

体育赛事驱动地方文旅发展的路径探索

王循建, 杨新荣, 苏明玺

潍坊职业学院 山东潍坊

【摘要】 体育赛事本身具备诸多价值, 随着生活水平的提高, 人们对文体生活的参与度逐渐增加, 带动文旅发展迅速走红。运用文献资料法对近三年大型体育赛事促进文旅发展的相关数据进行总结, 打造特色体育赛事, 开发“赛事+旅游”一体化产品, 优化赛事举办地的服务质量, 培养专业人才, 带动文旅高质量协同发展。

【关键词】 赛事+旅游; 体育赛事; 文旅发展

【收稿日期】 2026年3月20日

【出刊日期】 2026年4月21日

【DOI】 10.12208/j.ssr.20260156

Exploring the path for driving local cultural tourism development through sports events

Xunjian Wang, Xinrong Yang, Mingxi Su

Weifang Vocational College, Weifang, Shandong

【Abstract】 Sports events inherently possess multifaceted value. With rising living standards, increasing public engagement in cultural and recreational activities has propelled the rapid growth of cultural tourism. This study employs literature review methodology to analyze data on how major sporting events have boosted cultural tourism development over the past three years. Key strategies include creating distinctive sporting events, developing integrated “event + tourism” products, enhancing service quality at host venues, cultivating professional talent, and fostering high-quality collaborative development between sports and cultural tourism sectors.

【Keywords】 Sports event+tourism; Sporting events; Cultural and tourism development

1 引言

随着社会经济的快速发展和人们生活水平的显著提高, 全民健身热潮在我国蓬勃兴起。马拉松、跑步、骑行等运动受到大众的热烈追捧, 冰雪运动也在冬奥会等赛事的带动下持续升温。以体育赛事来赋能城市的文旅产业, 形成文体旅融合发展, 是现代化城市发展的重要标志^[1]。在此背景下, 体育赛事与文化旅游呈现出叠加式热潮, 两者正以文化为媒进行双向融合, 促使新赛道、新业态、新动能不断涌现。

从实践来看, 贵州“村BA”“村超”原生态乡村体育赛事的走红便是典型代表。“苏超”联赛的实践清晰表明, 群众体育赛事绝非单纯的竞技交流平台, 更是地域文化实现现代化转译的核心载体^[2]。这些赛事深度融合了当地民族文化, 不仅丰富了农村群众的文化体育生活, 还吸引了大量游客, 带动了当地文旅消费。我国体育文旅融合缺乏消费结构升级对产业融合的价值共创, 其融合供给与消费需求间的“供需错配”问题愈发凸显^[3], 使得体育赛事对地方文旅发展的重要性日益

凸显。

2 体育赛事带动地方文旅发展的路径探索

2.1 打造特色体育赛事 IP

2.1.1 挖掘地域特色与文化元素

地域特色和文化元素是赛事的灵魂所在, 能够使赛事区别于其他赛事, 展现出独特的魅力。以重庆“火锅马拉松”为例, 该赛事巧妙地将重庆特色美食火锅与马拉松运动相结合, 打造出了极具地域特色的体育赛事。在赛事过程中, 选手们不仅能体验到马拉松带来的运动乐趣, 还能在补给站品尝到地道的重庆火锅, 感受重庆独特的饮食文化。

赛事期间, 举办各种与火锅文化相关的活动, 如火锅美食节、火锅文化展览等。在火锅美食节上, 汇聚了重庆各地的特色火锅品牌。火锅文化展览则通过展示火锅的发展历程、相关器具以及与火锅有关的民俗风情等, 让人们更深入地了解重庆火锅文化的内涵。赛事还融入了重庆的其他文化元素, 如巴渝舞表演、川剧变脸等。巴渝舞能够为赛事增添浓厚的文化氛围。川剧变

第一作者简介: 王循建, 男, 副教授, 山东潍坊人, 主要研究方向体育教学, 运动训练。

脸作为川渝地区的特色艺术表演形式, 以其神奇的变脸技巧和独特的艺术魅力, 让游客在欣赏赛事的同时, 也能领略到重庆的传统文化。

2.1.2 提升赛事品质与品牌形象

提升赛事品质与品牌形象是打造特色体育赛事 IP 的重要环节。赛事品质直接影响着参与者的体验和赛事的口碑, 而品牌形象则是赛事在市场中的标识和声誉, 对于吸引观众、赞助商和合作伙伴具有重要意义。

