	0.253	0.418	0.587
唯一覆盖度	0.122	0.146	0.281	0.554
一致性	0.893	0.931	0.912	0.921
典型案例	A1、A2	B1、B2、B3	C1、C2、C3、C4、C5	D1、D2
总体解覆盖度	0.782			0.587
总体解一致性	0.903			0.921

注:●表示核心条件存在;⊗表示核心条件缺失;●表示边缘条件存在;○表示边缘条件缺失;空白格表示该条件对组态的存在“无关紧要”。

级越野赛与高黎贡超级山径赛。该路径表明,当赛事的媒介辐射力不足且举办地商业承载能力薄弱时,即便具备较高的赛事能级,也难以实现对商旅文体的深度融合拉动^[25],这一结果在因果结构上独立于高融合绩效的生成逻辑,充分印证了QCA方法论所强调的因果非对称性。总体解覆盖度0.782表明三条高融合组态路径共同解释了样本中78.2%的“商旅文体”深度融合现象,总体解一致性0.903超过0.80的门槛值,方案的内部一致性与外部解释力均达到QCA研究的可靠标准。

2.3 稳健性检验

为保证结论的可靠性,研究依照定性比较分析的规范程序进行了稳健性检验。具体操作上,本研究将真值表分析环节中生成“商旅文体”高融合绩效与非高融合绩效的一致性阈值由原设定的0.80严格上调至0.85,PRI一致性阈值保持0.75、案例频数阈值保持1不变,据此进行布尔最小化重新运算。运算结果显示,参数调整后得出的组态解在总体一致性与总体解覆盖度上仅出现微小波动,且各组态路径的“核心条件”存在或缺失状态未发生任何实质性改变,重新识别出的乡土内生型、省域联动型、城市品牌型3条高融合路径以及要素缺位型这一非高融合路径的因果组态逻辑与原分析方案保持高度一致。上述检验表明,本研究所揭示的赛事经济驱动多业态融合的因果非对称路径对参数设定并不敏感,研究结论具有良好的稳健性与可靠性。

3 讨论

3.1 高融合绩效组态路径与机制阐释

3.1.1 文化认同激活下的内源式突围

该组态路径(S1)的核心条件为高水平传播热度、协同治理与政策支持的共现,辅以赛事能级与文旅商承载的相对低位。此种类型的赛事在赛事专业化水平偏低、数字技术条件有限、举办地商业承载能力薄弱的结构性约束下,依托超高水平的社会化传播、党政基层与村民社会组织的深度协同以及自上而下的政策加持,依旧能够生成高融合绩效^[26]。乡村体育赛事的爆发式出圈并非偶然现象,其本质在于将深植于乡土社会的文化认同与集体情感转化为赛事破圈的原始驱动力。案例资料显示,榕江“村超”抖音话题播放量累计突破43亿次,榕江县2024年旅游综合收入达108.03亿元,台江“村BA”所在的台江县2024年接待游客378.66万人次、旅游总花费43.66亿元,上述数据表明乡土赛事的融合绩效已显著超越其自身赛事能级所对应的量级水平。这一现象的形成机理可从两个层面加以解释。一方面,乡土社会内嵌的熟人结构与未被现代性解构的文化原真性为赛事提供了稀缺的文化资产,将乡村的相对封闭性转化为赛事内容的差异化优势^[27];另一方面,政策支持与基层协同治理在乡土赛事中呈现出强耦合特征,地方政府主动承担基础设施配套与赛事组织保障,村民则成为赛事的主体而非被动的服务对象,这种自下而上的动员机制有效弥补了赛事能级与商业承载的先天不足。冯加付指出,地方体育赛事的可持续发展关键在于激活植根地方文化的认同感以筑牢内生动力,本研究结果与之相一致,进一步表明对于欠发达地区而言,以文化激活与群众动员为突破口或较之追求赛事专业化水平更具现实可行性^[28-29]。就布尔结构

