
基于产业融合视角的扬州体育旅游资源整合与开发 路径研究^{*1}

张旗 谢峰

(扬州大学旅游烹饪学院, 江苏扬州 225127)

【摘要】:产业融合、全民体育及重要体育赛事是发展体育旅游的基本背景。从休闲、观赏、民俗角度对扬州体育旅游资源进行梳理,依据产业融合理论框架,分析扬州体育旅游资源开发现状,可以发现体育与旅游产业已经初步融合,但存在信息化程度偏低、开发不充分与不平衡、缺少有效体育旅游产品等问题,扬州体育旅游资源融合需要处理三种基本关系,建立跨部门跨行业协调组织机构、加强信息化建设、挖掘更多优质体育旅游资源、建立景区与旅游体育资源联动机制是开发路径。

【关键词】:产业融合;扬州;体育旅游资源;地方文化

【中图分类号】:F590 **【文献标识码】**:A **【文章编号】**:1007-7030(2018)03-0099-08

体育与旅游的产业融合随城市经济发展水平提高,程度不断加深。2014年在国务院办公厅印发的《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》任务分解表的通知中,涉及旅游与体育融合发展的内容有两方面:其一是加强竞赛表演、健身休闲与旅游活动的融合发展,支持和引导有条件的体育运动场所面向游客开展体育旅游服务;其二是研学旅行与体育教育的融合。2017年在第13届全国运动会即将开幕之际,习近平总书记在天津会见与会各方面代表并发表讲话,强调要推动群众体育、竞技体育、体育产业协调发展。产业融合、全民体育及重大体育赛事是当前扬州体育旅游资源整合与开发的基本背景。2018年扬州市承办江苏省第19届运动会为提高扬州体育旅游资源品质、优化城市旅游产品结构提供了有利条件。

一、相关概念与研究动态

1. 产业融合

产业融合是产业发展到一定阶段的产物。学界对产业融合的关注与探讨起源于20世纪70年代末期由数字技术革命引发的信息产业领域内的产业融合现象^[1]。产业融合的出现意味着整合与创新。产业融合有利于优化产业结构、整合与共享资源。本文采用的产业融合定义为“不同产业或同一产业内的不同产品相互渗透,相互交叉,最终融为一体,逐步形成新的产业的动态发展过程”^[2],并从技术融合、产品与功能融合、市场融合三方面搭建产业融合分析框架。

2. 体育旅游

¹ 收稿日期:2018-03-10

基金项目:国家自然科学基金项目(41771146);2017年扬州市旅游学会重点项目(201702)

作者简介:张旗,扬州大学旅游烹饪学院副教授,主要从事旅游文化经济,旅游体验研究;谢峰,扬州大学旅游管理系硕士研究生,主要从事旅游资源开发研究。

体育和旅游的间接联系最早出现在改革开放初期对国外旅游的介绍中^[3]，20世纪80年代体育旅游的研究处于零碎状态，在经济研究方面，体育与旅游之间初步建立了直接联系，在教育方面，则聚焦于旅游院校中的体育教学改革。体育旅游作为独立概念被提出是在20世纪90年代初^[4]。之后对体育旅游定义的探讨，有体育+旅游和旅游+体育两种基本角度。前者认为体育旅游是假日体育或休闲体育，后者认为体育旅游是一种专项旅游^[5]。对体育旅游多角度的探讨，反映了体育与旅游的产业融合趋势日趋明显，程度不断深化。本文倾向于从产业融合角度给出的体育旅游定义。“体育旅游是人们以参与和观看体育运动为目的，或以体育为主要内容的一种旅游活动形式”^[6]。

3. 体育旅游资源

体育旅游资源作为独立研究对象^[7]，出现时间略迟于体育旅游，是体育旅游研究细化与深化的具体表现。在体育旅游资源内涵的研讨中，伴随着对体育资源与体育旅游资源两个概念异同的澄清。与体育相关是共同前提^[8]，异地性是把旅游属性赋予体育资源，是体育旅游资源与体育资源区分的基本依据^[9]。由于在体育旅游资源分类和开发方面，异地性都是重要的分析标准，它明确了旅游者在体育旅游中的主体地位。所以这是本文体育旅游资源定义的视角，与之相关的定义，张杰、曹洋认为，体育旅游资源是“为满足和适应旅游者的各种体育要求，借助多种体育方式，使体育旅游者身体得以锻炼，心理得以放松和满足的各种物质因素”^[10]。柳伯力、陶宇平则认为“体育旅游是人们以参与或观看体育运动为目的，或以体育为主要内容的一种旅游活动形式”^[11]。本文采用张杰、曹洋的定义。

