Advances in Physical Sciences 体育科学进展, 2026, 14(5), 1065-1075
Published Online October 2026 in Hans. https://www.hanspub.org/journal/aps
https://doi.org/10.12677/aps.2026.145140

Hans汉斯

昭通市体育旅游打造“绿色营销”战略的实施策略与保障体系研究

安　斗*，马　刚

昭通学院体育学院，云南　昭通

收稿日期：2026年9月29日；录用日期：2026年10月22日；发布日期：2026年10月28日

摘　要

在文旅融合与绿色发展协同推进的时代背景下，绿色营销已成为推动体育旅游产业高质量发展、实现生态保护与产业增收双赢的关键路径。昭通市拥有优越的自然生态资源与独特的民族体育文化资源，具备打造体育旅游绿色营销战略的良好基础，但当前其绿色营销实施仍面临策略不完善、保障体系不健全等困境，制约了产业价值释放。本文综合运用文献资料法、实地调查法、访谈法及逻辑分析法，系统调研昭通市体育旅游绿色营销实施现状，剖析其在策略设计、落地执行及保障支撑方面存在的核心问题，重点聚焦绿色营销战略的实施策略与保障体系构建展开深入研究。研究提出针对性实施策略，构建涵盖政策、资金、人才、生态的全方位保障体系，为昭通市体育旅游顺利推进绿色营销战略、破解发展瓶颈、打造区域特色绿色体育旅游品牌提供理论支撑与实践指引，助力昭通市体育旅游产业高质量发展，推动文旅融合与生态文明建设深度衔接。

关键词

昭通市，体育旅游，绿色营销，实施策略，保障体系

Research on Implementation Strategies and Guarantee System for Zhaotong City’s Sports Tourism to Build a “Green Marketing” Strategy

Dou An*, Gang Ma

School of Physical Education, Zhaotong University, Zhaotong Yunnan

Received: September 29, 2026; accepted: October 22, 2026; published: October 28, 2026

*通讯作者。

文章引用：安斗，马刚. 昭通市体育旅游打造“绿色营销”战略的实施策略与保障体系研究[J]. 体育科学进展, 2026, 14(5): 1065-1075. DOI: 10.12677/aps.2026.145140

Abstract

Against the backdrop of the coordinated advancement of the integration of culture and tourism and green development, green marketing has become a crucial path to drive the high-quality development of the sports tourism industry and achieve a win-win outcome of ecological protection and industrial income growth. Zhaotong City boasts high-quality natural ecological resources and distinctive ethnic sports and cultural resources, laying a solid foundation for developing a green marketing strategy for sports tourism. However, the current implementation of green marketing in the city is confronted with practical predicaments such as an imperfect strategic system and an inadequate support mechanism, which have restricted the effective release of industrial value. This paper comprehensively adopts the methods of literature review, field investigation, interview and logical analysis to systematically investigate the current implementation status of green marketing for sports tourism in Zhaotong City, and deeply analyze the core problems existing in its strategic design, implementation and support. It also focuses on the formulation of implementation strategies and the construction of a support system for the green marketing strategy to conduct an in-depth study. This research puts forward targeted green marketing implementation strategies and constructs a comprehensive multi-dimensional support system covering policies, funds, talents and ecology. It aims to provide theoretical support and practical guidance for Zhaotong City to smoothly advance the green marketing strategy for sports tourism, break through the bottlenecks of industrial development and build a regional characteristic brand of green sports tourism, so as to boost the high-quality development of Zhaotong's sports tourism industry and promote the in-depth integration and coordinated development of the integration of culture and tourism and ecological civilization construction.

Keywords

Zhaotong City, Sports Tourism, Green Marketing, Implementation Strategy, Support System

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. 前言

随着人民群众对娱乐健身、休闲放松等身心需求的增加，体育旅游作为一种新兴文化产业已逐渐加快了发展的速度，成为了促进人民群众健康发展和经济社会发展的有利元素。昭通市位于我国云南省东北部，素有“锁钥南滇，咽喉西蜀”之称，不仅自然地理位置十分特殊，凭借着独特的地势形成了种类繁多，特色鲜明的体育旅游资源，为当地的人们提供了独特的自然景观和迷人风光。而且区位条件十分优越，北接成渝经济圈，南接滇中经济圈，适宜发展能较快调整经济发展方式，优化产业结构的体育旅游产业。目前，昭通市已形成“磅礴乌蒙，神奇昭通”的品牌旅游形象。因此，为更深入保护昭通市体育旅游资源，推动昭通市体育旅游与绿色发展理念、生态文明建设协调统一发展，将体育旅游资源与“绿色营销”战略相结合进行研讨具有一定社会价值。

