

赛事为媒给文旅加戏

本报记者 孙潜彬

赛事活动附加值已“溢出”体育本身，“赛事+”新业态和新场景，成为经济各业态高度融合的价值载体，体育比赛因而成为引燃消费热情的触媒。

辽篮夺冠，鸡架拉面，打卡景点……放在往常，您会说这都哪儿跟哪儿呀？根本就不挨着嘛。

说一个“赛事+”就明白了，串起文旅消费的红线正是一场场火爆的体育赛事。本地人相约看球，喝啤酒撸串看直播是“标配”；外地来客扎堆现场加油助威，在观看比赛之余顺道打卡辽宁景点。据统计，今年3月至5月，辽宁男篮在沈阳一共打了12场主场比赛，每场比赛带动的直接消费超2000万元。

“赛事为媒，文旅加戏。”辽宁体育产业集团副总经理史立新认为，辽篮主场比赛及马拉松赛事不仅是体育比赛，其对城市形象的提升、城市消费的拉动也是看得见、摸得着的。赛事活动附加值已“溢出”体育本身，“赛事+”新业态和新场景，成为经济各业态高度融合的价值载体，体育比赛因而成为引燃消费热情的触媒。

赛事激活一座城

6月16日晚，烟花绽放、音乐喷泉、巨幅冰屏、无人机造型，织就绚丽变幻的“大片”，借助多媒体技术和声光电手段，从空中倾洒到湖面。辽宁省第十四届运动会开幕式盛大举行，作为主会场的辽宁抚顺市月牙岛生态公园此夜无眠。

“月牙岛生态公园是抚顺全民健身的打卡地。抚顺抓住赛会契机，推动文旅深度融合，推出了100多场‘赛事+文旅’活动。”抚顺市副市长申甲说，体育盛会拉开了城市文旅大戏的帷幕。

“开幕式的精彩一刻让人们认识了抚顺，其实抚顺的美值得驻足细看。”从北京赶来执导开幕式的北奥盛典国际文化发展公司艺术总监宋飞和团队在抚顺待了一个多月，去了很多地方，领略了这里的优美风景，对麻辣拌、小烧烤也留下了深刻印象。“没看够，还想来。”

赛事就是城市与外界互动的商机。抚顺一面举办体育赛事，一面开展地方优特产品、文创产品展销等活动。抚顺市文旅局局长石毅分析，借体育之势，抚顺整合域内文体旅资源，下力气对各景区景点提升改造，增设网红打卡点和免费休息设施，推出门票、酒店住宿打折等惠民举措，创新景区文化演出内容，推出“实景剧本秀”，将抚顺丰富的历史文化特色与景区独特的旅游资源有机融合。抚顺还推出美食夜市、灯光秀、后备箱集市等系列夜经济亮点，为游客提供放心满意的“吃住行游购娱”一条龙服务。

赛事能招人，特色能留住人。抚顺媒体人李凭觉得城市总要拿出“令人眼前一亮怦然心动”的东西。一是自然景观有地域特色，如当地以满族民俗为元素的满族风情游，以玫瑰花、芍药花等网红花海为打卡地



图为辽宁省第十四届运动会开幕式。

本报记者 孙潜彬

的浪漫美拍游，以抚顺市雷锋纪念馆为品牌的红色经典游。

二是人文景观有动感助力，如文化惠民系列演出、朝鲜族民俗节系列活动、剪纸等非遗传展演活动，伴以时尚的电音节、抖音文旅创作者大赛等，特色活动贯穿全年不重样。

用好赛事平台为城市“吸粉”，借力赛事东风，抚顺积极推动城市生态环境、基础设施和公共服务提质升级，不断完善城市的全民健身、休闲功能。文旅融合效应逐渐显现，游客增量显著。如抚顺市委书记来鹤所说：“办好一次会，搞活一座城，亮丽一座城。”

体育消费热起来

辽宁是体育大省，共有32名运动员获得31个奥运会冠军，获得冠军数量在全国排名第一。“十三五”期间，辽宁运动员获得796次全国冠军、38次世界冠军。一个现实问题摆在面前：体育大省怎样击鼓催征体育产业强省？

“5月15日晚辽宁男篮举起冠军鼎的那场比赛，看台上万球迷身穿印有‘辽宁一定行’的绿色T恤衫，见证了荣耀时刻。”辽宁社会科学院副院长梁启东说，“没有等来的冠军，只有拼来的胜利，辽宁男篮敢于争先、奋勇拼搏的精神同样适用于体育产业。”梁启东认为，体育产品与其他产品的消费不同，体育爱好者在体育产品的消费上更多投入了主观情感，融入了一种热爱。商家应该围绕辽宁男篮开发文创产品，像球衣、文化衫、手机壳、签名篮球、水杯、夺冠T恤……也可以顺势加大与篮球运动培训、体育经纪人培育等上游产业的资本对接，这些消费都是体育商机。

强健体魄，愉悦精神。作为消费升级颜值担当的体育消费魅力难挡。在沈阳浑南区几家篮球培训机构，记者看到试学课报名踊跃。少儿篮球培训一节课收费在100元到300元，不少家长表示，看到孩子下课之

