

基于RMP分析的保定市体育旅游开发策略研究

李 想, 马骞文

河北师范大学家政学院, 河北 石家庄

收稿日期: 2025年6月25日; 录用日期: 2025年7月14日; 发布日期: 2025年8月14日

摘 要

围绕保定市体育旅游开发策略, 基于RMP分析方法, 本研究从资源、市场及产品三个方面分析了保定市体育旅游产品的不足, 提出加强体育旅游人才引进、深化体育旅游品牌建设和形象推广、构建协同运营平台、打造沉浸式非遗体验矩阵、建立多维动态监测系统、提升赛事配套服务的开发策略。

关键词

RMP, 体育旅游, 开发策略

Research on the Development Strategies of Sports Tourism in Baoding Based on RMP Analysis

Xiang Li, Qianwen Ma

College of Home Economics, Hebei Normal University, Shijiazhuang Hebei

Received: Jun. 25th, 2025; accepted: Jul. 14th, 2025; published: Aug. 14th, 2025

Abstract

Focusing on the development strategies of sports tourism in Baoding, this study, based on the RMP analysis method, analyzes the deficiencies of sports tourism products in Baoding from the three aspects of resources, market and products. It proposes a six-pronged action plan: attract and cultivate specialized talent for sports tourism; deepen brand building and image promotion; establish a collaborative operations platform; create an immersive matrix of intangible cultural-heritage experiences; set up a multi-dimensional, real-time monitoring system; and upgrade event-support services.

Keywords

RMP, Sports Tourism, Development Strategies

Copyright © 2025 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

目前, 体育文化与旅游的融合已成为时代发展的显著趋势, 体育旅游有效地促进了产业结构的转型和升级, 为旅游业的高质量增长注入了新动力。RMP (昂普) 分析理论由吴必虎[1]提出, 指以旅游产品为核心, 进行了三个维度的分析, 首先是资源(Resources)和市场(Market)分析; 在此基础上进行 P 性(Product)分析, 探寻出旅游产品(P)为核心的发展框架。自从 RMP 理论提出之后, 部分学者基于 RMP 理论对体育旅游进行研究。高肖云[2]运用 RMP 理论分析法, 在山西省体育旅游资源和市场的基础上, 对体育旅游产品进行设计。李傲[3]运用 RMP 分析法, 分别从资源、市场、产品三个维度对江西省体育赛事旅游发展进行研究。保定是全国首个“奥运冠军之城”, 旅游资源丰富, 具有良好的体育旅游开发基础, 本文以保定市体育旅游为研究对象, 基于 RMP 理论提出开发策略建议。

2. 资源分析

2.1. 体育资源

保定市委、市政府高度重视发展体育事业, 保定市体育产业已形成覆盖健身休闲、赛事运营、装备制造等领域的完整产业链。保定共有国家级体育后备人才基地 7 个, 城乡居民国民体质合格率 93.6%, 年末全市(含定州)体育场馆数(不包含体育场地) 77 个[4]。全市体育产业市场主体达 3500 家, 从业人数超 10 万人[5], 形成匹克球、滑雪装备产业集群。此外, 保定市还有多项国家级和省级体育类非遗项目, 孙氏太极拳、鹰爪翻子拳、蠡县戳脚、涑水踢球、保定快跤等。

