

前 言

体育，是人类对身体潜能的不断挑战；旅游，是对远方世界与内在自我的双重探索。当二者交融，便孕育出一种兼具活力、深度与意义的新生活方式——体育旅游。它远不止于“去跑步”或“看比赛”，而是一种融合健康理念、文化内涵、生态价值与沉浸式体验的复合型消费形态，更是新时代推动区域振兴、促进体旅融合、提升国民生活品质的重要引擎。

在“健康中国”“全民健身”“体旅融合”等国家战略和重点发展方向深入实施的当下，体育旅游已从边缘走向主流，从小众兴趣演变为大众刚需。然而热潮之下，亦不乏隐忧：规划口号化、产品同质化、空间逻辑混乱、运营脱离实际……兼具科学性、创新性与可操作性的体育旅游规划，仍是教学和行业亟须的资源。

正是在这一时代背景下，我们编写了本书，旨在为体育旅游、休闲体育、社会体育指导等相关专业的本科生与研究生提供一部兼具理论深度与实践导向的教材。本书并非既有知识的简单汇编，而是来自一线研究者、教育者与实践者的长期思考与系统回应。

本书植根于北京体育大学——国家“双一流”建设高校的学术土壤，依托体育休闲与旅游学院国家级一流本科专业建设点的教研积累，融汇了团队在多个体育旅游项目中的实地调研、规划咨询与评审经验。内容上，既深入解读国际前沿理论，也立足中国语境，对资源评价、市场细分、空间布局与产品设计提出原创性见解；结构上，既构建了完整的体育旅游规划逻辑体系，也通过真实案例揭示“纸上蓝图”如何转化为可参与、可运营、有温度的体育旅游实践。

相较于一般旅游规划教材，本书特别聚焦体育旅游的独特属性——其对场地专业性、活动安全性、体验沉浸感及产业联动性的特殊要求，并据此重构分析框架与实践路径。

本书献给所有关心体育旅游未来的人：高校师生、规划设计机构、文旅与体育管理部门、投资运营企业，以及那些在山野、湖海、雪原与城市之间默默耕耘的从业者。尤其值得说明的是，三位著者深耕专业教学领域，且深度投身

地方体育旅游规划实务，兼顾理论严谨性与实践实用性。本书既可作为相关专业教材，也适合行业人员参考使用。

本书分工如下：第一章，张佑印、叶诚昊、杨丽红、张靓彤撰写；第二章，谢婷撰写，黄睿瑶绘制相关图件；第三章，谢婷撰写，黄睿瑶绘制相关图件；第四章，张佑印、刘文婷、黄韵竹、江磊撰写；第五章，史书菡、陶英泽、姚黄莺撰写；第六章，张佑印、张景全、程迪、孙晓奕撰写；第七章，谢婷撰写，杨渝杭、王晓蕾、谢紫薇、魏佳琦收集和整理相关案例；第八章，谢婷撰写，张乃方、秦明杰、郭文豪、黄睿瑶收集和整理相关案例；第九章，史书菡、姚黄莺、王文姚撰写；第十章，史书菡、王文姚、陶英泽、姚黄莺撰写；第十一章，张佑印、江磊、马潇宁、张景全撰写。

同时也感谢刘缪伟、董晓林、刘维航、张艺、杨耀宇、热娜克孜·麦麦提艾力贾灵娟等同学，他们在书稿筹备的前期阶段，为资料收集和思路梳理提供了支持。

体育旅游的黄金时代正在开启，更多实时研究，可搜索本书作者的公众号“偕行山水”“体旅印迹”“户外空间 LAB”查看。

我们愿以专业为舟，以实践为桨，与你同行。

谢婷 张佑印 史书菡

2026年夏于北京

目 录

前言

第一章 绪论	1
第一节 体育旅游规划概述	3
第二节 体育旅游规划编制	14
第三节 体育旅游规划内容	27
参考文献	34
第二章 体育旅游规划开发理论	35
第一节 体育旅游系统的相关理论	35
第二节 体育旅游空间环境与人地关系理论	50
第三节 体育旅游体验与心理理论	64
参考文献	76
第三章 体育旅游发展环境分析	84
第一节 体育旅游发展环境概述	84
第二节 体育旅游发展的外部环境分析	92
第三节 体育旅游发展的内部环境分析	103
参考文献	120
第四章 体育旅游资源调查与评价	122
第一节 体育旅游资源及其分类	122
第二节 体育旅游资源调查	130