后满头大汗，胃口好了，身体结实了，觉得钱花得特别值。

辽篮掀起一股篮球热，打篮球的人越来越多，对篮球场地的需求量也越来越大。辽宁大学男篮主教练刘欣然说：“现在很多人都喜欢在条件更好的地板场地打篮球，沈阳市一些商场、废弃的仓库、厂房，完全有条件改造成篮球场，等于盘活了空闲的场地资源。”

从实物型消费向参与型和观赏型消费扩展，从追求规模向提高质量和竞争力扩展，体育消费和体育产业迎来重大机遇。根据国务院印发的《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》，2025年中国体育产业总规模将达到5万亿元。辽宁目前的体育产业总规模虽已突破千亿元，但人均体育消费水平还不高。近年来，辽宁推出119个重点体育产业发展项目，体育装备、体育旅游、体育培训、体育中介、体育赛事等业态都在快速拔节。

作为首批国家级体育消费试点城市，沈阳加快实施体育产业优化升级行动。沈阳市体育局局长宋丽介绍，到2025年，沈阳市体育产业总规模将突破600亿元，全市人均体育消费水平年均增长8%以上，人均体育消费规模有望超过3000元。

零门槛“邻”距离

加入体育比赛要不要很专业？要不要花很多钱？

“今天你运动了吗？没运动的话请扫码加入我们吧。”社区志愿者向居民推介着市民运动会报名二维码。“竞技擂台”就搭在百姓身边，在公园、广场、社区、村屯、商场、工地，乒乓球、羽毛球、毽球、跳绳……一项项比赛紧张有序。赛事执行方沈阳希西里体育文化传播公司总经理刘丹阳觉得市民运动会就是“众”在参与，没有门槛，就在身边。市民可通过扫二维码报名，或微信搜索小程序“律动盒子”进入赛事页面，根据自己的兴趣、时间，选择运动项目报名参与。报

名人群众多元化、形式多样化，打破时间和空间壁垒，沈阳都市圈7个城市的市民都可以通过上传视频、线上打卡、隔空对弈等简易方式参与赛事。

让城市因体育而更富生机和活力。沈阳开展“出门就健身”体育惠民行动，不断丰富全民健身场地设施供给。沈阳市谋划到2025年人均体育场面积由2.2平方米增加到2.7平方米，市属体育系统场馆智能化改造率达85%。

运动免费，装备自备。今春以来，沈阳马拉松“跑圈”快速回暖，带动了跑步装备的热销。一家运动装备经销公司负责人表示，4月以来，跑鞋、护膝、运动眼镜、袖套以及太阳帽等运动用品的营业额同比增长了30%左右。

“动起来”“热起来”“火起来”。在辽宁，经常参加体育锻炼的人数达到46.49%，全民健身场地设施供给更加亲民、便民、惠民，行政村体育健身工程覆盖率达到98.94%。

辽宁省委书记郝鹏在调研辽宁体育事业发展情况时表示，要充分发挥辽宁体育基础雄厚、体育人才富集、体育品牌知名度高的优势，充分用好赛事平台，大力发展赛事经济，打造体育消费新产品新业态新场景，促进体育消费规模持续增长，加快推动体育产业发展实现新突破。



图为抚顺雷锋体育场外活跃的夜经济消费场景。

孙晓亮摄(中经视觉)

暑期来临，夜食、夜购、夜游、夜娱成为不少人消暑休闲的选择。夏日夜间经济新业态、新场景日益丰富，不仅为游客和居民带来新体验，也激发了更多消费需求，释放出更大市场活力。

相较于时间充裕集中、空间距离选择多样的节假日消费，日常消费更多是在人们工作的“8小时”之外。据统计，有的大型商场每天18时至22时的销售额超过全天的一半。商务部城市居民消费习惯调查报告显示，60%的居民消费发生在夜间。对夜间经济精耕细作、推陈出新，对促进和保持消费旺盛趋势，能够产生积极作用。

近年来，在各方面政策持续助力下，夜间经济乘势而热，呈现出百花齐放的特点，同时也出现同质化经营、特色不够鲜明、产品服务类型单一、跟风照搬等现象。要让夜间经济不仅在节假日消费中展现亮色，而且更好融入日常生活更吸引人，还需不断开发拓展新业态，打造新场景，玩出新花样，塑造值得到此一游的“新夜态”。

人间烟火百态，如何与其他地方不一样？首先是转变“人有我有”的思维，着力在“人无我有”上做文章。

夜间经济是经济，也是生活。它从侧面折射出一座城市、一个地方的魅力与活力。与过去吃吃喝喝的餐饮消费、买买买的购物不同，人们对夜间消费有更多期待，如场景兼具传统与时尚、体现潮流和创意等。丰富多元的“新夜态”有助于游客感知当地文化，沉浸式体验当地生活方式。天津市社会山的城南往市国民主题街区近期以“职场消费”为主题打造“职场办公市”，并融合了文化展览、艺术表演、休闲娱乐等业态，别有一番风味。