2.2. 旅游资源

保定市位于河北省中部, 地处京津冀协同发展核心区, 素有“京畿重地”“首都南大门”之称。作为国家历史文化名城和优秀旅游城市, 保定市现有 4 个 5A 级景区和 16 个 4A 级景区。保定兼具自然山水、历史人文、红色记忆与休闲度假等多元旅游资源, 形成了“古色、绿色、红色、银色”四大主题旅游体系。(1) 古色以历史文化遗产为核心, 展现保定作为“国家历史文化名城”的深厚底蕴, 主要包括清西陵(国家 AAAAA 级旅游景区, 世界文化遗产, 全国重点文物保护单位, 现存规模宏大, 保存最完整, 陵寝建筑类型最齐全的古代皇室陵墓群)、直隶总督署(全国重点文物保护单位, 中国保存最完好的清代省级衙署)、北岳庙(全国重点文物保护单位)、古莲花池(全国重点文物保护单位, 北方古代园林典范)等。(2) 绿色以太行山生态资源为基底的自然景观, 主要包括白石山(国家 AAAAA 级旅游景区, 世界地质公园, 国家森林公园, 中国唯一大理岩峰林地貌)、野山坡(国家 AAAAA 级旅游景区, 世界地质公园、国家级风景名胜、国家森林公园)、易水湖(国家级水利风景区、省级旅游度假区, 以“北方小桂林”著称, 86 版《西游记》取景地)、天生桥瀑布群(国家地质公园、国家森林公园, 以其独特的九级瀑布群和变质岩天生桥而闻名)等。(3) 红色以红色遗址与影视 IP 为载体, 打造爱国主义教育基地, 包括冉庄地道战遗址(全国重点文物保护单位, 全国爱国主义教育基地)、易县狼牙山风景区(国家森林公园, 省级爱国主义教育基地)。

地)、晋察冀边区革命纪念馆(全国重点文物保护单位, 全国爱国主义教育示范基地)、白洋淀雁翎队纪念馆(省级爱国主义基地)等。(4) 银色以冰雪运动与温泉康养为核心, 延伸冬季旅游产业链, 主要包括狼牙山滑雪场、白石山温泉、七山滑雪度假区等。此外, 保定市还拥有华北平原上最大的淡水湖泊白洋淀(国家AAAAA级旅游景区, 白洋淀湿地自然保护区、国家级水产种质资源保护区)。

3. 市场分析

保定 2024 年全年接待游客 1.2 亿人次, 比上年增长 4.0%。旅游总收入 1322.6 亿元, 增长 3.7% [4]。在全民健身和体育文化推广的背景下, 越来越多的人对体育赛事表现出浓厚兴趣。他们积极参与体育活动, 也更愿意观看体育比赛, 不仅仅是大型比赛, 还包括本地社区的比赛。其次, 社交媒体的普及使体育赛事观众能够更广泛地分享他们的体验和观点。这增强了社交互动, 使体育赛事成为人们交流和联结的方式。目前越来越多的人参与各种体育运动项目, 如跑步、自行车、徒步等。这种参与性体育活动的兴趣促使他们更加关注相关的体育赛事。同时, 国际性体育赛事如奥运会、世界杯等依然具有巨大的吸引力。民众热切期待这些赛事, 因为它们超越国界, 代表了国际体育团结和竞争的精神。然而, 也要注意在一些情况下, 体育赛事可能受到一些负面因素的影响, 例如比赛的商业化和商业利益对赛事的影响, 以及一些争议性事件对观众态度的影响。但总体而言, 体育赛事在当前社会环境中仍然受到广泛欢迎, 为人们提供了娱乐、社交和健康的机会, 也有助于传播体育精神和价值观。

作为“奥运冠军之城”, 保定近年来以体育为支点, 通过“体育+”模式激活消费、融合产业、提升城市品牌。赛事经济的活力不仅体现在消费端, 更延伸至产业链。保定引入南京善跑、中体产业等龙头企业, 培育匹克球、电子竞技等潮流赛事, 依托万博广场等商圈打造“夜光跑”“城市定向赛”等活动, 形成“周周有比赛、月月有精彩”的全民健身氛围。2024 年, 全市举办各级赛事超千场, 吸引省外参赛者及游客超 210 万人次, 全年赛事经济累计拉动消费 26.15 亿元[6]。以马拉松为例, 2024 年赛事带动消费 1.44 亿元, 全网热度超 3 亿, 今年参赛规模进一步扩增至 25000 人, 报名抽签热度较往年提升 40% [6]。体育赛事旅游在保定市具有较高的参与度和吸引力。为进一步发展这一市场, 可以考虑增加赛事的多样性和吸引力, 以吸引更多游客参与, 同时也需要持续宣传和推广, 以提高未曾参与的游客的认知度和兴趣。此外, 相关部门需要为观众提供更好的观赛体验, 从而增加观众的满意度和忠诚度。

