

赛事经济怎样“培壮”？

——安徽体育观察(下)

许多人都还记得，国家电影局曾发布数据，2024年领跑票房前两位的均为含体育题材的影片——掀起健身热潮的《热辣滚烫》和以赛车比赛为背景的《飞驰人生2》。

两部电影热映，同样是赛事经济的再延展。

从追着自己喜爱的运动员、运动队、运动项目观赛，到跟着赛事去消费、跟着赛事去旅游、跟着赛事拍电影……在中国，赛事经济已不再局限于由赛场门票引发的直接消费。

主动顺应赛事经济趋势，积极拥抱赛事经济浪潮。在安徽，体育赛事正悄然为创新多元化消费场景、扩大服务消费、促进文旅融合发展打开一条全新赛道。

赛事“流量” 消费“留量”

相较于体育强省，安徽受经济发展水平、基础设施水平、组织水平等因素影响，引入高水平赛事一度困难重重。而随着安徽近几年在创新发展中实现人才、技术、资本的净流入，越来越多知名赛事也开始进入这个连南接北、承东启西的省份。

2024年8月，合肥迎来全国夏季游泳锦标赛，数万名观众从省内外来到合肥体育中心游泳馆，在这里见证奥运冠军孙杨的复出首战。

“2024年，我们共完成自办赛事、执行体育赛事170场次，吸引观众约34万人次，实现近2000万元的直接收益。”合肥体育产业投资有限公司、合肥体育中心负责人杨福运说。

据杨福运介绍，数据显示这170场次的赛事带动综合消费接近26亿元，赛事带来的“流量”已转化为城市消费“留量”。

近几年，安徽举办过全国智力运动会、全国大学生田径锦标赛、全国男子篮球联赛、中国女子篮球联赛、男篮亚洲杯预选赛、亚洲羽毛球精英巡回赛总决赛和世界青年(U18)女子手球锦标赛等赛事。这张清单上，2024国际生态拉力杯(中国站)暨2024大黄山国际生态汽车拉力赛备受关注，这是该项国际赛事首次落户亚洲。

这项国际汽联专门为新能源汽车打造的国际顶级赛事，旨在推动新能源汽车普及和发展，正契合了迈上万亿元台阶的安徽汽车产业发展。据主办方估算，赛事带动合肥、芜湖、黄山、池州、宣城、安庆6市餐饮、住宿、交通、旅游、广告等经济效益约1.5亿元，也为安徽汽车产业和赛事深度融合打开了大门。

“通过一场赛事认识一座城市，已成为人们新的生活方式。比赛具有里程碑意义，达到了体育产业、汽车产业、旅游产业融合的新高度。”国际汽车联合会荣誉副主席万和平说。安徽省体育局相关负责人表示，拉力赛



3月22日，安徽省黄山市黟县屏山村，2025“中国·皖美山水”骑行赛·黄山黟县站参赛选手在比赛中。



2024年8月25日，合肥体育中心游泳馆见证了奥运冠军孙杨的复出。

充分发挥安徽文旅资源和新能源汽车产业两大优势，用赛事经济为安徽高质量发展注入了新动能。

赛事“硬件” 城市“基建”

高水平赛事的举办，犹如一场对区域综合实力的大考，对城市软硬件各方面都提出全方位、高标准的要求。

“高水平赛事将对安徽经济发展、科技进步、体育建设等方面产生深远影响。”安徽省体育局负责人说，特别是可以倒逼地方不断完善体育基础设施建设，提高赛事组织和管理水平。

在合肥，为应对重要赛事增多、规模逐年扩大的局面，城市交通配套设施不断优化，场馆等基础设施水平不断升级。为成功举办全国夏季游泳锦标赛，合肥体育中心对游泳馆场地布置、运动员通道、灯光照明、泳池、LED大屏等进行升级改造，对泳池水温、赛场室温和灯光都进行了严格测试，以满足赛事高标准要求。

