

红色体育驱动四川休闲体育旅游的理论逻辑、现实困境与实践路径

王 法*, 游 林

成都体育学院运动休闲学院, 四川 成都

收稿日期: 2026年9月3日; 录用日期: 2026年10月20日; 发布日期: 2026年10月28日

摘 要

四川是红色体育资源富集地区, 推动红色体育与休闲体育旅游深度融合, 对四川旅游业朝着深度体验游和主题研学游方向发展有着重大历史意义与时代价值, 本研究围绕红色体育驱动四川休闲体育旅游发展展开研究, 发现四川红色体育推动休闲体育旅游时存在: 资源开发较为零散, 整合程度不够高; 产品存在严重的同质化现象, 现代表现形式和IP形象塑造有所短缺; 传播方式较为传统, 数字化支撑不足; 协作机制比较薄弱, 跨部门治理效率较低; 量化评定比较艰难, 专业人才相对缺少的问题。并给出针对性建议: 形成“节点-轴线-域面”的空间格局来激活红色体育资源; 创建多元化的休闲体育旅游产品体系; 利用数字技术优化沉浸式体验品质; 塑造文体旅融合发展的生态圈; 树立相关品牌形象; 创建智能化的服务体系和成果评价机制, 以此给四川红色体育与休闲体育旅游的深度融合增添新的活力和发展动力。

关键词

红色体育, 休闲体育旅游, 融合路径, 四川, 文旅融合

Theoretical Logic, Practical Dilemmas, and Implementation Paths for Driving Sichuan's Leisure Sports Tourism through Red Sports

Fa Wang*, Lin You

School of Sports and Leisure, Chengdu Sport University, Chengdu Sichuan

*通讯作者。

文章引用: 王法, 游林. 红色体育驱动四川休闲体育旅游的理论逻辑、现实困境与实践路径[J]. 体育科学进展, 2026, 14(5): 1076-1083. DOI: 10.12677/aps.2026.145141

Received: September 3, 2026; accepted: October 20, 2026; published: October 28, 2026

Abstract

Sichuan is a region rich in “Red sports” resources. Promoting the deep integration of Red sports and leisure sports tourism holds significant historical and contemporary value for the evolution of Sichuan’s tourism industry toward in-depth experiential and thematic educational travel. This study examines how Red sports drive the development of leisure sports tourism in Sichuan, identifying several challenges: fragmented resource development and insufficient integration; severe product homogenization and a lack of modern presentation forms or IP branding; traditional communication methods with inadequate digital support; weak collaborative mechanisms and low cross-departmental governance efficiency; and difficulties in quantitative assessment alongside a shortage of professional talent. Targeted recommendations are proposed: establishing a “node-axis-area” spatial pattern to activate Red sports resources; creating a diversified product system for leisure sports tourism; leveraging digital technology to enhance immersive experiences; fostering an ecosystem for the integrated development of culture, sports, and tourism; building relevant brand identities; and establishing intelligent service systems and outcome evaluation mechanisms. These measures aim to inject new vitality and development momentum into the deep integration of Red sports and leisure sports tourism in Sichuan.

Keywords

Red Sports, Leisure Sports Tourism, Integration Path, Sichuan, Integration of Culture and Tourism

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

当前,文化和旅游深度融合已上升为国家战略。休闲体育旅游是体育产业和旅游产业的新形式、新做法,也是重要趋向,受到普遍关注。与此同时,加强红色体育文化资源的保护与利用,成为新时代弘扬文化、深化爱国主义教育的重要任务之一。体育旅游和红色体育文化资源相互整合后,既能表现出深层次的资源互补优势,又能体现出多业态协同发展的真实需求。近些年来,我国相继出台了《关于推动体育产业高质量发展的意见》[1],《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》[2],《关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》[3]以及《扩大内需战略规划纲要(2022—2035年)》[4]等许多重要政策文件,这些文件都明确提出要借助培育新业态,拓展新模式来引导新型消费增长,促使文化、休闲体育和旅游等相关领域的业态更新并实现深度融合。

