

政策驱动与需求牵引：体育旅游社交平台的发展逻辑与推进路径

蒋金池, 张 培, 柏 莎

四川工业科技学院计算机工程学院, 四川 德阳

收稿日期: 2026年7月24日; 录用日期: 2026年9月20日; 发布日期: 2026年10月20日

摘 要

体育旅游作为体育产业与旅游产业融合发展的新兴业态, 近年来受到学术界的持续关注。在国家系列政策引导以及数字技术普及的背景下, 体育旅游数字化转型进程不断加快。以Z世代青年群体为核心的消费市场“体育 + 旅游 + 社交”融合服务的需求持续攀升, 体育旅游社交平台由此迎来发展机遇。本文在系统梳理平台经济、数字社会学、旅游管理相关理论与现有研究成果基础上, 结合行业发展现状归纳平台现实困境, 剖析政策供给与市场需求双重驱动下体育旅游社交平台的发展逻辑, 探讨“政策引导 - 平台创新 - 市场响应”的互动机制, 并提出对应的优化推进路径。

关键词

体育旅游, 社交平台, 平台经济, 数字社会学, 体旅融合

Policy-Driven and Demand-Pull: The Development Logic and Promotion Pathways of Sports Tourism Social Platforms

Jinchi Jiang, Pei Zhang, Sha Bai

School of Computer Engineering, Sichuan University of Technology, Deyang Sichuan

Received: July 24, 2026; accepted: September 20, 2026; published: October 20, 2026

Abstract

As an emerging business format resulting from the integrated development of the sports industry

文章引用: 蒋金池, 张培, 柏莎. 政策驱动与需求牵引: 体育旅游社交平台的发展逻辑与推进路径[J]. 体育科学进展, 2026, 14(5): 975-979. DOI: 10.12677/aps.2026.145129

and the tourism industry, sports tourism has received sustained academic attention in recent years. Since 2025, a series of policy documents have been intensively issued at the national level, ranging from the Opinions on Unleashing the Potential of Sports Consumption and Further Promoting the High-Quality Development of the Sports Industry to the Guiding Opinions on Building High-Quality Outdoor Sports Destinations, and further to the “15th Five-Year Plan” for Building a Leading Sports Nation, collectively establishing a systematic policy framework for the development of sports tourism. Simultaneously, consumer demand centered on Generation Z youth groups for integrated “sports + tourism + social” services has continued to rise. On the basis of systematically reviewing the policy trajectory of sports tourism and relevant academic literature, this paper analyzes the development logic of sports tourism social platforms under the dual drivers of policy supply and market demand, explores the interactive mechanism of “policy guidance - platform innovation - market response,” and proposes pathways for deepening the integration of sports and tourism and improving platform governance.

Keywords

Sports Tourism, Social Platforms, Policy-Driven, Demand-Driven, Integrated Development

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

体育旅游是以体育运动为核心、以现场观赛、参与体验及参观游览为主要形式，以满足休闲娱乐与旅游消费为目的的新兴产业形态。近年来，随着国内消费结构升级与数字技术深度渗透，体育旅游逐步成为文旅消费领域的重要场景。国家先后出台《关于建设高质量户外运动目的地的指导意见》[1]、《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》[2]、《体育强国建设“十五五”规划》[3]等政策文件，从顶层设计层面支持户外运动、体育旅游新业态发展，为体育旅游数字化、社交化转型营造了良好的制度环境。

与此同时，以 Z 世代(1995~2009 年出生人群)为代表的青年消费群体成为体育旅游市场主力，“搭子社交”“兴趣结伴”成为新的消费潮流。算法技术重塑信息分发模式，改变大众出行决策与社交方式[4]。反观现有互联网产品，传统在线旅游平台侧重于产品交易，缺少深度社交联结功能；泛社交平台用户群体混杂，体育旅游场景的安全管控、专业服务能力不足。供需之间的错位，为垂直类体育旅游社交平台的成长创造了市场空间。

