

# 陕南体育旅游发展的SWOT分析与市场营销战略

胡琪琦, 王 峰

陕西理工大学体育学院, 陕西 汉中

收稿日期: 2026年3月20日; 录用日期: 2026年4月16日; 发布日期: 2026年4月27日

## 摘 要

体育旅游是现代旅游业中的亮点, 已成为国民经济发展中的一个新的经济增长点。本文运用SWOT分析、文献资料等研究方法, 对陕南体育旅游发展的优势、劣势、机遇、威胁进行了全面分析, 在此基础上笔者为陕南体育旅游业的发展提出了相应的对策及市场营销战略。

## 关键词

陕南, 体育旅游, SWOT分析, 营销战略

# SWOT Analysis and Marketing Strategy for the Development of Sports Tourism in Southern Shaanxi

Qiqi Hu, Feng Wang

School of Physical Education, Shaanxi University of Technology, Hanzhong Shaanxi

Received: March 20, 2026; accepted: April 16, 2026; published: April 27, 2026

## Abstract

Sports tourism is a highlight of modern tourism and has become a new economic growth point in the national economy. This paper uses SWOT analysis and literature review to comprehensively

analyze the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of sports tourism development in southern Shaanxi. Based on this analysis, the author proposes corresponding countermeasures and marketing strategies for the development of sports tourism in southern Shaanxi.

## Keywords

Southern Shaanxi, Sports Tourism, SWOT Analysis, Marketing Strategy

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

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



Open Access

## 1. 引言

陕西省主要由关中、陕南、陕北组成。陕南由于地处陕西的南部而命名,它北靠秦岭、南倚巴山,汉江流域自西向东穿流而过,该区域地貌形态组成复杂,民族传统文化和底蕴深厚。陕南从西往东依次是汉中、安康、商洛3市31个区(县),面积69,950 km<sup>2</sup>,占陕西省面积的34.01%。陕南地处于暖温带和亚热带之间,而非暖温带和热带之间,气候具有亚热带的湿润特征[1]。独特的气候特征和特殊的地理区位,孕育了陕南地区丰富的山、水、林等原生态自然资源,而且很多的自然资源具备唯一性、原始性等特点,为体育旅游的发展提供了得天独厚的条件,也为发展体育旅游赋予了雄厚的潜力和乐观的前景。

## 2. 分析方法

SWOT分析法也称作态势分析法,20世纪60年代由哈弗大学企业专家K.andrens教授提出来的,经常被用于企业战略制定、竞争对手分析等场合。用于管理学的各个领域[1]。“SW”指企业或部门内在优势和劣势,“OT”指企业或部门外部环境的机会和威胁[2]。其目的是通过SWOT诸多其他因素,系统评价发展战略,达到择优而行的目的。

## 3. 陕南地区体育旅游资源现状

### 3.1. 水体类体育旅游资源

充足的雨水量促使陕南地区拥有江河、湖泊、瀑布等丰富的水体资源,境辖丹江、长江、汉江等大小河流上千条,以安康瀛湖,汉中南湖、红寺湖为代表性的天然湖泊多达1500多个。境内河、溪流纵横,瀑布泉水相间,河流湖泊相连,水态多姿,景色秀丽迷人。凭借天然的水体资源优势,可以开展如漂流、划水、划船、潜水、游泳、水上摩托艇、溪降等体育旅游项目。

### 3.2. 森林类体育旅游资源

陕南境内拥有天台山森林公园、木王森公园、南宫山森林公园等大小森林公园170多个,其中最具代表性的有陕南“九寨沟”之称的黎坪国家森林公园和陕南“小庐山”之称的——汉水源森林公园。目前陕南拥有安康瀛湖湿地自然保护区、汉中洋县朱鹮自然保护区等省级以上的自然保护区达300多处,华阳长青国家级自然保护区,总面积达3万公顷,是野生动物以及大熊猫栖地为主的动物保护区。保护区内生物多样性,除名扬国内外“秦岭四宝”朱鹮、金丝猴、大熊猫、羚牛之外,随处可见奇花异木、飞瀑流云、怪石险潭等自然景观。