体育旅游资源目前没有统一的分类标准。较有代表性的主要有：将体育旅游资源分为自然体育旅游资源与人文体育旅游资源^{[9][11]68-69[12]}；从普通角度与开发角度对体育旅游资源进行划分^[8, 13]；根据体育旅游特性可将体育旅游资源分为极限体育旅游资源和大众体育旅游资源^{[11]74}。也有根据颜色的象征意义对体育旅游资源进行划分^[14]。结合扬州体育旅游资源特点，以及旅游者在体育旅游资源开发中的重要影响，本文采用动机角度的体育旅游资源分类：休闲型资源、观赏型资源、民俗型资源^[8]。

4. 扬州体育旅游

《扬州日报》对扬州体育旅游研究的价值主要体现在对体育基础设施建设、体育事件及影响的持续记录，主要包括扬州市体育公园、男篮亚锦赛、扬州马拉松、体育健身圈、假日体育、公共体育示范区、宋夹城体育公园、李宁体育公园、三湾公园、全民体育、世界体育赛事与旅游扬州峰会、《扬州市公园条例》、江苏省第19届运动会等。为相关研究者确定典型研究对象、梳理扬州体育旅游发展脉络提供了便利。

重大体育赛事对体育旅游具有推动作用。2005年中华人民共和国第十届全国全运会在南京举行，扬州承办部分比赛。扬州体育基础设施建设脚步加快，体育场馆规模扩大，档次提升。体育设施作为城市新地标，为体育参与城市形象建构提供了机会^[15]，也促使研究者深入思考体育设施如何融入城市生活，以提高其利用率^[16]。这是扬州体育与旅游首次较为密切的碰撞。重大体育赛事、体育基础设施与假日经济逐步结合，成为扬州城市文化的组成部分。扬州马拉松比赛的持续举办、系列体育公园的不断学习，为扬州提供了新名片^[17]，为假日消费提供了新主题与新空间，逐步让扬州“文起来”也“动起来”^[18]。

2014年首次出现对扬州体育旅游正面系统的研究^[19]。学术研究领域逐步从宏观整体的体育旅游研究^[20-21]细化至体育公园景观设计^[22]、体育公园的发展策略^[23]、空间布局^[24]、体育赛事的经济效应等领域，研究理论、方法与视角涉及SWOT、RMP、全域旅游、产业融合。总体而言，学术研究启动较为迟缓，扬州体育旅游资源的梳理、体育资源与体育旅游资源的互动关系，体育旅游资源与扬州地方文化之间的关联仍有待全面深入研究。

二、扬州体育旅游资源分类与分布

1. 分类 体育旅游资源是体育活动及相关场所中具有旅游开发价值的部分。休闲型体育旅游资源侧重于缓解压力，有益身心

健康^[25]。观赏型体育旅游资源与体育比赛，体育表演，参观体育场馆、体育文化遗迹密切相关^[26]，民俗型体育旅游资源和社会传统文化、日常生活相联系，涉及传统民俗体育活动及地方养生保健。具体内容见表 1

表 1 扬州体育旅游资源分类表

休闲型	观赏型	民俗型	体育旅游活动描述	空间描述
	●	●	高跷	扬州高邮临泽（市级非物质文化遗产）
	●	●	舞龙	扬州江都丁伙镇（市级非物质文化遗产）
	●	●	傩舞（跳娘娘）	扬州邗江区（省级非物质文化遗产）
●		●	足浴、按摩	浴室、足艺馆
●		●	棋牌、麻将	棋牌室、街头摊点
●			球类	体育场、广场、体育馆
●			舞蹈（广场、交谊舞）	露天广场、舞厅
●			跑（散）步	街道、运动场、健身房、公园
●			游泳	河流、湖泊、游泳馆
●			瑜伽	健身房、体育馆、露天场地
	●		体育比赛	体育馆
	●		体育表演	体育馆
	●		体育场馆	体育馆
	●		体育文化遗存	体育名人纪念堂
●		●	射箭	公园、体育馆
●			滑板、轮滑	街道、公园、广场、体育场
●		●	骑马	跑马场、公园
●		●	放风筝	公园、广场
●		●	荡秋千	公园、广场
●			垂钓	滨水区
●		●	划船	河流、湖泊
		●	拳类	公园、广场、体育馆

