

“体旅文商农”产业深度融合机理与实践路径

黄仨¹,张勇²,周道平²

(1.西南林业大学体育学院,云南昆明650224;2.吉首大学体育科学学院,湖南吉首416000)

【摘要】“体旅文商农”产业深度融合是构筑体育强国构建新发展格局、努力开创体育产业高质量发展新局面的战略决策。运用文献资料法、逻辑分析等方法,揭示“体旅文商农”产业深度融合的内涵特征与逻辑机理,构建“基础业态支撑创新业态、创新业态反哺基础业态,传统与创新协同共生”的双轮互驱机理框架。从资源、文化、科技、供给与治理五个维度揭示其深层障碍,阐释融合过程中结构性失调与治理短板;提出夯实融合基础、核心文化驱动、强化科技引擎、关键产品突破与治理机制优化的“五维一体”实践路径,力图实现“体旅文商农”从政策推动向机制内生、从结构拼接向功能耦合的转变。

【关键词】体旅文商农;体育产业;深度融合;产业创新;产业协同

【中图分类号】F592;F323;F724;G812 **【文献标志码】**A **【文章编号】**2096-5656(2026)03-0079-13

DOI: 10.15877/j.cnki.nsic.20251222.003

促进“体旅文商农”产业深度融合,既是优化经济结构、推动经济高质量发展的重要引擎,也是提升体育产业竞争力、建设体育强国的现实选择。2025年1月1日,中共中央、国务院印发的《关于进一步深化农村改革扎实推进乡村全面振兴的意见》,提出“推进乡村文化和旅游深度融合”;同年3月,中办与国办印发的《提振消费专项行动方案》,要求促进商旅文体健多业态消费融合,创新多元化消费场景;同年7月,农业农村部等10部门出台的《促进农产品消费实施方案》,强调推进农文旅融合、拓展消费新空间。事实上,“体旅文商农”产业深度融合与发展,不仅是一个重要的理论命题,更是一个鲜活的实践课题。

就理论而言,内涵上,是“多个相对独立产业之间的产业边界逐渐模糊的过程或现象”^[1],其实质在于通过产业之间的取长补短、相互促进、协作共生,提升产业附加值^[2]。逻辑上,包括技术逻辑、产业逻辑、需求逻辑,其中,技术创新为产业发展提供的通用平台^[3],丰富了“体旅文商农”融合内容要素;产业创新升级的发展诉求,市场需求的复合化与消费结构的高级化^[4],为“体旅文商农”融合发展注入了强劲动力。其价值,产业之间的交叉、渗透与重组能够形成产业的新形态^[5],功能互补与发

展协同能够推动产业融合发展^[6]，“体旅文商农”产业融合发展是破解体育产业发展痛点的新探索、推动体育消费场景创新的新引擎、发挥多产业优势互补与短板互补的新平台^[7]。但现有研究或探讨“体旅”等二元系统之间的融合^[8-9],或分析“体文旅”^[10]“文旅商”^[11]等三元系统之间的融合,或研究“农文旅商”等四元系统之间的融合^[12-13],较少涉及“体旅文商农”五元系统之间的融合。就实践而言,各地积极探索“体育+”“+体育”融合发展模式。安吉国家体育产业示范基地依托自然地貌优势,在绿水青山间构建聚集运动健身、旅游休闲、文化体验、商业服务、农事参与等要素的复合型消费场景,2024年接待游客3 402.1万人次,实现旅游总收入475.6亿元^[14]。重庆际华园极限运动小镇建构“体育+”业务生态圈,打造集冰雪体验、极限运动、健康生活、亲子游乐、休闲娱乐、旅游度假为一体的城市体育旅游综合目的地,年均接待游客约35万人次^[15]。江苏大力推进“农文商旅体”融合,2025年“五一”期间全省推出4 400多项文旅活动,仅假期第一天便接待游客565.74万人次,游客消费总额达20.95亿元,同比

收稿日期:2025-09-20

基金项目:国家社会科学基金西部项目(21XTY011)。

第一作者:黄仨,博士,教授,研究方向:体育产业经济与管理。

2024年分别增长17.8%和17.2%^[16]。但在推进体旅文商农融合过程中,普遍存在规划同质化、资源整合低效、利益协调不畅等问题,凸显出实践探索的局限性与理论指导的不足。

基于此,从“体旅文商农”的内涵特征出发,聚焦“逻辑机理—现实困境—推进路径”议题,立足“基础业态支撑创新业态、创新业态反哺基础业态,传统与创新协同共生”的双轮互驱机理框架,厘清资源、文化、科技、供给与治理等维度的深层障碍,通过夯实融合基础、激活文化基因、强化科技赋能、创新产品体系与优化运行机制“五维一体”的协同路径,以期推进“体旅文商农”高质量融合发展。

1 “体旅文商农”产业深度融合的内涵特征

“体旅文商农”产业深度融合作为培育体育产业新动能、塑造新优势的重要路径,不仅能打破5大产业的固有壁垒、激活多元资源潜能,而且能促进经济增值、文化传承、生态保护、品牌塑造与社会共建的协同并进。当前,消费需求正向品质化多元化升级,产业转型进入深度调整期,单一产业的局限性日益凸显,跨产业深度融合成为突破发展瓶颈的必然选择。对“体旅文商农”产业深度融合的内涵进行界定,并剖析其主要特征,明确其在融合程度、效果、结构中的目标与定位,为体育产业高质量融合发展提供理论支撑和实践逻辑。

1.1 “体旅文商农”产业深度融合的主要内涵

第一,融合程度:从表层叠加到深度渗透。产业融合是通过产业渗透或产业交叉或产业重组,实现资源优化再生、产业优化升级的工程。就“体旅文商农”而言,产业融合的手段在于“融”,目的在于“合”,其融合的程度是打破体育产业与其他4大产业要素之间的产业边界,通过资源共享、业务协作、功能互补,形成新业态、新模式和市场空间的过程^[17],表现为跨界与连接,强调从无到有,将体育产业与不同产业元素进行组合;深度融合则是在产业融合的基础上,实现体育产业与各产业要素之间对技术、人才、资本、信息、数据等高级要素的系统集成,形成你中有我、我中有你、难以剥离的有机产业生态系统;体现在重构与共生,强调从有到优,创造经济、社会、文化、品牌与生态相互赋能、协同并进的共生体。

第二,融合效果:从互补增效到价值共创。“体旅文商农”产业深度融合具体包括思想理念、体制机制、规划技术、空间载体、产品业态、市场交流、功能效应、服务管理等方面的深度融合。其中,思想理念属于理念层,是贯彻新发展理念的必然要求与战略选择;规划技术、空间载体、服务管理、市场交流、产品业态、功能效应属于维度层^[18],即“体旅文商农”产业深度所涵盖的维度;体制机制属于机制层,即“体旅文商农”5大产业及相关要素的相互渗透、交叉或重组。产业深度融合过程既需要通过要素重组、技术渗透、功能互补与边界消融等方法,推动体育产业与其他四大产业在理念、机制、技术、业态、载体、交流、管理、功能等方面的深度融合,又需要发挥“体育+”“+体育”和“+旅文商农”“旅文商农+”的积极作用,推动体育产业与其他4大产业深度融合、动态共生,形成大体育、大融合、大产业格局,核心是实现“体旅文商农”共创价值,其本质是“共建、共享、共赢”(图1)。

