

他山之石

黄浦江风起浪涌 赛事经济共繁荣

上海创造赛事品牌体系激活经济“乘数效应”

近年来,上海市凭借其独特的地理优势和丰富的文化底蕴,逐渐成为国内外体育赛事的重要举办地。每年超过160项的国际国内体育赛事和数千场全民健身及青少年赛事活动在这里上演,形成了成熟且多元化的赛事布局。作为国际化大都市,上海是怎样深挖体育赛事潜能,在激活赛事经济方面有哪些好的做法呢?

打造自主品牌赛事框架

近年来,上海举办的顶级商业赛事不仅包括F1中国大奖赛、上海ATP1000大师赛、环球马术冠军赛等,还包括游泳世锦赛、花样滑冰世锦赛、篮球世界杯等国际单项顶级赛事。此外,上海还拥有彰显城市特质的“3+3+3+X”自主品牌赛事框架,涵盖了多个不同领域的赛事活动。这些赛事包括上海马拉松、上海赛艇公开赛、上海帆船公开赛等头部赛事,“三大球”明日之星系列赛,上海超级杯、上海杯象棋大师公开赛等特色赛事,以及各区、体育社会组织和企业创办的各具特色的赛事。这些赛事进一步丰富了城市的体育文化生活,提升了上海作为体育之城的形象。

为了更好地管理和提升这些赛事的品牌价值,上海总结多年办赛经验,制定了完整的国际一流赛事之都建设技术引导标准——“上海赛事”品牌认定体系。该体系将赛事分为“顶级赛事”“标志性赛事”和“培育性赛事”3个等级,已有19项赛事获得认定。这标志着上海在赛事管理的专业性和科学性上达到了新的高

度。

赛事经济评估促产业发展

为了确保赛事能够持续健康发展,上海还特别注重对赛事经济效果的评估。通过委托第三方机构进行专业评估工作,上海依据赛事影响力评估指标体系,对在沪举办的各类赛事进行全面数据分析。基于这些评估数据,上海为赛事提供了相应的资金支持,从而形成赛前认定、赛中评估、赛后扶持的全方位服务体系。

2023年的数据显示,上海共举办118项国际国内体育赛事,带动总计37.13亿元的消费,其中核心消费达7.99亿元,相关消费高达29.14亿元。赛事带来的直接经济影响为49.38亿元,间接经济影响包括128.64亿元的产出效应、4.25亿元的税收效应以及32268个就业岗位创造。

此外,上海还深入研究赛事对旅游业等关联产业的拉动作用。数据显示,赛事对旅游产业“吃住行游购娱”六大要素的拉动效应达到了47.53亿元,占到总拉动效应的36.9%。特别是像上海ATP1000大师赛、上海马拉松这样的赛事,在拉动消费方面发挥了示范引领作用,合计对旅游产业的拉动效应达到了31.94亿元。

赛事带动经济与城市繁荣

作为这一创新管理模式的实际应用案例,2024年5月在上海黄浦江畔举办的奥运会资格系列赛是一个

典范。该赛事吸引了来自120多个国家和地区超过460名顶尖选手参赛,涵盖自由式小轮车、霹雳舞、滑板和攀岩等4个项目。赛事期间,共有4.5万名观众到场观赛,其中11%来自境外,45%来自国内其他城市。

上海结合“跟着赛事去旅行”系列品牌活动,为此次赛事配套举办了城市体育节,提前一个月开始预热活动。从4月16日至5月15日,在上海及部分国内城市推广赛事项目进入高校、商圈和社区,不仅提高了赛事知名度,普及了相关运动知识,还有效促进了旅游和消费的增长。赛事期间,黄浦滨江的比赛场地周围设立了5个“展玩圈”,以及5场嘉年华表演和16场主题活动,让观众能够近距离感受4项城市运动的魅力。邻近赛场的运动启蒙区域则通过零基础运动体验、冠军互动、科技VR设备体验等方式,激发青少年的参与热情。