第三节 体育旅游资源评价	140
参考文献	148
第五章 体育旅游市场分析与预测	149
第一节 体育旅游市场概述	149
第二节 体育旅游市场调查	153
第三节 体育旅游市场分析	159
第四节 体育旅游市场预测	165
参考文献	173
第六章 体育旅游发展定位与空间布局	175
第一节 体育旅游指导思想与发展思路	175
第二节 体育旅游发展目标与定位	181
第三节 体育旅游发展战略	196
第四节 体育旅游空间布局	202
参考文献	210
第七章 体育旅游产品与线路	211
第一节 体育旅游产品概述	211
第二节 体育旅游产品类型	218
第三节 体育旅游产品规划实务	224
第四节 体育旅游线路设计	236
参考文献	244
第八章 体育旅游项目规划	246
第一节 体育旅游项目开发概述	246

第二节 重点体育旅游项目规划实务·····	254
第三节 体育旅游配套项目规划实务·····	278
参考文献·····	287
第九章 体育旅游服务系统规划·····	288
第一节 体育旅游服务系统·····	288
第二节 体育旅游接待服务系统·····	292
第三节 体育旅游公共服务体系规划·····	313
第四节 赛事与活动专项服务规划·····	320
参考文献·····	327
第十章 体育旅游目的地营销·····	328
第一节 概述·····	328
第二节 体育旅游目的地品牌建设·····	330
第三节 体育旅游目的地形象设计·····	335
第四节 体育旅游目的地营销规划·····	352
参考文献·····	368
第十一章 体育旅游保障规划·····	371
第一节 体育旅游体制机制保障·····	371
第二节 体育旅游经费保障·····	375
第三节 体育旅游用地保障·····	378
第四节 体育旅游人力保障·····	381
第五节 安全与应急管理保障·····	384
参考文献·····	392

第一章 绪 论

由于体育旅游在我国兴起时间较晚，与之相关的规划体系仍处于探索阶段，在了解体育旅游规划之前首先需要对我国旅游规划发展情况有所了解。我国旅游规划最早开始于 20 世纪 70 年代，这一时期是旅游规划的探索起步阶段，该时期旅游规划体系尚未形成，旅游规划还属于城市规划的范畴，相关理论和实践也刚刚起步。随后经过积累发展（20 世纪 80 年代初至 80 年代末）、深入发展（20 世纪 90 年代初至 90 年代末）等阶段，从 21 世纪起我国旅游规划开始进入有序发展阶段，有关部门发布的《旅游发展规划管理办法》（现已废止）、《旅游规划通则》等均为我国旅游规划的健康有序发展提供了有力的政策保障。而与旅游规划相比，体育旅游规划发展进度较为缓慢。

体育旅游作为文旅产业与体育产业深度融合的新兴业态，正成为推动区域经济发展、满足人民美好生活需求的重要力量。体育旅游规划作为合理评价体育旅游资源、有序开发区域体育旅游资源的科学计划与方案，对体育旅游发展具有先导作用。梳理发现，2016 年先后出台三份规范体育旅游发展的文件：《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》《国务院办公厅关于加快发展健身休闲产业的指导意见》《国务院办公厅关于进一步扩大旅游文化体育健康养老教育培训等领域消费的意见》。根据上述文件，体育旅游是文旅产业与体育产业深度融合的新兴业态。发展体育旅游，既能丰富旅游产品体系、拓宽消费空间、助力行业转型，也可盘活体育资源，推动全民健身与全民健康相融，带动体育产业提质增效。应支持具备条件的景区增设体育旅游项目，鼓励旅行社依托休闲健身项目、体育赛事开发特色旅游产品及线路；统筹推进游艇、康养医疗旅游发展，打造国家级康养医疗旅游示范基地，落实医疗旅游先行区扶持政策，并统筹制定冰雪、山地户外、水上、航空运动等细分产业发展规划。此类体育旅游发展规范性文件的发布，从国家层面对体育旅游发