第三,产业结构:从产业链片段对接到价值链重构。首先,强调要素的复合配置。体育场景不仅是活动空间,更是消费触点、文化传播通道与商业引流的入口;通过体育拓展旅游的物理空间和服务边界,为文化提供价值符号和内容的母体、为商业实现价值转换与利润的分配、为农业强化生态基础与可持续的支撑。这种复合体系不仅拓宽了产业边界,而且还形成了游客、农民、消费者之间的顺畅流动与互动。另外,提升供水、供电、通信等基础配套能力,可以保障“体旅文商农”融合场景的持续运营;优化无障碍设施、智能导览系统、景区标识等优质服务,可以提高用户体验感。其次,注重链条重构与场景生成。从农耕文化体验、乡村马拉松等微观产品创新催生超越单一产业属性的新型业态,可加快整合农业与文化旅游、体育赛事与乡村旅游资源等中观产业链重构,突破产业边界、整合空间要素,在宏观层面构建出体育旅游特色小镇、田园综合体、体育公园、示范基地、康养基地等载体的“体旅文商农”全新产业生态。实现内容、服务、技术与体验的集成化发展,推动多重业态耦合嵌套,将原本割裂的空间场域整合为从田野到球场、从文化地标到消费终端的多维体验型场景系统,最终向产业生态化、场景沉浸化演进,构建交互式的场景空间。最后,强化公共服

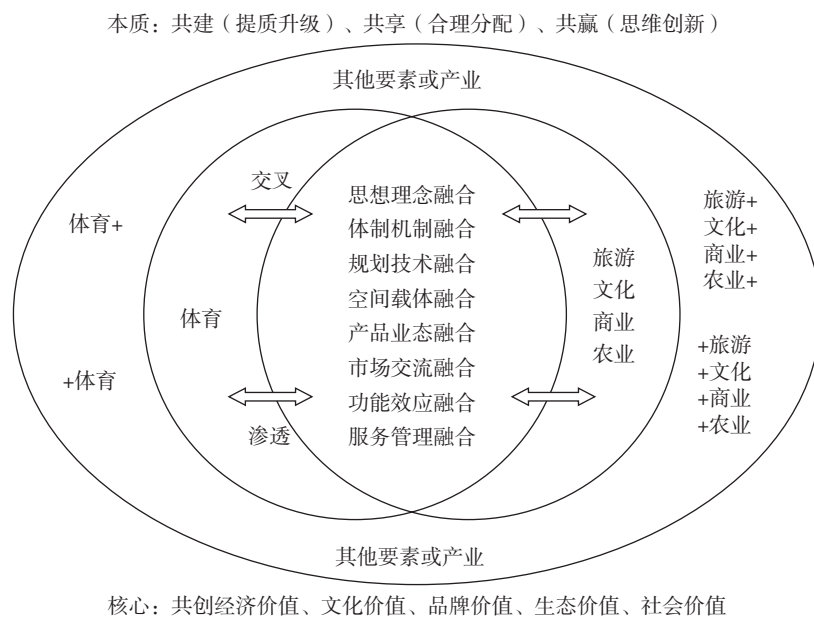


图1 “体旅文商农”产业深度融合概念模型

Fig.1 Conceptual model of the integrated development of sports-tourism-culture-commerce-agriculture industries

务与智慧运营体系。融合发展不仅是硬件建设,更需要服务系统的深度匹配与智慧管理。构建集文体服务、旅游咨询、商业消费、农业体验于一体的“融合服务中心”,可实现全链条的接待与服务。同时,推动数字平台建设,将智能导览、信息发布、交通调度、票务管理等功能整合入统一平台,实现智慧化运营管理,形成由政府主导转向引导,由市场逐利转向协同,社区从边缘走向核心的运营体系。

1.2 “体旅文商农”产业深度融合的主要特征

“体旅文商农”产业深度融合具有3个方面的特征:结构性,即5大产业的深度融合理念、维度、机制等多个层面的彼此支撑与作用;系统性,5大产业的深度融合是一个复杂的系统性工程,需要一体化推进、整体性发展;空间性,5大产业的深度融合是以社会空间为发展基础,依托一定的物理空间,在不同领域、不同行业、不同地域进行跨界合作与协同发展。就“体旅文商农”产业深度融合的本质意义,旨在挖掘和释放5大产业的潜在价值,创造更多新增价值。主要特征不仅是衡量5大产业融合体系的主要尺度、所产生效益的重要标准,也是5大产业走向可持续、高质量发展的关键路径。具体表现在:

就经济层面而言,实现经济增值是“体旅文商农”产业共生的起点,体育赛事所引发“流量经济”成为文旅消费的导流平台,农业产品通过赛事直播、电商平台、旅游集市获得附加值提升,而商业系统则借助文旅节庆与农体活动实现消费链闭环,使生产、

流通、消费等环节形成跨产业的增值链条。进而实现多元主体收益共享,避免单一主体垄断收益是经济共创实现的落脚点,让农民、个体商户、文旅企业等不同参与主体都能从中获得合理回报,良性形成产业链延伸、价值增值、利益共享的循环机制,推动在各产业间高效流动与再分配。

就文化层面而言,体现为多元群体对地方性文化资源的识别、转译与赋新过程。一方面,5大产业融合使得传统民俗、技艺、节庆等文化资源,在体育的互动场景、旅游的空间载体、商业的传播平台与农业生产场域中激活,使静态文化遗产转化为可体验、可消费、可观赏、可传承的活态文化资本;另一方面,借助文化共创超越单一产业的表达局限,依托共性文化催生差异化形态,以农事体验、非遗手作等身体实践与乡土认同、健康理念等意义建构深度融合,理解农事体验中的生态智慧、感悟非遗手作中的工匠精神、内化武术研习中的传统文化基因,使参与者不仅消费文化产品,更在具身化实践中完成文化认同和文化的再生产,最终形成一源多相与认同凝聚的文化共生体。

就品牌层面而言,强调由政府、企业、设计者与用户共同塑造区域性、融合型品牌价值。整合多元产业的文化符号与体验价值,构建赛事IP打造、非遗+农产品品牌联名、文化地标共建、场景化体验设计等形式,实现品牌认知从功能标识向情感认同跃迁。将体育的活力基因、旅游的地域印记、文化的深

层叙事、商业的市场触角与农业的生态意象进行创造性编码,打造“一地一品”的超级品牌符号。例如,“村BA”“村超”“苏超”等体育赛事已成为区域认知符号,腾冲马拉松赛事把英雄红(运动精神)+生态绿(文化底蕴)+银杏黄(生态美味)等与路跑线路融合,不仅促进了周边文创、农产品、旅游等多业态品牌的扩展与联动传播,而且实现了体育旅游品牌的矩阵化发展。

就生态层面而言,技术渗透与制度协同进一步将生态约束转化为创新要素,推动资源消耗型发展模式向环境增益型模式跃迁,使绿水青山通过产业融合实现可持续增值。依托各类平台借助大数据挖掘用户需求、AI辅助设计融合产品、区块链保障交易信用、AR/VR重构体验场景,赋能农业的生态本底为体旅活动提供自然场域,有机种植的绿色生产方式本身成为环境教育载体;体育赛事通过低碳标准倒逼设施升级,文旅活动借助环境解说强化生态意识;农产品就地加工销售的商业循环模式显著降低碳足迹,使远程游客可“云游农场”、外地观众可“云参与赛事”,拓宽共创主体边界与协作场景,最终形成经济生态化与生态经济化的双向赋能机制。

就社会层面而言,深度融合过程中的价值回归是“人民性”。将原本处于被动地位的村民、游客、消费者转化为共同建设者、监督者与传播者,深度参与规划设计、经营管理、服务供给等环节,这种嵌入式参与不仅能催生社区内生发展能力,还能通过产

业融合场景重塑社会资本,让传统村落承接马拉松赛事焕发凝聚力,城市商圈对接农夫市集构建新型邻里关系。从单一经济维度拓展至文化认同、社会资本、健康环境等多元共富图景,产业深度融合带来就业机会改善居民收入,完善公共服务提升生活品质,文化活动开展增强社区凝聚力,体育设施共享促进健康生活方式,最终推动以人为本的社会共创价值在5大产业深度融合中持续释放。