而言,S1与S2虽共享传播、治理、政策三项核心条件,但判别边界清晰:文旅商承载与赛事能级在S1中为核心缺失、在S2中分别为核心存在与边缘存在。故S1的本质是约束条件下的替代性突围,转化遵循“先出圈、后补链”的滞后路径,对政策兜底性配套的依赖最强。

3.1.2 制度嵌入驱动的横向整合

该组态路径(S2)的核心条件为传播热度、协同治理、政策支持与文旅商承载的四位一体高位共振。此种类型的赛事以省级政府的跨市统筹为制度依托,在赛事能级处于中等水平的情境下,依靠四项条件的共同高位运行生成高融合绩效。娄虎等基于投入产出模型对江苏“苏超”消费主体经济拉动效应的测算结果表明,“苏超”直接经济拉动值为9.76亿元,间接经济拉动值为21.36亿元,总经济拉动值达31.12亿元,经济影响乘数效应合计为3.19^[30];浙江“浙BA”门票销售超80万张并拉动文旅商体消费29.18亿元;江西“赣超”110天赛程累计现场观众超120万人次。三条省域联赛展现出高度一致的融合绩效生成逻辑。这一路径的深层机制在于省级政府通过制度设计将省域内原本分散的文旅商资源整合为可调度的组合资产,进而激活城市间基于地域文化认同的情感竞争,使赛事本身由单一的竞技活动转化为承载集体情感与地方叙事的综合性文化经济事件。赵晶和李紫薇在研究“苏超”地域文化认同构建机制时指出,省域联赛的爆火深层源于其巧妙激活了区域独特的地域文化现象,将原本呈现离散状态的地域梗转化为凝聚全民目光的文化符号,本研究结果与之高度匹配^[31]。与S1相比,S2的判别性差异正在于文旅商承载由核心缺失转为核心存在:承载在位使流量得以经由票根核销、跨城交通联动等预先铺设的制度化通道即时转化,流量形态由事件驱动转为制度联动;与S3相比,S2的传播热度与协同治理仍居核心位置,表明其融合绩效以“行政统筹+社会动员”为主引擎,尚未进入市场化运营体系的自我循环阶段。

3.1.3 专业化运营与市场承载耦合

该组态路径(S3)的核心条件为数字赋能、赛事能级、文旅商承载与政策支持的共现。此种类型的赛事以国际品牌认证的专业化运营体系为基础,在高水平数字赋能与成熟城市商业生态的共同支撑下产生高融合绩效。人民网研究院基于《2025年14场马拉松赛事综合效益分析报告》的数据显示,上海马拉松消费总额达6.52亿元且赛事直接经济影响达7.30亿元,北京马拉松消费总额达6.49亿元,武汉马拉松媒体传播价值达16.26亿元,无锡马拉松带动经济效益5.05亿元并较上届提升78.2%^[32]。上述数据印证了城市品牌型路径中赛事能级与文旅商承载在高位共振时所释放的融合潜能。值得关注的是,在该组态中协同治理退居边缘条件位置,这一现象意味着当赛事自身的国际化水准与数字化能力足够高时,市场化的标准化运营可在相当程度上替代多主体深度协同的制度安排,这一发现对既有文献所普遍主张的多元协同治理观构成了边界修正。赵元吉等关于体育产业高质量发展组态路径中“双核型”与“多维型”并存的结论为此提供了理论支撑,即在成熟市场情境下赛事经济的治理逻辑可由制度化的规则遵循所主导,其对临时性多主体协同的依赖相对降低^[9]。该路径与S1、S2的布尔分界在于传播热度退居边缘、数字赋能与赛

事能级跃升为核心:城市品牌赛事的流量并不依赖事件性传播的集中供给,而由赛事 IP 与城市消费生态的持续耦合内生产出;参赛者本身即高消费客群,流量转化在“报名、参赛、旅居、复购”的赛事全周期内完成,链条最短、漏损最低。