提升赛事的竞技水平也是提升赛事品质的重要方面。邀请高水平的运动员参赛, 能够提高赛事的观赏性和吸引力。通过举办资格赛、邀请赛等方式, 吸引国内外优秀的运动员参与赛事, 增加赛事的竞争激烈程度。

2.2 完善赛事与文旅融合的产品与服务

2.2.1 开发“赛事+旅游”一体化产品

开发“赛事+旅游”一体化产品是促进体育赛事与文旅融合的重要举措, 能够为游客提供更加丰富、便捷的体验, 实现体育赛事与文旅产业的协同发展。以河北石家庄马拉松开展“跟着石马去旅行”活动为例, 通过精心策划赛事旅游线路, 将马拉松赛事与石家庄的旅游景点有机结合, 推出了“赛事+旅游”一体化产品。参赛者凭号码布畅游 13 个 A 级旅游景区, 这种方式不仅增加了赛事的吸引力, 也为游客提供了更多的旅游选择。

在策划赛事旅游线路时, 充分考虑了石家庄的历史文化、自然风光和民俗风情等特色, 设计了多条各具特色的线路。一条线路以历史文化为主题, 串联了正定古城、赵州桥等景点。

除了景区游览, 可以将当地的特色美食、民俗活动等融入一体化产品中。石家庄有许多特色美食, 如金凤扒鸡、缸炉烧饼等, 可以安排游客品尝这些美食, 体验当地的饮食文化。在一些民俗村, 可以组织游客观看和参与民俗表演, 如井陘拉花、常山战鼓等。通过将这些特色元素融入“赛事+旅游”一体化产品中, 能够丰富游客的旅游体验, 提高产品的吸引力和竞争力。

2.2.2 提供个性化、多样化的服务

提供个性化、多样化的服务是满足不同游客群体需求, 提升游客体验的关键。不同游客群体由于年龄、性别、兴趣爱好、消费能力等方面的差异, 对旅游服务和体验项目有着不同的需求。因此, 需要深入了解游客群体的特点和需求, 针对性地提供服务和体验项目。

对于家庭游客群体, 更注重亲子互动和休闲娱乐。可以设计一些亲子体育活动, 如亲子马拉松、亲子足球等。在马拉松赛事中设置亲子跑项目, 让家长和孩子一

起参与, 增进亲子关系。在景区内设置亲子游乐设施和亲子体验项目, 如亲子采摘、亲子手工制作等。在一些果园, 可以组织家庭游客进行亲子采摘活动, 让孩子们亲近大自然, 体验劳动的乐趣。安排一些适合家庭游客的休闲活动, 如野餐、露营等。在风景优美的公园或郊外, 提供野餐场地和设备, 让家庭游客享受悠闲的时光。对于老年游客群体, 更倾向于舒适、轻松的旅游方式, 注重文化内涵和健康养生。可以安排文化讲座、历史文化景点讲解等活动, 深入了解地方文化。在参观历史文化景点时, 配备专业的导游进行详细讲解, 让老年游客更好地领略景点的历史文化价值。提供健康养生的服务和项目, 如中医理疗、温泉疗养等。在温泉度假区, 为老年游客提供舒适的温泉泡池和专业的中医理疗服务, 帮助他们放松身心, 养生保健。

2.3 加强赛事与文旅的宣传推广

2.3.1 整合营销传播策略

整合营销传播策略是加强赛事与文旅宣传推广的重要手段, 能够充分利用多种媒体渠道, 实现全方位、多角度的宣传, 提高宣传效果, 扩大赛事和地方文旅的影响力。运用多种媒体渠道进行宣传推广, 包括社交媒体、传统媒体等。利用社交媒体平台的广告投放功能, 精准定位目标用户群体, 提高宣传的针对性和效果。