2 “体旅文商农”产业深度融合的逻辑机理

随着经济社会深度转型、消费需求持续升级及区域融合发展战略的持续推进,“体旅文商农”产业融合正从初级的资源拼接、要素整合,迈向更高层次的系统重构与机制协同。究其根本,产业融合高质量发展离不开传统业态(食住行游购娱)的基础支撑和创新业态(闲学福养奇险情创)的价值引擎,形成“基础业态支撑创新业态、创新业态反哺基础业态”的“传统与创新协同共生”的双轮互驱机制(图2),为其提供可持续发展的强大动能。

2.1 基础支撑:传统业态整合赋能机理

就产业融合的理论角度而言,5大产业关联性与互补性较强,具有融合创新发展的特性,能够催生新经济形态^[19]。在“体旅文商农”产业深度融合中,通过空间重构、功能升级与文化植入整合“食住行游购娱”,将旅游基础服务要素转化为体育旅游产业价值链的有机组成部分,为5大产业深度融合提

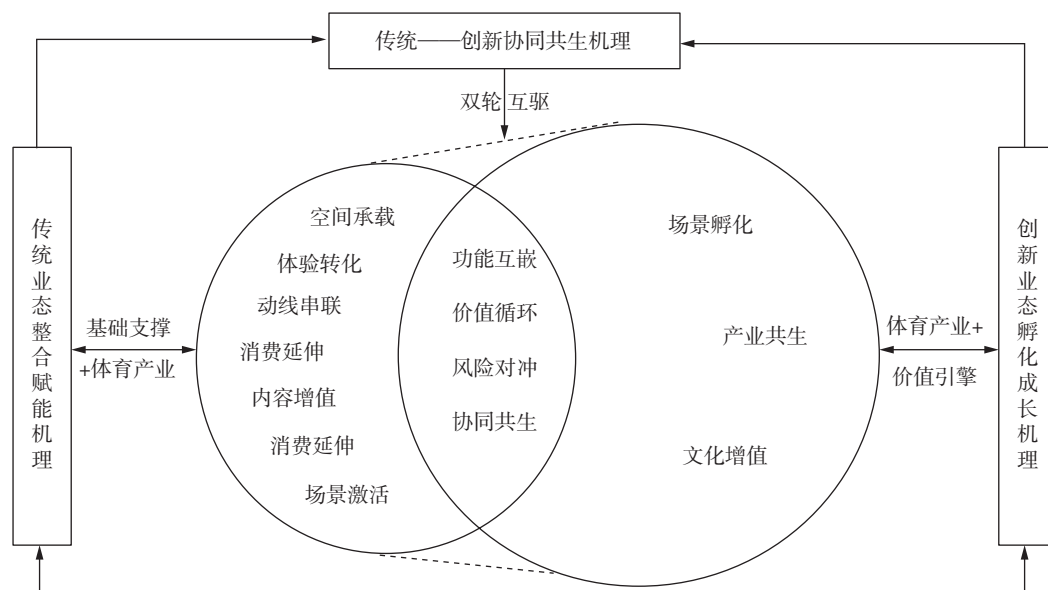


图2 “体旅文商农”产业深度融合逻辑机理示意图

Fig.2 Schematic diagram of the logical mechanism for deep Integration of "sports,tourism,culture,commerce,and agriculture" industries

供多元场景化的基础支撑。

这一赋能机制具体包括6个方面:①空间承载。住宿业态突破单一休憩功能,通过主题化场景设计延长游客停留时间。例如,融入民族体育文化符号的藏式民宿、打造星空帐篷营地的户外运动特色,采用入住赠送体育体验券的“住宿+”模式实现客流转化。②体验转化。餐饮业态是挖掘地域饮食文化与运动营养科学融合。例如,运动员营养餐、3D投影运动主题餐厅,将“吃”转化为体育文化展示与健康教育的运动体验节点。③动线串联。交通系统突破“通道”属性,通过体育景观廊道建设及特色交通工具,运用自行车绿道、森林健身步道、竹筏漂流、热气球观光等,实现“行即游、游即是行”,强化体旅文商农的空间联结与沉浸感。④内容增值。游玩业态是打破传统观光的桎梏,以体育资源活化自然与人文景观。一方面,依托山地、水域等生态本底开发徒步穿越、漂流探险等动态体验;另一方面,将传统村落、历史遗迹转化为农耕文化体验园、红色体育拓展等体育研学基地,实现静态资源动态化发展。⑤消费延伸。购物场景需打通“线上+线下”双渠道,通过赛事IP衍生品、非遗体育工艺品等体育文创商店及VR体育商城等技术应用,将体育消费行为延伸为文化认同与记忆的载体。⑥场景激活。娱乐业态是强化运动的参与性,结合地方特色开发传统武术演艺、夜间体育市集、VR体育竞技等多元活动,激活全时段体育消费潜力。

2.2 价值引擎:创新业态孵化成长机理

创新业态(闲学福养奇险情创)具有跨领域、综合性、创新性等特征^[20],经过其场景化孵化,将静态资源转化为动态体验,是深化产业共生与文化增值的核心逻辑。“体旅文商农”产业深度融合中,通过重构生产要素、激活场景消费与深化文化认同,形成“以创新业态塑品牌、以品牌溢价反哺融合”的价值循环引擎,驱动5大产业融合从资源叠加向价值共创跃迁。

就场景孵化而言,它是以数智技术与文化IP赋能体验升维。“福养”是以祈福康养融合传统医学与体育疗愈,打造“体医养”生活范式。“奇险”是以探奇探险借力VR/AR技术,将自然景观转化为沉浸式的森林密室逃脱、翼装飞行模拟等体育游乐场,满足求新求险的深度体验需求;“情创”是以情感与文

创融合开发体育+婚恋、情侣热气球观光、非遗体育文创市集、武术IP衍生品等主题线路的文化叙事,激活体育消费共鸣进而实现情感消费与文化增值。

就产业共生而言,它是以体育赛事为纽带,打破业态边界构建“体育+”“+体育”的生态网络,嫁接“会展+温泉/滑雪/康养”等模式,衍生企业团建、体育培训等B端价值链。“闲”是以城市休闲激活高频次轻运动消费。例如,广州融创体育世界俱乐部通过“体育社群+会员经济”大幅提升了客群黏性。“学”是以研学与农耕开发“体育研学+农事体验”产品。例如,贵州依托村落资源打造农耕文化园与徒步插秧、花田马拉松融合,实现教育价值与乡土经济的双重转化。

就文化增值而言,它是挖掘区域文化基因,推动“资源—产品—品牌”的价值链跃迁。以“福养”重构健康生活方式,将太极、八段锦等传统体育转化为康养旅游核心IP;以“情创”赋能民族摔跤节、沙漠健身嘉年华等乡村体育节庆,通过文化活化提升产业溢价能力;以“学农”链接农耕文明与现代体育,形成“田园马拉松+生态农产品展销”等特色品牌,推进一二三产业融合增效。

2.3 双轮互驱:传统与创新协同共生机理

“体旅文商农”产业融合发展中,传统业态与创新业态通过要素重组与场景耦合,构建“功能互嵌—价值循环—风险对冲”的生态闭环,成为5大产业深度融合的核心动力。

就功能互嵌而言,一方面,传统业态为创新业态提供场景载体与流量入口。把民族文化民宿植入禅武文化养生课程,将休憩空间转化为康养体验场域;骑行绿道、徒步线路串联农耕、自然等研学基地,使交通动线升级为文化教育走廊;运动主题餐厅融入运动员营养餐标准,为体育会展与普通游客提供健康餐饮配套,实现基础服务与社会需求的场景化绑定。另一方面,创新业态为传统业态注入差异化竞争力。“情创”等非遗体育市集延伸购物链条,以民族摔跤IP衍生品带动手工文创消费;“奇险”等森林探险活动激活观光资源,将静态森林转化为动态挑战场景;“商”等企业体育培训填补酒店会议设施淡季闲置,提升多元资源的周转效率。