展前景给予肯定，同时也为后续体育旅游发展专业规划提供政策指引。

随着大众体育旅游需求的持续增长和体育旅游市场规模的不断扩大，除宏观层面的政策外，地方层面也在响应国家号召，因地制宜，积极谋划体育旅游发展布局（表 1-1）。2021 年国家体育总局印发《“十四五”体育发展规划》，明确体育旅游发展路径。上海、四川、贵州、重庆、海南等省市相继出台地方体育“十四五”规划，赋能本地体育产业发展。其中海南、贵州全力推进国家体育旅游示范区创建工作，海南先后出台《海南省国家体育旅游示范区发展规划（2020—2025）》《海南水上运动发展指导意见》《海南沙滩运动发展指导意见》《海南赛马运动发展指导意见》等相关规划与意见。2019 年，贵州省人民政府办公厅下发《省人民政府办公厅关于贵州省创建全国体育旅游示范区的意见》，提出将重点建设 30 个城镇体育旅游示范基地、30 个景区体育旅游示范基地，2022 年建成山地民族特色体育旅游强省，并发布《贵州省全国体育旅游

表 1-1 体育旅游发展规划（部分）

类型	发布年份	名称
总体规划	2019	《贵州省全国体育旅游示范区总体规划（2019—2035 年）》
	2020	《海南省国家体育旅游示范区发展规划（2020—2025）》
	2020	《广西创建国家体育旅游示范区三年行动计划（2020—2022 年）》
	2020	《江西省体育旅游发展规划（2020—2025）》
	2021	《三亚市体育旅游发展总体规划（2021—2035）》
	2021	《淳安县“十四五”文旅体发展规划》
	2022	《贵阳市体育旅游发展规划（2022—2025）》
专项规划	2017	《自行车运动产业发展规划》
	2018	《马拉松运动产业发展规划》
	2020	《福建省航空运动产业发展规划（2020—2030 年）》
	2022	《京张体育文化旅游带建设规划》
	2022	《伊春市森林康养旅游专项规划（2022—2035 年）》
	2023	《湖南省户外运动产业发展规划（2023—2025 年）》
	2025	《芜湖市水上运动发展行动方案（2025—2027 年）》

示范区总体规划（2019—2035年）》。除此之外，一些专项运动项目发展政策与规划中也加强了旅游元素，凸显体育旅游特色。

2017年12月，国家体育总局等多个部委牵头制定的《自行车运动产业发展规划》中，提出创新打造自行车运动特色小镇、自行车运动主题公园和自行车运动产业示范基地，同时探索“骑行+旅游”新型体育旅游模式，增加以自行车骑行为特色的体育旅游市场供给。提倡“骑行+旅游”的新型体育旅游模式，依托现有的旅游景区资源和公路网络，科学规划自行车骑行路线，初步形成自然风光、历史文化、难度挑战等各类不同主题的骑行路线。2018年由国家体育总局联合多个部委出台的《马拉松运动产业发展规划》中，提出打造马拉松+产业发展新形态。大力推动马拉松与科技、旅游、健康、休闲、文化等产业融合发展，构建“马拉松+”跨界联合发展的行业互动机制，形成马拉松+科技、马拉松+旅游、马拉松+健康、马拉松+休闲等产业发展新形态。同时将马拉松元素纳入特色小镇建设。此外，《福建省航空运动产业发展规划（2020—2030年）》和《湖南省户外运动产业发展规划（2023—2025年）》以指导具体发展实践，从运动训练、赛事活动等主要领域，推动体育和旅游的深度融合。此外，2022年《京张体育文化旅游带建设规划》也提出“建设京张体育文化旅游带，……有利于推动京张地区协同发展，打造体育文化旅游融合发展新名片，培育区域经济社会发展新动能和特色优势支柱产业”。