3.1.4 三条路径的边界条件与流量转化机制比较

为进一步廓清 3 条高融合路径的边界,表 6 从布尔判别条件、流量生成与转化机制、承载角色及迁移边界等维度作系统比较。3 条路径在组态结构上互斥且可判别;文旅商承载的在位与否首先将 S1 与 S2、S3 分离,传播热度是否居于核心位置进一步将 S2 与 S3 分离。与之对应,乡土、省域与城市 3 类赛事的流量转化呈现事件驱动型、制度联动型与运营内生型 3 种性质不同的机制,差异不在于流量规模,而在于流量的生成来源、转化通道的铺设方式与漏损水平,这构成第 5 部分差异化治理工具设计的直接依据。

3.2 非高融合绩效路径与因果非对称

该组态路径(NS1)以传播热度与文旅商承载的低位为核心缺失条件,辅以协同治理低位的边缘缺失。此种类型的赛事虽具备一定水平的赛事能级与数字赋能,但由于传播辐射力薄弱、举办地商业承载不足以及多元主体协同治理缺位的叠加作用,难以生成高融合绩效。公开资料显示,崇礼 168 超级越野赛虽带动 17.04 万人次观赛并产生旅游收入 1.68 亿元,高黎贡超级山径赛虽作为 UTMB 全球首个合作赛事覆盖 25 国选手,但两项赛事的融合绩效相对于其赛事能级呈现出明显的折损特征。这一组态结构揭示出山地户外赛事在赛事经济生成机制上与城市赛事的内在分殊。进一步的机制分析表明,越野赛事的受众专业性 with 举办地偏远属性之间存在结构性错位,这种错位难以通过单纯强化赛事能级或数字赋能加以消解。崇礼与高黎贡所在地的夏季旅游商业配套主要面向一般游客而非越野跑者的特定需求,相关住宿、餐饮、交通体系尚未形成与赛事深度绑定的产业生态,这使得赛事所吸引的流量难以实现向在地消费的高效转化。此外,越野赛事的组织多由户外运动专业公司主导,地方政府更多扮演协助保障角色,多元主体的深度协同机制相对薄弱,这也在一定程度上制约了赛事经济外溢效应的放大。该路径的识别对于丰富对

中国赛事经济治理复杂性的理论认知具有重要价值,亦为破解此类赛事的融合绩效瓶颈提供了差异化的干预方向。

这一非对称结构还表明,政策与治理在高融合端更多发挥“基础门槛”作用,而承载能力缺失在非高融合端表现为更强的结构性约束。已有研究将多主体协同视为区域联赛包容性发展的关键机制^[33],同时也警示部分地区在复制爆款赛事时可能出现政策叠加、治理空心化与监管模糊等问题^[34]。因此,对低绩效赛事的干预不能简单反向叠加高绩效赛事的成功条件;当文旅商承载处于薄弱状态时,治理重点应由继续激励办赛转向培育住宿、交通、餐饮、商业场景和目的地服务体系,避免陷入同构化办赛与流量空转。

4 结论

六项条件中任何单一因素均不能独立构成体育赛事经济驱动“商旅文体”深度融合的充分条件,融合绩效遵循多重并发因果逻辑。协同治理与政策支持呈现必要条件特征,其中文旅商承载的缺失构成非高融合绩效的重要必要条件;考虑到政策支持的低方差,其作用更宜理解为中国赛事经济运行的情境性制度基础。

驱动高融合绩效的组态路径呈现“殊途同归”特征,可归纳为乡土内生型、省域联动型与城市品牌型 3 条差异化路径。乡土内生型路径以高水平传播热度、协同治理与政策支持为核心驱动,在赛事能级与文旅商承载相对薄弱的约束下实现文化认同激活下的内源式突围;省域联动型路径以传播热度、协同治理、政策支持与文旅商承载的四位一体高位共振为核心驱动,体现制度嵌入下的横向整合;城市品牌型路径以数字赋能、赛事能级、文旅商承载与政策支持为核心驱动,体现专业化运营与市场承载的耦合共振。3 条路径在布尔结构上以文旅商承载的在位与否、传播热度是否居于核心形成清晰的判别边界,分别对应事件驱动型、制度联动型与运营内生型 3 种流量转化机制。

