

# 体育赛事“燃动”假日经济

金秋时节,中国网球公开赛、世界乒乓球职业大联盟(WTT)中国大满贯赛连续第二年在国庆假期“相遇”,在“双奥之城”北京掀起观赛热潮。与此同时,“苏超”“川超”等省级业余足球赛事激战正酣,各种路跑、骑行、游泳等全民健身活动也在全国各地火热开展,为假日注入满满活力……

习近平总书记指出,体育是提高人民健康水平的重要途径,是满足人民群众对美好生活向往、促进人的全面发展的重要手段,强调要推动体育产业高质量发展,不断满足体育消费需求。

国务院办公厅今年9月印发《关于释放体育消费潜力进一步推进体育产业高质量发展的意见》,明确提出持续打造“跟着赛事去旅行”“体育赛事进景区、进街区、进商圈”等品牌活动。今年国庆假期,各类体育赛事活动精彩纷呈,不仅展现了体育产业的蓬勃活力与广阔前景,更推动文商旅体深度融合,成为拉动假日经济的强劲引擎。

## “跟着赛事去旅行”

今年中网,中国“金花”郑钦文的伤愈回归备受期待。9月27日,郑钦文迎来复出后的首场比赛,现场上座率超过九成,当日国家网球中心入园人数超45万人次,创下中网赛事历史新高。虽然郑钦文在女单第三轮因伤退赛,但中国球员近年来在国际赛场的持续突破,已在中国掀起一股网球热潮。“十一”期间,中网上座率保持高位,吸引天南地北的球迷齐聚京城,共襄网球盛宴。

WTT中国大满贯赛同样人气爆棚。来自天津的球迷王禹石说:“在场馆看比赛的感觉还是很不一样,特别是在国庆假期,大家都在为中国选手加油,比赛很精彩,场馆周边也很热闹,氛围特别好。”

观赛热潮之外,更多人选择在假期亲身参与运动、挥洒汗水。“长三角”乒乓球户外邀请赛在树木环绕的赛场中为人们搭建切磋球技的舞台;在地貌壮丽的内蒙古,速度赛马、赛车、拔河、越野跑等

比赛轮番上演,非遗民俗表演、篝火晚会、音乐会等活动更让参赛选手觉得不虚此行;位于青海省门源回族自治县的岗什卡雪峰则迎来了来自各地的登山爱好者,体验雪山攀登与高原文化独特魅力……

2025环海南岛旅游公路自行车赛万宁站10月1日鸣枪开赛,600余名选手共赴假日骑行之约。来自湖南的20岁小伙子罗家裕曾完成海南环岛千里骑行,对他万宁情有独钟。

“这里不仅道路状况好、风景美,美食也极具吸引力。这次万宁之行,我计划体验燕子洞附近的网红沿海公路骑行路线、日月湾的冲浪、兴隆的美食,在比赛之余与好友相聚,享受假期的快乐时光。”罗家裕说。

国家体育总局体育经济司司长杨雪鹅表示,“跟着赛事去旅行”深入人心,“一人参赛全家旅游,一场赛事多日消费”成为新风尚,体育赛事持续发挥引流作用,文商旅体已成为带动消费、扩大内需的“黄金组合”。

## “第二现场”激活商圈消费

国家网球中心今年完成升级改造,进一步完善训练区和观赛区的设施和服务,为运动员和球迷带来一场“网球盛宴”。今年中网期间,园区西侧特别设置了两块直播大屏,观众进入园区可以在草地躺椅上观赛,周围配有餐饮店和官方授权商品店,让球迷在北京秋日微风中欣赏精彩比赛,欢度国庆假期。

赛事影响力并未止步于场馆。今年中网在多个商圈设置观赛“第二现场”,其中三大旗舰观赛点位包括北京朝阳798艺术区、房山首创奥特莱斯、通州运河两岸,努力将网球的热度和魅力辐射至整座城市。

中网公司总经理李旭华表示,观众在“第二现场”不仅是观看赛事直播,更是一次融合购物消费、打卡体验的网球之旅,推动国际赛事从专业场馆走向街巷、融入商圈、链接文旅,让中网这张北京的“金秋名片”更加充满活力。