4. 产品分析

保定市体育旅游产品已形成“高端赛事引流、户外场景深耕、非遗文化赋能”的立体化体系。

4.1. 高端品牌赛事产品

2025 年保定马拉松参赛规模扩至 2.5 万人, 主城区酒店入住率增至 93%, 主要大型商超客流量环比增长 22%、销售额增加 46%, 带动综合消费达 2.71 亿元[7], 赛道串联直隶总督署、古莲花池等文化地标, 配套非遗展演、农产品展销, 形成“跑一场马、游一座城”的深度体验。2025 年国际三人篮球挑战赛首站在保定展开, 吸引全球顶尖球队参赛, 同步举办非遗嘉年华、科技智能体验等配套活动, 构建“体育 + 消费”创新场景。2024 年 11 月 26 日, “李宁杯”2024 第一届中国匹克球巡回赛保定公开赛在保定学院体育馆挥拍开赛, 保定市积极抢抓匹克球等新兴体育运动的风口赛道, 努力打造北方匹克球运动高地。涞源太行步道举办京津冀航模比赛, 京津冀三地众多优秀青少年选手在初级牵引模型飞机、四轴绕标竞速、无人机足球、遥控模型飞机绕标等多个项目中展开激烈角逐, 助推低空经济发展, 突出体育、文化、旅游、乡村振兴等相关产业融合。

4.2. 户外运动线路产品

2024 年, 保定打造并推出了全长 1117 公里的太行步道, 串联起保定 7 县 2 区 492 个村庄, 覆盖 30 余个景区、400 多家民宿和 320 套“保定小院”[8]。围绕保定太行步道, 保定推出了红歌唱响山路、清西陵松林古道、马兰音乐花路等 9 条精品线路, 沿线各地也利用步道举办了丰富多彩的户外运动赛事和活动, 初步构建起了全龄友好、全民健康、全域带动、全业联动、全季可享的户外运动网络[8]。易县龙西旅游公路北起 112 线大龙华村经安格庄、下铺、三尖岭、长峪村至京赞线西山北乡于家庄村附近, 全程 30 多公里, 沿途可观赏易水湖, 途经太行水镇, 能够满足群众参与户外运动或露营需求, 是徒步、马拉松、骑行的理想地。太行水镇可作为徒步、房车露营等项目的场地, 上述地点项目设计成熟、体验感好、具有一定接待能力。涞源七山滑雪场至狼牙山滑雪小镇, 形成“滑雪 + 温泉 + 民宿”组合, 衍生滑雪板租赁、雪地摄影等业态。狼牙山开发“登山 + 自然课堂”课程, 这座“自然博物馆”与“红色课堂”集观光、研学、登山于一体的综合景区。

4.3. 非遗文化体育产品

2024 年中国·保定世界功夫摔跤大会暨中国式摔跤国际邀请赛燃爆古城。聚光灯下的赛场, 来自 20 个国家 60 支代表队近千名运动员激情挥洒汗水, 拼搏竞技。2025 年雄安新区文化艺术节——鹰爪翻子拳大会在雄县雄山公园举行[9]。来自全国的 10 支鹰爪翻子拳代表队、13 位全国武术名家、14 位雄县武术名家齐聚雄县, 以拳会友, 共同呈现了一场“非遗与武术共舞, 传统与时代共鸣”的武林盛宴[9]。2024 年河北省青少年马术冠军赛激情开赛。来自石家庄、唐山、衡水、保定等全省 17 个俱乐部共 136 名小骑手齐聚保定, 开启了一场马上竞技之约[10]。马术赛事活动为青少年马术选手提供了竞技和交流的平台, 同时推动了保定市马产业蓬勃发展, 为深化保定市文旅融合、助力乡村振兴注入了源源不断的体育动能。2024 年河北省首届孙氏太极拳公开赛在望都县举行, 来自江苏、天津、廊坊、邯郸等省内外的 500 余名太极拳爱好者比拳论剑, 切磋技艺[11], 旨在进一步推动孙氏太极拳项目普及推广, 传承弘扬国家级非遗, 提升全省孙氏太极拳项目竞技水平。望都县积极推动孙氏太极拳传承和发扬, 深入挖掘“拳文化”内涵, 并成立孙氏太极拳研究会, 将“拳文化”与“校园文化”充分融合, 在该县中小学开设孙氏太极拳校本课程, 吸引青少年了解太极拳文化。目前, 该县习练太极拳者达 3 万余人。

