

“高质量户外运动目的地”的概念谱系、系统构成与生成逻辑研究

沈 嘉^{1*}, 尹雨嘉^{1#}, 程纪香², 赵婉婷¹

¹贵阳学院体育学院, 贵州 贵阳

²凯里学院体育学院, 贵州 凯里

收稿日期: 2026年6月1日; 录用日期: 2026年7月2日; 发布日期: 2026年8月5日

摘 要

“高质量户外运动目的地”是近些年提出的概念, 在新时代体育产业和文旅消费升级背景下成为重要抓手。本文主要运用文献搜集、逻辑归纳和案例研究等方法对这一概念进行阐释, 对其内涵体系进行分析。首先, 该概念与体育旅游目的地、体育休闲小镇等相比较中, 其明确是以“高质量”作为出发点, 注重良好体验感、生态环境友好型、产业链条完整以及整体统筹发展等特点。其次, 在对“高质量户外运动目的地”复杂系统进行总结的基础上, 提炼出由资源基底系统、产品服务系统、产业经济系统以及治理支持系统构成四个子系统和这四个子系统之间的相互作用关系。随后以贵州等地方为例进行实证研究, 得出生成遵循“资源识别 - 产品转化 - 产业集聚 - 品牌治理”的螺旋式发展路径。

关键词

高质量户外运动目的地, 概念谱系, 系统构成, 生成逻辑, 体旅融合

Research on the Concept Pedigree, System Composition and Generation Logic of “High-Quality Outdoor Sports Destinations”

Jia Shen^{1*}, Yujia Yin^{1#}, Jixiang Cheng², Wanting Zhao¹

¹School of Physical Education, Guiyang University, Guiyang Guizhou

²School of Physical Education, Kaili University, Kaili Guizhou

Received: June 1, 2026; accepted: July 2, 2026; published: August 5, 2026

*第一作者。

#通讯作者。

文章引用: 沈嘉, 尹雨嘉, 程纪香, 赵婉婷. “高质量户外运动目的地”的概念谱系、系统构成与生成逻辑研究[J]. 体育科学进展, 2026, 14(4): 664-671. DOI: 10.12677/aps.2026.144092

Abstract

The concept of high-quality outdoor sports destinations was put forward in national tourism and outdoor sports industry plans, and has become an important measure under the background of sports industry and cultural tourism consumption upgrading. This paper interprets the concept and analyzes its connotation by using literature review, logical induction and case study methods. Compared with similar concepts, it takes high quality as the core, with outstanding advantages in experience, ecological protection, industrial chain and overall planning. It consists of four interactive subsystems: resource base, product service, industrial economy and governance support. Empirical analysis of Guizhou shows that its development follows a spiral path of “resource identification-product transformation-industrial agglomeration-brand governance”.

Keywords

High-Quality Outdoor Sports Destination, Concept Pedigree, System Composition, Generation Logic, Sports-Tourism Integration

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

户外运动是新时代体育产业的一个重要组成部分，在新时代我国体育事业现代化建设的整体发展目标过程中发挥着重要作用。同时随着全民健身国家战略推进以及体育产业蓬勃发展，我国户外运动迎来快速发展时期，户外运动产业占整个体育产业比重接近六成，参与者数量超过四亿人，户外运动需求已成为促进全民健身以及自然资源开发利用的有效手段[1]。而在该阶段，《户外运动产业发展规划(2022-2025 年)》¹中也提出，户外运动产业总规模超过 3 万亿元。同时，《关于建设高质量户外运动目的地的指导意见》²(以下简称《指导意见》)并提出，“到 2030 年，建设 100 个左右高质量户外运动目的地”[1]，进一步提出要加快高质量户外运动目的地建设，促进户外运动产业可持续发展[2]。在这样的背景下，“建设高质量户外运动目的地”成为重要抓手以及发展目标，在此之前户外运动更多的是对于自然资源的一种简单利用，而“高质量户外运动目的地”的提出就是一种新的思路，即合理地开发自然和人文资源来打造一个可以进行户外运动、休闲度假、了解文化、接受环保教育、促进社区发展的综合性场所[3]。本文以复杂适应系统理论为核心分析框架，结合旅游地演化、产业集群相关理论开展研究，剖析目的地内部运行规律与动态演化特征。