第一节 体育旅游规划概述

随着大众旅游消费从传统观光向深度休闲转型，集参与性、体验性与观赏性于一体的体育旅游已成为文旅产业新增长点，而科学的规划正是推动其有序发展的核心支撑。体育旅游规划作为旅游规划的专项延伸，是依托区域体育旅游资源与内外部发展条件，在资源调查评价基础上，对体育与旅游产业要素进行优化配置和深度融合的科学谋划，更是引导体育旅游资源合理开发、产品创新升级、产业高效运营的行动纲领。深入剖析体育旅游规划的核心内涵与实践逻辑，既要立足其与通用旅游规划的共性基础，更要凸显其聚焦体育特质的独特性，这不仅能为后续规划编制、资源开发、项目落地等章节提供理论支撑，也能帮助读者建立对体育旅游规划的系统性认知，为各类实践场景提供清晰指引。

一、概念内涵

（一）体育旅游规划定义

规划是个人或组织针对未来整体性、长期性问题进行的系统分析与决策过程，核心是通过科学研判发展目标、设计实现路径，最终保障决策质量与目标实现（Wheeler, 2004）。作为规划的细分领域，旅游规划以区域旅游资源为基础，结合内外部发展条件，在资源调查评价后，对旅游业要素进行优化配置，为产业长远发展提供科学谋划（马勇，2019）。其本质是依据市场变化与可持续发展要求，对旅游相关生产要素进行合理配置的方案（陈安泽，2013）。从旅游经济学视角，旅游供给可分为基础供给与辅助供给（王大悟，2001）。基础供给直接服务旅游需求，涵盖旅游资源、旅游设施和旅游服务；其中旅游资源包括自然、历史、社会及现代人工吸引物等类型，旅游设施涉及交通、食宿、娱乐等配套，旅游服务则贯穿旅游活动全过程。辅助供给是支撑基础供给的公共设施，包括供水、供电、交通枢纽等工程设施，通过各类旅游企业与市场形成衔接。

基于旅游规划的核心逻辑与体育旅游“体育+旅游”的融合属性，可进一步明确体育旅游规划的定义：它依托规划区域内的体育旅游资源及内外部条件，在资源调查评价的基础上，聚焦体育与旅游产业要素的优化配置与深度融合，最终制定出兼具体验性、安全性与可持续性的体育旅游发展科学方案。

（二）体育旅游规划与旅游规划的异同点

旅游规划是在旅游系统发展现状调查评价的基础上，结合社会、经济和文化的发展趋势以及旅游系统的发展规律，以优化总体布局、完善功能结构以及推进旅游系统与社会和谐发展为目标战略设计和实施的动态过程（侯晓丽等，2005）。体育旅游规划是在旅游规划的基础之上，依据旅游规划的基础理论与方法，有针对性地对某一区域中的体育旅游资源进行开发的动态过程，其最终目的是使当地体育旅游资源得到最大化的合理利用，以满足大众日益增长的体育旅游需求，充分发挥这类资源的经济价值与社会价值。

具体来说，旅游规划与体育旅游规划的共性特征主要表现在：一是规划根本目标相同。不论是旅游规划还是体育旅游规划，其根本目标都是为了充分利

用规划区域当地的特色资源、提供优质产品以满足大众的休闲娱乐需求,促进参与者的身心健康发展。二是规划基础理论相同。旅游规划及体育旅游规划本质上都是规划,在实际规划编制过程中都需要以可持续发展理论、系统论、区位论等理论为指导进行后续开发。三是规划编制程序相同。根据规划对象的实际情况,旅游规划与体育旅游规划在规划主体、规划区域及规划方法上可能会存在一定差异,但一份合理、完善的规划都必须经过前期准备、调查评价、规划编制、论证决策与管理实施五个阶段,以确保规划的科学性和可操作性。

此外,体育旅游规划作为以体育资源为核心进行开发的科学过程,与旅游规划又存在一些差异,具体表现在:

一是强调体验性。随着旅游产业的高质量发展,大众对于旅游产品的需求已经从观光旅游转化为深度休闲度假旅游,旅游者更加关注旅游内容的可体验性与参与感。体育旅游以体育活动及其相关产品为核心旅游载体,能为大众提供观赛怀旧型体育旅游产品、休闲度假型体育旅游产品及专项挑战型体育旅游产品等多样化体育旅游产品,为大众参与者提供良好的体验渠道和旅游体验。因此在体育旅游规划过程中,应注重体育旅游产品与项目的体验属性,提高游客的精神参与度和身体参与度。同时提升体育旅游产品与项目的挑战性,当游客完成具有挑战性的任务或活动时,会产生相应的成就感,进而获得难忘的旅游体验。

二是重视安全性。体育旅游产品在注重提升参与感的同时也会对参与者的人身安全带来相应风险。《中国体育旅游消费大数据报告(2021)》数据显示,现有体育旅游活动以参与型体育旅游活动为主,占比62.8%;以观赏型体育旅游活动为辅,占比37.2%。因此在体育旅游规划过程中,应注重体育旅游安全保障规划设计,如体育旅游安全法律法规体系保障、体育旅游安全危机预警系统保障、体育旅游安全管理与控制保障和体育旅游安全应急救援保障等,以充分保证体育旅游参与者在活动过程中的安全。此外,还应对体育旅游经济与市场安全保障进行规划,以营造良好的体育旅游市场环境。

二、规划特征

体育旅游规划特征描述的是其本身客观上“是什么”,是其区别于其他类型规划的核心标识,既延续了规划的共性规律,又凸显了体育旅游融合发展的

独特属性。这些属性是由其核心对象“体育旅游资源”和核心活动“体育旅游体验”决定的，是客观的、描述性的。体育旅游规划特征贯穿规划编制、实施与动态优化的全流程，决定了规划的科学性、落地性与可持续性，具体体现在以下五个方面：

（一）前瞻性

体育旅游规划的前瞻性是保障产业长期健康发展的核心特质，需立足资源禀赋与市场趋势，构建多维度、分阶段的发展蓝图。规划需预判未来 5～20 年体育旅游消费需求变化，如休闲康养、极限运动、赛事研学等细分市场的增长潜力，提前布局适配的产品与设施。在时间维度上，通过近期（3～5 年）聚焦基础设施完善、核心产品打造与市场培育，中期（5～10 年）强化品牌塑造、产业融合与市场扩张，远期（10～20 年）实现模式创新、全域协同与国际竞争力提升的阶梯式目标，平衡短期效益与长期价值。同时，需预留弹性空间，应对政策调整、技术革新、消费升级等不确定性因素，确保规划在动态调整中始终贴合产业发展实际。

（二）融合性

体育旅游规划的融合性核心体现为产业跨界、要素整合、场景叠加的三重逻辑。产业层面，需深度联动体育、旅游、文化、科技、康养、农业等相关领域，如挖掘民俗体育文化，打造智慧运动场景，开发运动康复产品，打破单一产业边界。要素层面，整合自然资源、人文资源、设施资源、市场资源，形成“资源—产品—市场”的闭环融合。场景层面，实现运动体验与旅游服务的场景叠加，如赛事现场配套文旅消费、户外探险融入研学场景，使体育旅游从单一运动活动升级为复合型体验。

（三）安全性

安全性是体育旅游规划的底线要求，因体育旅游涉及大量参与型、高强度运动项目，安全保障需贯穿规划全流程。规划需重点考虑三方面：一是场地设施安全，如户外探险场地的防护设施标准、运动场馆的安全承载力、特殊项目的场地合规性；二是过程保障安全，包括应急救援体系布局、运动指导人员的

专业资质要求、风险预警机制；三是服务配套安全，如运动装备的质量检测、医疗保障点的合理布局、针对不同年龄段的运动安全适配设计，全方位降低游客参与风险。

（四）市场适配性

体育旅游规划需以市场需求为核心导向，具备精准的市场适配能力。一方面，要立足客源市场细分，针对青少年研学、青年户外探险、中老年康养、家庭亲子等不同客群，设计差异化产品，如为青年群体打造极限运动项目，为家庭客群开发亲子体育乐园；另一方面，要紧跟市场趋势变化，适应消费升级需求，如近年来兴起的轻运动、微度假、赛事旅游等新兴趋势，及时调整产品结构与运营模式。同时，需兼顾本地居民日常健身与异地游客旅游体验的“主客共享”需求，实现市场需求与资源供给的精准匹配。