5. 体育旅游开发存在的问题

RMP 模型(Resource-Market-Product)是旅游开发的核心分析工具, 通过资源禀赋、市场需求与产品供给的三维联动, 系统性评估区域旅游开发的潜力与短板。保定市依托“奥运冠军之城”和京津冀协同发展的重要区位优势, 其体育旅游开发已形成独特优势, 但在资源整合、品牌塑造、服务配套等方面仍存在瓶颈。

5.1. 缺乏体育旅游复合型专业人才

体育旅游作为“体育 + 文旅”的交叉融合领域, 对兼具体育赛事运营、文化旅游产品开发与数字化营销技能等多方面的复合型人才需求迫切。保定体育人才结构失衡, 从业者多集中于传统旅游服务岗位(如导游、酒店管理), 而兼具体育赛事运营、非遗文化解读、数字化营销能力的跨界人才严重匮乏。人才培养机制滞后, 市内高校缺乏体育旅游相关专业的开设, 相关专业课程体系偏重理论教学, 缺乏与体育市场、旅游市场的实操结合(如匹克球、铁人三项), 难以满足市场对专业化、精细化人才的需求。

5.2. 缺乏体育旅游品牌塑造

保定虽以“奥运冠军之城”为标签, 但品牌定位方面尚未形成差异化竞争优势。本土文化资源开发

多停留在民俗展示层面, 缺乏与现代体育精神的深度融合(如白洋淀赛龙舟、易水燕赵风华文化节等), 难以激发年轻群体的情感共鸣。品牌传播存在“重官方宣传、轻用户共创”问题。官方传播多依赖传统媒体报道与政府官网公示, 缺乏社交媒体话题运营与用户生成内容激励机制。短视频平台运营亦显薄弱, 非遗运动(如鹰爪翻子拳等)的传播内容以技艺展示为主, 缺乏剧情化、互动化设计。体育赛事品牌管理尚未建立统一标准, 导致服务质量参差不齐。

5.3. 资源整合度不足, 联动效应弱

保定坐拥“奥运冠军之城”称号及太行山、白洋淀等自然资源, 但资源开发呈现碎片化特征, 赛事运营方与景区、酒店、交通等主体尚未建立利益共享机制, 未能形成战略联盟, 资源调配依赖单点突破。体育赛事与景区缺乏深度耦合, 呈现“赛事孤岛”现象, 赛事期间酒店、餐饮等配套服务未能与赛事流量有效衔接, 导致游客消费潜力未被充分挖掘。文旅、体育、交通等部门的数据系统独立运行, 缺乏一体化的运营平台, 游客流量、赛事热度、交通承载力等关键信息无法实时互通, 制约资源动态调配与精准服务供给。

5.4. 文化 IP 挖掘浅层化

保定快跤、鹰爪翻子拳等非遗项目存在“重展示、轻体验”问题。保定快跤、鹰爪翻子拳等非遗项目表演或比赛多为程式化套路, 未结合 AR 技术还原历史场景或设计互动环节, 游客难以产生情感共鸣, 缺乏沉浸式体验, 游客更多是基于好奇而选择观赏, 观赏后, 由于其身边缺乏相关场景, 难以形成对保定快跤、鹰爪翻子拳等项目的持续性兴趣, 导致游客对保定体育类非遗项目的复游率较低。非遗衍生品开发停留在手工艺品层面, 未能与运动装备、数字内容等现代消费场景融合, 导致文化价值难以转化为经济价值。