●	●	●	民间体育游戏	广场、运动场、体育馆
---	---	---	--------	------------

2. 分布 依据体育旅游资源分类, 通过扬州市工商局官网(<http://gsj.yangzhou.gov.cn/>)扬州市企业名称在线自助查询系统收集邗江区、广陵区和江都区数据, 包括企业数量与企业位置, 利用空间重心分析方法和 Arcgis 软件, 筛选出扬州体育旅游资源密集区。文昌阁、东关街、梅岭、瘦西湖、扬子江路(江阳路以北杨柳青路以南)、四望亭、时代广场、仙鹤寺、国庆路、京华城、望月路处于旅游辐射区, 这里的旅游体育资源属于显性旅游资源; 文汇西路、三盛广场、老汽车西站、兴城路、秋雨路、龙川路虽然属于商业繁荣地带, 但游客较少接触, 这里的体育旅游资源是隐性的(具体分布见图 1)。

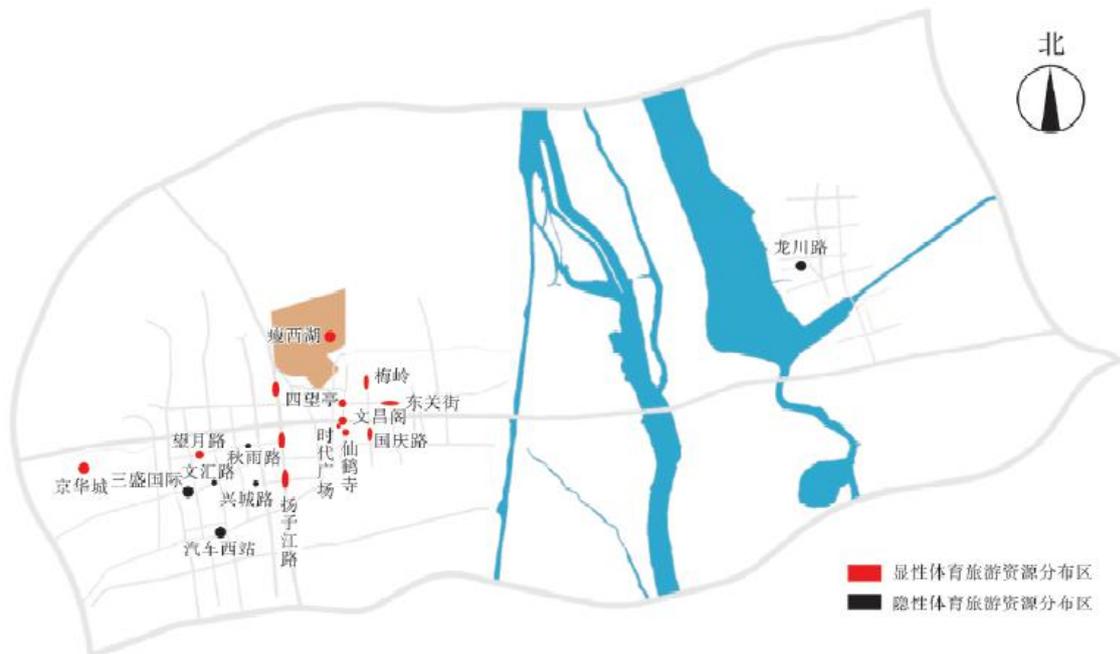


图1 扬州市体育旅游资源密集区分布图

三、扬州体育旅游资源开发现状

1. 移动互联网为扬州旅游与体育产业融合提供共享平台

扬州通过智慧城市建设, 初步形成智慧旅游体系, 特别是“无线扬州”项目, 免费 wifi 热点覆盖旅游景区、主要街道、交通枢纽等人流密集区, 使体育资源与旅游资源以信息的方式整合于移动终端成为现实, 方便体育旅游者决策、消费与评价。移动互联网提高了旅游者消费信息对等程度, 旅游者通过网络即时了解各种体育设施的经营内容、价格、经营饱和度, 寻找性价比最高的体育消费项目, 从消费方均衡和优化体育市场格局。