就价值循环而言,一方面,数字技术驱动传统和创新要素融通。利用VR预订系统将具有“奇险”特

征的线上翼装飞行模拟流量,导流至“住”的线下星空帐篷营地;借助消费数据特征优化“福养”套餐设计,反向指导餐饮健康食材采购和运动休闲养生,形成“需求—供给—反馈”的数据闭环。另一方面,文化符号全域渗透强化“体旅文商农”的产业认同。例如,少林禅武元素以食器雕纹形态同步植入餐饮器具、以太极屏风元素融入民宿装饰、以武医故事情节融入徒步导览,使文化认同转化为多业态消费黏性,实现一地体验、全域增值的深度融合空间。

就风险对冲而言,首先,产能互补平衡供需波动,旅游淡季时,发展“学农”类的体育研学与企业培训承接闲置酒店客房;当极端天气制约户外探险时,室内温泉“娱”、特色餐饮“食”等传统业态提供现金流缓冲,支撑创新业态孵化。其次,业态交叉提升系统抗风险能力。例如,海南日月湾体育旅游基地,当“奇险”为主题的冲浪赛事受气候影响时,就打造“情创”的滨海市集、“福养”的瑜伽康养迅速补位,并依托餐饮、交通等基础网络维持客流量,形成多业态并联、单点失调不崩盘的弹性结构。

这一过程,也是5大产业协调共生本质过程。传统业态以规模化、稳定性为融合系统托底,创新业态以差异化、多样化、体验化的高溢价驱动质效提升。二者通过民宿+康养、交通+探险、餐饮+养生、购物+文创、运动+休闲等多场景多业态互嵌,以数据导流、文化增值促进各要素良性循环,实施淡旺季产能调配化解风险分散,从而构建“基础养新、新反哺基”的有机共同体,最终实现“体旅文商农”产业生态从物理叠加向化学融合的质变,为加大优质旅游产品和服务供给提供可持续增长范式。

3 “体旅文商农”产业深度融合的现实困境

在国家政策驱动、科技创新推动、市场消费拉动之下,许多地方积极探索实践,虽然初步构建起“体旅文商农”跨界协同的产业框架,但5大产业融合仍面临资源要素整合艰涩、文化基因转化迟缓、科技赋能融合滞后、融合产品供给同质、协同治理机制缺位等现实困境,反映出5大产业深度融合尚处于从形式叠加迈向系统重构的过渡期,亟须在体制机制、模式创新与要素配置等方面寻求破解。

3.1 资源要素整合艰涩

“体旅文商农”产业深度融合的核心,在于多元

资源要素的高效整合与协同配置,然而现实中资源整合的壁垒较为突出。

首先,资源信息孤岛现象。5大产业在发展过程中形成了相对独立的资源池和数据体系,缺乏统一的信息平台与共享机制,导致体育赛事、文化资源、旅游线路、农业基地等核心要素难以实现互联互通,资源利用的效率受限。同时,产业之间的融合模式存在缺陷^[21],彼此交叉渗透不深,体育资源与自然景观、特色产业、人文特色等整体性融合不深、局部性融合不强;产业链、服务链、价值链互动延伸不足,产业融合还处于较低层次,缺乏良好的市场主体互动机制;分解重组不牢。例如,广西桂林遇龙河国际旅游度假区,通过农民体育健身大赛同旅游、文化、商业等产业重组联姻,但由于缺乏产业重组兼并战略,没能成功建构新型融合产业,造成整体融合效益不佳。

其次,跨域壁垒阻滞循环。“体旅文商农”传统条块分割的管理体制与产业融合要素在自由流动、高效配置之间存在矛盾。一是经认定体育产业基地、文化旅游园、商业中心和农业园区等综合体^[22],建设用地归属于不同行政部门管理,彼此之间存在难以调剂或混合使用的障碍,未设计最优规划而导致设施、空间与客流资源无法建立起与其他产业开放的共享机制,造成土地资源的浪费或利用不经济。二是体育、文旅、农业、商业等各部门的专项资金通常具有指向性,跨界融合项目同时申请多个渠道的资金有难度,难以满足各自复杂的管理要求与统筹合力。

最后,人才与资源跨界融合不足。总体而言,5大产业融合发展面临从业人员不足、专业人才数量少的问题,体育旅游示范区从业者不足1万人,数字体育旅游人才更是匮乏^[23]。来自长三角、珠三角和京津冀地区的5个体育旅游示范县调查显示,运营团队主要来自旅游、地产、酒店,数量与质量都难以适应产业的融合发展^[24]。部分地区过度依赖单一资源类型,忽视人才与资源的功能互补和优化,导致产业链断裂和价值链提升受阻。

3.2 文化基因转化迟缓

文化基因承载着民族历史记忆与精神内核,是“体旅文商农”产业融合的核心内涵,活态转化水平直接决定产业融合的深度和质量,成为产业深度融

合中的转化瓶颈。

其一,文化缺乏统一标准。不同地区、民族及产业的文化表达形式多样,传统业态的文化元素难以直接适配现代体旅文商农产业需求。来自黄河流域79个地级市的实证研究发现,非物质文化遗产与旅游产业融合水平较低,呈现明显的非同步发展特征^[25]。文化内涵与市场价值之间存在显著脱节,阻碍了文化符号向经济价值的有效转换。

其二,文化转化的动力不足。文化与其他产业融合面临3个层次的挑战,在其转化为旅游资源时,易于沦为建构身份的工具;在其转化为可参观性生产(商品化),易于弱化其价值;在其成为展示产业时,“无地方性”和“无景观”的“伪真实”易于导致文化体验失真^[26]。实践中,5大产业主体的文化创新意识和技术支撑还存在不足,深挖各自文化产品形成差异化的体育赛事还有差距,导致文化表现形式与创新单一,难以激发消费者的共鸣与参与。例如,桂西北地区注重推动抛绣球、跳竹竿舞等民俗体育项目商品化与表演化,却忽略其人文价值的挖掘与呈现,无法使人们感受深层次的文化内涵,在一定意义上断裂了文化记忆,制约了民俗体育文化的传承。此外,文化传承与现代产业融合过程中,还存在文化原真性的过度保护与商业化利用之间的矛盾,使得文化转化进程趋于保守,限制了体旅文商农文化基因的活力释放。

其三,文化产业链条不完整。文化要素在融合中往往停留于体旅文商农的单一环节,例如,文化表演或展览,缺乏深度开发与体旅和商农产业的延伸,无法实现从文化内容到体旅商农文化产品、再到体旅和商农文化服务的全链条转化,导致多样文化基因难以形成持续增值,既制约多样文化基因的有效开发与市场化路径探索,又导致文化产业融而不精,产业链条不长、附加值不高。

3.3 科技赋能融合滞后

科技赋能是推动5大产业融合创新和高效运行的关键引擎。由于整体科技应用水平与融合需求之间尚有较大提升空间,成为制约产业深度融合的技术障碍。

首先,科技信息建设不足。数字技术是5大产业深度融合的“稳定器”和“倍增器”,但尚未形成数字技术赋能5大产业融合发展的互动机制,原因在

于技术资金投入不足、技术供给要素不完整、科技与创新“两张皮”等^[27]。体旅文商农产业在智能化设备、数字平台和信息系统建设上多为孤立布局,推进体旅文商农数字化、网络化、智能化发展,推动5G、人工智能、物联网、大数据、云计算等应用,还缺乏统一、权威、系统的数据作为标准与接口,导致数据壁垒和信息孤岛问题,难以实现跨行业的资源共享与流程协同。