四川有着丰富且多种类别的红色体育资源,四川的红色体育文化资源散布很广,包含的内容也很丰富,休闲体育旅游和红色体育文化资源之间,在自然空间规划,旅游活动安排,教育操作执行以及康体休闲服务这些方面,本来就有天然的关联性和融合发展的动力。二者有机结合主要表现在对体育旅游资源的统筹协调及高效开发上,旨在形成具有特色的文化景观体系与差别化的旅游体验场景,从而促使相关产品和服务向公众市场拓展,并融入现代经济循环。

既有研究成果表明,我国红色体育与休闲体育旅游十年研究具备研究主体与方法多元化的特性,杨芳等人整理了中国红色体育的发展历程,并给出体育为民,艰苦奋斗,团结协作等核心内涵[5];张玲玲

等人全面阐述了红色体育精神的形成逻辑及其基本内涵[6]; 曾艳筠等人考察了体育旅游与红色文化资源融合开发的动力机制与实际难题[7]; 李迪族等人创建了三体一体发展模式[8]; 张涵宇, 李宇, 张梦园, 张超等人分别就四川省域, 攀西, 川东, 南充等不同规模展开了区域研究[9]-[12]。研究方法表现出多元化的特征, 包括定量分析、定性研究、案例实证比较研究等, 不过, 大多数研究或者侧重于宏观理论及模式塑造, 或者着眼于特定省份的个案分析, 近年来虽已出现有关四川地区的研究, 但仍缺少以“红色体育”为核心动力, 系统探究其助力四川休闲体育旅游内在原理与实践途径的深入研究, 而且, 怎样把四川独有的历史积淀、充裕的民族体育资源同现代休闲旅游需求加以富有创造性的融合, 仍然需要做进一步的探寻。本研究立足爱国主义教育传承、文化产业发展以及数字技术应用等多重视角, 重点发掘休闲体育旅游和红色体育文化资源相互融合的独特优势, 全方位地释放它们在融合过程中所产生的复合功能和社会经济价值。

2. 红色体育文化驱动四川休闲体育旅游的理论逻辑

2.1. 概念界定

红色体育是指在发展过程中形成并传承至今的体育活动形态、物质遗存、精神价值与制度规范的总和, 既包括历史时期的体育实践, 也涵盖其在当代的传承与发展。休闲体育旅游是指人们以休闲为目的, 离开常住地前往异地参与体育健身、运动体验、康体疗养和文化感知等活动的旅游形式, 具有健身性、娱乐性、体验性和文化性特征。红色体育驱动休闲体育旅游发展, 是指通过挖掘、转化和运用红色体育资源, 提升休闲体育旅游的文化内涵、产品品质和产业价值, 实现文化传承与休闲体育旅游发展的双向互动。

2.2. 驱动的内在逻辑

本研究立足文化价值与旅游经济互促共生的融合理念, 依托产业共生、产业融合及协同发展的相关理论, 系统探析体育旅游与红色文化资源融合开发的驱动机制及其所面临的实践难题, 进一步厘清两者融合的内在理论逻辑。从历史逻辑看, 四川具有丰富的红色体育历史遗产, 这些遗产是发展休闲体育旅游的珍贵资源。从理论逻辑看, 产业融合理论认为, 产业边界模糊化催生新业态, 红色体育文化与体育旅游的融合正是文化产业、体育产业与旅游产业边界消融的结果; 协同发展理论强调不同主体、要素和区域之间的协作共赢, 为跨部门、跨区域的红色体育旅游发展提供了分析框架; 文化生态学则关注文化与其生存环境之间的互动关系, 为红色体育文化在旅游场景中的活态传承提供了思路。从现实逻辑看, 文旅融合政策红利、消费升级需求、全民健身热潮、乡村振兴战略以及成渝地区双城经济圈建设共同为红色体育文化与休闲体育旅游融合发展创造了有利条件。

2.3. “精神内核 - 体育载体 - 旅游表达”三位一体模型

本研究尝试构建“精神内核 - 体育载体 - 旅游表达”三位一体的理论模型(见图 1)。其中, “精神内核”是内核, 指红色体育文化所蕴含的精神价值, 为休闲体育旅游注入文化灵魂[13]; “体育载体”是中介, 指可参与、可体验的体育活动形态, 是将精神内核转化为旅游产品的关键纽带; “旅游表达”是呈现, 指通过景区、线路、赛事、研学、数字场景等旅游形式, 将文化呈现给游客并产生经济与社会价值。三者相互依存、相互作用, 共同构成红色体育驱动休闲体育旅游的理论框架。