“新夜态”并非“他者”，其实就源自本土。“新”“老”字号互相成就，各种业态各美其美，只有植根于当地人文历史之中，并与多重业态叠加，才能发展壮大。如依托梦唐阁、“风起洛阳”等沉浸式体验新场景，洛邑古城以“仿真实景+沉浸式剧情+游戏式互动+体验式消费”的创新运营模式，让夜晚的景区好看又好玩，也更好地满足年轻群体消费需求，令人流连忘返。

打造不一样的“新夜态”，贵在坚持“人有我优”。对此，需要各方齐发力，一方面是资源整合、精益求精，提供既符合现代审美需求又呈现风味风貌的优质产品；另一方面是培育夜间消费良好生态，倡导诚信为本、依法经营、清洁绿色，打造更优消费环境。东北烧烤、广东糖水、铁板鱿鱼、现捞热卤……在珠海夏湾，天南海北的美食汇聚一堂，虽多样喧闹却井然有序，让慕名而来的游客耳目一新，安全放心。

越贴近生活，越显活力。在或明或暗的灯光里，我们可以体验市井欢愉，觅得夏日清凉，也可以触摸城市发展的新动脉，共享期待已久的美好生活。只待夜幕降临，华灯初上，美味与美景相融，历史与人文交织，城市便腾起浓浓烟火气，多姿多彩的“新夜态”让夜色更动人。

消费券提升市场热度

本报记者 贺建明

夜幕降临，古城拉萨的大街小巷逐渐热闹起来。

位于西藏拉萨市堆龙德庆区的“上谷之夜”主题夜市里，摊主的招揽声、食客的交谈声与动感的音乐声交织在一起，一派热闹景象。正忙着炒制河粉的吉林人张纪一边翻炒一边说：“现在天气热了，出来消费的客人也多了，我一天最少要炒上百份河粉。不光是我这里，各个摊位都座无虚席。”

热闹不仅仅在夜市，拉萨市各家商超内也是人山人海。在哈达购物广场，市民玉珠正在选购日常生活用品，她身旁的购物车内已是满满当当：“今天有购物满减活动，算下来能省200多元呢。”

“今年以来，我们积极落实政府一系列促消费举措，顾客购物在享受超市折扣的同时还可以使用政府发放的消费券，能够享受

到特别实惠的价格。”哈达购物广场商超负责人许小春说，这段时间，超市推出了全场7.9折购、会员“五一”欢乐购、端午节让利等形式多样的促销活动，很受消费者欢迎。

超市购物、汽车加油、餐饮满减……今年以来，因为政府消费券的发放，玉珠消费底气足了，家庭支出压力小了。“今年政府发放了几轮消费券，我每次都能抢到，这激发了我们的消费热情。”玉珠说。

拉萨市商务局市场运行科科长卢文雯说，为提振消费信心、释放消费潜力、繁荣消费市场，全力促进消费持续恢复和升级，进一步增强消费对经济发展的基础性作用，拉萨市于今年2月18日启动了“幸福拉萨·悦享消费”促进消费系列活动，有针对性地开展消费促进活动，发放了5轮消费券，开展了购车补贴等活动。截至目前，已累

计使用政府资金4700多万元，拉动消费近6亿元。

杨晓燕已经在拉萨做了近5年的土特产生意，最近她辗转于各家装饰城，为自己新购买的房子挑选装修材料。“一直期望能在拉萨有一个属于自己的家。”“五一”期间，我参加了西藏第十四届房地产展销会，买到了一套心仪的房子。”杨晓燕说，除享受开发商的购房优惠之外，她还通过“西藏房生活”小程序平台领取到了1万元数字购房优惠券。

家居家装行业订单近期也有了一定增量。“今年4月份以来，全屋定制的订单明显增多。我们的设计人员每天都忙着为顾各量房，出设计方案。我们也向公司申请了不少活动，向消费者让利。”在拉萨红星美凯龙全球家居生活广场从事全屋定制的曹慧超说。西藏自治区商务厅市场体系建设处处

长扎西次仁说，今年以来，西藏坚持把恢复和扩大消费摆在优先位置，综合施策、精准发力，全区消费市场呈现明显回暖向好态势。4月下旬，自治区制定出台了《西藏自治区关于恢复和扩大消费的若干措施》，重点围绕促进商贸领域消费、稳定住房消费、拓展文旅消费、提质养老托育消费等9个方面提出24条政策举措，统筹不同领域、不同层次、不同群体的消费需求，推动政策、制度、业态和模式等创新，着力提升消费能力和意愿。

“今年，自治区拿出1亿元专项促消费资金，各地(市)按1:1配套，开展‘幸福西藏·悦享消费’提振消费专项行动。截至目前，全区已累计投入政府补贴资金1.29亿元，直接拉动消费10.15亿元，综合杠杆效应达到7.88倍。”扎西次仁说。



永辉超市内，顾客正在挑选蔬菜瓜果。

本报记者 贺建明