基于此，本文立足平台经济、数字社会学以及旅游管理相关理论，聚焦体育旅游社交平台这一垂直数字产品，梳理行业发展现状，识别当前平台运行的现实困境，解析政策、市场、技术多重因素下平台的内在发展逻辑，探究政策 - 平台 - 市场之间的互动关系，提出平台高质量发展的推进路径，以期为体旅融合数字化实践提供参考。

2. 相关理论与文献综述

针对体育旅游社交平台这一研究对象，本文整合平台经济、数字社会学、旅游管理领域的已有研究成果，夯实论文理论基础。

2.1. 平台经济理论

平台经济的核心是双边(多边)市场理论，平台作为中介载体连接供给方与需求方，通过网络效应降低

交易成本、缓解信息不对称问题。数字平台通过规则设计、算法匹配、信用机制实现多方主体的对接,平台治理直接关系行业整体运行质量。现有体育旅游相关研究指出,数字平台是推动体旅产业融合的重要载体,但国内体育旅游数字化平台普遍面临商业模式创新不足、数据管理失序、平台赋能有限等问题[5]。平台并非单纯的技术工具,其发展同时受到市场结构、技术水平、制度政策等多重外部条件约束[6],政策既为平台创新提供合法性,也对平台责任、业务边界形成约束。

2.2. 数字社会学理论

数字社会学关注数字技术、算法对用户行为、社会交往模式的塑造作用。算法深度嵌入日常生活,依靠用户画像完成内容与人群的精准匹配,重构大众社交逻辑与消费决策模式。已有旅游领域研究表明,社交媒体信息显著影响游客出行决策,平台技术属性、信息质量、风险提示机制和用户心理感知存在复杂交互关系[4]。Z世代作为数字原住民,更倾向于依托网络完成兴趣结伴,体育旅游场景下,用户不再满足于单纯观光游览,更加看重体验感与社交价值,这种群体行为变化,是垂直社交平台兴起的社会基础。

2.3. 旅游管理相关研究

旅游管理领域围绕体育旅游产业融合、数字化转型开展大量讨论。现有研究认为户外运动、体育旅游是服务业扩容提质的重要方向,产业高质量发展既需要硬件设施完善,也离不开数字化服务体系的支撑[5]。部分案例研究发现,政府与旅游平台企业的合作不是简单线性协同关系,实践过程中存在协商、摩擦与现实约束,平台基础设施价值的发挥需要多方主体协同推进[6]。此外代际对比研究显示,年轻群体对社交类、P2P模式旅游平台依赖度更高,也对平台的兴趣匹配、安全保障能力提出更高要求[7]。

综合来看,现有研究已经意识到数字平台对体育旅游产业的重要价值,但专门针对体育旅游社交平台这一垂直细分平台的研究仍有待深化,对于政策制度、市场需求、平台运行三者之间的互动逻辑还有进一步探讨空间,这也是本文的研究切入点。

3. 体育旅游社交平台发展现状

在政策导向、消费需求与数字技术共同作用下,体育旅游社交平台逐步成长,成为体旅融合新业态的重要组成部分。从政策层面看,国家持续鼓励户外运动、体育消费、服务业数字化升级,一系列政策文件为体育旅游社交平台的发展提供制度背景,引导平台面向大众户外运动、体育结伴出行等场景开展服务创新。市场端,国内体育旅游市场规模持续扩张,青年群体的需求从传统观光旅游转向兴趣体验式旅游,“运动+出游+交友”复合需求持续释放,催生大量结伴徒步、骑行、露营、登山等体育旅游场景。

当前国内体育旅游社交平台主要分为两类发展形态:第一类是垂直细分平台,专门聚焦户外运动、体育结伴,主打兴趣匹配、活动组队、攻略分享;第二类是综合旅游平台、泛社交平台增设体育旅游板块,依托原有用户基础拓展结伴、内容分享功能。