## 4. 陕南地区体育旅游的 SWOT 分析

### 4.1. 发展的优势(Strength)分析

#### 4.1.1. 地理区位和便捷的交通优势

陕南位于“西三角”腹地,处于关中、天水经济区、成渝经济区和江汉经济区的交汇地带,具有承接三大经济区辐射的优越条件。南临四川成都、广元 and 重庆,东连江汉平原的十堰、武汉、襄樊,北依关中平原的西安、咸阳、宝鸡、渭南,受陕西秦始皇兵马俑、历史名城西安,四川九寨沟,峨眉山、乐山大佛、历史名城重庆,湖北的神农架,三峡等王牌旅游景点的包围,区位优势明显。目前拥有 210、108、316、312 四条国道,西成高铁的贯通,将拉近陕南地区与周边相邻城市的距离,西安至汉中的行车时间由原来的 12 小时缩短为 1 小时,游客来陕南观光旅游节省了时间及开支成本。

#### 4.1.2. 人文资源优势

陕南历史悠久,文化底蕴极深。2006 年被评为国家历史名城的汉中市拥有“汉家发祥地”美誉之称。汉中地理位置险要,自古便是兵家必争之地。自秦汉以来,留下了许多优秀的历史传说和文化遗存。汉中是蜀魏争夺的古战场,诸葛亮屯兵汉中、六出岐山,赵云汉滨大破操兵,刘备自立为汉中王开创蜀汉基业等故事更是尽人皆知[3]。安康道教石窟香溪洞、旬阳千佛洞、太极城、汉阳明城墙、白河石城墙遗址,商洛丹凤庙,白居易和贾岛唱和处的镇安盖云寺等,处处都带给后人以向往和沉思[4]。除此之外,陕南拥有陕西理工大学、安康学院、商洛师范学院等地方高等院校,这里的教师专业、科研能力强,为陕南体育旅游的发展奠定了坚实的智力保障。

### 4.2. 发展的劣势(Weakness)分析

#### 4.2.1. 体育旅游服务设施落后

陕南地区整体的体育旅游服务设施比较差。住宿接待设施普遍落后,相当一部分宾馆、饭店、健身房等场所设施陈旧,数量少,级别低、配套设施不完善,配套性服务尚处于低下水平状态,严重削弱了接待能力,目前,陕南虽有 10 多家星级酒店和宾馆,但与省会城市西安同级别星级酒店或宾馆相比,在设施和服务上还有较大差距。表明,陕南体育旅游的接待能力即星级酒店(宾馆)远远滞后于实际需求和未来发展的需要[5]。不能满足游客日益增长的消费需求[6]。

#### 4.2.2. 体育旅游项目开发缺乏统筹安排

陕南地区体育旅游资源主要分布在汉中、安康和商洛,三市 31 个县区。每个地市的资源都有其自身独特的一面,因此,各地区开设体育旅游项目的时候应该有所侧重,追求项目的多样性和独特性,从而达到吸引游客的目的。目前,陕南景区在项目设置上缺乏创新,千篇一律,项目单一,品味不高,例如漂流、登山、游泳等一些传统体育项目大家都知道,也都实践和体验过,缺乏创意[7]。极具开发价值的民族体育资源还未开发出来,缺乏统一规划。

### 4.3. 发展的机遇(Opportunity)

2020 年,陕西省委、省政府对外公布了《关于陕南突破发展的若干意见》,《意见》在确定以绿色产业为主攻方向的情况下,提出“十四五”期间,陕南中药、食品、水电、旅游四大绿色产业占 GDP 比重达到 30%左右。2024 年 4 月 12 日,陕西省委、省政府又出台了一系列关于加快旅游业发展的决定和文件。以西安为中心、关中为主体,逐步向陕北和陕南扩展的旅游战略发展格局,这些政策的出台为陕南体育旅游产业的开发与发展带来了千载难逢的机遇。

## 4.4. 发展的威胁(Threat)

### 4.4.1. 体育旅游发展的意识淡薄、观念落后

秦巴山地可待开发的体育旅游资源存量充足, 很多的自然资源具备唯一性、原始性等特点, 开发体育旅游具备得天独厚的条件[8]。有了资源体育旅游开发不一定就能够得以实现, 就目前而言, 秦巴山地体育旅游的开发还处于落后的状态, 其主要因素是人们的思想观念落后, 对体育旅游的认识、本质意义、特征的理解不够, 再加上, 国内有关体育旅游的研究甚少, 对体育旅游的研究缺乏深度。