需要说明的是, “精神内核 - 体育载体 - 旅游表达”模型与资源基础理论、价值链理论既相互关联又有所区别。资源基础理论认为, 具有价值性、稀缺性、难以模仿性和不可替代性的资源是主体获取持续竞争优势的源泉[14]。四川红色体育文化资源的地域性与历史性恰好符合上述特征, 这为模型中“精神内核”的稀缺性价值提供了解释, 即红色体育文化缘何能够成为四川休闲体育旅游差异化竞争的核心资

源。价值链理论将价值创造拆解为一系列相互关联的活动环节[15]，模型中的“体育载体”与“旅游表达”环节，正对应文化价值从资源形态经产品化向市场形态转化的增值链条。不同之处在于，资源基础理论与价值链理论均以企业或产业的经济效益为分析本位，而本模型以文化价值的传承与转化为逻辑起点，强调精神价值经由体育参与向旅游体验“转译”的双向过程，更适用于解释文化资源驱动型旅游目的地的融合发展机制。三者相互补充，共同构成本研究的理论分析基础。

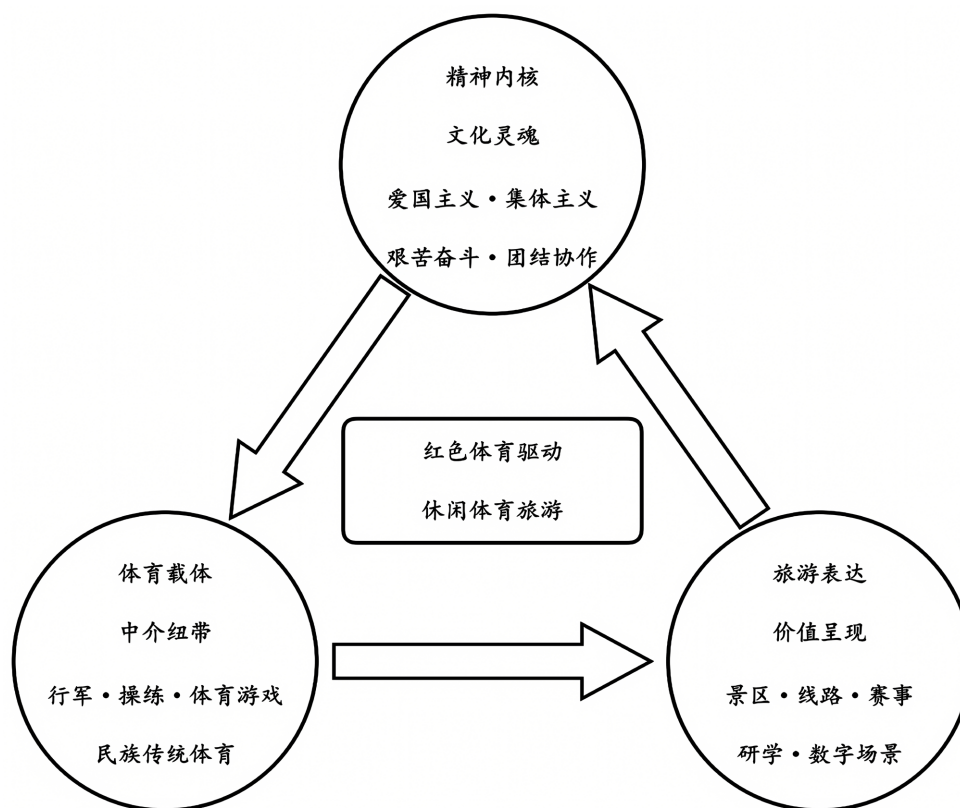


Figure 1. A tripartite model of “Red sports”-driven leisure sports tourism
图 1. 红色体育驱动休闲体育旅游的三位一体模型图