1.1. 研究的目的

昭通市体育旅游具有大力打造“绿色营销”战略的前景，研究旨在通过打造这一战略思考以保护昭通市原生态的自然环境，推进市内生态文明建设与经济的协调统一发展，推动昭通市体育旅游成为一种

活跃的绿色经济，一种典型的朝阳产业，使其在发展过程中达到生态效益、经济效益、健康效益，形成多赢局面；旨在通过打造这一战略思考加大市内创新力度，创造出新型的体育参与方式以及新颖的体育旅游项目，使每一位参与者在快乐旅游的同时享受快乐体育，增进身心健康发展。

1.2. 研究的意义

昭通市体育旅游打造“绿色营销”战略符合我国生态文明建设和绿色发展的趋势，符合国内生态旅游的金融趋势，符合原生态、绿色环保、人民健康发展的时代要求，有利于地方人与自然和谐共生发展的新格局，可推进体育与旅游产业结构优化升级，使旅游地生态优势转化为发展生态经济的优势；有利于转变政府职能，严格监管，加大法律法规执行力度；有利于加强对体育旅游市场的宏观调控，培养旅游管理人才，增加就业机会；有利于推动形成体育旅游绿色消费方式，促使各类自然生态系统安全稳定发展。

2. 研究对象与方法

2.1. 研究对象

以昭通市体育旅游资源和“绿色营销”战略为主要研究对象，涵盖昭通市各县区体育旅游景区、相关行政管理部门、旅游企业及从业人员。

2.2. 研究方法

2.2.1. 文献资料法

通过检索中国知网、中国人民大学复印报刊资料库、万方数据库、全国大学生图书馆联盟等数据库，研读相关文献。调查并收集昭通市教育体育局、昭通市文化旅游局等机构相关资料，为进一步研究提供理论依据。

2.2.2. 实地调查法

通过实地调查走访昭通市教育体育局、昭通市文化旅游局等主要部门相关人员，就昭通市体育旅游资源发展现状与开发利用相关问题进行了访问、座谈、咨询，并对昭通市典型景区进行实地调查，获取一手资料。

2.2.3. 访谈法

通过走访昭通市旅游景区：大山包国家公园、水富西部大峡谷、彝良小草坝、大关黄连河、盐津豆沙关等相关景区，并对有关工作人员进行了结构性访谈和非结构性访谈；走访并请教有关专家学者，从多角度获取与研究有关的信息，为进一步的研究提供可靠理论支撑。

2.2.4. 逻辑分析法

对相关信息资料进行归纳、演绎整理和分析，得出有效数据和结论。

3. 研究结果分析

3.1. 相关概念的界定

3.1.1. 体育旅游

《国家旅游局 国家体育总局关于大力发展体育旅游的指导意见》中明确说明了体育旅游是旅游产业和体育产业深度融合的新兴产业形态，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，以满足健康娱乐、旅游休闲为目的，向大众提供相关产品和服务的一系列经济活动，涉及健身休闲、竞赛表演、装备制造、设施建设等业态[1]。

3.1.2. 体育旅游资源

体育旅游资源是充分利用地方独有的自然资源、人文资源、生态资源、区位资源、民族文化资源的优势，对地方旅游资源进行科学有效的资源整合与配置，选择起点高、品牌响、见效快、效益好的体育旅游项目进行开发，以体育运动为中枢，能吸引游客兴趣，并能进行健身休闲、竞赛表演、参观浏览、参与体验等形式的体育旅游活动，为体育旅游产业的经营所利用，使地方资源成为体育旅游经济、生态效益发展的新增长点[2]。

3.1.3. 绿色营销

“绿色营销是可以辨识、预测符合社会发展的消费需求，是在获得经济效益的同时能够实现持续经营的管理过程，是企业、社会实现可持续发展的重要引擎”。即，绿色营销是指在满足消费者和经营者共同利益的同时，以保护环境为宗旨而获得社会效益的市场营销方式[3]。学者孙班军、黄志强、郑浩指出；“绿色营销”是企业在经营中贯彻自身、消费者利益和环境利益相结合的原则，以环境保护为经营指导思想，以绿色文化为价值观念，以消费者的绿色消费为中心和出发点的营销观念、方式和策略[4]。综上所述，绿色营销作为一种经济利益手段却不以获取金钱物质为利益，而是通过保护生态效益而获取更大的经济效益。绿色营销是一种伴随着社会经济环境而发展的物质的活的文化载体，是现代物质文明、人类健康需求以及政府、企业多方博弈的结果，它的产生和传承都与生态文明建设、绿色可持续发展有着重大的联系。

