

以赛事引流 助全面腾飞

我省各地努力探索体文旅消费新模式

本报记者 张月霞

体育 + 旅游相得益彰

我省不少地方结合地域优势,举办诸多体育赛事吸引游客,促进消费,让城市在“燃烧卡路里”中真正“活”起来、“动”起来,成为各地塑造高品质体文旅融合发展的新名片。

石家庄马拉松、衡水湖马拉松、保定马拉松……2024年,全省多地纷纷举办马拉松赛事,不少既喜欢跑步也热爱旅游的人趁机选择“跟着马拉松游河北”。这些赛事不仅提升了当地的知名度和影响力,更为城市带来了可观的经济收益。

“我拼手速报上了石家庄马拉松赛,比赛完还住了两天,和家人畅游石家庄及周边。”马拉松爱好者小李告诉记者,完成比赛后他和朋友陆续打卡了隆兴寺、正定荣国府、赵州桥、河北博物院,还夜游了正定古城,更吃上了马家卤鸡、八大碗、赵县驴肉火烧等地道的当地美食。对他来说,这次行程实现了竞技锻炼和享受旅行的“双丰收”。

据统计,2024石家庄马拉松吸引了3.1万名跑步爱好者参赛,其中外市参赛选手占比过半。通过组织一系列赛事衍生活动,直接拉动餐饮、住宿、交通等多个领域的消费增长,打造了“全民石马”“城市联欢”,为石家庄的经济、文化、旅游等多个领域注入了新的活力。选手及观众在吃、住、行、游、购、娱等方面为该市带来了直接的经济效益,初步估计拉动消费达2.8亿元。

承德市有着丰富的旅游资源,该市以品牌赛事为引领,谋划打造徒步、定向、越野、马拉松等各种类型的赛事体验,进一步丰富赛事供给,吸引更多游客来承参赛观赛、体验运动激情,打造“体育+旅游”新消费模式。以金山岭长城100越野赛为例,作为高端赛事,该赛事吸引大量国内外专业选手参赛,通过选手及家属赛事期间的消费,每年给当地带来约500万元的经济效益;第二届中国承德(塞罕坝)国际露营大会,吸引参赛人员5000余人,观赛旅游人数达到10万人以上,带动体育延伸消费750万元以上。

“这么近,那么美,周末到河北”。河北四季分明,春天可赏花,夏天可以避暑,秋天可以观红叶,冬天可以玩雪。体育与旅游联合,带动了赛事举办地周边住宿、餐饮等消费,催生了火热的“体育旅游”经济。据统计,2024年,河北大力发展赛事经济,通过增加高品质赛事供给,注重市场化办赛,增加观众人数,打造多业态融合消费场景。全年面向社会公开举办各类体育赛事活动4760场,吸引参赛人员和观众达1091.31万人,带动餐饮、住宿、休闲、购物等消费超过162亿元。

“因体育赛事奔赴一座城”,近年来,随着大众健康意识增强,“体育+旅游”成为流行趋势,在国家和河北省大力发展赛事经济的背景下,全省各地纷纷出招,依托自身资源禀赋推动体育和文旅深度融合,让体育赛事带来的“流量”转化为文旅消费的“留量”。

”

精品赛事“吸睛”

2024年10月10日在苏州开幕的2024中国体育文化博览会、中国体育旅游博览会中,河北3个项目入选中国体育旅游精品项目,其中衡水湖马拉松赛入选中国体育旅游精品赛事。

近年来,衡水市全力构建“体育赛事+”新模式,以供给促消费,创新打造赛事消费新场景、新空间,推动“体育赛事+”多业态融合发展,让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。2024衡水湖马拉松赛吸引了8万余人报名,共有来自26个国家和地区的2万名运动员参赛。赛事举办期间,积极做好“体育+”文章,携手衡水市19个主要旅游景点,打造“衡马”跑游护照,跑者可携护照前往景点盖章,并享受游览优惠。举办马拉松嘉年华活动,组织94家市场主体,在赛前参赛物资领取现场,设置文旅、农产品、工业、美食、汽车家电五个板块展区,开展以旧换新、文创售卖、特产展销、文旅推介等活动。本次赛事产生社会次级消费价值估算可得间接经济效益超4.05亿元。2024衡水湖马拉松的传播价值为5087万元,其中网络新闻传播价值149.20万元,网络视频贡献为3734.98万元,微博微信贡献为1158.39万元,现场传播贡献为45万元。赛前举办马拉松嘉年华直接带动消费总额9848万元。