2.4. 作用机制与运行逻辑

红色体育驱动四川休闲体育旅游的作用机制可概括为“价值引领－资源转化－产品创新－产业联动－品牌传播”五个环节。价值引领机制是指红色体育文化所蕴含的精神价值为休闲体育旅游注入文化灵魂，增强游客的情感认同和价值共鸣。资源转化机制是指将红色体育历史遗存、精神符号和活动形态转化为可体验、可参与、可消费的休闲体育旅游产品。产品创新机制是指通过体育赛事、体育研学、户外运动、民族传统体育等载体，开发差异化、主题化、沉浸式的休闲体育旅游产品。产业联动机制是指推动红色体育文化与农业、文化、教育、康养等相关产业深度融合，延伸产业链，提升附加值。品牌传播机制是指通过数字化传播、赛事营销、故事叙述和 IP 塑造，提升四川红色体育旅游的知名度和影响力。

3. 红色体育驱动四川休闲体育旅游的现实困境

3.1. 资源开发碎片化，整合力度不足

四川红色体育文化资源虽然数量众多、分布广泛，但资源开发普遍存在碎片化问题。一方面，红色

体育资源分属多个部门管理, 缺乏统一的资源普查、分类标准和开发规划; 另一方面, 各地在资源开发中往往具有自主性, 缺乏区域联动和廊道整合, 难以形成规模效应和品牌合力。李宇等指出, 四川红色体育文化资源开发模式单一, 资源整合与协同开发不足, 制约了资源价值的充分释放。

3.2. 产品同质化严重, IP 塑造乏力

当前四川红色体育旅游产品多以参观讲解、图片展示、纪念碑瞻仰等传统观光形式为主, 缺乏参与性、体验性和沉浸性设计。目前四川红色体育旅游仍存在产品同质化、文化内涵挖掘不深、体育活动融入不足等问题。与攀西地区的主题徒步、骑行等创新产品相比, 全省范围内能够将红色体育历史与休闲运动体验深度融合的优质产品仍然较少。同时, 红色体育文化的现代表达与 IP 塑造不足, 难以满足游客从观光式参观向参与式、感悟式体验升级的消费需求, 也制约了红色体育文化价值从理念向产品的转化。

3.3. 数字化支撑不足, 传播方式传统

曾顺旭等[16]指出, 红色体育旅游宣传存在渠道拓展不宽、代际认同分化等问题。朱曼[17]在研究陕西红色体育文化时发现, 数字化建设滞后、内容创新不足、技术应用不深、产业融合不够是制约红色体育文化传承创新的主要瓶颈。四川红色体育旅游在数字化传播、智慧服务、沉浸式体验和新媒体营销方面同样存在不足, 年轻游客群体的参与度和认同感有待提升。

3.4. 协同治理机制薄弱, 跨部门联动不畅

红色体育文化与休闲体育旅游的融合发展涉及文旅、体育、发改、宣传、教育、乡村振兴等多个部门, 但当前跨部门协同治理机制尚不健全。唐明欢等[18]指出, 红色体育文化推动乡村振兴面临体制机制不健全、专业人才匮乏、资金投入不足等困境, 需要构建“顶层统筹 - 区域策划 - 基层落地”的分层协同体系。四川在推进红色体育旅游过程中, 同样存在多种等问题, 影响了治理效能。

3.5. 绩效评价体系缺失, 专业人才匮乏

本研究的难点之一在于量化评估红色体育文化对旅游经济的实际拉动效果。当前四川红色体育旅游缺乏科学的绩效评价指标体系, 难以准确衡量其对旅游收入、游客满意度、品牌影响力的贡献。同时, 红色体育旅游的发展需要既懂历史文化, 又懂体育旅游, 还懂市场运营的复合型人才。然而, 当前四川相关从业队伍中, 讲解员多偏重历史叙事、体育指导员缺乏相关文化底蕴、产品策划人员不熟悉旅游市场, 导致产品设计与市场需求脱节, 服务质量参差不齐。