3.1.4. 体育旅游绿色营销

综上所述，体育旅游绿色营销的概念可定义为：体育旅游绿色营销是推动传统体育转型升级朝着竞技发展方向延伸的重要需求方式，是将旅游业和体育运动与绿色营销方式相结合，构成全新的体育旅游营销模式，是有效利用地方资源，大力打造绿色发展理念和有效促进生态文明建设，推进体育与旅游产业结构的优化升级，推动形成体育旅游绿色消费的一种营销方式。

3.2. 昭通市体育旅游资源现状调查与分析

3.2.1. 昭通市旅游资源发展现状

昭通市旅游资源丰厚，类型多样，特色鲜明，禀赋极高，根据各县区地名志的统计，市内存在的景点有一万多个，可提供旅游的景区共 367 余处。目前昭通市已加大了旅游业建设的资金扶持力度，其发展的进程也在不断加快，经济收入一直以来也较为可观，自 2000 年起昭通市旅游业的经济收入皆成上升阶段，截至 2015 年时总收入达到 113.29 亿元，在云南省 16 个州市旅游经济指标统计表中排名居第九位。见表 1。

Table 1. Resource inventory of major projects under the five-year revitalization action plan for the development of the tourism industry in Zhaotong City
表 1. 昭通市旅游产业发展五年振兴行动计划重大项目资源表

序号	项目名称	建设性质	建设地点	建设级别
1	大山包国家公园	续建	昭阳区、鲁甸县	5A 级
2	中国西部大峡谷温泉景区	续建	水富市	5A 级
3	昭鲁果香花海乡村旅游区	续建	昭阳区、鲁甸县	4A 级
4	豆沙千年古镇旅游景区	续建	盐津县	4A 级
5	小草坝生态旅游景区	续建	彝良县	4A 级
6	镇雄天坑溶洞群国家公园	新建	镇雄县	4A 级

续表

7	长江东转景区	新建	绥江县	4A 级
8	铜锣坝国家森林公园	新建	水富市	3A 级
9	马楠云上草原休闲旅游区	新建	永善县	3A 级
10	大关罗汉坝生态康养度假旅游区	新建	大关县	3A 级
11	扎西红色文化旅游区－老街建设	续建	威信县	3A 级
12	千年渔村景区	新建	绥江县	无
13	赤水河鸡鸣三省峡谷景区	新建	镇雄县	无
14	巧家金沙江水城影视旅游小镇	新建	巧家县	无
15	昭通文化旅游产业园区	新建	昭阳区	无

近年来为实现旅游业的快速全面振兴，昭通市人民政府提出了一系列策划，并着力构建了以“一心二点三带”的“123”旅游产业发展空间格局。即(一心：昭阳中心城市旅游集散中心；二点：大山包国家公园、西部大峡谷温泉景区两个旅游引爆点；三带：“昆水南丝绸古道”、金沙江库区高峡平湖和“镇彝威红色文化”三大旅游产业经济带)其中包括大山包国家公园、中国西部大峡谷温泉景区、豆沙千年古镇旅游景区、扎西红色文化旅游区等 15 个重大旅游项目，含 11 个 3A 级以上景区，其中 5A 级景区 2 个、4A 级景区 5 个、3A 级景区 4 个。

Table 2. Key project resource inventory for the five-year revitalization action plan of the tourism industry development in Zhaotong City
表 2. 昭通市旅游产业发展五年振兴行动计划重点项目资源表

序号	项目名称	建设性质	建设地点	建设级别
1	大关黄连河瀑布群生态旅游区	续建	大关县	4A 级
2	罗汉坪生态旅游度假区	新建	绥江县	3A 级
3	乌蒙古镇文化旅游区	续建	昭阳区	3A 级
4	鲁甸龙头山特色旅游小镇	续建	鲁甸县	3A 级
5	昭阳古城历史文化街区	续建	昭阳区	无
6	盐津兴隆万亩茶花园	续建	盐津县	无
7	牛街古镇集市旅游区	续建	彝良县	无
8	中和特色旅游小镇	续建	盐津县	无
9	大龙洞宗教文化及水上休闲区	续建	昭阳区	无
10	小龙洞万亩杜鹃花海旅游区	新建	昭阳区	无
11	盐津乌蒙峡谷地质公园	新建	盐津县	无
12	野登坝生态湿地休闲公园	新建	镇雄县	无
13	赤水源原味乡愁体验带	新建	镇雄县	无
14	雨河生态康养旅游区	新建	镇雄县	无
15	观斗山－天星宗教体验及生态休闲区	新建	威信县	无
16	花山生态民俗旅游小镇	新建	镇雄县	无
17	牛栏江大峡谷生态探险旅游区	新建	鲁甸县	无
18	海子坪竹海旅游区	新建	彝良县	无
19	乌蒙回旋战纪念馆	新建	镇雄县	无
20	棋盘山高原风光湿地旅游区	新建	永善县	无