从平台功能来看,现有平台一般包含三大模块:一是内容社交模块,用户发布体育旅游攻略、出行笔记,实现兴趣交流;二是组队匹配模块,依托算法完成用户标签匹配,实现体育旅游“搭子”结伴;三是交易服务模块,对接户外运动线路、装备、赛事报名等产品资源。平台发挥双边市场优势,一边对接户外运动目的地、服务商、赛事资源等供给主体,一边满足普通用户出行、运动、社交多重诉求,在一定程度上缓解体育旅游领域信息分散、结伴难的现实痛点。

但整体而言,体育旅游社交平台尚处在发展阶段,行业尚未形成成熟统一的发展范式,头部标杆平台较少,多数平台的服务能力、治理水平参差不齐,行业整体规范化程度有待提升。

4. 体育旅游社交平台发展面临的现实困境

结合平台运行实践以及已有研究成果,当前体育旅游社交平台主要存在治理标准缺失、商业模式创新不足、制度落地存在张力、用户安全保障存在短板等现实困境。

4.1. 行业统一标准缺失, 平台治理体系不完善

现有研究指出,数字经济与体育旅游产业融合仍存在数字生态培育不足、平台接口标准缺失等问题[5]。具体到体育旅游社交平台,算法匹配、信用评价、活动审核与纠纷处理等治理规则仍缺乏统一规范。算法是平台实现兴趣结伴的核心工具,但算法的透明度不足,在人员匹配、内容推荐过程中容易产生信息茧房;信用评价机制不完善,对活动组织者、普通用户的信用约束力度有限,一旦出现出行纠纷,责任界定较为困难。

4.2. 商业模式创新不足, 供给端资源整合能力有限

多数垂直体育旅游社交平台盈利模式较为单一,主要依靠广告、活动报名手续费,可持续盈利路径不清晰。平台对线下体育旅游资源整合能力偏弱,和户外运动目的地、地方文旅体育部门、线下服务商的联动不足。很多平台更多停留在“内容+组队”的社交层面,难以深度整合线路开发、安全救援、专业指导等实体服务,平台赋能产业发展的价值没有充分释放。

4.3. 政策制度与平台实践之间存在现实张力

国家层面出台的政策文件为体育旅游数字化创新指明方向,但政策落地到平台运营存在现实障碍。政策鼓励户外运动、体旅数字化,但是针对社交结伴类平台的数据安全、用户隐私保护、户外活动风险责任划分缺少细化执行细则。平台在落实政策要求、开展业务创新时,面临资源协调、数据治理、风险管控等现实难题,政府、平台企业、线下服务商多方协同机制尚不健全。

4.4. 用户安全与权益保障存在风险隐患

体育旅游大多涉及登山、徒步等具有一定风险的户外运动场景,平台上自发组队出行占比较高。部分平台风险提示机制不足,对组织者资质审核宽松。结伴出行过程中的人身安全、财产安全、意外伤害责任界定复杂。同时平台汇聚大量用户个人兴趣、出行、位置信息,数据管理失序会带来隐私泄露风险,用户权益保护压力突出。

5. 体育旅游社交平台高质量发展推进路径

基于上述现状与困境,结合平台-政策-市场的互动逻辑,从行业规范建设、平台能力升级、多方协同治理、用户权益保障四个维度提出推进路径。

5.1. 推动建立行业规范, 完善平台治理体系

推动行业层面探索建立体育旅游社交平台服务标准,围绕算法应用、信用评价、活动审核、纠纷处理形成参考规范。平台内部优化治理架构,厘清自身信息中介、活动组织者、安全提示者多重角色的责任边界。优化算法机制,提升算法可解释性,不能单纯以流量为导向完成人员匹配;搭建完善信用评价体系,对活动发起方、服务商开展信用建档,落实差异化管理,降低信息不对称带来的交易风险。

