



Lifestyles

琴台

04

成都日报

锦观



2024年12月22日
星期日

体育新空间 如何更打动人

如何让体育赛事发挥更大作用？这就需要各地因地、因时、因需制宜，把体育赛事从传统体育场馆拓展到更多场景中，打造“体育新空间”，这是体育要素与城市金角银边、商业综合体、自然景区、城市公园等存量空间融合所形成的能够满足人民群众体育需求的新型载体。



法国霞慕尼是欧洲著名的登山和滑雪胜地，是1924年第一届冬奥会的举办地。环勃朗峰超级越野耐力赛始于2003年，每年举办一次。图为中国选手申加升。图据新华社

探讨体育新空间对赛事经济发展的助推作用，国外不乏典型案例。比如，拥有5000多条攀岩路线以及众多攀冰、登山路线的法国霞慕尼小镇，每年通过举办著名越野赛事——环勃朗峰超级越野赛，获得了良好的经济与社会收益。再比如，久负盛名的美国洛杉矶L.A.LIVE是集体育、赛事、娱乐、酒店、餐饮、购物为一体的体育娱乐综合体，拥有丰富的冰球与篮球赛事资源，形成了“职业体育+商业”的运营模式。在成都，“体育新空间”其实也不少，如融创文旅城、西村大院、凤凰山体育公园、麓客岛等。

体育新空间赋能赛事经济发展是一项系统工程，需要科学布局不断扩容、科技赋能、培育新业态、搭建赛事国际交流平台。这样的体育消费新场景，已不再局限于体育场馆；正在尝试主体多元化；多为拥有多种复合业态，满足多种服务需求的体育综合体；吸纳新兴运动项目；数字技术的应用使得体育参与的互动性更强……而正是这一类“强体验”“新场景”“趣空间”的基因，让体育新空间发挥着引领市民消费的独特功能，而在未来，要真正实现“跟着赛事去旅行”，真正为老百姓提供一流的消费体验才是关键。

体育新空间正在经历渐变升级的过程，比如从功能性需求过渡到情感性、社会性需求。如凤凰山的球市，热血、共融，淬炼出社交网红平台，运营方正努力让“球市热”产生“长尾效应”，商家也需要精准锁定消费者的诉求，并以此打通出行、住宿、餐饮、周边产品等衍生产业链。虽然客流也具有明显的潮汐性特征，但凤凰山规划多条业务线，接待全民健身活动、体育研学团等。

近年来，绿道体系、郊野公园、林下空间打造等“热词”频频出现在体育新空间领域。一方面，运动社交的立体化，对Z世代这批同时拥有潮流先锋和落地生活消费需求的年轻人来说，有温度、有内容、有生活的主题，才有足够“黏性”。位于温江的鲁家滩潮玩运动公园，就是这样一个定位为城市微度假主题运动公园的体育新空间。这里自带自然禀赋，集聚了以运动休闲为特色的滨河消费场景；园区在运动空间主题(板式网球)突出的前提下，承载了更丰富的叠加商业，涵盖亲子玩乐、潮玩艺术、休闲生活等多元功能。“如何通过在自然、开放、多空间特色中加入更多互动元素于沉浸式体验场景中，并针对目标人群营造出足够的社群氛围，这点对于长期运营极为重要。”公园运营方负责人这样说。

成都日报锦观新闻记者 黄一可
本版稿件未经授权严禁转载



2024年成都国际乒联混合团体世界杯在成都举行期间共带动消费3.8亿元。图据国际乒联官方公众号

当人们热衷跟着赛事去旅行

城市在『燃烧卡路里』中活起来动起来

12月8日晚，2024年成都国际乒联混合团体世界杯在四川省体育馆落下帷幕。从上海专程赶来观赛的吴雨佳，刚体验完场内国乒全胜收官的完美，走出体育馆又在汹涌的球迷人潮中，挤到玉林东路大快朵颐，“这几天成都一直在降温，但大家都很嗨，去了不少地方，真的玩过瘾了！”以“世界杯公园”为核心，以玉林民谣季互动专区为支撑，以“吃行游购娱”消费场景为外延，这仿佛是一个独属于成都的“体育黄金周”，体育大赛为主办城市带来的文商旅体融合发展成效显著。

赛事经济缘何火热？这一方面有赖于体育赛事服务的不断丰富和发展，另一方面得益于社会体育消费需求的日益强劲。一场场精彩的体育比赛，牵动无数观众的心，也激发了人们“跟着赛事去旅行”的热情。

体育成为人们走进一座城市的入口，随着人们的运动休闲和旅游需求日益多元化，“体育+文旅”模式发展空间广阔。为更好地践行体育强国、健康中国和全域旅游要求，未来体育旅游产业应如何发力？北京体育大学体育休闲与旅游学院副院长蒋依依认为，要充分开发各地的水域、沙滩、山地等资源，持续推出更受年轻人喜爱的体育项目和文化旅游产品。各地还要发挥赛事的引领效应，持续营造浓厚的体育氛围，促进全民健身常态化，更深层次、更长时间激发体育旅游活力。