高融合绩效与非高融合绩效之间呈现显著的因果非对称关系。要素缺位型路径以传播热度薄弱与文旅商承载不足为核心缺失,其生成逻辑独立于高融合路径而非其简单反向,这一非对称结构揭示了赛事经济治理中差异化诊断与靶向化干

表 6 三条高融合路径的边界条件与流量转化机制比较

比较维度	S1 乡土内生型	S2 省域联动型	S3 城市品牌型
布尔判别边界	TRANS·GOV·POL 核心存在; ~LEVEL·~CARRY 核心缺失	TRANS·GOV·POL·CARRY 核心存在	DIGI·LEVEL·CARRY·POL 核心存在;TRANS 降为边缘
流量生成机制	乡土文化认同催生现象级传播,形成事件驱动型流量	省级统筹激活城市间认同竞争,形成制度联动型跨城流量	高能级赛事 IP 常态化引流,形成运营内生型参赛观赛流量
流量向消费的转化链条	注意力→异地到访→“以赛促旅倒逼配套”,链条长、滞后、漏损高	票根核销、交通联动等制度化通道预先铺设,转化即时、可复制于赛季	参赛者即高消费客群,“报名、参赛、旅居、复购”全周期内生转化,链条最短
转化的主要载体	基层动员+政策兜底性配套	跨部门专班+统一票根规则+跨市清结算	市场化运营商+商圈、景区数据联通
文旅商承载的角色	短板,需赛后补链	放大器,前置在位	基础设施,与赛事 IP 耦合共振
适用情境与迁移边界	以文化原真性与社区主体性为前提,不可复制为行政“造节”	以省级统筹能力与城市间既有文化张力为前提	以城市消费能级与专业化运营体系为前提,中小城市慎用

注:表中条件缩写同表 5;“~”表示条件缺失。判别边界依据表 5 中核心条件的存在与缺失状态归纳。

预的理论必要性。

5 启示

体育赛事经济治理不宜简单复制“村超”“苏超”或城市马拉松的单一经验,而应基于组态诊断实施差异化治理。结合 3 条高融合路径与非高融合路径的组态结构,本研究提出“条件诊断、短板识别、工具匹配”的三步操作流程,并给出四类赛事的针对性落地工具箱。

第一,建立基于 TOE 框架六项条件的赛事融合绩效诊断机制。参照校准锚点将诊断清单操作化:传播热度考察主流媒体曝光、平台话题播放量与二次创作活跃度,数字赋能考察智慧制播、线上线下消费联动与数据平台建设,赛事能级考察赛事层级、奖牌认证与商业化程度,协同治理考察跨部门机制、市场主体参与和社会动员深度,政策支持考察专项政策、资金激励与审批便利,文旅商承载考察住宿餐饮供给、商业综合体布局与交通可达性。由体育部门牵头对拟培育赛事逐项评分、识别核心短板,建立赛事经济动态监测台账,赛季结束后复诊评估、滚动调整,使差异化治理由抽象理念转化为可执行的年度工作流程。

第二,乡土内生型赛事的工具箱应围绕“护根基、补链条”展开:以赛事 IP 确权和村集体收益分享机制保障社区主体性,防止过度商业开发稀释文化原真性;按“赛历+农事节庆”错峰编排赛程,延长消费周期;培育本土短视频创作者与返乡青年主播队伍,使传播热度获得内生供给而非依赖一次性出圈;以临时接驳专线、帐篷营地与民宿联营应对赛事期短时集中客流;设置农特产品、非遗文创随赛展销专区,缩短“出圈、到访、消费”的转化链条。

第三,省域联动型赛事的工具箱应聚焦“定规则、强统筹”:制定全省统一的票根核销规则与跨市清结算办法,实现赛事门票与景区、餐饮、住宿折扣互认;发行赛季通票并捆绑文旅消费券;组建省级赛事运营公司承接跨赛季运营,避免“一季而衰”;设立体育、商务、文旅、交通、公安等部门参与的赛事经济专班,配套客流实时监测与跨城分流预案,将行政统筹优势固化为制度化的转化通道。