传统媒体虽然在传播速度和互动性方面相对较弱, 但在权威性和公信力方面优势较大。与电视台、广播电台、报纸、杂志等传统媒体交流合作, 进行赛事和文旅的报道和宣传。在电视台播放赛事的精彩回放、专题报道, 介绍地方文旅资源和特色活动。除了社交媒体和传统媒体, 还可以利用户外广告、线下活动等渠道进行宣传推广。举办线下宣传活动, 如赛事推介会、文旅展销会、主题展览等。在赛事推介会上, 向潜在的参与者和赞助商介绍赛事的特色、规模、赛程等信息, 吸引他们的关注和参与。在文旅展销会上, 展示地方的旅游产品、特色美食、手工艺品等, 吸引游客的购买和体验。通过多种媒体渠道的整合运用, 能够形成全方位、多层次的宣传推广网络, 提高赛事和文旅的曝光度和影响力。

2.3.2 利用新媒体平台创新宣传方式

利用新媒体平台创新宣传方式是提升赛事和文旅宣传效果的重要途径。新媒体平台具有丰富的功能和多样的形式, 为创新宣传方式提供了广阔的空间。以短视频平台为例, 短视频具有时长较短、内容简洁、形式多样、易于传播等特点, 非常适合在新媒体平台上进行传播。通过制作有趣、有吸引力的短视频内容, 可以吸引大量用户的关注和分享, 扩大赛事和地方文旅的影

响力。制作赛事精彩瞬间的短视频,如运动员的精彩表现、比赛的激烈场面等,能够激发观众的兴趣和热情。拍摄地方文旅特色的短视频,如美丽的自然风光、独特的历史文化景点、热闹的民俗活动、诱人的美食等,让观众直观地感受地方的魅力。

利用短视频平台的互动功能,开展各种互动活动,提高用户的参与度和粘性。发起话题挑战活动,鼓励用户拍摄与赛事或地方文旅相关的短视频,并使用特定的话题标签。举办直播活动,让用户实时了解赛事和文旅的情况。在赛事期间,进行赛事直播,让无法到现场的观众也能观看比赛。在旅游景区进行直播,展示景区的美景、文化活动等,吸引观众前往旅游。通过创新宣传方式,能够充分发挥新媒体平台的优势,提高赛事和文旅的宣传效果,吸引更多的游客和参与者。

2.4 完善配套设施与服务保障

2.4.1 加强基础设施建设

加强基础设施建设是保障体育赛事顺利举办和提升游客旅游体验的基础。在交通方面,赛事举办地应优化公共交通线路和运营时间,增加赛事期间的公交、地铁、轻轨等公共交通工具的班次,确保观众和选手能够便捷地到达赛场场馆和旅游景点。在赛场场馆周边设置专门的公交站点和换乘枢纽,方便观众和选手换乘不同的交通工具。提供多样化的交通服务,如共享单车、网约车等,满足不同游客的出行需求。

在住宿方面,赛事举办地应加大对酒店、民宿等住宿设施的建设和改造力度,增加住宿容量,提高住宿品质。建设一批高品质的星级酒店,满足高端游客的需求。鼓励发展特色民宿,让游客体验当地的风土人情。加强对住宿设施的管理和监督,确保住宿环境的卫生、安全和舒适。在餐饮方面,丰富赛场场馆和旅游景区周边的餐饮选择,提供各种类型的美食,满足不同游客的口味需求。

在旅游景区,完善旅游标识系统,设置清晰、准确的指示牌和导览图,方便游客了解景区的景点分布和游览路线。加强基础设施建设,能够为赛事和游客提供良好的硬件条件,提升赛事的举办水平和游客的旅游体验。

2.4.2 提升赛事组织与旅游服务水平

提升赛事组织与旅游服务水平是提高赛事和文旅融合发展质量的关键。提高赛事组织的专业性,确保赛事的顺利进行。赛事组织者应具备丰富的赛事组织经验和专业知识,能够制定科学合理的赛事计划和流程。加强对赛事工作人员的培训,提高他们的服务意识和