但是，就目前我国户外运动产业发展的实际情况而言，在过去几年中尽管发展迅速，但是整个行业所占国民经济总量比例仍然远远低于欧美等国家和地区水平，行业发展过程中还存在很多困难和问题[4]。

“高质量户外运动目的地”作为一个新的热点话题，在理论上以及实践中都还存在许多不足之处。因此，本文对“高质量户外运动目的地”从头到尾展开论述，明确其内涵定义、分解其构成要素、阐明其形成机理，对于丰富和完善相关理论体系具有重要意义，同时也能够对当下全国各地正在建设中的高质量户外运动目的地起到一定的借鉴意义与指导作用。

¹http://www.scio.gov.cn/xwfb/gwyxwbgswfbh/wqfbh_2284/49421/49821/xgzc49827/202307/t20230704_725326.html

²http://www.scio.gov.cn/live/2025/35455/wjzc/202501/t20250123_883289.html

2. “高质量户外运动目的地”的概念谱系辨析

“高质量户外运动目的地”并非无源之水、无本之木，它是在体育学、旅游学、地理学等众多学科相互渗透的基础上形成的。立足国内发展理念与民生需求导向，发展模式逐步转向以创新、协调、绿色、开放、共享为内核，聚焦满足群众多层次美好生活需求，这也是各类体育业态走向内涵式升级的核心依据[4]。基于这一发展导向界定高质量户外运动目的地，能够清晰地区分其与高质量体育活动、体育旅游目的地以及运动休闲特色小镇等相关概念的差异。具体相关概念辨析见下表 1。

Table 1. Clarification of high-quality outdoor sports destinations and related concepts
表 1. 高质量户外运动目的地与相关概念辨析

概念名称	核心内涵	与“高质量户外运动目的地”的联系与区别
高质量体育活动	根据运动科学规律、依据个人身体状况及运动目的而进行的旨在达到健身、比赛以及娱乐等功能最大化的体育活动准则。	联系：是高质量户外运动目的地的上位概念 区别：前者在于注重运动本身科学性、适宜性和有效性；后者提供良好场地以满足各种户外体育活动需求。
体育旅游目的地	在一定的地域范围内体育资源与旅游业所特有的设施、旅游基础设施及其他相关条件有机结合形成供游客住宿、开展各种活动的目的地[5]。	联系：核心载体与表现形式之一。 区别：前者更加注重“旅游”，以外出活动为主，包括看比赛、参加比赛、参观等；后者是以户外运动参与为主要卖点，注重深度体验以及聚集效应，对于自然资源条件、项目的专业性和生态环境的可持续性都有较高标准。
运动休闲特色小镇	除了具备一般意义上的特色小镇的特点以外，主要是围绕运动休闲开展相关的活动，包括运动休闲、文化、教育、培训等方面的内容[6]。	联系：空间形态的一种，是目的地的具体化节点。 区别：前者是一个特定的行政区域或者地理区域的发展模式；而后者则可以是更大范围的空间以及不同的开发模式。
户外运动基地/营地	提供一定户外运动项目(如攀岩、滑雪、漂流)培训、体验场所。	联系：是目的地系统实施的基础 区别：前者功能相对单一，是目的地的一部分；而后者是由若干个基地/营地组成的整体。

通过对文献资料和政策文件的解析及各相关概念之间的区分，本文认为：高质量户外运动目的地，是以特色自然与人文资源为根基，经科学规划、生态化开发与标准化治理形成的复合型区域空间，以户外运动深度体验为核心，兼顾生态保护、产业提质、文化传承与社区协同发展。其核心构成要素包含四类：一是适配户外项目的自然与人文资源要素；二是覆盖大众与专业群体的户外产品及配套服务要素；三是业态完整、具备带动效应的产业要素；四是多方协同、规则完善的治理要素。

3. “高质量户外运动目的地”的系统构成模型

高质量户外运动目的地是典型的复杂适应系统，系统内包含政府、企业、行业协会、社区居民、游客等多元适应性主体，整体由资源基底系统、产品服务系统、产业经济系统以及治理支持系统四个部分组成，并且四者之间是通过相互联系、互相影响而构成的一个整体。