续表

21	龙氏家祠万亩荷苑	续建	昭阳区	无
22	绥江记忆－老街区	新建	绥江县	无
23	芒部古镇旅游区	新建	镇雄县	无
24	水富市西部大峡谷温泉奇石城	续建	水富市	无
25	马树湿地及大白露片区景区	新建	巧家县	无
26	赖石山旅游景区	新建	巧家县	无

包括大关黄连河瀑布群生态旅游区、鲁甸龙头山特色旅游小镇、龙氏家祠万亩荷苑、罗汉坪生态旅游度假区、乌蒙古镇文化旅游区等 26 个重点旅游项目建设，含 3A 级以上景区 4 个，其中、4A 级景区 1 个、3A 级景区 3 个。具体项目见上表 2。

由表 1 和表 2 可以看出昭通市旅游业的发展呈现出着力打造生态观光旅游、民族文化体验旅游、红色旅游、康体养生度假旅游、科考探险旅游、古镇文化旅游和乡村特色旅游产品等七大特色旅游体系，而这些旅游资源项目在无形中皆包涵着体育旅游特色，且与绿色发展有着必不可少的联系。因此，要充分利用这七大特色旅游资源选择适宜其发展的体育项目进行开发融合，打造形成富有体育特色的旅游项目，使之与绿色营销战略相融合，从而促进旅游业与生态文明建设的融合发展，促进体育与旅游业的共同发展。

3.2.2. 昭通市体育旅游资源发展现状分析

昭通市体育旅游资源地域分布极其广泛，因地制宜，内容形式丰富多样。有学者根据昭通市体育旅游资源特色将其分为了地文景观类、水域风光类、民族风情类、赛事节庆类、乡村体验类和古建筑类等多种类别[5]。但昭通市独具特色的体育旅游资源仍属少数民族体育资源和体育赛事节庆资源。

昭通市是多民族杂居地，昭通拥有 26 个少数民族之多，其中回族、彝族和苗族是昭通的常住民族，并为昭通市带来了十分丰富的民族民间体育活动项目和体育赛事节庆资源，如：苗族花山节的芦笙舞、狮子舞、爬花杆，彝族火把节的摔跤、赛马、荡秋千，回族古尔邦节的萨满舞、纳格拉(铁壳鼓)等[6]。此外，在昭通市的十大常态化赛事节庆活动项目中体育旅游资源也占据了较大比例。具体项目见表 3。

Table 3. Top ten regularly held sports and festive events in Zhaotong City
表 3. 昭通市十大常态化赛事节庆活动

县区	赛事节庆	体育项目
昭阳区	大山包国际翼装飞行旅游节	翼装飞行
昭阳区	苹果文化旅游节	民族民间舞蹈、采摘苹果等
鲁甸县	樱桃文化旅游节	篮球赛、武术表演等
盐津县	豆沙古镇美食节	徒步
永善县	溪洛渡玉笋枇杷文化旅游节	登山(爬玉笋山)、舞狮表演
绥江县	龙舟公开赛	赛龙舟
绥江县	绥江全国野钓邀请赛	钓鱼
镇雄县	芒布邦兴鲜果采摘节	骑行
彝良县	小草坝天麻文化旅游节	徒步
水富市	水富国际半程马拉松赛	马拉松

3.3. 昭通市体育旅游打造“绿色营销”战略的思考

昭通市地理位置优势和劣势并存，从劣势上看，处于云贵高原和四川盆地的过渡带，属于典型的山地构造地形，山高谷深，时常有滑坡和泥石流等自然灾害的发生，生态环境容易遭受破坏。但国家和政府是十分重视生态环境保护的，就拿大山包国际翼装飞行世界杯总决赛事来说，在连续举办两届后，为了保护国家一级动物黑颈鹤的越冬栖息地，都已停止举办，并禁止一切人为活动。在以保护生态资源以及规范管理前提下目前又恢复了旅游业和翼装飞行运动，大量吸引了来自世界各地的游客。由此可见，体育旅游资源的开发必定要以环境保护为前提，而体育旅游“绿色营销”战略正是顺应了这一保护趋势。昭通市打造体育旅游“绿色营销”战略的思考从基本原则、运营方式、实施策略三方面进行战略构想[7] (见图 1)。