5.5. 缺乏动态评估体系

保定体育旅游活动动态评价体系的缺失, 现有评价机制侧重赛事规模与经济效益, 忽视服务质量与用户体验, 制约了产业精细化发展与服务质量提升。当前评价机制往往聚焦于赛事举办本身, 关注参赛人数、门票收入等基础指标, 对游客体验(如服务满意度、文化感知度)等动态指标缺乏系统性监测, 难以识别服务短板。赛事相关数据更新滞后性显著, 反馈机制形同虚设, 评价结果未与运营改进形成闭环; 投诉处理流程冗长, 相关数据基本不进行公开, 未形成群众监督体系, 导致问题重复发生, 削弱游客信任度。

5.6. 赛事配套服务不足

交通接驳体系尚需完善, 核心景区高峰期停车位供需失衡问题突出, 立体停车场建设滞后, 覆盖率远低于需求; 旅游直通车线路覆盖不足, 重点景区与交通枢纽、赛事场馆间接驳效率偏低, 难以满足游客便捷出行需求。餐饮配套与赛事需求脱节, 赛事期间餐饮供给单一, 品类匮乏且定价偏高, 既缺乏针对运动员、参赛者的专业营养餐食, 也未形成与体育旅游场景适配的地方特色餐饮体系; 同时, 流动摊贩管理松散, 缺乏常态化规范机制, 食品安全监管存在漏洞, 风险防控能力薄弱, 突发事件的应急响应能力不足。

6. 体育旅游开发策略

6.1. 加强体育旅游人才引进

体育旅游因其高度创新性和技能性, 尤其需要有复合型的人才为其提供支撑。因此, 扎实地推进体

育旅游人才队伍的建设至关重要,持续地促进人才储备,推动体育旅游的高质量发展。实施“冠军教练+非遗传承人+数字工匠”人才引育计划,与北京体育大学、河北师范大学、河北大学等高校共建实训基地,定向培养复合型专业人才。设立“体育旅游产业人才基金”,对赛事运营师、非遗IP设计师等紧缺人才提供住房补贴与税收优惠,吸引京津冀地区高端人才流入。联合河北大学、保定学院开设“体育旅游”专业,引入非遗研学培训、体育旅游融合等课程,强化实践能力培养。开发“保定体育旅游人才云平台”,整合岗位需求、培训资源与职业认证,实现人才供需精准匹配与动态管理。

6.2. 深化体育旅游品牌建设和形象推广

保定应深化体育旅游品牌建设和形象推广,第一,深挖文化内核,强化价值传导。以“奥运冠军之城”为核心内容,构建“冠军精神-全民健身-城市精神”价值链:将冠军成长故事融入赛事故事,推出“冠军领跑计划”全民健身活动(含公益教练、训练营课程)。第二,依托太行山生态与白洋淀水域优势,构建“生态体育+文化体验”品牌矩阵:开发“太行山生态马拉松”(赛道融入峡谷、森林等自然景观,配套生态科普驿站);推出“白洋淀水上运动挑战赛”(含芦苇荡划船、荷花节骑行),打造“华北水乡运动天堂”,形成“一赛一故事、一景一IP”传播格局。第三,联动城市品牌,催化形象升级。建立“城市品牌资产-赛事品牌资产”联动机制,将赛事作为城市形象升级引擎:在雄安新区嵌入“未来体育科技体验馆”(展示智能装备、电子竞技成果);联合奥运冠军设计城市吉祥物,开发动漫、短视频内容,通过“冠军IP+城市IP”叠加提升辨识度。第四,建立“监测-评估-迭代”闭环:制定《品牌管理白皮书》(规范标识使用、服务标准);引入第三方机构发布保定年度品牌价值报告,提出品牌形象升级方案;设立“品牌创新实验室”,孵化元宇宙赛事、低碳运动等新业态,维持品牌竞争力。