4. 红色体育驱动四川休闲体育旅游的实践路径

4.1. 资源活化路径: 构建“节点 - 轴线 - 域面”空间格局

依托地理资源关键节点, 构建“节点 - 轴线 - 域面”相结合的红色体育旅游廊道。白志坚等[19]提出的“节点 - 轴线 - 域面”廊道模型为四川空间布局提供了直接参照。具体而言, 应以核心景区为“节点”, 以相关地理标识等为“轴线”, 以相关地区为“域面”, 形成全域联动、错位发展的空间格局。在空间组织上, 可重点打造两条骨干廊道: 西线为“成都 - 雅安 - 泸定 - 康定 - 阿坝”廊道, 串联相关关键节点; 东线为“广元 - 巴中 - 达州”廊道, 串联相关地理标识等节点, 两大廊道以国家文化公园四川段建设为纽带实现互联互通。同时, 应加强红色体育文化资源的普查、建档与数字化保护, 建立全省统一的资源数据库, 为资源活化利用提供基础支撑。在机制保障上, 建议由省级层面牵头建立红色体育旅游发展联席会议制度, 统筹文旅、体育、教育等部门职责, 制定统一的资源普查标准、标识系统与导览规范, 力争尽快完成全省相关文化资源普查建档与数字化入库, 实现“一张图”管理。

4.2. 产品创新：打造多元化休闲体育旅游产品体系

结合四川地形地貌和民族文化特色, 开发相关主题徒步、骑行、定向、探险、马拉松与研学营等多元化产品。攀西地区的实践表明, 相关主题徒步、定向运动、骑行等产品形态已具备较好的市场基础。面向中小學生群体, 可开发形式多样的研学产品, 配套课程手册与研学导师; 面向大众健身群体, 可开发分级线路产品, 如设置 5 公里体验组与 21 公里挑战组的相关主题徒步大会, 完赛奖牌融入四川元素, 强化纪念性与社交传播性; 面向专业户外群体, 可开发夹金山雪地穿越、若尔盖草原露营等中高阶产品, 配套专业向导与安全救援体系。此外, 还应注重将民族传统体育项目融入红色体育旅游, 如彝族的摔跤、藏族的赛马、羌族的推杆等, 打造具有四川辨识度的融合产品。在冰雪资源丰富的川西高原, 可探索冬季产品; 在川东丘陵地区, 可发展相关户外融合产品, 实现全季节、全地域的产品覆盖。李迪族等提出的四类产品创新路径, 也为四川产品体系构建提供了参考。

4.3. 场景营造：提升沉浸式体验品质

运用场景理论, 通过情境再现、角色扮演、运动体验等方式, 将历史转化为可感知、可参与、可记忆的休闲场景。例如, 情景体验项目, 徒步挑战活动, 在三线建设基地设计“工业记忆 + 定向越野”产品。关于算法驱动红色体育文化传承的研究表明, 技术应用可以拓展沉浸体验的边界[20]。因此, 应积极运用虚拟现实、增强现实、数字孪生等技术, 打造新型场景, 增强游客的文化认同和情感共鸣。具体而言, 可在核心节点部署 AR 导览系统, 游客佩戴轻量化设备即可观看历史还原画面; 在 VR 体验馆, 模拟历史场景; 开发相关剧本游, 将线索解谜与定向运动相结合, 增强年轻客群参与黏性; 同步开发小程序, 游客线下徒步、骑行里程可累计兑换线上纪念勋章与景区优惠, 实现线上线下体验联动。

4.4. 产业协同：构建文体旅融合发展生态圈

推动红色体育文化与农业、文化、教育、康养、交通等产业深度融合, 构建多元主体参与的产业生态圈。王石峰等提出的“民俗节庆 + 旅游”“赛事活动 + 旅游”“健身休闲 + 旅游”“体育康养 + 旅游”“红色体育 + 旅游”五种模式为产业协同提供了参考[21]。四川应重点培育多领域融合业态, 延伸产业链条, 提升综合效益。同时, 应建立政府引导、企业主体、社会参与、市场运作的协同机制, 吸引社会资本投入开发。在商业模式上, 可构建“景区门票 + 课程收费 + 装备租赁 + 文创销售”的复合收入结构, 降低对单一门票经济的依赖; 在利益分配上, 鼓励村集体以资源入股方式参与项目运营, 通过餐饮接待、民宿经营、向导服务等方式带动农户增收; 在客源组织上, 依托成渝地区双城经济圈建设, 推动成渝两地旅行社、户外运动俱乐部建立客源互送机制, 并争取将符合条件的旅游基地纳入中小学研学实践教育基地目录, 稳定团队客源。