（五）动态调整性

动态调整性要求规划具备弹性空间，能够灵活适应外部环境的变化，如政策调整、市场波动、资源更迭等。通过建立常态化的动态监测与评估机制，定期对规划内容进行优化迭代，确保规划方案始终保持科学性与适用性，从而实现对产业发展的长期有效指导。

三、规划类型

（一）空间维度

体育旅游规划按其覆盖的空间范围与行政层级，可分为以下五个基本类型，构成由上至下、由宏观到微观的完整规划体系：

1. 国家级体育旅游规划

国家级体育旅游规划是指从国家整体发展战略出发，对全国体育旅游发展进行的宏观性、战略性部署。其重点在于：制定国家体育旅游发展的总体战略、政策导向与产业布局；确立国家体育旅游品牌形象与推广战略；统筹建设重大跨区域体育旅游带和示范区；引导国际体育旅游合作与市场开拓。此类规划由国家相关部委编制，旨在为全国体育旅游发展提供顶层设计。

2. 省级体育旅游规划

省级体育旅游规划是指在国家规划指导下，以省、自治区、直辖市为范围编制的区域性规划。其核心任务是：落实国家战略，结合本省资源禀赋与发展条件，明确体育旅游在省域经济与社会发展中的定位；优化省域内体育旅游空间布局与功能区划；策划省级重点体育旅游产品、线路与项目；制定市场推广、产业扶持与保障措施。它是衔接国家宏观战略与地方具体实施的关键环节。

3. 市级体育旅游规划

市级体育旅游规划通常针对地级市或直辖市的区县范围，是更具操作性的中观层面规划。其侧重点在于：在城市总体发展规划框架下，明确体育旅游的城市功能定位；统筹配置市域范围内的体育旅游资源、设施与服务要素；策划打造具有城市特色的体育旅游产品体系与核心项目；完善城市体育旅游公共服务与交通接驳系统。该规划是指导城市体育旅游项目落地和品牌建设的重要依据。

4. 县级体育旅游规划

县级体育旅游规划以县（区、县级市）为基本单元，是规划体系中最贴近资源本体和社区的实施性规划。其主要内容包括：详细调查与评价县域内体育旅游资源；明确县域体育旅游发展的具体目标、主题与形象；进行项目用地布局与设施配套的详细安排；制定切实可行的社区参与、运营管理与近期行动计划。该规划直接指导县域体育旅游项目的开发建设与管理。

5. 体育旅游项目规划

体育旅游项目规划是针对特定体育旅游功能区，如体育旅游度假区、山地运动公园、水上运动基地、体育特色小镇等编制的规划。它是最微观、最具体的规划类型，核心任务是：在总体规划指导下，对景区或项目进行详细的总体布局、景观设计、设施规划、游线组织、安全设计以及投资效益分析，直接用于指导项目的开发建设及运营管理。

各层级规划的关系：上级规划为下级规划提供方向指引、目标约束与政策框架；下级规划是上级规划的细化、深化和落实，需确保与其核心要求相一致。不同层级的规划共同构成一个目标统一、层级清晰、上下衔接的体育旅游规划体系

（二）时间维度

时间维度是体育旅游规划落地实施的核心逻辑，不同期限的规划承担着差

异化的功能定位，共同构成短期见效、中期突破、长期引领的阶梯式发展体系。通过分阶段明确发展重点、目标任务与实施路径，既能保障规划的前瞻性与稳定性，又能适应产业发展的动态变化，确保体育旅游资源开发、产品打造、产业升级有序推进，具体分为以下三类。