专业技能。赛事工作人员包括裁判、志愿者、安保人员、医疗人员等,他们的服务质量直接影响着赛事的效果和参与者的体验。对裁判进行专业培训,确保他们能够公正、准确地执法比赛。对志愿者进行系统培训,提高他们的沟通能力、服务能力和应急处理能力,让他们能够为赛事参与者提供热情、周到的服务。配备专业的医疗人员和充足的医疗设备,为选手和观众提供及时、有效的医疗保障。

提升旅游服务的质量和效率,为游客提供优质的旅游体验。旅游服务人员包括导游、景区工作人员、酒店服务人员等,他们应具备良好的服务态度和专业素养。加强对旅游服务质量的监督和管理,建立健全旅游服务质量投诉处理机制,及时处理游客的投诉和建议,不断改进旅游服务质量。通过提升赛事组织与旅游服务水平,能够增强赛事和地方文旅的吸引力,促进体育赛事与文旅产业的深度融合。

2.5 培养专业人才

2.5.1 加强人才培养与引进

加强人才培养与引进是推动体育赛事与文旅融合发展的重要支撑。通过高校教育、职业培训等方式培养专业人才,能够为产业发展提供源源不断的人才支持。在高校教育方面,优化相关专业设置,加强体育赛事运营、文旅产业管理等专业的建设。高校应根据市场需求和产业发展趋势,调整专业课程体系,增加与体育赛事和文旅融合相关的课程。

开展职业培训,提高现有从业人员的专业素质。针对在职人员,举办各类短期培训班、进修班等,培训内容包括赛事组织管理、文旅产品开发、服务营销等方面。通过加强人才培养与引进,能够提高体育赛事与文旅融合领域的人才素质和数量,为产业发展提供有力的人才保障。

3 结论与建议

本研究深入探讨了体育赛事带动地方文旅发展的路径。打造特色体育赛事IP,挖掘地域特色与文化元素,提升赛事品质与品牌形象。重庆“火锅马拉松”将火锅文化与马拉松运动相结合,提升了赛事的独特性和吸引力。完善赛事与文旅融合的产品与服务,开发“赛事+旅游”一体化产品,提供个性化、多样化的服务。河北石家庄马拉松开展“跟着石马去旅行”活动,为游客提供了丰富的旅游选择。加强赛事与文旅的宣传推广,运用整合营销传播策略,利用新媒体平台创新宣传方式。通过多种媒体渠道宣传赛事和文旅资源,制作有趣的短视频等,提高宣传效果。完善配套设施与服

务保障, 加强基础设施建设, 提升赛事组织与旅游服务水平。优化赛事举办地的交通、住宿、餐饮等设施, 提高赛事组织和旅游服务的专业性。培养专业人才, 加强人才培养与引进, 通过高校教育、职业培训等方式培养专业人才, 吸引外部优秀人才加入。

参考文献

- [1] 邵凯. 体育赛事赋能国家级都市圈文体旅融合发展的策略研究[J]. 体育与科学, 2025, 46(05): 103-110.
- [2] 周思羽, 孙文波, 路云亭. 群众体育赛事促进“体文旅”融合发展研究——以“苏超”为例[J]. 体育学刊, 2025, 32(05): 24-30.
- [3] 张晓磊, 李海. 我国体育产业与文旅产业高质量融合发展研究——基于价值网视角[J]. 山东体育学院学报, 2022, 38(04): 21-28.
- [4] 汪逢生, 王凯, 李冉冉. 体育产业与文旅产业融合发展机制、模式及路径[J]. 体育文化导刊, 2022, (01): 85-91.

- [5] 任薇, 王小清. 试论体育文博事业发展[J]. 体育文化导刊, 2008, (07): 16-19.
- [6] 周虎, 金礼杰, 杨世成. 乡村体育赛事促进农文旅消费的内在逻辑与实践策略[J]. 天津体育学院学报, 2026, 41(01): 96-102+117.
- [7] 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(03): 30-38.
- [8] 张剑武, 张一然, 翟波宇. 文旅融合背景下弥勒市乡村体育文化新发展路径研究[J]. 冰雪体育创新研究, 2026, 7(03): 46-48.

版权声明: ©2026 作者与开放获取期刊研究中心(OAJRC)所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



OPEN ACCESS