移动互联网打破体育日常休闲性与旅游异地性之间的壁垒。体育资源经过互联网的改造与包装, 出现不同程度的旅游化。许多体育场馆增加可以与旅游者对接的网络销售渠道, 逐步渗入旅游领域。不同城市的体育旅游者基于互联网, 可以共享同一品牌、同一支付方式。无论身处何处, 有网络就会有会感到熟悉、方便。日常生活中的体育体验行为, 如健康计步、心跳监控、体育比赛观看, 虚拟体育竞技、棋牌游戏等通过智能手机在旅游过程中随时可以展开。而城市共享单车在扬州的大量投放, 让日常体育健身行为、旅游行为融为一体。

2. 城市公园建设体系化与法制化

扬州素以绿杨城郭闻名，生态环境优美宜人，曾获联合国人居环境奖殊荣。2015年9月扬州启动公园体系建设工程，增加城市绿地面积，提升城市生态品质，有力保障市民生态权益。至2017年9月，扬州市已有154个公园建成，并且对外开放，其中包括18个综合公园、114个社区公园、22个口袋公园，城市公园体系初步形成^[27]。2017年12月1日，扬州民生领域首部地方性法规《扬州市公园条例》正式实施，通过立法保护公园体系建设成果，明确规定公园体系不得擅自变更，公园数量面积不得减少^[28]。2018年，扬州将在原有基础上新建扩建提升70个公园，进一步扩大公园体系^[29]。

在公园功能定位与利用方面，体育与旅游出现了初步融合。公园体系建设工程启动之初，即按照“生态、运动、休闲、旅游、科普等功能叠加”的总体定位和“十个有”的建设标准进行建设。根据《扬州市公园条例》(苏人发[2017]51号)，公园以休憩、健身、游览、娱乐为主要功能。鼓励公园管护单位根据公园规模、游客容量等，依法组织民间交流、文化体育等活动，提高公园使用效率^[30]。

3. 体育赛事形成品牌效应

扬州2006年开始举办马拉松比赛，经过多年持续举办，已培育成为一个体育赛事品牌。通过不断优化比赛线路、全景展示扬州各个历史时期的风貌，参与者逐年增加，体育成绩不断刷新，自2012年起，“扬马”连续三年荣获国际田联“金标”赛事称号。2015年在扬州举行的鉴真马拉松高层研讨会，是一种更高层次的品牌认可^[31]。

体育赛事营造了城市全民体育氛围，在一定程度上改变了市民的体育观念，也改变了扬州市政府对体育的市场战略定位，推动了体育与旅游的产业融合。“把响应扬州市民的体育健身需求和外来旅游旅行者的运动体验作为城市最重要的民生和最基本的公共服务”^[32]。随着扬州体育基础设施的普及与完善、办赛经验的不断积累，扬州的体育魅力亦不断增强，越来越多的高水平体育比赛与会议落户扬州。2016年全国击剑冠军赛、国际泳联花样游泳大奖赛，2017年全国U15女篮比赛、国际剑联女子佩剑世界杯赛(扬州站)、世界体育赛事与旅游扬州峰会，2018年江苏省第19届运动会都在扬州举办。扬州高水平的办赛能力得到越来越广泛的认可，形成了扬州城市的新口碑。这种认可为扬州举办更多各类重大体育赛事和推动旅游业发展创造了更有利的条件。

四、扬州体育旅游资源开发的不足

1. 体育旅游资源的信息化程度偏低

扬州持续推进旅游数字化、智能化、网络化建设，不断提升扬州旅游公共信息服务水平。特别是瘦西湖电子票务及门禁系统、游客消费一卡通系统、扬州旅游营销中心电子商务平台和掌上瘦西湖系统等智慧景区项目，广受游客好评。比较而言，扬州体育旅游资源的信息化程度低于整个城市的信息化水平。具体表现在：首先，体育旅游资源信息化基础工作没有完成。体育旅游资源没有清晰界定，没有系统梳理。哪些是体育旅游资源？哪里有体育旅游资源？没有整体概念。其次，缺少获取体育旅游资源大数据的便捷渠道，体育旅游资源调查存在难度。再次，没有建立线上与线下体育旅游资源与产品的指示体系。总体布局图、主题线路图及相关讲解系统缺失。