5.2. 创新商业模式, 强化线下资源整合能力

平台突破单纯线上社交的定位,深化和地方体育、文旅部门、户外运动目的地、专业机构合作。一

方面依托平台社交流量,助力优质体育旅游线路、户外运动赛事进行传播推广;另一方面引入专业户外运动教练、救援机构,把线上社交和线下专业服务相结合,拓展多元化盈利渠道。发挥平台双边市场优势,打通供给端与消费端,真正赋能体育旅游产业数字化升级。

5.3. 构建多方协同机制,弥合政策与实践的张力

政府、平台企业、行业协会、线下服务主体建立常态化协同。政府做好顶层引导,针对体育旅游社交平台的业务特征完善配套细则,平衡创新发展与风险监管;行业协会发挥桥梁作用,开展行业自律;平台主动对接政策导向,把政策要求转化为平台内部管理制度。多方联动破解资源协调难、责任划分模糊等现实问题,实现“政策引导-平台创新-市场响应”良性互动。

5.4. 健全风险防控机制,保障用户安全与合法权益

平台要强化体育旅游活动的风险前置管理,完善风险提示,对高风险户外运动活动加强审核,对活动组织者开展资质核验。建立出行风险预警、纠纷调解机制,明确户外运动结伴场景下各方权责。严格落实数据安全与个人信息保护相关法规,规范用户数据采集、存储与使用,防范隐私泄露,切实维护用户人身安全与数字权益。

6. 结语

体育旅游社交平台的兴起,是数字时代市场需求变迁与国家制度环境共同作用的结果。Z世代群体“体育+旅游+社交”的消费诉求为平台提供广阔市场,国家相关政策为平台创新提供制度保障。但现阶段平台仍然面临行业标准缺失、商业模式有待创新、多方协同不足、用户安全保障压力大等多重困境。只有完善平台内部治理、整合线下产业资源、推动多方主体协同、筑牢风险防控底线,才能够推动体育旅游社交平台走向规范化高质量发展。

未来还可以进一步开展实证研究,探究算法治理如何影响平台用户体验,平台信用评价体系的实际运行效果,以及制度环境动态变化对平台演化路径的塑造,以此深化平台经济与体育旅游融合领域的相关研究。

参考文献

- [1] 国务院办公厅转发国家发展改革委、体育总局《关于建设高质量户外运动目的地的指导意见》的通知[EB/OL]. 2025-01-20. https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202501/content_7000445.htm, 2026-09-18.
- [2] 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. https://www.gov.cn/zhengce/content/202509/content_7039155.htm, 2026-09-18.
- [3] 体育总局关于印发《体育强国建设“十五五”规划》的通知[EB/OL]. 2026-07-08. <https://www.sport.gov.cn/n315/n20001395/c29789336/content.html>, 2026-09-18.
- [4] 杨琦,张婷婷.社交媒体视角下体育旅游决策行为影响因素实证研究——基于PLS-SEM和fsQCA的混合研究[C]//中国体育科学学会.第十四届全国体育科学大会学术成果汇编——墙报交流(体育统计分会).北京:中国体育科学大会,2025:11743-11744.
- [5] 张亚文,崔珊珊,齐云鹏,等.共生理论视角下数字经济与体育旅游产业融合发展研究[J].广州体育学院学报,2026,46(1):79-86.
- [6] Xu, L. and Chen, Z. (2025) Clicking to Activate the Key: Unlocking the Infrastructural Potential of Digital Platforms through Improvised Relationships. *Information, Communication & Society*, **29**, 2885-2903. <https://doi.org/10.1080/1369118x.2025.2587125>
- [7] David-Negre, T., Almeida-Santana, A., Hernández, J.M. and Moreno-Gil, S. (2026) Decoding Generational Dynamics in the Platform Tourism Ecosystem. *International Journal of Tourism Cities*. <https://doi.org/10.1080/20565607.2026.2666681>