6.3. 构建协同运营平台,推动融合发展

为促进体育旅游的发展,必需完善产业结构配套,延伸上下游旅游产业链条,打造“体育+旅游+多产业”融合的新格局。积极开发适应市场需求和消费升级的新业态。此外,还应当注重推动旅游业的上下游产业的发展,打造旅游、赛事、度假、文化等多元融合的体育旅游体验。这些措施有助于形成新的体育旅游产品,促进体育旅游产业发展。同时,根据“旅游+”、“体育+”的产业发展结构,加强基础设施建设和旅游公共服务共进的新格局,提高体育旅游产业的整体水平。由市文旅局牵头,联合体育局、交通局、市场监督管理局成立专项工作组,建立“赛事+文旅”战略联盟,明确赛事运营方与景区、酒店、交通企业、餐饮主体等的协调机制和利益分配机制。推出多种赛事+景区+酒店联票组合,实现流量共享。开发一体化运营平台APP+小程序,整合赛事票务、景区票务、酒店预订等系统,接入高德地图、美团、携程等第三方平台,实现资源动态调配。在赛事场馆周边布局“运动装备快闪店”、“营养补给站”等。

6.4. 打造沉浸式非遗体验矩阵

在体验经济时代,消费者需求从最初的认知了解转变为体验参与,沉浸式体验已成为掌控消费者心理的流量密码[12]。沉浸式非遗体验矩阵是以非物质文化遗产为核心,通过多维度空间构建、多感官交互设计及文化场景深度还原,形成沉浸式体验模式。针对亲子客群设计“小小武状元”研学营,融合武术训练、古代礼仪学习、非遗手作;针对银发群体开发养生武术课程;针对年轻消费者开发“非遗运动数字藏品”,内置运动员签名卡;联合文创团队设计“鹰爪翻子拳”联名运动护具、快跤主题盲盒手办,购买者可获线下课程体验券;培育非遗传承人IP,非遗传承人通过抖音等平台开设“快跤大师课”、“鹰爪拳每日打卡”,为兴趣人群提供持续化的视听教学视频,促使非遗运动热度逐步实现广场舞化。

6.5. 建立多维动态监测系统

在体育旅游一体化运营平台 APP + 小程序, 建立游客评价及监督体系, 实时采集游客对赛事组织、景区、餐饮服务、交通接驳的评分及建议。涵盖基础服务指标、动态响应指标、整改提升指标三类。基础服务指标 60 分, 包括赛事准时率、安全事故率、赛事满意度评分等; 景区产品质量指数、环境卫生指数、景区满意度评分等; 食品安全达标率、食品满意度评分等; 交通接驳车辆准点率、乘客等待时间等。动态响应指标 30 分, 包括投诉处理时效、投诉处理满意度等; 整改服务指标 10 分, 包括同类问题复发率、用户满意度提升率等。根据评分情况, 每月发布“保定体育旅游服务质量榜单”, 公示赛事运营方、景区、酒店、餐饮企业评分, 对连续评分较低的商户实行“黄牌警告”, 整改后仍未达标者移出合作名录, 形成良性竞争机制。

6.6. 提升赛事配套服务, 建立健全安全保障体系

在体育场馆及景区建设立体停车楼, 采用垂直升降机 + 水平移动设备组合技术, 增加景区车位数量, 部署车牌识别 + 电子支付 + 反向寻车系统, 减少入场离场时间。依托一体化运营平台动态接入景区周边停车场实时数据, 实现车位信息秒级同步与可视化呈现, 为游客提供精准的停车导航服务。增加新能源摆渡车专线, 线路涵盖赛事场馆、热门景区及交通枢纽等, 缩短发车间隔时间; 协调公交公司开通“赛事夜班车”, 延长运营至 24:00。根据赛事合理设置摊位点, 要求商户持证经营并接入“明厨亮灶”系统, 实时公示后厨操作画面, 保障食品安全, 配备“共享餐厅(内设外卖存放点)”。在景区部署 AI 安防摄像头, 通过行为识别技术预警拥挤、落水等风险; 为参赛者投保“运动意外 + 医疗”组合险, 完善风险防控体系。