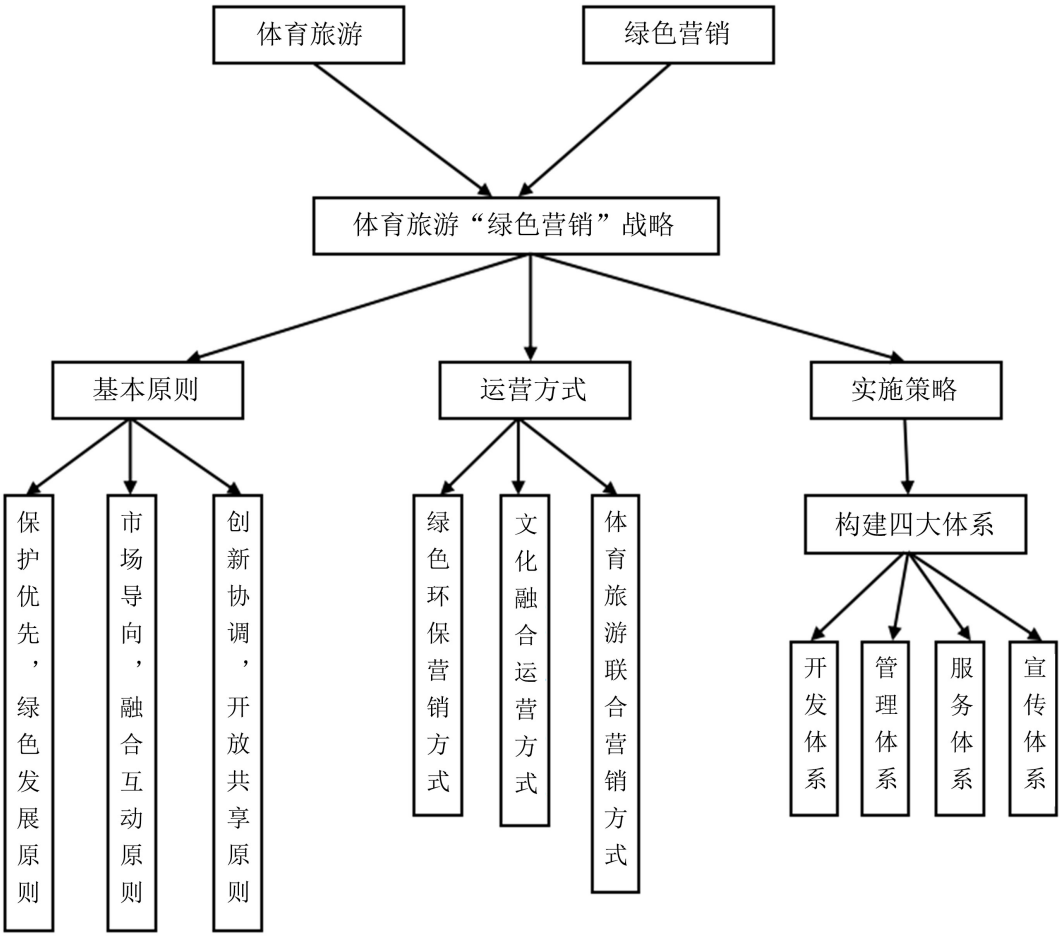

Figure 1. Strategic concept for developing a “green marketing” approach to sports tourism in Zhaotong City
图 1. 昭通市体育旅游打造“绿色营销”战略构想

3.3.1. 昭通市体育旅游打造“绿色营销”战略的基本原则

(1) 坚持“保护优先，绿色发展”的原则

坚持生态优先，合理利用自然资源。科学规划，打造生态体育旅游示范区，推动体育旅游发展生态化和生态建设体育旅游化；绿色发展是体育旅游持续发展的必需条件，要深化体育旅游供给型结构性改革，推动体育旅游经济形成绿色消费方式和发展方式，推进体育旅游绿色低碳发展趋势，挖掘体育旅游