2024年“李宁·红双喜杯”中国乒协会员联赛总决赛举办地设在合

肥少荃体育中心体育馆。这一安徽新建的大型体育场馆于2023年竣工并投入使用，属于大型甲级体育馆，建筑面积约4.6万平方米，有8000个固定座椅、2000个活动座椅，具备运动员、竞赛官员、贵宾、媒体等专属通道，功能齐全的各类竞赛功能用房、运动员更衣室，可以承办国际性赛事和赛会制比赛。

马鞍山市为了举办全国性体育赛事，新建占地面积近16万平方米的现代化体育中心，拥有标准体育场、体育馆、游泳馆等设施，可满足多种体育项目的比赛和训练需求。芜湖市对市体育场进行全面改造，更新跑道、草坪等设施，使其达到世界田联认证标准。

天长市为举办亚洲羽毛球精英巡回赛安徽海选赛，提前完善体育场馆设施，赢得参赛选手对场地环境的称赞。

“过去，我们曾因有的体育场跑道、草坪达不到世界田联认证标准，而多次错失举办高水平田径赛事的机会。”一位安徽省体育场馆负责人说，“现在，我们正加紧补上短板，而这也极大地拉动了城市基建投资。”

赛事“旅行” 文旅“上行”

历时200多天、8站比赛、近700支参赛车队、1.8万名来自全国各地的参赛人员、15万人次参与……这是2024年“中国·皖美山水”骑行赛的一系列数据。

始于2022年的“皖美山水”骑行赛，是安徽省体育局因地制宜打造的群众性原创品牌赛事。2024年，这一沿途风景秀丽的赛事升级为“中国·皖美山水”骑行赛，成为国家级赛事，入选中国户外运动产业大会发布的精品自行车赛事十大案例。

更让人眼前一亮的是：该项赛事2023年拉动消费3亿多元，2024年突破6亿元，显示出为地方经济带来的强劲驱动力。

将骑行赛事与安徽的山水风光、人文底蕴相结合，只是安徽省探索以培育原创赛事品牌进一步推动文旅融合发展，发展全域旅游，把文化旅游业打造成为支柱产业的缩影。

“近年来，我们通过举办丰富多彩的赛事，吸引了众多长三角地区群众到皖南旅游。”安徽省体育局群众体育处处长张伟说。安徽携手沪苏浙打造“长三角绿水青山运动会”，精心设置绿水类和青山类8项户外运动比赛，近两年时间，直接参赛人数超过3万，线上关注人数过亿，实现社会效益与经济效益双丰收。

在黄山市，2024年成功举办的马拉松赛事、汽车拉力赛、环黄山国际公路自行车赛等193场赛事活动，共吸引149万人次来黄山参赛、旅游观光、洽谈贸易。经第三方评估，各类赛事共为黄山市带动消费超过18亿元，拉动相关产业效应38.34亿元。

黄山市体育局局长宣红燕说，黄山市以山水为平台，整座城市就是一个生态运动场、天然健身房，入选过中国十佳运动休闲城市、国家体育消费试点城市。

宣城市泾县，2024年的中国·桃花潭第十一届龙舟赛上，除本地24支龙舟队外，还邀请长三角其他地区、高校的49支队伍参赛，为历届规模最大。比赛期间，地方组织了龙舟音乐趴、龙舟少年研学、龙舟演艺巡游等文体验活动。

这种原创赛事的尝试也被国际赛事借鉴。2024国际生态拉力杯赛事期间，沿途各市举办丰富多彩的特色文化活动，外国参赛选手体验了一场国际汽车运动和安徽山水人文的精彩融合之旅。

“我们已将赛事经济和‘跟着赛事去旅行’策划纳入2025年度工作谋划，也争取到了相关政策和资金支持。”安徽省体育局经济处副处长朱雪梅说，“未来，我们还将谋划在此基础上打造体育旅游的精品线路，打造赛事经济更多新的消费场景。”(李周)