其次,科技创新成果转化慢。西部和欠发达地区企业虽具备一定的科技研发能力,但技术应用多停留在试点试用阶段,还缺乏“体旅文商农”产业深度融合定制化的解决方案,致使大规模推广与示范效应还稍弱,难以满足产业深度融合场景的多样化需求。加之,传统业态对新兴技术的接受度和适应性有限,也进一步阻碍了“体旅文商农”智能化转型的深度。

最后,数智化环境建设不均衡。在农村和边远地区基础网络覆盖不足、数据处理能力比较有限,使得乡村体旅产业深度融合难以依赖高效的数字平台进行运营与管理,从而制约了边远地区智慧服务和智能决策的实现。另外,产业深度融合的技术安全与隐私保护问题亦日益突出,还缺乏完善的技术标准和监管体系,影响企业和用户的信任度,进而降低了科技赋能的积极性。

3.4 融合产品供给同质

“体旅文商农”产业融合的核心在于打造多元化、差异化的融合产品。但融合产品供给同质化问题,成为5大产业融合与创新的显著短板。

其一,企业在融合产品中趋同于模仿。由于缺乏对地方文化特色和资源禀赋的深度挖掘,导致产品同质化模仿严重,最终难以形成鲜明的品牌辨识度和竞争优势。例如,位置相邻且水上体育旅游资源类似的青岛、烟台、威海、日照等地,海洋亲水体验的深度开发项目缺失,多为“复制粘贴”,难以吸引游客。产品同质不仅难以激发新的消费增长点,也限制了区域特色产业链的延伸和升级,进而影响体旅文商农产业生态的多元化与韧性。

其二,市场导向不足加剧了供给同质。融合产品开发未能充分调研消费需求和行为的变化,缺乏精准的用户画像和需求匹配,导致产品在体验内容、服务形式和价格策略上难以实现差异化突破。例

如,陕西乾县把废弃的老旧村落开发为民宿项目,出发点虽好但没有对应体育赛事市场参与,导致入住率偏低而陷入难以自拔的旅游投资泥沼。

其三,创新能力不足是同质化的根源。一方面,“吃住行游购娱”各产业链主体的创新意识与产品设计功能多停留在表层叠加,未能实现“体旅文商农”体验流程的系统整合与体育价值链的深度延展。另一方面,创新业态的跨界合作机制不健全,导致“体旅文商农”之间的有效协同缺乏产品创新合力,限制了复合型体旅产品的多样性。

3.5 协同治理机制缺位

“体旅文商农”产业深度融合的多维共创特征,决定了协同治理机制的重要性。协同治理机制缺位,是5大产业深度融合中的一大难点。

首先,多产业融合缺乏系统的推进路径。产业深度融合涉及多部门、多主体、多层级的利益协调和资源配置,但现有治理结构多以单一行政体系为主,缺乏跨部门、跨行业的统筹协调平台;而且,5大产业融合的社会组织体系不完善,组织登记管理与服务发展中的专业性与规范性不足,法人治理结构不健全,活动组织的可行性和安全性监管存在制度缺陷,导致“体旅文商农”相关政策执行分散、信息壁垒突出,严重制约了深度融合资源的有效整合和现实路径。

其次,利益共享与风险共担机制不健全。体旅文商农在融合过程中公共资源配置和市场化运作之间还缺乏平衡,导致参与主体积极性不足、权责不清、收益分配不均,缺少公平透明的协作框架,使得

治理效能大打折扣。例如,部分体旅企业忽视对当地居民的利益分配,连同居民心理认知也存在偏差,导致农民利益诉求无法满足^[28]。加之,缺少数字化、智能化平台助力协同治理,信息共享与风险预警机制薄弱,难以推动产业融合向纵深发展。

最后,基层村民与社会组织参与不足。深度融合涉及文化遗产、品牌共创、生态保护、社区发展等因素,单一业态主导难以全面反映多样化诉求,治理过程缺乏多元主体的广泛参与和监督,影响融合政策的实施与优化,限制了治理的包容性和适应性。

4 “体旅文商农”产业深度融合的实践路径

“体旅文商农”产业深度融合是对价值链、产业链与生态链的系统重构,应以传统业态赋能基础支撑、创新业态孵化价值引擎、传统创新协同双轮互驱为逻辑起点。在转向高质量融合的关键阶段,亟须从基础设施优化、文化资源转化、科技赋能提升、产品体系创新与协同机制完善等关键环节发力,打通制约融合效能释放的艰涩与瓶颈、消除科技障碍、防止产品失衡、避免制度缺位,形成逻辑清晰、机制顺畅、效益协同的实践路径(图3)。

4.1 重要前提:夯实融合基础,设施服务筑支撑

第一,建设一体化资源信息平台,打通“数据孤岛”壁垒。科技进步是“体旅文商农”产业深度融合的催化剂,没有关键技术的攻关成功,5大产业融合便无从谈起^[29]。首先,构建跨部门、跨区域的体育数据接口,整合以体育为主导的文旅、农业、商业等领域的分散数据,采用统一的数据采集方式和分类

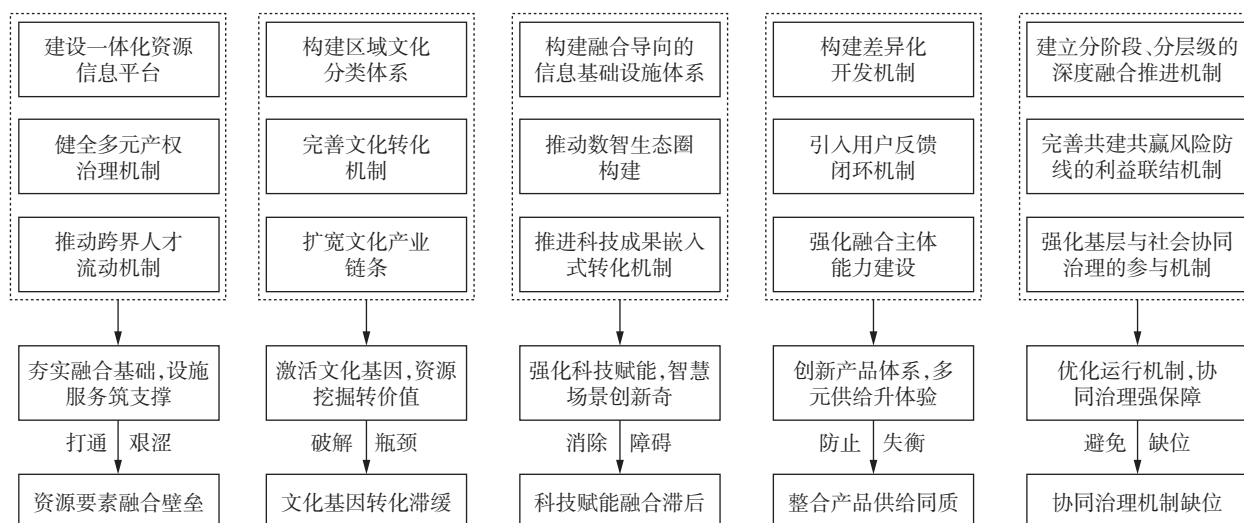


图3 “体旅文商农”产业深度融合的实践路径图

Fig.3 Roadmap for the deep integration of the "sports-tourism-culture-commerce-agriculture" industries