在建设节约资源型、环境友好型社会中的潜力，建立健全体育旅游绿色发展的体制、机制，使绿色成为体育旅游发展的主色调[8]。

(2) 坚持“市场导向，融合互动”的原则

体育旅游的发展必须依附于“市场导向，融合互动”的原则，市场在体育旅游资源配置中起到了决定性作用，融合是推动体育旅游多元发展的联动手段。体育旅游“绿色营销”战略的打造离不开政府的扶持和主导作用。因此，坚持“市场导向，融合互动”的原则，就必须正确处理政府与市场的关系，明晰并充分发挥二者各自的定位与作用。以政府严格监管、规范管理与优质服务为依托，立足市场需求导向，优化市场营商环境、合理配置各类资源，深挖市场发展潜力，培育多元化体育市场主体，拓展客源市场空间，持续完善优质营商生态，助力区域体育产业形成市场竞争优势。

(3) 坚持“创新协调，开放共享”的原则

体育旅游的持续健康发展与创新、协调、开放、共享有着重大的联系，创新必然是促进体育旅游“绿色营销”战略打造的第一源泉，协调必然是促进其打造的内在要求，开放是促进其打造的必由之路，共享是促进其打造的本质要求。昭通市处于贵阳、成都、昆明、重庆四大中心城市经济社会发展辐射的交汇地带，地理位置十分优越。因此，充分利用这一地理位置条件，抓住战略实施的机遇，顺应经济发展潮流，坚持开放共享，把创新作为推进体育旅游发展的强大驱动力，积极推进绿色环保、科技文化、理论制度、娱乐消费等创新方式，必定能有效促进地方体育旅游经济健康持续的发展[9]。

3.3.2. 昭通市体育旅游打造“绿色营销”战略的运营方式

(1) 绿色环保营销方式

昭通市应依托国家政策红利与本地特色资源禀赋，构建体育旅游绿色营销发展模式。充分发挥政府主导引领作用，健全体育旅游绿色发展制度体系，出台专项扶持政策，引导市场企业以绿色、生态、健康为核心理念，开发绿色体育旅游产品。同时强化绿色宣传推广与文旅价值传导，正向引导游客理性出游、低碳消费，培育大众绿色消费理念与行为习惯。通过统筹政府引导、企业运营、游客参与三方主体，构建政府–企业–游客三位一体的协同发展格局，推动昭通市体育旅游资源、生态环境与文旅经济实现良性互动、绿色可持续发展。

(2) 文化融合运营方式

昭通历史悠久、文脉厚重、文化包容多元，民族风情独具特色。区域内自古交融夜郎文化、古滇文化、荆楚文化与巴蜀文化，积淀形成了独树一帜的朱提(shū shí)地域文化。境内文物古迹与历史遗存数量众多，以古驿道、摩崖石刻、僰(bó)人悬棺及红色革命遗址最具代表性。拥有孟孝琚碑、霍承嗣墓、五尺道、唐袁滋题记摩崖等历史人文遗迹，留存罗炳辉、龙云、卢汉等近现代名人故居；同时坐拥扎西会议遗址、水田寨中央红军总部驻地旧址、罗炳辉与刘平楷事迹陈列馆等丰富红色文化资源[2]。

因此，昭通市应充分挖掘自身文化禀赋，系统整合历史文脉、民族体育、红色文化与非物质文化遗产等优质资源，以文化融合运营为路径向外塑造文旅形象、传播地域特色，构建体育旅游 + 地域文化融合发展模式，实现体育产业与文化旅游互促共进、战略双赢。

(3) 体育旅游联合营销方式

体育旅游联合营销是助推昭通市体育旅游产业转型升级、拓宽市场辐射范围的重要路径。昭通市应立足自身体育旅游资源禀赋与区位地缘优势，重点培育以体育赛事、户外运动、休闲体验、康养娱乐、赛事观赏为核心的多元化体育旅游产品体系，着力塑造具有地域辨识度的昭通体育旅游特色品牌。同时加强与周边区域旅游行业的联动交流与协同发展，联动省内及周边重点客源城市的文旅主管部门、旅游景区及文旅经营企业，构建多方参与、共建共享的区域联合营销机制。深化跨区域旅游合作布局，推动

实现资源共享、线路互推、制度对接、信息互通、要素互补、利益互惠的一体化发展格局，完善区域文旅协同发展与市场共建共享政策体系。通过联合营销整合各方优势、凝聚发展合力，持续拓展客源市场、提升品牌影响力，推动昭通体育旅游产业规模化、集约化、跨区域高质量发展。