3.1. 资源基底系统：目的地存在和发展的物质基础

资源是目的地系统发展所需物质及文化的依托。自然资源包括地形地质、气候、植被，如贵州喀斯特地貌形成的奇峰溶洞，可供攀岩、探洞、溯溪使用；东北林海雪地适合开展滑雪、雪地徒步等活动；人文资源包括历史文化遗址、民族传统体育活动等，如铜仁地区每年端午节举行的龙舟比赛以及在贵州黔南三都举行的赛马活动，使人们在参与其中的同时了解当地的文化习俗，具有很强的吸引力。此外，生

态环境的承载力是目的地有效发展的硬约束，需要使用 ROS、LAC 等手段进行资源分层以及容量控制，如对于生态敏感的高寒草原地区，利用 LAC 确定游客每日的最大承载量，防止大量游客进入造成踩踏导致植被受损，在可承受范围内合理开发旅游。该系统与其余子系统形成动态反馈：资源禀赋决定产品开发方向，而游客活动、项目运营又会反向影响生态状态，倒逼治理系统出台管控规则，形成“资源开发 - 生态变化 - 规则调整”的闭环反馈。

3.2. 产品服务系统：价值的载体与界面

产品服务是把现有资源转变为经济价值的关键一步，也是影响游客体验的最主要的因素。首先，要基于当地的条件以及服务对象，开发适合不同水平运动者的产品，如贵州荔波有适合家庭亲子露营、轻松徒步的大众化产品，也有山地越野赛、洞穴探险的专业赛事。其次，促进户外运动目的地与康养、研学、休闲等相关领域融合发展，提供更深层次体验感，例如广西桂林利用喀斯特地形进行地质研学徒步，让游客一边锻炼身体一边学习地理知识；云南大理把扎染体验加入露营活动中，增加游玩乐趣。最后，需提升目的地交通接驳、智慧导览、应急救援等相关配套设施。在山地类目的地可设置从停车场到徒步起点接驳巴士，佩戴智能手环记录游客位置，成立专门救援队伍处理户外安全问题，补齐体验及安全不足之处。市场主体与游客的互动会持续产生需求反馈，推动产品迭代升级，实现系统主动适应市场变化。

3.3. 产业经济系统：发展的动力与延伸

产业经济是目的地可持续发展的动力源泉，主要有三个层次。第一层级是核心产业，即赛事运营、俱乐部活动、户外培训等，如贵州安顺格凸河举办国际攀岩赛事吸引人气，并且省内户外俱乐部也会不定期组织野攀、溯溪、山野露营活动，专业攀岩培训机构开展零基础攀岩及野外绳索教学。第二层级是相关产业，包括旅游业、文化创意产业、制造业、农产品销售等，例如在攀岩场所附近的特色民宿、主题文创店铺，适合山区道路穿着的防滑徒步鞋，在露营地售卖当地新鲜果蔬等。第三层是衍生产业层，包括媒体、金融、数字内容，如户外赛事直播权交易、保险公司推出户外运动保险产品、博主制作户外体验视频等，以主业为核心，带动相关配套和衍生业务一起发展。产业收益也会反哺资源保护、服务升级，为全系统运转提供动力支撑。

3.4. 治理支持系统：运行的框架与保障

目的地的治理是整个系统有效运行的重要保障。建立政府、企业、协会、社区和游客共同参与的管理模式。例如某一地方由文旅部门主导，联合户外企业、登山协会、当地居民及户外运动爱好者组成工作组，制定景区开发与保护相关规定，健全目的地规划、环境保护、旅游服务以及安全管理等方面制度规范。如发布相关指南，规定所有营地应有符合标准的卫生间及垃圾处理设备；发布安全指引，对参赛选手进行急救培训等。同时利用 5G、大数据等手段进行智能化管理，在线监控景区人流量情况并及时采取限流措施等。当系统出现生态过载、业态乱象等问题时，治理系统可及时干预纠偏，保障整体系统稳定演化。

4. “高质量户外运动目的地”的生成逻辑

从一片具备潜力的自然资源发展成为成熟、高品质的目的地并非一日之功，而是一个不断变化与进步的艰难过程，在此过程中有其内在的发展规律可循，本文所提出的生成逻辑并非单向线性流程，而是资源识别 - 产品转化 - 产业集聚 - 综合治理四阶段循环往复、层层进阶的螺旋式上升动态演化模型。以贵州等地为例总结出以下几点。

4.1. 第一阶段：资源识别以及价值发现——从“天堑”到“天选之地”