7. 结语

本研究主要基于公开资料获取数据, 虽能反映保定市体育旅游开发的阶段性特征, 但对长期动态演变的追踪分析不足; 对于文化 IP 开发的可持续性机制尚未深入, 尽管提出了沉浸式非遗体验矩阵的构想, 但对非遗项目与现代消费场景的深度融合路径、文化感知度与游客复购行为的相关探讨缺乏量化指标。体育旅游越来越受人青睐, 不仅满足了居民健康和旅游双重需求, 还为促进我国旅游产业转型升级提供了可行路径。运用 RMP 模型从资源、市场、产品三个维度梳理了保定市体育旅游的发展现状, 旨在为保定市体育旅游开发策略提供借鉴和启示。未来可以深化对体育旅游中“文化 - 体验 - 经济”互动机制的理解, 聚焦文化 IP 的“活态传承”与商业转化平衡问题, 研究非遗项目的知识产权保护、传承人激励机制及市场化运营路径; 依托大数据技术进行监测, 实时捕捉市场需求的动态变化, 评估体育旅游策略的实施效果并能不断改进, 形成“问题识别 - 策略优化 - 效果反馈”的体系。

参考文献

- [1] 吴必虎. 旅游规划原理[M]. 北京: 旅游出版社, 2010: 112.
- [2] 高肖云. 基于 RMP 分析的山西省体育旅游发展研究[D]: [硕士学位论文]. 太原: 山西大学, 2018.
- [3] 李傲. 基于 RMP 分析的江西省体育赛事旅游发展研究[D]: [硕士学位论文]. 南昌: 江西师范大学, 2018.
- [4] 保定市 2024 年国民经济和社会发展统计公报[EB/OL].
<https://www.baoding.gov.cn/baoding-out/#/article?itemResourceId=a140c004-4c76-41be-ae83-d259292aa45a&rsId=aed019d8-28e6-4298-83f0-a421e7c236b2&resourceType=3&queryType=1&resourceName=%E4%BF%9D%E5%AE%9A%E5%B8%822024%E5%B9%B4%E5%9B%BD%E6%B0%91%E7%BB%8F%E6%B5%8E%E5%92%8C%E7%A4%BE%E4%BC%9A%E5%8F%91%E5%B1%95%E7%BB%9F%E8%AE%A1%E5%85%AC%E6%8A%A5&submenuName=5&timeCode=2025-04-29>, 2025-04-19.

- [5] 保定市人民政府. 赛事经济点燃城市活力——向前, 以奔跑的姿态[EB/OL].
<https://www.baoding.gov.cn/contentForOld-173-534837.html>, 2025-06-25.
- [6] 河北新闻网. 河北保定: 构建“体育+”模式发展赛事经济[EB/OL].
https://hebei.hebnews.cn/2025-04/22/content_9331533.htm, 2025-06-22.
- [7] 保定市人民政府. 运动过“五一”! 保定赛事经济势头正猛[EB/OL].
<https://www.baoding.gov.cn/content-173-535245.html>, 2025-07-11.
- [8] 河北日报. 探寻保定太行步道“破圈”密码[EB/OL].
https://hbrb.hebnews.cn/pc/paper/c/202505/20/content_271295.html, 2025-06-22.
- [9] 河北省人民政府. 花样文旅点燃春日消费新活力——第四届雄安·雄州文化艺术节观察[EB/OL].
<https://www.hebei.gov.cn/columns/580d0301-2e0b-4152-9dd1-7d7f4e0f4980/202504/25/ecb7480f-a5a4-47d2-8e6e-1c3144e6ccc2.html>, 2025-06-23.
- [10] 河北省人民政府. 保定: 发展新兴运动赛事打造赛事经济“保定模板” [EB/OL].
<https://www.hebei.gov.cn/columns/62725381-642a-4327-9196-e1e0923e22bd/202412/25/b1c6dee1-93c7-458e-8e92-0a71c8783ba0.html>, 2025-06-22.
- [11] 保定市人民政府. 全省首届孙氏太极拳公开赛在望都县举行[EB/OL].
<https://www.baoding.gov.cn/contentForOld-401-501759.html>, 2025-06-22.
- [12] 胡帼琛. 基于 RMP 理论的婺源县体育旅游产品开发研究[D]: [硕士学位论文]. 南昌: 江西财经大学, 2023.