3.3.3. 昭通市打造体育旅游 “绿色营销”战略的实施与保障体系构建

(1) 深挖资源开发潜力，构建精准化开发运营体系

昭通市体育旅游资源禀赋优越、类型丰富、功能多元，具备良好的资源整合与优化配置基础。立足绿色营销战略导向，构建精准化体育旅游开发模式体系，聚焦群众文旅消费需求，打造受众认可度高、综合效益显著的绿色化、高端化、品质化体育旅游项目。统筹推进集娱乐健身、体育休闲、体育赛事、体育文创产品、民族体育风情于一体的复合型体育旅游市场建设。

深度梳理武术、太极拳、健身气功、八段锦、瑜伽、搏击操、水上运动、体育舞蹈、民族民间舞蹈及荡秋千、打陀螺、赛马等本土特色体育资源，与各景区自然生态、人文禀赋进行错位布局、深度融合、联动开发。充分彰显特色体育项目的民族性、健身性、娱乐性与观赏性，为游客提供沉浸式体验与观赏参与场景，丰富体育旅游景区人文内涵，厚植民族文化氛围。始终恪守绿色营销发展原则，推动体育旅游资源开发向精准化、规范化、长效化方向可持续发展。

(2) 健全管控机制，构建体育旅游绿色管理体系

昭通市体育旅游绿色管理体系建设应以绿色发展理念为引领，将生态环境保护与生态文明建设贯穿于体育旅游经营管理全流程。强化政府体育旅游行政管理职能，完善绿色行政管理体制机制，推动体育旅游行业管理模式提档升级。加大政策赋能与资金扶持力度，引导社会资本与专业人才投身体育旅游市场创业兴业，培育本土市场主体，打造昭通特色体育旅游绿色产品供应链与价值产业链。

建立健全体育旅游绿色发展激励与约束机制，统筹政府主管部门、市场企业、属地单位多方协同联动，明晰权责分工、强化统筹协调，形成治理合力，引导体育旅游产业全链条向生态化、绿色化、规范化转型发展。

(3) 优化供给效能，构建高品质体育旅游服务体系

体育旅游品质服务体系建设，应充分发挥财政资金的政策引导、投入撬动与全过程监管作用，引导各县区依托自身资源禀赋，打造属地化、特色化体育旅游服务价值链[10]。

餐饮服务层面，依托昭通优质特色农产资源，打造地域标识鲜明、绿色健康的体育旅游特色餐饮服务体系；网络通信层面，持续提升体育旅游景区及消费集聚区宽带与移动通信网络全覆盖水平，夯实智慧服务基础；基础设施层面，科学编制体育旅游目的地专项规划，高标准建设体育旅游绿道、骑行专线、登山步道、慢行系统等公共休闲设施，同步提升景区及沿线绿化覆盖率，构建居民日常休闲、游客共享体验的生态化公共体育服务空间；交通配套层面，优化区域及景区交通路网布局，完善接驳体系，提升出行通达性与便捷度；公共服务层面，健全体育旅游咨询服务网络，精准研判游客多元需求，增设文旅心理咨询服务站点，加快推进体育旅游智慧公共服务平台建设，为游客提供线路规划、信息查询、智能导览等一站式智能化服务。

(4) 强化宣传引流，构建多元化体育旅游营销传播体系

统筹整合全域宣传资源，打造一地一特色、静态展示与动态传播相结合的绿色宣传模式，塑造昭通体育旅游专属品牌形象。持续发挥广播、电视、报刊等传统媒体公信力优势，构建跨区域、跨平台、多终端的智慧化、精准化体育旅游营销格局。

依托大型体育旅游博览会、高端文旅推介会等载体，集中展示各县区体育旅游资源特色与产业优势。充分激活昭通作家群、书画家群体、摄影爱好者及微电影创作团队的创作力量，借力新媒体传播优势，

推出体育旅游精品文艺与影像作品，放大文旅品牌感染力与社会影响力。常态化策划举办生态环保公益、全民健身体验类主题活动，引导群众主动参与体育健身、践行绿色生态理念，营造全民爱体育、全民知绿色、全民护生态的良好社会氛围，以口碑传播赋能体育旅游绿色营销长效发展。

(5) 完善配套支撑，构建全方位战略实施保障体系

从政策制度、资金投入、专业人才、生态法治、科技赋能五个维度健全支撑体系。通过出台专项政策、健全跨部门协同机制强化制度保障；构建政府引领、社会参与的多元投融资格局夯实资金基础；依托本土院校培养与外部人才引进壮大专业队伍；严守生态红线、落实环评监管完善法治约束；借力大数据与智慧文旅技术精准对接市场需求，推动体育、文旅与生态产业深度融合，为昭通体育旅游绿色营销战略落地实施提供全方位、多层次长效保障。