4.5. 品牌传播：塑造四川特色 IP 品牌形象

整合四川相关文化资源, 塑造特色品牌形象, 形成具有全国影响力的旅游 IP。借鉴其他地区赛事 IP 经验, 四川可策划相关品牌赛事和活动。在传播策略上, 应构建传统媒体与新媒体相结合、线上与线下相联动的传播矩阵, 运用短视频、直播、社交媒体等新兴渠道, 提升品牌知名度和美誉度。在赛事安排上, 可形成四季联动的年度赛事日历。在新媒体传播上, 可在抖音、小红书等平台发起相关话题挑战, 邀请运动健身类博主实地体验创作; 大众日常跑步、徒步里程可累计兑换虚拟勋章与线下景区优惠, 把品牌传播嵌入日常健身场景。

4.6. 数字支撑：建设智慧化服务体系

充分利用数字技术提升红色体育旅游的服务水平和治理效能。一是建设体育旅游智慧服务平台, 整

合景区预约、线路推荐、运动导航、文化解说、社交分享等功能；二是推进文化资源的数字化保护与展示，建立数字档案、虚拟展厅和线上体验馆；三是运用大数据分析游客行为 and 市场需求，为产品优化和精准营销提供决策支持；四是构建融合发展绩效评价指标体系，通过德尔菲法和层次分析法确定指标权重，量化评估红色体育文化对旅游经济的拉动效果。朱曼提出的红色体育智慧旅游、数字文创、研学旅行等实践形式，为四川数字化发展路径提供了具体参照。具体可构建如表 1 所示的绩效评价指标体系框架实现评价工作的科学化与可操作化。

Table 1. Performance evaluation indicator system for the development of leisure sports tourism driven by “red sports” in Sichuan

表 1. 红色体育驱动四川休闲体育旅游发展的绩效评价指标体系

一级指标	二级指标	数据来源与测量方式
文化传承力	游客红色体育文化认知提升率、研学课程完成率、讲解服务合格率	前后测问卷、研学机构记录、定期抽检
经济拉动力	旅游综合收入增长率、过夜游客占比、人均二次消费额	统计部门数据、景区经营报表
游客体验度	游客满意度、重游意愿、推荐值	问卷调查、在线评价文本分析
品牌影响力	新媒体曝光量、搜索指数、省外游客占比	平台后台数据、票务系统数据
协同发展度	跨部门联合项目数、带动就业人数、农户参与率	政府统计、项目台账、入户调查

5. 结语

在文旅深度融合、体育强国建设与成渝地区双城经济圈建设等多重政策叠加下，红色体育与休闲体育旅游的耦合发展已成为四川地区经济转型、文化传承和体育旅游产业升级的重要抓手。本研究立足四川省域，对红色体育驱动休闲体育旅游的理论逻辑、现实困境与实践路径进行系统研究，主要结论如下：(1) 红色体育文化与休闲体育旅游在资源禀赋、价值功能、产业形态以及空间载体等方面有着天然的关联性，“精神内核－体育载体－旅游表达”这个三位一体的模型展示了二者融合发展的内在原理和作用机制。(2) 四川红色体育推动休闲体育旅游时遇到诸多现实问题，诸如资源开发散乱、产品雷同、IP 塑造短缺、传播方式保守、协同机制差、量化评价艰难、专业人才缺乏等。(3) 要从资源激活、产品更新、场景塑造、产业协作、品牌推广和数字助力这六个方面形成系统的操作方案。

红色体育精神承载的价值，是中华民族宝贵的精神财富。彰显其时代价值，既能为四川休闲体育旅游高质量发展注入文化灵魂，也能为体育强国建设与民族复兴伟业凝聚精神力量。日后，四川省应当其特有的文化资源特点，加强跨区域政策合作与生态环境保护，提升科技助力与数字化更新水平，促使其实现沉浸式传播与智能化运营，从而形成文化赋活力、体育聚人心、旅游促发展的新态势。