第四,城市品牌型赛事的工具箱应主打“数据通、场景嵌”:在合规前提下打通赛事报名数据与商圈客流数据,面向参赛者实施精准营销;将商圈核销券、博物馆与景区预约嵌入参赛物资包;推行“酒店+赛事”联价与延住优惠,拉长参赛者旅居时间;围绕赛事博览会设计展前展后消费动线,并向低空观赛、水上休闲等新场景延伸赛事 IP,持续做厚“报名、参赛、旅居、复购”的内生转化闭环^[35]。

第五,山地越野等要素缺位型赛事的干预应遵循因果非对称逻辑,优先补足组态中的核心缺失条件而非机械叠加高绩效路径的全部要素;针对承载短板,建设面向专业跑者的接驳、装备寄存与赛后恢复服务包,推进目的地户外运动基地认证与装备租赁体系;针对传播短板,以多站式赛历与积分体系联动集聚复访客流,借助参赛者社群实现圈层化传播;同时与保险、救援机构共建安全服务闭环,可实现“小众高粘性”受众向“重复到访并持续消费”的稳定客源转化。

参考文献:

- [1] 中华人民共和国中央人民政府网.国务院办公厅关于释放体育消费潜力进一步推进体育产业高质量发展的意见[EB/OL].(2025-08-30)[2026-04-10].https://www.gov.cn/gongbao/2025/issue_12286/202509/content_7041215.html.
- [2] 中广网.商务部:搭建系列促消费平台 推进商旅文体健融合发展[EB/OL].(2025-09-10)[2026-04-10].https://news.cnr.cn/native/gd/kx/20250909/t20250909_527355261.shtml.
- [3] 国家体育总局.体育产业以“融”聚势“撬动”消费增长新动能[EB/OL].(2025-12-19)[2026-04-10].<https://www.sport.gov.cn/n20001280/n20745751/c29304670/content.html>.
- [4] 王思贝,郑家鲲.商旅文体展融合背景下我国体育产业发展探析[J].体育文化导刊,2025(6):83-90.
- [5] 李海,马越斐.依托大型体育赛事促进商旅文体深度融合发展的理论逻辑与推进指向[J].沈阳体育学院学报,2025,44(2):123-129.
- [6] Toenatzky L G, Fleischer M. The processes of technological innovation[M]. Lexington, MA: Lexington Books, 1990.
- [7] 成雅欣,刘鹤.TOE 框架下全民健身信息服务平台效能提升的驱动因素与组态路径:基于全国 31 个省级政府的 fsQCA 分析[J].山东体育学院学报,2025,41(3):107-116+126.
- [8] 许金富,王海霞,路来冰,等.体育用品制造企业数字化转型的驱动路径研究:基于沪深 A 股和新三板企业的 fsQCA 分析[J].武汉体育学院学报,2023,37(8):47-53+91.
- [9] 赵元吉,谢杰,叶涛,等.我国体育产业高质量发展的组态路径:基于 TOE 框架的 fsQCA 分析[J].体育学刊,2025,32(1):97-106.
- [10] 王震,沈克印.空间生产视域下“苏超”驱动文体旅融合的推展路径[J].沈阳体育学院学报,2026,45(2):57-63.
- [11] 白莉莉,李逸群.“苏超”驱动文体旅消费的逻辑、经验及启示[J].体育文化导刊,2025(12):104-110.
- [12] 沈克印,檀永箭.群众性体育赛事提振文体旅消费的优化路径研究:以“苏超”为例[J].天津体育学院学报,2025,40(5):549-556.
- [13] 王茜,王家宏.我国城市马拉松赛事拉动消费的多维表现及破局路径研究[J/OL].成都体育学院学报,1-10[2026-04-10].<https://link.cnki.net/urlid/51.1097.G8.20250813.1043.002>.
- [14] 睦海霞,韩森,尹宏.农商文体旅融合发展模式及动力机制研究[J].经济问题探索,2023(7):54-62.
- [15] 谭嘉辉,郭义峰.“村超”“村 BA”类乡村现代体育赛事高质量发展的根本遵循、驱动机制与推进策略[J].北京体育大学学报,2025,48(3):61-76.
- [16] Ragin C C. Redesigning social inquiry: Fuzzy sets and beyond[M]. Chicago: University of Chicago Press, 2008.
- [17] Ragin C C. Set Relations in Social Research: Evaluating Their Consistency and Coverage[J]. Political Analysis, 2006, 14(3): 291-310.
- [18] 余喆,陆元兆,张小林.数字经济赋能文体旅产业融合发展:理论机制与实证检验[J].山东体育学院学报,2025,41(6):64-74.
- [19] 郭俊华,冯雪.交融互嵌:文体旅融合助推我国体育产业高质量发展[J].西安体育学院学报,2025,42(5):550-560.
- [20] 梅妍霜,崔文波,许鑫.“技术—资源”互动对文化企业绩效的影响研究:基于必要条件分析(NCA)与 fsQCA 的组态分析[J].科技管理研究,2025,45(21):110-119.
- [21] 赵铁龙,陈伟浩,张晓东,等.发展赛事经济背景下参赛何以影响消费:来自路跑赛事的经验证据[J].上海体育大学学报,2025,49(10):27-39.
- [22] 车雯,王先亮,高铭泽.“情”从何起:贵州“村 BA”短视频传播的情感互动机制研究[J].体育与科学,2025,46(5):73-82.