国庆假期,江苏省城市足球联赛(“苏超”)四场四分之一决赛将陆续上演,为了让更多人能观看、参与“苏超”,八个参赛城市无论主场客场,均在全市范围内设置大量“第二现场”,方便市民游客观赛,很多餐饮企业也自发转播赛事,希望用“苏超”引流。

“苏超”今年出圈以来,“第二现场”拉动效应明显,江苏省盐城8月初主场赛

事期间,17家重点商贸企业营业额达445384万元,客流量突破111万人次。9月27日的“苏超”常规赛最后一轮比赛中,南京设置近80个“第二现场”,其中银杏里文化艺术街区举办“激情·苏超”,嗨玩银杏里“嘉年华”活动,通过体育、美食、非遗、公益等多元场景赋能“第二现场”,当日街区消费较日常周末增长约16%。

江苏世纪新城文旅发展有限公司副总经理董正霞说,“苏超”的直播加上餐饮、演艺,成为深受市民游客喜爱的“第二现场”,每个比赛日都是一场足球狂欢派对。

无独有偶,在四川省城市足球联赛(“川超”)、湖南省足球联赛(“湘超”)等赛事举办期间,类似的观赛“第二现场”也成为球迷欢聚的热门目的地。成都赛事产业发展有限公司董事长吴蒙表示,体育产业升级需要更好地释放城市资源潜力,针对专业场馆、社区角落、公共区域等不同场景,提出差异化供给策略,实现资源高效利用。

## “票根经济”正火热

一张“票根”能带来多少惊喜?今年WTT中国大满贯赛给出了生动答案:赛事门票不仅是通行凭证,更化身为开启多元文旅体验的“金钥匙”。球迷凭球赛票根,可以在北京数家商户享受专属折扣和优惠活动。

来自福建的林巧是资深球迷,“十一”期间专程到北京观看WTT中国大满贯赛。她说:“我每天都买了票,日场和晚场的空档期就用‘票根福利’到附近商圈转转,现在国内很多城市办赛都在用‘票

根经济’带动消费,对于观众和商家都是好消息。”

位于首钢园区的六工汇是距离WTT中国大满贯赛场馆最近的商圈之一,六工汇一家餐饮店的负责人吴研介绍,往常店里客流每日200人左右,赛事期间至少翻了一番,使用票根消费的顾客大概占到一半。

北京市体育竞赛管理和国际交流中心主任王玲说:“北京在今年6月的世界女排联赛(中国北京站)期间推出‘票根经济’系列活动,并将相关经验推广至更多赛事。赛事不仅是运动员的主场,更是观众和消费者的主场。”

在辽宁沈阳,中甲“领头羊”辽宁铁人队主场赛事场均观众超3万,催生了以“票根优惠”为纽带的消费新场景,“凭球票享八五折”等优惠让票根成为在酒庄、餐饮等商家的“打折卡”。

“这不仅是简单的促销,更是一种良性互动。”辽沈球迷会会长何大鹏表示,

从比赛日到团建,商家与球迷协会的合作实现了双赢,球迷得实惠,商家获客源,这种以球会友、以票惠民的模式,正在构建一种新型消费关系。

国庆期间,湖北潜江的乒乓球、围棋、篮球等群众体育赛事好戏连台,以小龙虾产业闻名的潜江创新地将“票根经济”和“吃虾经济”绑定,凭赛事门票或签到凭证,可以在小龙虾餐饮店体验优惠折扣或专享套餐;陕西同样借助“票根经济”为即将到来的世界斯诺克西安大奖赛预热,以赛事促消费……

“票根优惠正在串联赛事、文旅、消费等相关领域,结合景区、文创、购物等场景,为游客提供‘观赛+旅游+购物’的一站式体验,延长游客们的停留时间,提升消费频次。”江苏师范大学商学院教授孙增祥说。

“十四五”以来,我国体育产业稳步发展,总规模近五年年均增速超10%。杨雪鹅表示,未来将进一步强化赛事与产业的协调联动,推动赛事成为激活消费、拉动经济和提升形象的“强引擎”。

(新华社北京10月4日电)

“票根经济”正火热

“票根经济”正火热