体系标准,形成涵盖体育设施、赛事活动、文旅景点、农田地块、农村资产、消费节点等要素资源综合库。其次,依托政务云、产业大脑、地理信息系统(GIS)等数字基础设施,构建集展示、搜索、调度、预测于一体的体育资源服务中枢,实现资源可视化、位置可感知、流转可跟踪,强化“体旅文商农”产业深度融合在产品设计、线路配置、招商选址、政策评估等环节的场景适配与服务调度。再次,设立跨部门数据协调机制,明确数据维护责任主体、更新频率与开放权限,引入区块链技术增强资源数据确权与流通安全,推动信息由部门拥有转向融合共用,实现体育产业资源平台从信息展示走向要素流动,从静态集成迈向动态驱动。

第二,健全多元产权治理机制,构建合作共赢的制度基础。首先,推进资源要素确权登记,对乡村集体土地、传统村落、非遗技艺、体育资源、生态资产等融合载体进行全类型、全要素确权,赋予可分割、可流转、可评估的属性,支撑“体旅文商农”资源入市与资产化运营。其次,鼓励建立多元主体参与的体育产权合作模式,设置共益型股权结构、引入收益分红条款、建立风险兜底条款等方式,推动“农户+文创体育”“村集体+赛事活动”“政府+体育平台”等混合所有制结构的发展,形成以产权为纽带的共建共管机制,增强合作黏性与抗风险能力。最后,健全以“贡献—收益”联动为导向的激励机制,引导资源提供方、运营方、技术方等多元主体根据投入方式和风险程度获得合理回报,实现“体旅文商农”资源不仅可用,更能善用、共用,为体育产业产权流转提供高效通道。

第三,推动跨界人才流动机制,激发产业深度融合的动能。人才是产业融合的关键^[30]。首先,政府、企业与高校共建“体旅文商农”融合的人才目录,明晰复合能力结构和岗位胜任特征,推动体育策划、文旅运营、赛事组织、农旅设计、乡村经济、数字技术等岗位模块化组合。其次,推动企业、高校、社区、社会组织之间,建立任务共担与成果共享的人才合作机制,实现体育人才以课题、产品、项目为载体的柔性流动。最后,加快复合型体育人才供给体系建设,推动院校设立体旅融合专业方向、交叉课程与联合实训平台,引导学生提前进入“体旅文商农”融合场景开展实战训练,强化系统思维与跨界能力,并给予跨

界体育人才落户支持、创业补贴与科研资助,吸引高端人才向产业深度融合一线集聚。

4.2 核心驱动:激活文化基因,资源挖掘转价值

第一,构建区域文化分类体系,提升体育资源的文化水准。首先,以地域性文化资源为依托,梳理本土文化资源清单,以体育产业资源为主体,围绕非遗项目、民族风俗、节庆仪式、农耕技艺等要素进行结构化归类,形成地域分区、生态类型、产业基础的分级目录体系。其次,构建适配于区域“体旅文商农”融合要素的文化表达路径,解析传统体育、民俗竞技、地方赛事的象征意义与历史脉络,确立体育产业资源的文化表达范式,并纳入区域文化整体框架中统一规划。再次,推动体育与旅文商农的语义对接与视觉融合,借助体育公园、旅游集散中心、农文旅集市等空间载体,导入地方体育文化元素,实现场景营造、符号转译与价值认同的同步提升。最后,将“体旅文商农”的分类成果转化为产品开发、产业导入与政策支持的依据,为文化引导、内容构建和传播策划提供结构性支撑,提升产业深度融合的文化高度与审美品位。

第二,完善文化转化机制,增强体旅文商农内驱动的能力。首先,建立“文化资源—产业场景—产品形态”转化模型,推动文化符号资源向体育场景化内容演化,打造以文化策展、沉浸剧本、非遗演艺、主题IP等形式,将体育赛事活动与文化要素、农业体验、商旅消费等深度嫁接,形成具象化、可交易的体育融合产品单元。其次,构建“体育文化产业+”数字赋能路径,将地方体育文化资源转化为数字藏品、虚拟场景、AI导览等新业态形态。扩大文化价值的外延空间,引导文创机构、内容团队与运营主体深度合作,围绕体育文化主题开展模块化创意生成、内容标准制定与版本迭代,形成文化产品的可复制机制与内容供给体系。最后,制定体育文化转化的专项激励措施与成果奖励政策,确保体育文化元素不仅看得见,更与旅文商农产业用得上、变得好,提升“体旅文商农”的融合密度,形成以体育文化逻辑为引导价值的新路径。

第三,扩宽文化产业链条,提升体育业态嵌入的深度与效益。一是拓展体育+文化+制造的路径,支持体育服饰、文创装备、手工制品等产品的研发生产与品牌孵化,构建具有区域辨识度与市场消费力

的文化体育产品带。二是推进体育+文化+服务联动,鼓励开展赛事节庆旅游、文化体育康养、研学营地等复合型服务产品,打通体旅文商农的价值共通通道,实现体育场景从功能型向体验型、消费型转化。三是围绕赛事IP开发、版权运营与内容输出,引导社会资本进入体旅文商农融合链条的中后端环节,推动赛事品牌、场馆形象与本土符号的融合重构,并通过新媒体传播、文娱联动与产业投资等方式实现体育产品跨域运营与规模放大。总之,产业链条延伸与价值耦合拓展了旅文商农的产业边界,使体育要素实现从嵌入到主导的跃升。

4.3 动力引擎:强化科技赋能,智慧场景创新奇

第一,技术创新是推动5大产业融合发展的核心驱动力。应构建融合导向的信息基础设施体系,补齐科技信息建设短板^[31]。其一,系统布局“边一端一网一云一智”五位一体的体育产业信息架构体系,以应用驱动、集成共享、场景适配为导向,推动5G基站、物联网感知终端、智能监测设备、算力节点等在体育公园、旅游景区、乡村集市、赛事活动、农业场景、文化街区等场景,提升“体旅文商农”的数据采集与传输能力。其二,建立区域级体旅融合数据资源中心,对农业产销数据、体育活动数据、运动行为数据、文化演艺数据等多源异构信息进行标准化整合与标签化归类,形成统一的体育数据资产池,为产品策划、运营调度与智慧管理提供实时支撑。其三,打造融合场景下的体育数据+服务接口体系,并同步运行维护、数据安全、隐私合规等监管规范,打通文旅、体育、农业、商务等信息系统之间的壁垒,实现一站式调取、多端口推送、跨部门调用的技术条件,为“体旅文商农”多场景、多主体、多业态协同运行提供技术底座与智慧支撑。

第二,推进科技成果嵌入式转化机制,提升体旅文商农融合创新实效。首先,以文化村落、康养小镇、生态农庄、体育综合体为载体,嵌入VR沉浸体育体验、AI运动导览、智能体育监测、智慧体旅等前沿科技,推动科技、场景与用户三元协同,加速科技产品与体育产业融合应用的共同迭代。其次,将高等院校、科研机构等体育科研成果引入多元产业场景应用,支持体育科技成果以模块化组件方式参与体旅文商农项目的标准设计与集成施工,实现科技创新向体育场景的精准嫁接与深度赋能。最后,建

立体育产业科技供需对接清单,促进体育技术开发机构与融合运营主体精准配对,保障体育科技创新主体的知识产权权益与成果转化回报,形成从体育技术需求提出、应用场景验证到成果转化落地全流程闭环机制。

第三,推动数智生态圈构建,缩小乡村与城市区域间融合能力的差距。首先,依托区域体育数字化赋能工程,构建覆盖城乡的体旅融合云平台,通过体育产业低代码开发、可视化操作与轻量级部署技术设立“云村镇”服务节点,降低乡村场景数智化的使用门槛,实现体育产业轻量级上云、定制化服务与模块化应用的功能配置方式。其次,引入专业数字运营团队,承担体文旅活动预约、农产品销售推介、体育赛事统筹、文创推广运营等职能,解决基层数智人力与技术缺口问题,有效弥合城乡间的融合发展断层,激活边缘地区的体育数智动能,推动村集体与乡镇政府参与体育服务共建,提高基层数智运营治理能力,构建“体旅文商农”融合的普惠化、均衡化、持续化格局。