1. 远期体育旅游规划

远期规划期限一般为 15 ~ 20 年，是立足区域长远发展的战略性展望与顶层设计。其核心任务是明确体育旅游产业的长期定位与发展愿景，如打造国际知名体育旅游目的地、建成国家级体育旅游示范区等；同时预判产业发展趋势、市场需求演变及资源利用潜力，划定生态保护红线、空间发展边界与核心资源保护区，构建体育、旅游、文化、科技等多产业深度融合的长效发展格局。规划需预留充足弹性空间，为未来重大项目落地、业态创新及政策调整提供适配性支撑，确保区域体育旅游产业可持续、高质量发展。

2. 中期体育旅游规划

中期规划期限一般为 10 年，是连接远期愿景与近期实施的关键桥梁，兼具战略性与指导性。规划需在远期目标框架下，细化阶段性发展指标，如产业规模占比、核心产品体系成型、品牌影响力提升等；重点推进核心区域开发、重大基础设施建设、标杆项目落地及产业链条完善，同时优化空间布局与功能分区，解决远期规划中的重点难点问题，为体育旅游产业规模化、品牌化发展奠定坚实基础。

3. 近期体育旅游规划

近期规划期限一般为 5 年左右，是聚焦当下可落地、可见效的实操性方案。规划需紧密结合区域发展现状，明确具体建设项目、实施时序与责任主体，优先推进见效快、带动性强的核心任务，如基础设施提质、现有资源盘活、市场培育与品牌推广等；同时建立动态监测与调整机制，根据政策变化、市场反馈及时优化规划内容，确保短期内实现体育旅游产业起步发展、形成初步市场影响力。

（三）规划性质维度

体育旅游规划的性质分类聚焦宏观引领、中观统筹、微观落地的逻辑层级，结合规划的管控强度、内容详略与实施重点，形成从战略到实操的完整体系。

不同性质的规划在适用场景、核心任务与成果形式上各有侧重，既相互衔接又各有分工，共同支撑体育旅游产业有序发展，具体分为以下三个层次。

1. 体育旅游发展战略规划

区域体育旅游发展战略规划本质上是政府关于发展目标的宏观决策。由于各国社会经济体制、旅游发展水平及实践经验的不同，规划工作的步骤、阶段划分与编制方法也不尽相同，但基本上都遵循由抽象到具体、从战略到战术的层次决策原则。区域体育旅游发展战略规划阶段主要是研究确定地区体育旅游发展目标、原则、战略等重大问题，并为制定后一阶段的体育旅游区规划提供依据。后一阶段规划对有关问题的深入研究和方案制定，可以反馈到前一阶段，作为前一阶段工作的调整及补充。区域体育旅游发展战略规划通常可以根据行政管辖的范围划分为省、市、县三个不同层次，这主要基于以下三个方面的考虑：完善和深化区域体育旅游发展战略规划的客观要求；完善省、市、县三级行政体制和谐发展体育旅游业的要求；切实保证发挥重点体育旅游区的作用，并促使其与当地社会协调发展。

2. 体育旅游区总体规划

体育旅游区总体规划可先行编制总体规划纲要，对总体规划需要确定的主要目标、方向和内容提出原则性意见，作为总体规划的依据。对于特大体育旅游区或大型国家重点风景名胜區，可在总体规划的基础上进一步编制分区规划，控制和确定不同分区的土地用途、范围及其容量，协调各项基础设施和公共设施的建设。有不少风景名胜区和体育旅游区由于行政区域不归同一地区管理，建设与管理难以形成统一，因此也往往开展分区规划，以获得与行政区域一致的管理权限，从而有利于各项规划建设的协调与发展。体育旅游区总体规划期限一般为 20 年，应对体育旅游区的发展远景及方向做出轮廓性的规划安排。近期计划应纳入总体规划的编制体系中，因此在总体规划阶段也应对近期建设项目做出安排，近期规划期限一般为 5 年。

3. 体育旅游区项目详细规划

体育旅游区项目详细规划是以总体规划或分区规划为依据，详细规定建设用地的各项控制指标和其他规划管理要求，或直接对建设项目做出具体的安排和规划设计。体育旅游区项目详细规划根据任务性质的不同，分为控制性详细规划和修建性详细规划两种。