4. 结论与建议

4.1. 结论

通过对昭通市体育旅游“绿色营销”战略相关研究分析，得出以下核心结论：昭通市体育旅游“绿色营销”战略的构建与实施，是一个多要素协同作用、层层递进的系统工程，各核心要素相互支撑、缺一不可，共同构成战略落地的完整支撑体系。

1) 体育旅游资源的开发是打造“绿色营销”战略的基础前提。优质、多元的体育旅游资源是“绿色营销”战略实施的核心载体，没有资源的科学开发与合理利用，绿色营销便失去了落地的根基，无法实现“绿色”与“营销”的有机结合。

2) 绿色发展理念与生态文明建设的时代需求，是推动昭通市体育旅游打造“绿色营销”战略的核心动力。在生态文明建设常态化的背景下，绿色消费、低碳出行成为市场主流需求，这一外部环境倒逼昭通市体育旅游产业转型，推动“绿色营销”成为产业高质量发展的必然选择。

3) 宏观把控与科学策划是打造“绿色营销”战略的有效手段。“绿色营销”战略的实施并非单一环节的推进，需立足昭通市资源禀赋与发展实际，进行全局统筹、科学规划，通过精准定位、系统布局，确保战略实施的针对性与实效性，实现资源、环境与经济的协同发展。

4) 政府的重视与引导是体育旅游“绿色营销”战略落地的先导条件。政府通过政策支持、制度规范、资金扶持与统筹协调，能够为“绿色营销”战略实施营造良好的政策环境与市场环境，引导企业、社会等多方主体参与，为战略推进提供重要保障。

4.2. 建议

4.2.1. 挖掘资源、战略融合、科学规划

政府需加强对体育旅游资源的开发意识，协同相关部门对市内各县区的体育旅游资源和市场发展状况进行全面的调查，因地制宜，合理挖掘资源，创造出具有地域特色的体育旅游产业，使之与“绿色营销”战略相融合，构建适合昭通市体育旅游发展的战略目标、战略模式。

4.2.2. 深入理念、战略推进、发展互融

深入贯彻生态保护的理念，通过战略打造，推进生态文明建设和绿色发展的理论实践，促进生态自然环境与体育旅游的发展互融和生态稳定的体育旅游新景象。

4.2.3. 注重战略细节、把握要素、全方位实施

打造实施昭通市体育旅游“绿色营销”战略计划，注重基本原则、运营方式、实施策略三大措施策划的每一环节，持续坚持各项原则，把握文化、体育、旅游等各项资源要素，推进绿色环保、文化融合、

体育旅游联合营销的运营方式，注重开发、管理、服务、宣传四大体系实施策略的构建，全方位推进“绿色营销”战略的实施。

4.2.4. 重视战略、切实打造、持久实施

政府部门应高度重视体育旅游“绿色营销”战略工作的开展，把“绿色营销”战略计划尽早提到议事日程上来，把生态环境保护，人民健康发展放在第一位；要坚定不移的持久实施，推动并形成体育旅游绿色战略品牌形象，展现出“绿色强市富民兴昭”的战略格局。

参考文献

[1] 国家旅游局 国家体育总局关于大力发展体育旅游的指导意见[EB/OL]. https://www.sport.gov.cn/n315/n20001395/c20040259/content.html, 2016-12-22.

[2] 安斗. 昭通市少数民族体育资源及其开发利用的研究[M]. 昆明: 云南大学出版社, 2009.

[3] 籍仕第, 罗媛媛, 李小勇. 我国绿色营销研究综述[J]. 中国商论, 2019(6): 63-66.

[4] 孙班军, 黄志强, 郑浩. 绿色营销策略在体育旅游中的应用——以“环京津体育旅游圈”为例[J]. 河北体育学院学报, 2007(3): 1-3+9.

[5] 邓道全, 罗文清. 昭通市体育旅游资源调查及分类研究[J]. 旅游纵览(下半月), 2018(14): 115.

[6] 安小可, 安斗. 云南省昭通市体育旅游人文资源调查研究[J]. 运动, 2018(5): 140-141.

[7] 安小可. 云南省昭通市旅游资源再开发的模式与内容[J]. 玉溪师范学院学报, 2019, 35(1): 90-94.

[8] 体育发展“十三五”规划[N]. 中国体育报, 2016-05-06(002).

[9] 王子益. 生态文明与绿色营销发展研究[J]. 合作经济与科技, 2019(11): 116-117.

[10] 张颖, 杨明. 乡村振兴背景下体育旅游服务供给体系重构与财政支持路径[J]. 体育文化导刊, 2023(6): 78-84.