据统计,奥运会资格系列赛共带来了6.43亿元直接经济效益,以及14.02亿元的间接经济效益。本地观众平均每天消费775元,主要花费在门票、餐饮和赛事纪念品上;外地观众的日均消费额高达3174元,涵盖往返交通、住宿、门票、餐饮等多个方面。

一系列数据充分证明了上海在赛事经济管理和促进城市繁荣方面取得的成功。上海通过创新赛事体系管理和发挥赛事经济的“乘数效应”,不仅提升了赛事本身的品质和影响力,更为城市的经济社会发展注入了新的活力。

(张月霞)

体坛观潮 >>>

找准“驱动力”与“着力点”

□本报记者 张月霞

体育赛事是体育产业发展的重要“驱动力”和“着力点”。当前,河北正在大力发展赛事经济,省体育局把此项工作作为体育工作的重中之重和当前的头号工程来抓。全省体育系统应准确把握体育赛事相关政策和现实机遇,深化体育赛事内涵,创新打造赛事消费新场景,研发体育赛事衍生产品,助推体育赛事成为促进消费的新增长点和激发经济社会发展的新动能。

凸显赛事特色,培育地域体育品牌。河北区位优势独特,自然风光秀美,是国内唯一具有全地形地貌的省份,具备发展户外运动和特色文化赛事得天独厚的资源条件和广阔的发展前景。可依托“特色项目+体育赛事”模式,举办符合赛事标准、具有各地特色的创新性体育赛事,增强赛事活力、形成品牌效应,提升观众的参与度和互动性。可依托“跟着赛事去旅行”、“户外在河北”、体育赛事“进景区、进街区、进商圈、进乡村”,推进体育赛事和文旅融合,举办具有地域特色的体育赛事活动,在深化体育赛事内涵基础上,充分发挥其辐射、引流和带动效应,推动体育、商贸流通、文化、旅游等多业态深度融合,激发景区、街区、商圈活力,打造赛事助力乡村振兴示范样板。

举办新兴时尚赛事,吸引年轻人参与热情。针对年轻人追求时尚、新鲜的特点,引进新兴潮流赛事,在年轻人聚集的商圈、街区举办,如在公园、广场举办区克



■石家庄五人制足球全国擂台赛人气火爆,成为体育赛事带动带火经济发展的典范。 石家庄市体育局 供图

球、板式网球等青年人喜爱的运动赛事,在商圈、街区举办霹雳舞、滑板、运动攀岩等高人气赛事等。此外,积极利用5G网络、人工智能、虚拟现实等技术,举办多样化的虚拟体育赛事活动,打造体育消费新业态新场景,提升体育赛事的科技感和时尚感。可探索与大模型公司、互联网公司合作,开发“运动AI辅导员”“体育文创数字藏品”“虚拟体育竞赛”等终端应用,为用户提供不受时间和地点限制的体育运动参与方式;通过引入AR体感、VR、数字运动、全息投影等技术,在商场、公园、街头、景区、社区建设“体育赛事导览”“数字健身房”等小而精美的数字化体育场地,以电子竞技、模拟运动、智能互动、智慧健身等内容设备满足人们对体育生活

化、时尚化、个性化的需求。

研发衍生产品,提升体育赛事商业价值。体育赛事衍生产品是连接体育与消费者、传递体育精神、增强赛事体验的重要载体,应积极研发体育赛事衍生产品,以延伸体育产业链、提升赛事商业价值、促进体育产业高质量发展。通过深入挖掘赛事的文化内涵和精神价值,以“体育+特色文化”方式研发打造体育赛事衍生产品,赋予赛事衍生产品“高知识性”“高附加值”“高融合性”等品质。以“体育+个人IP”方式赋予体育赛事衍生产品独特魅力,围绕优秀运动员个人IP设计、宣传、推销相关体育器械和衍生产品,提升体育赛事衍生产品的关注度、忠诚度。