基金项目

德阳市哲学社会科学重点研究基地－四川省红色体育研究中心 2025 年度项目“红色体育文化赋能四川休闲体育旅游的路径研究” (项目编号：2025ZC28)。

参考文献

[1] 国务院办公厅. 国务院办公厅关于促进全民健身和体育消费推动体育产业高质量发展的意见[EB/OL]. 2019-09-17. https://www.gov.cn/zhengce/content/2019-09/17/content_5430555.htm, 2026-10-09.

[2] 国务院办公厅. 国务院办公厅关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见[EB/OL]. 2019-08-23. https://www.gov.cn/zhengce/content/2019-08/23/content_5423809.htm, 2026-10-09.

-
- [3] 国务院办公厅. 国务院办公厅关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见[EB/OL]. 2020-09-21. https://www.gov.cn/zhengce/content/2020-09/21/content_5545394.htm, 2026-10-09.
- [4] 中共中央国务院印发《扩大内需战略规划纲要（2022—2035年）》[N]. 人民日报, 2022-12-15(001).
- [5] 杨芳, 杨茜. 中国红色体育发展历程、特点与新时代启示[J]. 体育文化导刊, 2022(9): 29-35.
- [6] 张玲玲, 张新, 刘青. 红色体育精神的生成逻辑、基本内涵与实践运用[J]. 武汉体育学院学报, 2023, 57(11): 10-18.
- [7] 曾艳筠, 张小林. 体育旅游和红色文化资源融合开发研究[J]. 资源开发与市场, 2023, 39(10): 1383-1390.
- [8] 李迪族, 赵慧娣, 范云宝. 红色资源与体育旅游融合发展机制与推进策略研究[J]. 体育科技文献通报, 2026, 34(3): 111-114, 125.
- [9] 张涵宇, 张晓林. 四川省红色体育旅游的发展历程、主要成就与未来展望[J]. 体育科技文献通报, 2025, 33(12): 90-94.
- [10] 李宇, 雷兆双, 黄隐. 乡村振兴背景下四川红色体育文化资源调查与利用研究[J]. 当代体育科技, 2024, 14(25): 128-132.
- [11] 张梦园, 杜力平, 王沙. 攀西地区体育旅游与红色旅游融合发展路径研究[J]. 西部旅游, 2025(6): 28-30.
- [12] 张超. 红色体育文化赋能川东地区群众体育高质量发展的研究[J]. 四川文理学院学报, 2024, 34(6): 35-41.
- [13] 蔡娟, 曹千慧. 文化自信视域下中华体育精神的演进逻辑、时代目标及弘扬路径[J]. 体育文化导刊, 2025(8): 47-54.
- [14] Barney, J. (1991) Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17, 99-120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- [15] (美)迈克尔·波特, 著. 竞争优势[M]. 陈丽芳, 译. 北京: 中信出版社, 2021.
- [16] 曾顺旭, 黄莉, 付志铭, 等. 论新时代的红色体育文化宣传[J]. 体育文化导刊, 2026(7): 41-48.
- [17] 朱曼. 数智融合背景下陕西红色体育文化传承创新的提升路径[J]. 中国集体经济, 2026(13): 149-152.
- [18] 唐明欢, 刘金福. 红色体育文化赋能革命老区乡村振兴的逻辑理路、现实困境与实践向度[J]. 体育研究与教育, 2026, 41(2): 1-6.
- [19] 白志坚, 杨玲, 黎静. 红色体育旅游资源结构及产品化研究——以长征国家文化公园为例[J]. 浙江体育科学, 2024, 46(5): 1-8.
- [20] 张玲玲. 技术赋能与主体复归: 算法驱动下红色体育文化传承机制建构[J]. 成都体育学院学报, 2026, 52(6): 38-47.
- [21] 王石峰, 夏江涛. 体育旅游助力乡村振兴的逻辑理路、模式选择与推进思路[J]. 体育文化导刊, 2022(11): 8-14.