高质量的起点是对于珍稀、独特、可用资源进行梳理及再评价的结果，在对贵州省已开展的户外运动项目的调研中可以发现，在世界上最高桥梁——花江大峡谷特大桥顶部开设一家咖啡厅；在黔西南依托喀斯特峰林、生态廊道等自然资源而建设集跑步、骑行、徒步等多种运动于一体的户外运动长廊；以上均表明目前贵州省户外运动目的地的发展已经突破以往将山地视为制约因素的想法，经过分析与规划，对贵州“山地”资源进行再开发、再利用。并且本阶段会在后续发展中持续回溯，结合新需求重新挖掘资源价值。

4.1.1. 复合价值的系统性识别

对贵州的资源认知不应该只是简单的地理位置或者地形地貌的认知，而是一个“自然 + 文化 + 气候”的三维认知。有世界级的喀斯特地貌、峡谷、桥梁、溶洞等旅游资源；有丰富多彩的红色文化、阳明文化、民族文化、屯堡文化等人文与体验资源；有夏季清凉、四季宜居的“黄金气候”、“大氧吧”等生态资源。这种全面的认知思路，能把贵州独特的文化资源与自然资源优势，实实在在转化成旅游收入、产业收益和经济发展的基础。

4.1.2. 差异化定位与区隔战略

在贵州各地区独特的自然地理环境与多文化发展的背景下，贵州指导各地区差异化发展，避免同质化竞争。如，黔西南州利用北纬 25°黄金气候条件确定“户外运动 + 康养度假”以及“康养胜地、人文兴义”发展战略；贵阳市利用省会城市地位和发展喀斯特岩壁优势发展“山地户外运动示范区”，以攀岩为切入点；而安顺、黔南等地依托世界著名高桥和天坑溶洞发展极限探险旅游项目等。这都是根据各地区独特的自然资源特点而制定的发展方向，也是今后发展重点所在。

4.2. 第二阶段：产品转化及市场检验——从“资源”到“爆款”体验

把独特的资源优势变成有竞争力的产品，是这个链条中连接上下的一环。而贵州利用其地形崎岖的特点，开展山地骑行活动，在文旅局及政府的支持下，利用多个平台进行宣传推广，打造沉浸式体验吸引游客关注，然后依靠“体育 + 旅游”的深度融合让活动火起来。这就是所谓的“IP 打造 + 赛事引爆”，即以山地骑行作为 IP 核心要素，凭借赛事及相关支持使品牌和热度得到提升。并且产业升级、游客需求变化也会反向推动本阶段产品持续更新。

4.2.1. 核心 IP 产品的创造性转化

贵州挖掘自身独特的地质风貌与工程奇观资源，打造出全球至今史无前例的户外 IP。如在坝陵河大桥、花江峡谷大桥开展高空蹦极、低空跳伞、高桥马拉松等活动，把交通基础设施变成“极限运动场”。依托“天下奇洞”，在荔波等地开展洞穴探险、研学等沉浸式体验。这类产品既有很强的参与性和吸引力，在贵州乃至全国都有很高的知名度，打造了“贵州户外 = 极致体验”的品牌形象，吸引不少的外地游客参与其中。

4.2.2. 品牌赛事的集群化引爆

赛事是体现产品价值最有效、最集中的市场检验及推广手段。而贵州则是采取“引进外地赛事 + 培育本地赛事”的方式进行。一方面积极引进诸如亚洲山地自行车锦标赛、世界攀岩锦标赛等高水平国际赛事，迅速树立良好品牌效应，在短时间内聚集全国各地的专业骑行者、户外运动爱好者等人群来黔参赛感受同时也会有很多体育领域的赛事领袖、业内人士慕名而来考察学习；另一方面打造具有地方特色的本土 IP 如“村超”、“村 BA”，还有“多彩贵州”马拉松超级联赛等一系列品牌赛事，提升贵州各

类民间赛事的知名度和影响力。这些赛事就是一个个“引爆点”，把线上的流量瞬间转换为线下的客流、消费流，推动贵州体育产业的高速发展。

4.3. 第三阶段：产业集聚与品牌打造——由“网红”成为“长红”

单个产品或是某一场赛事的火爆，往往带有运气成分；但只有树立专属特色品牌、得到大众文化认同、持续打造系列品牌赛事，才能让户外运动目的地长久稳定发展。当产业规模扩大后衍生的各类问题，将会推动系统进入综合治理阶段。