- [23] 于瑞强,谢艳娟.新时代乡村体育文化空间生产的在地性表达与行动路径:以贵州“村BA”为例[J].青海民族大学学报(社会科学版),2025,51(3):30-38.
- [24] 李晓鹏,徐成立,田静,等.我国“村系列”体育赛事发展的风险隐患、归因分析及应对策略[J].武汉体育学院学报,2025,59(3):38-45.
- [25] 王晨,罗帅呈,李孝杰.基于“村BA”赛事现象透视体旅融合的内在机理、发展趋势及创新路径[J].企业经济,2025,44(2):79-88.
- [26] 王志标,刘冰冰.短视频赋能商旅文体融合发展的机制与路径[J].重庆社会科学,2025(1):99-113.
- [27] 王兆红,李静,郭恩恺,等.组态视角下中国体育产业效率提升路径研究:基于29个省份的模糊集定性比较分析[J].武汉体育学院学报,2024,58(10):40-48.
- [28] 李旦宜,陈鸯鸯,董莹娟,等.运动休闲乡镇建设推进县域经济发展的路径探索:基于长三角地区75个案例的fsQCA分析[J].中国体育科技,2024,60(7):88-97.
- [29] 冯加付,取国宇,路莹,等.“苏超”现象解码:地方体育赛事出圈逻辑与启示[J].体育学刊,2025,32(5):16-23.
- [30] 娄虎,刘萍,房立栋,等.省域体育赛事消费主体经济拉动效应的量化评估:江苏省城市足球联赛实证研究[J].体育科学,2025,45(7):15-21+97.
- [31] 赵晶,李紫薇.江苏省城市足球联赛地域文化认同的建构机制与发展路径[J].北京体育大学学报,2025,48(7):22-31.
- [32] 国家体育总局.2025中国马拉松赛事蓝皮书发布[EB/OL].(2026-04-07)[2026-04-10].https://www.sport.gov.cn/n20001280/n20067662/n20067613/c29518903/content.html.
- [33] 王凯,汪逢生.区域性体育联赛包容性发展的“苏超”实践与经验启示[J].体育科学,2025,45(12):24-33+94.
- [34] 潘岩,庞俊鹏,刘璇,等.体育赛事赋能体旅产业过程中的监管风险与治理路径:以“苏超”为例[J].辽宁体育科技,2026,48(1):1-6.
- [35] 龙寰宇,张洁玉,钟丽萍,等.体育赛事“三进”活动的价值意蕴、实践样态及推进策略[J].湖北体育科技,2025,44(4):12-16+53.