### 4.4.2. 环境保护意识差, 自然环境承载力大

近几年来随着体育旅游业发展的不断深入, 大量游客的进入, 陕南地区的旅游环境出现了种种问题。1) 体育旅游者环境保护意识差, 人为的进行破坏。2) 旅游景区管理体系不完善, 环境保护工作成效不高。3) 体育旅游地区生态环境自身恶化。(例如: 汉中连城山风景区整片自然林枯死)。体育旅游开发缺乏科学规划、管理不善, 开发超过了生态环境自身的承载能力, 已经给生态环境保护带来了非常大的负面影响。

## 5. 陕南体育旅游发展的市场营销战略

### 5.1. 加强区域联合, 发挥区域优势

陕南周边如四川广元、甘肃天水、湖北十堰等城市旅游资源十分丰富。加强与邻省的区域旅游、区域体育旅游协作, 是拓展营销渠道的重要方式之一。陕南根据自身地域特点打造“陕、甘、川”毗邻地区旅游经济圈, 将在毗邻的包括九寨沟、天水、陇南、广元、绵阳、汉中、宝鸡等市县在内的区域, 共同编制区域旅游发展规划, 在大区域环境下实施资源整合, 优势互补, 充分发挥旅游资源优势, 提高资源的利用率。加强区域内各市、州、县旅游规划的沟通和借鉴, 合理布局, 打造区域旅游特色, 避免重复建设, 共同打造区域旅游经济圈。构建旅游客源市场平台, 联合挖掘、开发、推介区域精品旅游产品和精品线路, 促进旅游大联合。携手消除区域障碍、市场障碍、交通障碍, 建立跨省市无障碍旅游区, 实现互为市场, 互为目的地, 互送客源, 提高区域内旅游业的效率和水平。

### 5.2. 依托媒体加大宣传力度

加大旅游宣传工作力度, 西安“世博会”、“东西部合作与投资贸易洽谈会”、城墙马拉松、CBA联赛等大型商业投资会议以及体育赛事的举办, 凭借 CCTV1, CCTV2、CCTV5 等主流媒体的宣传, 提升了省会城市古都西安在国内外的知名度和影响力; CCTV3 星光大道栏目走出的歌手阿宝、崔苗、王二妮等, 凭借扎实的唱功、高亢、原生态的陕北民歌得到了全国观众的认可, 观众在享受美妙音乐的同时也加深了对陕北民俗文化、地域的了解。

### 5.3. 加快体育旅游专业人才的培养

建立高素质的体育旅游从业人员队伍。一方面, 西安体育学院、陕西师范大学、陕西理工大学体育学院在办好社会体育专业的同时, 和设有旅游专业的院校实行专业结合, 两个专业在课程设置、教学实践等方面互相协调, 找准结合点, 培养既懂旅游又懂体育的综合型人才。另一方面, 充分利用西安高等院校的人才培训资源, 整合组建多种形式的体育旅游人才培训基地与培训网络。

## 参考文献

- [1] 陈治强. 陕南体育旅游开发策略研究[J]. 中国市场, 2020(49): 167-168.
- [2] 许良. 西部生态环境建设背景下秦巴山地体育旅游开发策略研究[J]. 北京体育大学学报, 2008(11): 1475-1478.

- [3] 催瑞华, 王泽宇, 于文谦, 等. 我国体育产业发展的 SWOT-PEST 分析[J]. 天津体育学院学报, 2007(3): 252-254.
- [4] 张永林, 史儒林. 三江源地区少数民族传统体育文化研究[J]. 体育文化导刊, 2006(2): 94-95.
- [5] 谢红霞, 任志远, 莫宏伟. 陕南秦巴山地岩溶地貌生态旅游资源开发与生态经济建设[J]. 国土与自然资源研究, 2005(1): 71-72.
- [6] 何家理. 秦巴山地生态环境建设的基本经验与问题研究[J]. 唐都学刊, 2005(3): 53-57.
- [7] 张景群, 苟小东, 吕淑杰, 等. 陕南生态旅游发展战略基础研究(I)——陕南生态旅游资源及发展优势[J]. 西北林学院学报, 2004(3): 175-178.
- [8] 邢金善. 河南民族体育旅游的 SWOT 分析与营销战略[J]. 山东体育学院学报, 2005(5): 37-39.