扬州不是一个体育大市，体育产业长期边缘化。体育与旅游行政部门之间缺少沟通与协作，对跨越边界的体育旅游资源认识模糊，如果战略定位不一致，努力方向就会有差异。

2. 体育旅游资源开发不充分、不平衡

(1)日常性制约了体育资源旅游价值的提升空间。满足生活需要改善生态环境,以增加宜居性为基本出发点;满足旅游审美需要,应以追求代表本土自然与文化的独特价值为基本出发点。两者在规划定位、建设标准、资金投入量及旅游吸引力方面存在明显差异。扬州市大多数的体育旅游场所和设施景区化程度低,缺少让旅游者非来不可的理由。

(2)体育资源旅游化机会不均衡。瘦西湖、大明寺、个园、运河遗产等通常占据扬州市城市营销的主要空间。根据扬州旅游营销中心微信公众平台(微信号 yztmnet)营销资料,除了经典景点推介,建设规模大、规格高、具有较高旅游价值的宋夹城、运河三湾、花都汇,也纳入城市营销视野。其中,宋夹城公园距主要景区较近,因地利之便,有较多游客到访,旅游化程度较高。近年来大量建设的城市公园旅游化机会的不均衡,在城市营销中被放大了。那些规模小、远离主要景区、旅游价值一般、数量众多的城市公园通过怎样的方式被纳入城市旅游营销战略框架,是扬州体育旅游资源开发在城市公园体系建成后需要重点解决的问题。

(3)一日游客源市场格局造成旅游者接触体育资源的机会不均衡。一日游旅游者由于不过夜,交通时间较多地挤占游览时间。团队游客比散客具有更多时空限制。一日游旅游者,特别是首次游的游客,主要景点、有代表性的景点具有更多吸引力。次要景点和位于边缘地位的体育旅游资源很少成为这个消费群体的旅游体验对象。中午是最有可能接触的时间段,诸如攒蛋、足浴、按摩这些放松身心、不要付出较多体力的旅游体育资源,具有明显优势。扬州旅游客源市场长期以一日游旅游者为主,限制了旅游者接触与日常生活紧密联系的休闲型体育旅游资源的机会。

3. 体育旅游资源没能组合成有效的体育旅游产品

(1)体育旅游资源中的地方文化优势没有充分释放。扬州是长江与运河交汇地,水网密布,水域面积广阔,开展水上体育活动空间条件得天独厚。扬州是中国大运河遗产里的核心城市,运河遗产文化积淀深厚,其中蕴含丰富的运河传统民俗体育要素,可以开发高层次水上体育旅游产品。目前运河旅游产品主要是观光船与滨河步道,档次低,无特色。

(2)缺少体育主题的旅游产品。需要开发的体育主题旅游产品主要有三种:一是因重大比赛而出现的旅游。在扬州举办的重要比赛,发生频率低,持续时间短,所以以观看或参加体育比赛为主要动机的旅游产品在扬州不常规、不稳定,体育旅游效应不持久。二是由社会体育组织、社区体育组织与其他城市相关组织联动,组织以体育交流为主题的旅游活动,扬州旅行社较少涉及这类产品的开发或辅助提供基础性的吃住行服务。三是体育主题文博与教育产品。着眼于未来的扬州体育发展前景,回顾与纪念性的体育文化空间的建设十分必要,应该成为未来扬州城市旅游的基本组成部分。目前该领域缺失。

五、扬州体育旅游资源整合与开发路径

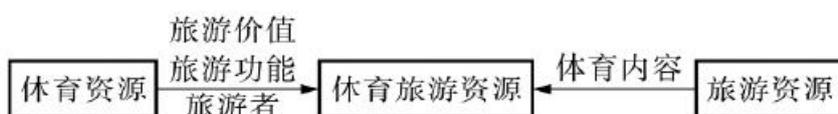
1. 整合

扬州体育旅游资源整合要处理好三个基本关系:

(1) 主体层面:体育锻炼者、体育旅游者、旅游者的相互关系



(2) 客体层面:体育资源、体育旅游资源、旅游资源的相互关系



(3) 主客互动层面:不同类型主体与不同类型资源的交叉关系, 参见表 2

表 2 主客互动融合矩阵

	D 体育资源	E 体育旅游资源	F 旅游资源
A 本地锻炼者	AD 城市生活 (养生)	AE 生活旅游化 (审美)	AF 生活旅游化 (审美)
B 体育旅游者	BD 旅游生活化 (度假)	BE 体育旅游目的地	BF 体育旅游带动效应
C 普通旅游者	CD 旅游生活化 (度假)	CE 体育参与建构城市旅游形象	CF 旅游目的地