(上接第23页)

- Curves for Long-Term Athlete Development in Swimming[J]. Journal of Science and Medicine in Sport,2022,25(3):266-271.
- [20] Born D P, Stöggl T, Lorentzen J, et al. Predicting Future Stars: Probability and Performance Corridors for Elite Swimmers [J]. Journal of Science and Medicine in Sport,2024,27(2):113-118.
- [21] Jiang X, Wang K. Integration of Sport and Education in China: a Case Study of a Dual Career Development Environment of a Shanghai Junior Men's Basketball Team[J]. International Journal of Sport and Exercise Psychology,2025,23(8):1364-1382.
- [22] 丁省伟,储志东.是何·为何·如何:体教融合研究综述与展望[J].上海体育学院学报,2022,46(7):89-102.
- [23] 杨国庆.中国竞技体育人才精准化培养模式创新的四重逻辑[J].上海体育学院学报,2023,47(11):17-27.
- [24] Stambulova N B, Wylleman P. Psychology of Athletes' Dual Careers: a State-of-the-Art Critical Review of the European Discourse[J]. Psychology of Sport and Exercise,2019,42:74-88.
- [25] Weiss M R. Developmental Sport and Exercise Psychology: A Lifespan Perspective[M]. Morgantown, WV: Fitness Information Technology,2004:507-527.
- [26] Lupo C, Guidotti F, Goncalves C E, et al. Motivation towards Dual Career of European Student-Athletes[J]. European Journal of Sport Science,2015,15(2):151-160.
- [27] Henriksen K, Storm L K, Kuettel A, et al. A Holistic Ecological Approach to Sport and Study: The Case of an Athlete Friendly University in Denmark[J]. Psychology of Sport and Exercise,2020,47:101637.
- [28] Tenenbaum G, Eklund R C. Handbook of sport psychology[M]. 3rd ed. Hoboken: John Wiley & Sons,2007:184-202.
- [29] Machado G, González-Víllora S, Teoldo I. The Relationship between Deliberate Practice, Play, and Futsal in Childhood and Adolescence and the Development of Different Decision-Making Skills in Professional Female Soccer Players[J]. Psychology of Sport and Exercise,2023,68:102470.
- [30] Warneke K, Gronwald T, Wallot S, et al. Discussion on the Validity of Commonly Used Reliability Indices in Sports Medicine and Exercise Science: a Critical Review with Data Simulations[J]. European Journal of Applied Physiology,2025,125(6):1511-1526.
- [31] Chen C. CiteSpace II: Detecting and Visualizing Emerging Trends and Transient Patterns in Scientific Literature[J]. Journal of the American Society for Information Science and Technology,2006,57(3):359-377.
- [32] Wu N, Li M. A CiteSpace-Based Analysis of the Development Trends Affecting Clinical Research Nurses in China: a Systematic Review [J]. Journal of Multidisciplinary Healthcare,2022,15:2363-2374.
- [33] Sotiriadou P, De Bosscher V. Managing high performance sport[M]. New York: Routledge,2013:159-182.
- [34] Bailey R, Collins D. The Standard Model of Talent Development and Its Discontents[J]. Kinesiology Review,2013,2(4):248-259.
- [35] Güllich A, Emrich E. Considering Long-Term Sustainability in the Development of World Class Success[J]. European Journal of Sport Science,2014,14(S1):383-397.
- [36] Baker J, Schorer J, Wattie N. Compromising Talent: Issues in Identifying and Selecting Talent in Sport[J]. Quest,2018,70(1):48-63.
- [37] Henriksen K, Stambulova N, Roessler K K. Successful Talent Development in Track and Field: Considering the Role of Environment[J]. Scandinavian Journal of Medicine & Science in Sports,2010,20(s2):122-132.
- [38] Vaeyens R, Güllich A, Warr C R, et al. Talent Identification and Promotion Programmes of Olympic Athletes [J]. Journal of Sports Sciences,2009,27(13):1367-1380.
- [39] 张益铭,殷明越,刘莺.体教结合向融合之嬗变:发展态势、主题演化与进路展望[J].湖北体育科技,2024,43(1):28-35.