4.3.1. “体育 + 产业”的深度融合

贵州立足文旅体协同发展思路，依托地域文化丰富旅游产品，借助旅游载体传承地域文化，以体育业态带动文旅消费增长，推动文化、旅游、体育从简单的拼凑结合，走向深度融合发展，具体主要体现在以下几个方面。

体育 + 旅游：“体育赛事进景区”，在黄果树瀑布、荔波小七孔等贵州主要景区引入户外运动项目，举办山地越野跑、水上运动、徒步等赛事活动，缓解旅游季节性问题，使游客从传统的观光转变为更加深入的体验，促进体育产业与旅游业融合发展，增强贵州文化旅游影响力和竞争力；**体育 + 文化：**充分发掘贵州苗绣、侗族大歌等非物质文化遗产，在体育赛事中注入浓郁的地方文化元素。如以“阳明心学”为主题的徒步活动，“长征路”红色越野跑等活动都是很好的尝试，让体育比赛与文化相融合，不仅使比赛本身更加丰富多彩，同时也使参赛者更好地感受到贵州文化的独特之处，在享受体育的同时增强了对当地文化的认同感，提升了比赛的文化价值以及人们的共鸣度；**体育 + 装备制造：**根据贵州高桥跳伞、峡谷飞拉达等特色体育旅游项目需求，在贵阳、安顺等地项目聚集地建立文旅体装备产业园区，大力发展高空装备、户外防护、山地救援等特色装备制造业，推动产业链从单纯的旅游消费，往上游体育装备生产制造延伸，打造赛事引流、装备生产、场景体验一体化的完整产业模式；**体育 + 康养：**依托黔西南、贵阳等地优越的自然环境和地形条件，在运动康复的基础上，融合旅居养老、休闲度假等功能，打造运动康复、生态休养、文化休闲一体的康养综合体，培育新兴的体育康养产业。

4.3.2. 空间集聚与消费场景拓展

产业融合离不开空间载体。贵州省提出“三大引领核心区、七大特色区域、六条体育旅游带”布局，促进产业要素向一定地域集中[7]。此外，还不断丰富消费场景，在比赛期间举办主题活动类音乐会、文化产品集市等，建设遵义 1935 街区、榕江古州古街等休闲购物场所[8]，使参赛者及观众一天消费转变为几天深度体验。

4.3.3. 立体化品牌体系的形成

经过资源整合发展，贵州已经从零散的单个景点、单项赛事，整合成了多彩贵州·户外运动天堂这一整体大品牌。旗下又拥有桥梁极限运动、攀岩、村超等特色子品牌，层次分明、各有特色，形成完整品牌矩阵，成功把一时的网红热度，变成了长久稳定的品牌吸引力。

4.4. 第四阶段：综合治理与发展——由“增长”到“生成”

目的地生成最高层次，是需构建一套目的地治理与发展的并存体系，既能保障户外目的地高质量、长久发展，又能持续优化自身管理运营和配套服务。通过完善的治理体系会反向赋能前三阶段，推动全系统开启新一轮升级循环。

4.4.1. 多元协同的治理体系

《贵州省全国体育旅游示范区总体规划（2019—2035 年）》提到“七个一”方针[7]（一个总目标、

一场大赛、一条路网、一群人、一个产业、一批项目、一颗心),是贵州打造世界级山地户外运动高质量目的地的战略举措,“七个一”把宏观发展目标细化为“目标-赛事-基建-人才-产业-项目-治理”,自上而下、自始至终指导着山地户外运动由“外延式发展”到“内涵式发展”的过程,为高质量目的地建设指明方向。从实际发展来看,需充分调动政府、市场、社会多方力量,组建产业发展联盟,扶持行业协会、户外俱乐部等机构壮大,汇聚各方力量共同参与行业治理。

4.4.2. 标准化与智慧化支撑

为了提高山地户外运动目的地的服务质量和水平,贵州正在从两个方面进行努力:一是标准化,如黔西南州等地积极探索制定山地旅游和户外运动的地方标准并积极向更高一级的标准升级,以此来统一服务标准、保证安全底线,从而促进产业的发展;二是智慧化,比如贵阳等地利用“筑体汇”等智慧体育平台提供包括场地预定、参赛报名、科学健身指导等一系列的服务内容,以科技手段连接服务双方,大大缩短了服务的时间并且提升了管理精细化程度,让游客更加方便快捷。