4.4 关键抓手:创新产品体系,多元供给升体验

第一,构建差异化开发机制,破解产品同质模仿的困局。首先,围绕地域文化、生态景观、传统技艺与农业遗产等独特资源,制定体育深度融合产品创意指引,推动差异化表达的路径。例如,通过“非遗+运动”“民族体育节庆+乡村集市”等场景构建,避免同质复制。其次,建立体育跨界共创工坊机制,通过设计竞赛、驻地实验、交叉孵化等方式输出高识别度内容,吸引体文旅传承人、体育赛事设计师、农文创品牌团队与数字内容创作者等多元主体共创融合产品。最后,推动体育产品形态从功能性体验向价值性叙事转变,构建以体育文化旅游为主线、体育行为互动与农耕情感链接的产品矩阵。例如,广西三江侗族自治县打造“百里侗乡·水上运动节”产品体系,在(水上竞技赛事)、旅(水上市集、水上露营、竹筏观光、泼水狂欢等)、文(民俗文化展演、侗族木构建筑营造技艺、侗画创作)、商(药膳、康养)、农(结合韭菜节、土豆节)等基础业态融合发展的基础上,运用数字IP建构运用侗族数字人“江小媚”、侗族华服数字藏品等创新载体进行广泛推广,形成“水上运动+民族歌舞+农事节庆”等一系列的独特复合产品,成为体旅文商农融合创新典范。

第二,引入用户反馈闭环机制,强化市场导向供给逻辑。首先,搭建以体育产业为全触点的用户反馈平台体系,采集用户偏好、行为路径、情感波动等多元数据,在景区、赛事、农庄、集市等场景嵌入智能感知设备、移动反馈终端和行为追踪系统。其次,构建反馈分析+体育产品优化双向联动机制,引入游客用户画像建模、体验情绪识别与短期偏好预测等技术,指导体育活动设计、产品布局与营销策略实时优化。例如,浙江安吉结合县域特色资源开展山地滑雪运动、结合体育赛事需求开拓标准竞训市场、结合户外团建活动开拓研学培训市场、结合运动强村目标开发乡村漂流业态,推动传统业态与创新业态协同共生,并引入“小红书打卡点调研+数字票务平台评论+线下游客体验问卷”,采集“生态越野+家庭农庄+亲子文商集市”的游客画像与满意度数据,并根据亲子用户对体育赛事、文旅资源、农耕互动的关注数据,调整集市区布局、增加手作农具体验、亲子体育运动和童趣运动项目,随后推出家庭专属越野体验包,显著提升了二次消费转化率。最后,打破供需单向关系,推动“体旅文商农”共创型反馈制度,鼓励用户以体育产品测试员、体验志愿者、共创作者身份参与设计阶段,推动体育产业融合产品从主观设计向数据驱动转型。

第三,强化融合主体能力建设,激发产品体系内生创新动能。首先,围绕体育产业项目统筹力、内容策划力、场景运营力等关键模块,对体文旅管理者、体育推广者、农业主体与乡村创业者分类施训,提升多维创新与协同实操能力。其次,围绕体育活动植入文化主题、商业模式嫁接农业产品、数字内容融合乡村场景等,开展小规模体育场景测试与用户验证,沉淀适应性强的体育产品迭代路径。例如,四川泸州纳溪区打造“体育特色小镇+非遗竹编+文创产业链”融合路径,将体育旅游企业与竹编非遗传承人合作,村民参与赛事运营与竹编衍生品设计,返乡大学生带队策划“乡村定向+徒步越野+非遗任务挑战”活动,打造“能设计、会讲解、懂运营”的复合型体育赛事运营IP,形成“赛事引流+文旅消费”生态链、“竹林+文创”产业链等特色经济模式。最后,推动体育企业与村社共建场景孵化平台,支持产业融合主体申请创新项目资金、平台认定与运营品牌资质,鼓励市场主体将自身体育产品在乡村试点场

景中孵化落地,将能力建设从外部输入转向内生培育,形成可持续的创新生态。

4.5 制度保障:优化运行机制,协同治理强支撑

第一,建立分阶段、分层级的深度融合推进机制。首先,以省域发展战略为统领,设定深度融合总目标,并结合体育旅游地级市功能分区、县域体育产业基础与村级体育资源禀赋,划分深度融合的类型与阶段目标,形成由点至面、由弱至强的层层推进范式。例如,贵州兴义万峰林深度融合“乡村马拉松+峰、水、田、寨+农旅经济”的路径,以村落赛道为起点,第一阶段引入马拉松赛事撬动游客流量,第二阶段整合布依族传统村落文化与区域农副产品,打造赛事+农展+民俗演艺复合体验区,第三阶段引入本省高校与体育文创公司,完成赛事IP授权、村庄运营标准化与体育产品品牌的构建,形成景区与项目联动运营、区域协同支撑、跨部门协作的“体旅文商农”全域联动机制。其次,推动多维要素协同落地,明确各阶段关键任务。起始阶段侧重体育资源盘活与赛事项目导入,发展阶段聚焦跨界体旅文商农的要素重组与体育产业链重构,成熟阶段实现体旅文商农制度集成与体育功能网络融合。最后,依托多层级产业目标,将体育融合进度纳入重点任务,推动体旅产业上下联动与横向协同,确保推进节奏与政策导向的一致性,并动态监测不同地区、不同阶段体育融合进程的差异性,及时调整路径策略,增强融合体育治理的精准性与适应性。

第二,完善共建共赢风险防线的利益联结机制。首先,以体育产业平台公司为牵引,设计“政府引导基金+社会资本+村集体经济组织+个体经营者”的多元股权结构,明晰权责边界,建立量化收益分配公式。例如,山东临沂联结“农业大集+体育嘉年华+商旅联营”股权机制,引入体育器材企业主办乡村体育节,村集体以土地与场地入股,农户以自产农产品及展位参与收益分成,政府提供产业引导基金与小额保险,制定联合收益协议与违约责任条款,建立“盈亏共担”运营体系,此后,全域形成“红色沂蒙·时尚临沂”等14个体育品牌,以赛事流量将龟蒙、云蒙等20家景区与商户、农户联结转换为消费增量。其次,健全风险识别与缓释机制,针对体旅文商农融合过程中出现的政策调整、市场波动、农产品滞销等风险,将各主体贡献度、风险暴露度与绩效

评估相结合设立产业保险基金与风险储备金账户,建立稳固有效的利益联结机制,重构体育产业主体的合作边界与制度基础。

第三,强化基层与社会协同治理的参与机制。首先,将乡村干部、致富带头人、非遗传承人、返乡创业青年与旅游公司、社会组织纳入融合事务决策体系,定期召开“体育产业共议会”,提升议题响应性与决策透明度。其次,设立融合事务公众评价机制,构建村级融合体育治理App或平台,实现服务下沉、反馈上行、协同治理的智能化运营闭环,及时发布年度“融合体育红黑榜”,实现群众参与治理、舆论参与评估、治理结果可视化,推动治理主体共商共建、责任共担。例如,云南大理“苍山徒步+白族民俗+集市经济”社区共治机制,建立由村委、民宿业主、白族工艺传承人、青年志愿团队组成,统一协商徒步节路径规划、集市产品准入、演艺时间安排等事务;构建基层社区、市场主体、社会力量协同治理,形成柔性治理与制度治理的双轨联动。最后,鼓励社会体育组织深度参与融合服务,通过“体育+公益+产业”模式,推动高校、行业协会、青年志愿者等开展体育培训、文艺创作、农旅运营咨询等专业支持,引入外部治理资源。

参考文献:

- [1] BENNER M J, RANGANATHAN R. Divergent reactions to convergent strategies: Investor beliefs and analyst reactions during technological change[J]. *Organ Sci*, 2013, 24(2): 378-394.
- [2] 尹宏, 王苹. 文化、体育、旅游产业融合: 理论、经验和路径[J]. *党政研究*, 2019(2): 120-128.
- [3] BORNKESSEL S, BRÖRING S, OMTA S W F. Analyzing indicators of industry convergence in four probiotics innovation value Chains[J]. *J Chain Network Sci*, 2014, 14(3): 213-229.
- [4] 鲁志琴, 陈林祥, 沈玲丽. 我国“体旅文商农”产业融合发展的内在逻辑、作用机制与优化路径[J]. *中国体育科技*, 2022, 58(6): 81-87.
- [5] FUNK D C, BRUUN T J. The role of socio-psychological and culture-education motives in marketing international sport tourism: a cross-cultural perspective[J]. *Tourism management*, 2007, 28(3): 806-819.
- [6] ZAROTIS G F. Recreational sport & Cultural Tourism[J]. *Saudi Journal of Business and management Studies*, 2020, 5(2): 146-153.
- [7] 叶小瑜. “体旅文商农”产业融合发展的时代价值与推进策略[J]. *体育文化导刊*, 2020(4): 79-84.
- [8] NYIKANA S, TICHAAWA TM. Revisiting sport and tourism interrelationships: The case of cameroon[J]. *Geo Journal of Tourism and Geosites*, 2020, 29(2): 756-771.
- [9] 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(2): 79-88.
- [10] 张宇飞, 郑瑞涵, 王子朴. 体文旅产业融合发展水平的区域演化特征及其驱动因素[J]. *西安体育学院学报*, 2025, 42(3): 308-326.
- [11] 刘崇献, 孙静, 张嘉豪, 等. 大运河沿线省市文旅商产业融合发展研究基于耦合协调、时空演进与发展路径分析[J]. *资源开发与市场*, 2024, 40(6): 935-948.
- [12] 吴江, 陈坤祥, 陈浩东. 数商兴农背景下数智赋能乡村农商文旅融合的逻辑与路径[J]. *武汉大学学报(哲学社会科学版)*, 2023, 76(4): 116-127.
- [13] 武秋雨, 宋卓然, 吕中意, 等. 文化价值链驱动的甘孜州雅江县松茸村农商文旅产品创新设计研究[J]. *包装工程*, 2026, 47(10): 449-460.
- [14] 新华网浙江. 浙江安吉摘得全国县域旅游“七连冠”: 解码文旅升级的“常新密码”[EB/OL]. (2025-06-27) [2025-08-20]. <http://www.zj.xinhuanet.com/20250627/d0af11fa1052417a86d6d7571c99dc41/c.html>.
- [15] 重庆市人民政府. 入选全国典型消费新场景, 重庆这3个案例“新”在何处?[EB/OL]. (2025-07-28) [2025-08-22]. https://wap.cq.gov.cn/ywdt/zwhd/bmdt/202507/t20250728_14851899.html.
- [16] 句广网. “农文商旅体”融合发力, 火热“五一”注脚“活力中国”[EB/OL]. (2025-05-06) [2025-08-06]. <http://www.jrntv.com/2025/05/06/9948649.html>.
- [17] 汪流, 张克豹, 金媛媛, 等. “体文旅”融合发展: 概念重构、内涵解析与演进历程[J]. *北京体育大学学报*, 2024, 47(12): 1-10.
- [18] 黄震方, 张子昂, 李涛, 等. 数字赋能文旅深度融合的理论逻辑与研究框架[J]. *旅游科学*, 2024, 38(1): 1-16.
- [19] 睦海霞, 韩淼, 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.
- [20] 黄隼, 张勇, 周道平. 我国体育旅游示范基地高质量发展: 逻辑、问题与路径[J]. *沈阳体育学院学报*, 2024, 43(6): 124-130.
- [21] 付爽. “体旅文商农”产业融合视域下民俗体育助推乡村振兴的逻辑阐释与实施进路审思[J]. *南京体育学院学报*, 2024, 23(11): 47-52.
- [22] 杨铭. 黄河下游地区体育旅游产业高质量发展: 逻辑、困境与纾解[J]. *体育与科学*, 2024, 45(1): 96-105.
- [23] 夏江涛, 王石峰, 黎镇鹏. 我国体育旅游产业数字化转型: 动力机制、现实困境与实践路径[J]. *体育学研究*, 2023, 37(3): 65-75.
- [24] 田小静, 刘翔, 杨卓, 等. 体育产业与旅游产业融合发展: 理论逻辑与实证测评[J]. *天津体育学院学报*, 2025, 40(2): 170-179.
- [25] 尹鹏, 刘志强, 段佩利. 黄河流域非物质文化遗产与旅游产业的空间关系研究[J]. *湖南师范大学自然科学学报*,

- 2025,48(4): 124-132.
- [26] 张朝枝,朱敏敏.文化和旅游融合:多层次关系内涵、挑战与践行路径[J].旅游学刊,2020,35(3): 62-71.
- [27] 郭俊华,冯雪.体育产业融合发展赋能乡村振兴:逻辑理路与推进路径[J].西安体育学院学报,2023,40(2): 178-187.
- [28] 游茂林,王萍,张志彬.乡村体育旅游对目的地农户生计决策的影响——以Y村为例[J].武汉体育学院学报,2024,58(11): 47-55.
- [29] 叶小瑜,李海.国家体育旅游示范基地建设的理论探索与实践进路[J].上海体育大学学报,2024,48(3): 85-95.
- [30] 高亮.“体旅融合”视域下传统体育养生文化资源开发研究[J].北京体育大学学报,2019,42(11): 148-156.
- [31] 周良君,冯晓露,董国忠.体旅文商融合推动体育产业高质量发展的理论阐释与政策创新——以粤港澳大湾区为例[J].武汉体育学院学报,2025,59(3): 1-13.

作者贡献声明:

黄隽:提出和确定论文主题,设计论文框架,撰写、修改和审定论文;张勇:修改论文框架,制作内涵、机制与路径图,修改论文;周道平:调研文献,资料核实,修改论文。

Logical Mechanisms and Implementation Pathways for the Integration of “Sports, Tourism, Culture, Commerce, and Agriculture” Industries

HUANG Quan¹, ZHANG Yong², ZHOU Daoping²

(1. School of Physical Education, Southwest Forestry University, Kunming 650224, China; 2. School of Sports Science, Jishou University, Jishou 416000, China)

Abstract: The deep integration of the sports, tourism, culture, commerce, and agriculture industries is a strategic decision aimed at constructing a new development pattern for building a leading sporting nation and striving to create a new landscape of high-quality development in the sports industry. Using methods such as literature review and logical analysis, this study reveals the intrinsic characteristics and logical mechanisms of the deep integration of the “sports, tourism, culture, commerce, and agriculture” industries. It constructs a dual-wheel driving framework, in which “foundational industries support innovative industries, and innovative industries, in turn, reinforce foundational industries, fostering synergistic coexistence between tradition and innovation.” The study uncovers underlying obstacles from five dimensions—resources, culture, technology, supply, and governance—and explains the structural imbalances and governance shortcomings in the integration process. It proposes a “five-dimensional integrated approach” as a practical path, which includes strengthening the integration foundation, driving integration through core culture, enhancing the technological engine, achieving breakthroughs in key products, and optimizing governance mechanisms. This approach seeks to shift the integration of “sports, tourism, culture, commerce, and agriculture” industries from policy-driven to endogenous mechanism initiative, and from structural assembly to functional coupling.

Key words: sports-tourism-culture-commerce-agriculture; sports industry; deep integration; industrial innovation; industrial synergy