体育旅游资源整合的重点领域:

AE|AF:① 改变体育价值观念; ② 主体客体化, 成为旅游氛围与背景。

BD|CD:① 延长旅游时间, 日常生活习惯反弹, 改变旅游节奏; ② 体育资源旅游化。

BE:体育产业对城市经济产生重要影响, 体育旅游者是游客的主要群体。

BF:通过体育带动旅游消费。

CE:体育旅游资源成为城市名片之一。

2. 开发路径

(1)建立跨部门跨行业的协调组织机构。协调组织机构，体育与旅游行政职能部门加强沟通与合作，确定合作对象与范围，统一认识、统一定位、统一方向、统一政策尺度，形成合力，有效应对扬州重大体育比赛的举办，如即将举办的江苏省第19届运动会，确保综合效益最大化。构建产业融合平台，体育与旅游行业组织互通互补，降低各行业进入门槛，共享资源，优化产业结构，开拓新市场空间。

(2)加强体育旅游资源信息化建设。加快体育旅游资源的调查与数据库建设，形成体育旅游开发决策依据。开放旅游信息化供给渠道，建立交流与共享机制，实现体育、旅游及其他相关部门之间信息数据的及时充分交换。规划扬州体育旅游指示系统，融入扬州线上与线下城市信息发布平台。加快体育旅游的社交网络应用、人工智能应用，丰富旅游体验方式，提高游客满意度。

(3)培育更多优质体育旅游资源。第一，开发运河龙舟比赛。龙舟赛是中国传统体育活动，分布地域广阔。扬州开发运河龙舟比赛，可以丰富体育比赛品种，发挥运河文化优势，活化运河文化遗产资源，带动水上体育运动，改变运河沿岸产业结构。第二，积极申办更多和更高水平体育赛事。高水平体育比赛影响范围大，比赛周期长，能在更大范围提高扬州城市知名度，为申报更多和更高水平体育比赛创造有利条件。更多高水平体育比赛能持续更新和改善扬州体育基础设施，带来更多过夜游客，增加扬州体育资源旅游化机会，提高体育在扬州的产业地位，奠定扬州建设体育旅游目的地的基础。第三，支持旅游中介介入各种社会体育组织开展的异地体育交流活动。政府与行业应出台政策，鼓励各种社会体育组织开展的异地体育交流活动，鼓励旅游企业从事跨地区体育旅游产品的开发与经营，将各种社会体育组织自发开展的异地体育交流活动纳入旅游经济活动轨道，挖掘与整合资源，将体育场馆与餐饮茶楼、浴室足疗、住宿等要素组成新的产品供应链，取得资源、价格、服务等方面的竞争优势，使这种体育交流活动旅游产品化、常规化，扩大化。第四，挖掘适合一日游的体育旅游资源。针对扬州一日游市场现状，在游客有限的吃饭、午休时间节点嵌入扬州足疗、按摩等与体育有关的地方文化元素。挖掘具有观赏价值、富有趣味性的扬州传统体育竞技并包装为旅游演艺节目，使其贯穿在游客逛街、购物、游览、吃饭的过程中。运用扬州传统手工，将扬州重大体育比赛的文化元素与扬州城市旅游形象相结合，设计旅游纪念品，在购物环节建构扬州体育旅游的城市名片和城市体育旅游目的地形象。

(4)因地制宜促成景区与周边体育旅游资源的联动机制。在扬州传统风景区，将周边的体育旅游资源作为景区配套设施，发挥休憩、停车功能，缓解景区空间压力。在扬州传统风景区辐射范围外，依托条件较好的综合性公园，加大投入，提升品质，整合周边体育旅游资源，结合乡村旅游资源、运河文化资源，调整产品市场定位，以周末旅游产品为规划出发点，形成扬州旅游市场新板块、城市形象新地标。

参考文献:

- [1]邢中有.产业融合视角下体育旅游产业发展研究[J].山东体育学院学报,2010(8):1-7.
- [2]厉无畏,王慧敏.产业发展的趋势研判与理性思考[J].中国工业经济,2002(4):5-11.
- [3]聘如.卓有成效的突尼斯旅游业[J].世界经济,1979(6):60-63.
- [4]刘杰.论体育旅游[J].哈尔滨体育学院学报,1991(1):23-26.
- [5]曲天敏.试析体育旅游与旅游体育[J].武汉体育学院学报,2009(10):28-31.
- [6]闵健.体育旅游及其界定[J].武汉体育学院学报,2002(6):4-6.
- [7]李继文.浅析我国西南地区体育旅游资源的开发[J].武汉体育学院学报,1994(3):88.

-
- [8]周立华. 体育旅游资源的内涵及开发问题研究[J]. 广州体育学院学报, 2004(6):108-110.
- [9]袁书琪, 郑耀星. 体育旅游资源的特征、涵义和分类体系[J]. 体育学刊, 2003(2):33-36.
- [10]张杰, 曹洋. 论我国西部体育旅游资源的开发[J]. 安徽体育科技, 2002(2):36-38, 48.
- [11]柳伯力, 陶宇平. 体育旅游导论[M]. 北京:人民体育出版社, 2003.
- [12]邓凤莲, 于素梅, 刘笑舫. 中国体育旅游资源分类和开发支持系统及影响因素研究[J]. 北京体育大学学报, 2008(8):1048-1050.
- [13]于素梅, 易春燕. 体育旅游资源的内涵及开发问题研究[J]. 成都体育学院学报, 2005(1):26-28.
- [14]宛霞. 体育旅游资源分类新论[J]. 体育文化导刊, 2012(7):86-89.
- [15]兰燕飞, 胡敏. 精心打磨城市形象的新亮点[N]. 扬州日报, 2005-09-28(01).
- [16]吴涛, 吴国华. “包袱”, 还是“金矿”?[N]. 扬州日报, 2005-11-08(02).
- [17]吴生锋. 扬州新名片:烟花三月跑扬马[N]. 扬州日报, 2014-04-10(A1).
- [18]吴涛. 让名城扬州“文起来”又“动起来”[N]. 扬州日报, 2014-04-20(A1).
- [19]陈佳丽. 扬州市发展体育旅游的SWOT分析[D]. 扬州:扬州大学硕士研究生学位论文, 2014.
- [20]李梦. RMP视角下的扬州体育休闲旅游开发研究[J]. 旅游纵览(下半月), 2017(7):116.
- [21]王格. 产业融合视角下扬州体育旅游发展研究[J]. 无锡商业职业技术学院学报, 2017(2):39-43.
- [22]汤潜之. 体育休闲公园景观营造探究[D]. 南京:南京农业大学硕士研究生学位论文, 2015.
- [23]李红春. 扬州市宋夹城体育休闲公园发展现状及对策研究[J]. 九江学院学报(自然科学版), 2016(3):126-128.
- [24]王琛, 许世源, 吴晖. 扬州明清古城“口袋公园”布局研究[J]. 泰州职业技术学院学报, 2017(5):27-30.
- [25]许宗祥. 中国小康社会休闲体育发展的构想[J]. 广州体育学院学报, 2015(1):1-4.
- [26]陈静. 我国观赏型体育旅游产品营稍策略研究[D]. 北京:中央民族大学硕士研究生学位论文, 2009.
- [27]孙劲松. 扬州立法保障市民生态福利[EB/OL]. (2017-11-21)[2017-12-16].
<http://jsnews.jschina.com.cn/hxms/201711/t20171121-1205365.shtml>.

[28] 向家富. 扬州立法保障市民生态福利《扬州市公园条例》今起实施[N]. 扬州晚报, 2017-12-01(A3).

[29] 向家富. 明年扬州新建扩建提升 70 个公园快看看哪座公园建在你家门口[N]. 扬州晚报, 2017-12-15(A3).

[30] 扬州市公园条例[N]. 扬州日报, 2017-09-30(A3).

[31] 王鹏, 邹平. 用赛事促进城市, 让体育改变扬州——鉴真马拉松高层研讨会在扬举行[N]. 扬州日报, 2015-05-18(A1).

[32] 邹平, 王璐, 赵天. 国际性盛会缘何青睐扬州[N]. 扬州日报, 2017-07-04(A1).