4.4.3. 生态与人文可持续机制

要想保证户外运动目的地的持续性发展必须守好生态底线。贵州一些峡谷景区已经出现生态问题,在今后的工作中要探索生态补偿新方式,使当地群众从中受益,比如设立“原住民利益共享池”等模式,让保护生态环境、发展旅游业、增加当地居民收入三者有机结合。最终目的就是要让户外运动目的地成为人与自然、城市与乡村、传统与现代长期和谐共处的地方。整个形成过程并不是按部就班的单线流程,不同阶段之间会相互交叉、互相影响、循环促进。就拿贵州黔西南来说,一边持续举办国际山地旅游暨户外运动大会、做品牌打造,一边又运用新技术重新梳理万峰林的旅游资源、开发全新游玩产品,相当于从后期阶段又回溯到前期资源评估和产品开发环节。

通过对贵州“高质量户外目的地”生成逻辑的分析,发现贵州打造高品质户外运动目的地,大致会经历资源科学评估、产品创新打造、产业深度融合、治理优化升级四个环节。首先是梳理挖掘自身山地、人文、气候等特色资源,再将资源转化为户外产品与赛事IP,借赛事引流打造网红体验;随后通过体育与旅游、文化、康养、装备制造深度融合,完善布局和品牌体系,实现从一时走红到长久发展;最后依托多元治理、标准服务和生态共享机制夯实发展根基,且整个过程并非单向直线推进,而是各阶段相互联动、循环提升,逐步形成高品质户外运动目的地。“贵州模式”对我国众多山地丰富的地方发展文旅文融合发展、激发地方经济发展新引擎具有重要启示作用[8]。

5. 结语

本研究依托复杂适应系统理论系统梳理了高质量户外运动目的地的概念内涵、组成架构与生成发展逻辑,明确了其整体发展阶段与运行规律,一定程度上补充和完善了户外运动目的地领域的相关研究,能够为后续学术探讨提供基础参考。同时,本文对贵州案例进行分析,总结提炼出的建设思路与发展路径,并非只适用于贵州户外运动目的地的融合发展,也可为国内山地资源丰富地区规划建设户外运动目的地、推进体育、文化、旅游深度融合提供清晰的实践思路。也能为地方产业布局、行业管理规范、长效运营发展提供借鉴,对推动户外运动产业稳步健康发展、培育地方经济新增长点,具有一定的理论价值与现实指导意义。

参考文献

- [1] 李浩楠,李元,李佳杰,等.高质量户外运动目的地建设:国际经验与中国镜鉴[J].体育文化导刊,2025(11):89-96,103.
- [2] 余喆,张小林.数字技术赋能高质量户外运动目的地建设研究[J].天津体育学院学报,2025,40(6):671-678.

-
- [3] 龚小芹, 李元, 陆作生, 等. 户外运动目的地生态治理国际经验与启示[J]. 体育文化导刊, 2025(1): 9-16, 31.
 - [4] 蒋全虎, 陈家起, 高奎亭, 等. 新时代我国户外运动产业高质量发展思考[J]. 体育文化导刊, 2023(9): 76-83, 90.
 - [5] 王钰洁, 文静. 体育旅游目的地多元化评价探讨[J]. 运动精品, 2022, 41(4): 42-44.
 - [6] 王建民, 巩晶晶, 赵同庆, 等. 运动休闲特色小镇发展理论依据及价值内涵研究[J]. 河西学院学报, 2025, 41(2): 106-111.
 - [7] 贵州省体育局, 中国中建设计集团有限公司. 贵州省全国体育旅游示范区总体规划(2019—2035年)[EB/OL]. https://tyj.guizhou.gov.cn/zwgk/zfxxgk/fdzdgknr/ghjh/201911/t20191127_73773423.html, 2019-11-27.
 - [8] 省人民政府办公厅关于印发《贵州省推进文旅体融合工作方案(2025—2027年)》的通知(黔府办发〔2025〕16号)[EB/OL]. https://www.guizhou.gov.cn/zwgk/zcfg/szfwj/qfbf/202510/t20251014_88693321.html?isMobile=false&sessionid=-513354777, 2025-09-01.