2024年,河北省体育局大力发展赛事经济促进体育消费,以体育赛事为抓手,不断增加高品质赛事供给,申办举办了2024—2025赛季国际雪联单板滑雪U型场地技巧世界杯、自由式滑雪U型场地技巧世界杯、跳台滑雪女子世界杯、跳台滑雪洲际杯等多项高等级专业赛事,引进培育如石家庄重点打造的足球、篮球赛事,承德重点打造的滑冰、马术、露营赛事,张家口重点打造的滑雪、骑行、路跑赛事,秦皇岛重点打造的帆船、帆板、轮滑赛事,唐山重点打造的足球、电竞赛事,廊坊重点打造的信鸽、骑行赛事等精品休闲赛事,同时还创新打造了一系列热门主场和街头赛事,除上述衡水湖国际马拉松赛

以外,还有中国·沧州国际武术大赛、中国·邯郸国际太极拳运动大会、“庄超”2024石家庄五人制足球联赛、三人制篮球赛等,并积极培育“村BA”、“村超”、健步走、骑行等参与度高的大众赛事,通过门票售卖、直播引流、品牌赞助等形式获得直接收入,还通过吸引游客,带动了旅游、餐饮、购物等消费的整体增长。

持续推动体文旅融合发展

当前,“一人参赛、全家旅游”“参加一场赛、玩遍一座城”的愿景在我省已逐步实现,接下来,如何做好、做足“赛事+”文章,使体文旅融合成为推动经济高质量发展的重要引擎,成为当下各地关注的重点。

利用体育让旅游提质增效,实现二者的良性互动。一些比较偏僻或者流量不够的地区,可以利用现有资源,设计成户外运动如登山、徒步、漂流、骑行、钓鱼、定向越野等项目的赛事基地,把户外运动项目跟旅游线路结合起来,创新品牌体育赛事。同时,在进行体育旅游产品设计时,可以围绕参与人群的偏好和需求,量身定制相匹配的旅游路线、消费产品,比如针对各类运动爱好者,突出相关产品的健身性、运动性;针对青少年群体,则可以开发体育训练营、户外研学游等项目,营造更具观赏性、参与性、体验性的体育旅游消费新场景。

推出以赛事为先导,以体育文化为核心的体育旅游产品。如承德围场的2024“木兰围场撒欢儿季”系列活动,围绕“穿越千年草原梦,木兰围场撒欢儿行”这一主题,有机融合历史、文化、体育、美食等多种要素,推出包括“草原论箭”、越野车体验、户外露营等丰富体旅融合项目,既能满足广大游客和户外运动爱好者对健康生活的追求,也满足他们对旅游文化体验的需求。该活动共带动15万人次参与体育旅游消费,旅游人次较同期增长20%,投入资金2350万元,带动的体育消费750万元,吃住行游购娱消费5000万元,新增体育就业1200人。活动不仅展现了围场的自然美景与文化底蕴,也促进了体育旅游产业的繁荣发展,更激发了市场活力,吸引了众多企业投资参与,形成了良好的产业发展生态。

其实,国内通过体育赛事促进体文旅融合发展的成功案例很多,最为典型的就是在杭州举行的亚运会,这项大型国际赛事,不仅使杭州在亚洲乃至全球的名声大噪,更为相关产业带来了巨大的经济效益,增强了城市国际知名度和吸引力,同时还带来了客群结构的改变,吸引了大批的国际游客到访消费。接下来,我省可以依托冬奥场馆、雄安新区、国家训练基地及全省各类体育设施,举办承办大型国际、国内各类高等级专业赛事,发挥地域优势,吸引国内外游客因为观赛而到访,通过不断探索和创新,使“体育+旅游”真正成为拉动我省经济发展的新引擎。



■2024石家庄马拉松吸引了3.1万名跑步爱好者参赛,为石家庄的经济、文化、旅游等多个领域注入了新的活力。资料图