消费场景日益丰富 获得感满满

近年来，体育健身运动向着全民化、常态化、休闲化发展，体育赛事和体育休闲活动深受大众喜爱，体育旅游也日渐成为热点和文旅消费的新趋势。去年，国家体育总局印发《关于恢复和扩大体育消费的工作方案》，从加大优质体育产品和服务供给、丰富体育消费场景等方面提出16条举措，进一步促进体育与旅游消费融合发展。

2022年，世界冰壶巡回赛(WCT)亚太总部入驻新都，并以成都为中心，在中国和亚太地区大力发展冰雪运动，汇聚更加优质的冰雪产业链资源。以新都尖锋四季旱雪场为例，不仅成为国际国内专业冰雪队伍提供反季节冰雪训练，还承接了全国自由式滑雪和单板滑雪气垫大跳台青年锦标赛等赛事，知名运动员谷爱凌、苏翊鸣等多次到此封闭训练。滑雪场负责人介绍，初学者把这个几乎全年无休的四季滑雪场比喻为“驾校”，在真正“上冰”之前，以青少年为主的爱好者通常会选择来此练习，“旱雪正逐步成为四川冰雪运动的一大地域特色，使滑雪运动逐步从小众化向大众化延伸。”旱雪运动成了全国冰雪消费重要的“风向标”之一，独特的资源禀赋，也为四川发力“冰雪赛道”提供了足够的底气与差异化竞争优势。

寒假即将来临，“体育+旅游”受到家长和孩子的青睐。冰雪运动已成为成都市民尤其是青少年参与度最高的新兴时尚运动之一。运动衣帽、装备的购买，冰雪运动带来的“冰雪+旅游”“冰雪+研学”“冰雪+运动培训”等创新消费模式，都在推动着“冷冰雪”有效转化为“热效益”。

成都人在这条“赛道”上步履不停。在国际大赛之外，有山有水开放包容的成都，也擅长用

一些有趣的赛事，吸引着四方来客。今年的中国·成都绿道运动生活嘉年华，来自国内外的数千名选手参与，国庆长假与“巨型赛场”同频共振，其中的“中国城市户外多项赛”在新津天府农博园举行，约500名顶尖户外运动高手通过越野跑、定向、皮划艇、滑板车等丰富多元的运动方式，感受公园城市的山水魅力。在东安湖公园，“中国城市探索挑战赛”上演了City walk(城市漫步)的精彩，参与者以徒步、跑步、公共交通为方式，体味不同的风貌路线……

同时，在全民健身风潮涌起，游客体验型、个性化旅游需求不断增长的今天，一批批具有体育运动特色的旅游新业态不断涌现。一些新兴的小众项目，正丰富旅游消费场景，攀岩、滑翔伞飞行、滑雪、徒步、潜水等运动项目吸引了更多关注，成为人们旅行清单中的“新宠”。彭州龙门山蒲江河谷生态旅游度假区就新晋为“2024中国体育旅游十佳目的地”，这里以山地运动为主导产业，先后引进了CBSA中式台球国际公开赛、环中国国际公路自行车赛、举办龙门山国际山地户外运动挑战赛等赛事，已建成特色民宿60家、品质营地36个，呈现蹦极、攀岩等体育旅游消费场景20余个。

“这些体验型户外活动火热，与游客更加注重健康、运动、自然等消费倾向密切相关，越来越多的游客将户外运动作为生活的一部分，促进了目的地体育旅游产业链的发展，带来了旅游业态创新。多元化、个性化和规模化的需求让更多适合老年人、亲子、家庭、学生等不同群体的旅游业态和旅游产品涌现出来，体育旅游的综合带动作用更加突出。”中国旅游研究院战略所副研究员韩元军指出。

文化合力将撬动什么



文化和旅游部官方网站发布2024—2025全国冰雪旅游精品线路，“蜀山冰雪·安逸四川”等12条线路入选。图为滑雪爱好者在西岭雪山。图据文旅成都

经济”。除了激发全民运动热情外，大型赛事还带动了以观赛和体育运动体验为核心的体育旅游市场，“跟着赛事去旅行”成为越来越多人的选择。

如何更好地践行体育强国、健康中国和全域旅游要求？孙九霞建议，体育旅游产业需要进一步推动产品升级和服务升级，增强

其普及度和吸引力。相关经营主体应从消费者需求出发，不断开发提供更多高品质的体育旅游产品和服务，优化提升体育旅游产业链长度和关联度。要充分开发各地资源，持续推出更受年轻人喜爱的体育项目和文化旅游产品。比如户外产业就正在迎来从“小众专业”转向“全民共享”的新时代，City walk、