我省文体旅加速融合

跟着赛事游陕西

6月11日至15日,2025世界男排联赛(中国西安站)将在西安激情开赛。紧接着,6月13日至15日,2025年世界泳联花样游泳世界杯总决赛也将在西安奥体中心游泳跳水馆拉开帷幕。

众多体育爱好者早已提前购票,期待领略赛事的精彩。“希望能近距离感受‘水中芭蕾’的独特魅力。”6月10日,上海游客钟俊杰在电话中向记者透露,身为资深体育迷的他,特意为这两场赛事预订了往返机票,期望开启一场深度的西安“赛事+文化”之旅。

近年来,全国多地将赛事经济玩出了新花样,带动多场景消费升级。

“苏超”火爆出圈,一次观赛逛遍城市景点,跟着球赛游江苏,成为许多球迷的新选择;升级后的北京首钢滑雪大跳台,推出空中咖啡、蹦极、攀岩、滑道等项目,吸引年轻人打卡……把赛事的热力转化为消费的活力,把赛事的流量转化为经济发展的增量。

5月31日,第二届西安攻防箭邀请赛举行,比赛吸引了众多爱好者参与。

从“观众”到“游客”

这已经不是钟俊杰第一次因为体育赛事来到西安。在2024年的西安马拉松比赛中,他就曾以跑友的身份来过。

作为一名律师,钟俊杰2015年踏上跑步之路,从最初觉得好玩,到后来不断挑战更高目标,马拉松比赛早已成为他探索各地的契机。西安这座历史文化名城,更是他心仪已久的地方。

“西安既有深厚的历史文化底蕴,又有美丽的自然风光,还有让人垂涎三尺的美食。”谈及对西安的印象,钟俊杰表示,“西安马拉松的路线设计很有特色。”除了参赛,他还深入秦岭,沉浸式感受了大自然的魅力。

随着“赛事经济”的逐渐兴起,越来越多的游客因赛事奔赴陕西。来自广东深圳的宋合便是其中之一。

宋合是一名篮球迷,得知西安将举办2025年中国女篮热身赛之中国VS日本的国际女篮对抗赛后,他立即预订了机票和酒店。“孩子一直喜欢打篮球,刚好高考结束了,带他到现场感受一下女篮的拼搏精神,顺便参观西安的历史古迹。”

来自湖南长沙的徐雅婷同样因赛事与陕西结缘。她是花样游泳的忠实爱好者,当在社交平台刷到2025年世界泳联花样游泳世界杯总决赛将在西安举办的消息时,立刻着手规划行程。

徐雅婷表示:“我专门提前两天抵达西安,想着有机会去一趟大唐不夜城,沉浸式感受‘长安’繁华。”

赛事“搭台” 文旅“唱戏”

6月10日,记者在购票平台看到,赛事门票销售异常火爆。

截至发稿时,2025世界男排联赛(中国西安站)所有门票均显示“售罄”;6月18日举行的2025年中国女篮热身赛之中国VS日本的国际女篮对抗赛门票也已全部售完;2025年世界泳联花样游泳世界杯总决赛周日全天门票早早售罄,周五、周六仅剩少量余票。

除了这些国际级赛事,陕西其他地市也掀起了赛事热潮。

4月26日,2025年“寻找美丽中华”全国旅游城市定向系列赛(陕西山阳站)暨天竺山森林康养定向跑,在陕西省商洛市山阳县的天竺山国家森林公园鸣枪开跑,吸引了来自全国500余名运动员参赛。

定向运动“低门槛、高趣味”的特性,让选手们在比赛中既能畅享体育之乐,又能饱览山阳的秀丽景色。数据显示,比赛当日景区游客量同比增长40%,周边30余家民宿更是提前三日就预订一空。

如何积极拥抱赛事经济浪潮,西安Haokeye运动俱乐部主理人刘巍有一定的发言权。

端午假期,200余名选手齐聚西安,在“第二届西安攻防箭邀请赛”的赛场上拉弓搭箭。尽管攻防箭目前仍属于小众运动,但此次比赛作为西北地区规模最大的传统弓箭赛事,依然吸引了全国各地的爱好者。比赛的主办方之一,正是刘巍。

“比赛一结束,大家就迫不及待地开启西安探索之旅。有人去永兴坊亲手制作皮影,感受非物质文化遗产的魅力;有人专门包车前往袁家村,沉浸式体验关中民俗。”刘巍介绍,如今俱乐部会主动为参赛选手定制“赛事+文旅”套餐,将特色景点游览、非遗体验巧妙融入赛事行程,备受欢迎。

赛事经济成激活文旅消费新引擎

自5月10日起,江苏省城市足球联赛(简称“苏超”)凭借创新的“城市荣誉感+全民参与+文旅融合”模式,迅速在全网掀起热潮,一跃成为现象级赛事。

以其周边产品为例,充满创意的“叫南哥”帆布包一经推出,便迅速成为爆款,上线短短5天销量便突破千件。与此同时,各类相关足球用品的市场需求也显著提升。

不仅如此,赛事的火爆也极大带动了旅游市场的繁荣。数据显示,受“苏超”影响,江苏省内景区预订量较去年同期增长了305%,来自周边省份的游客纷纷涌入,为观赛专程奔赴江苏。赛事经济的乘数效应正源源不断地为地方经济发展输送新动能。

“苏超”并非个例。近年来,一系列群众体育赛事如贵州“村超”、宁夏“村BA”、海南“村排”等纷纷凭借极具地方特色的内容强势出圈,吸引了观众的目光。

在陕西,类似的体育赛事热潮也在不断上演。

2024年,FIBA奥运女篮资格赛恰逢中国龙年春节在西安举办,赛事现场座无虚席,上座率创下新高,全网相关话题总浏览量突破3.86亿次;紧接着,世界泳联跳水世界杯总决赛连续7天占据热搜榜单,相关话题总浏览量超20亿次,一举创造了我国西部地区承办单项体育赛事的网络流量新纪录;而在商洛市举办的2024国际排联沙滩排球U19世界锦标赛,则从多个维度展现了中国特色、陕西风采以及商洛韵味,让世界在秦岭腹地领略到了美丽中国的独特魅力……

赛事效应持续释放。截至去年年底,全省举办各级各类赛事活动5172项、12.6万余场,吸引约241.8万人次参赛、1340万人次观赛,有效带动竞赛表演、健身休闲、场馆运营、体育用品销售、体育培训、体育传媒等相关产业蓬勃发展。赛事经济产业链总规模预计超650亿元。

以西安市为例,2024年累计申报国家、省级体育旅游精品赛事、路线、景区及综合体育示范项目19个,全年累计举办赛事活动超过800项次,全市各类赛事累计带动旅游、餐饮、酒店、购物等方面消费达到4.62亿元。

赛事经济“新赛道”陕西如何布局

近年来,陕西将赛事经济视为加快构建具有本省特色的现代化产业体系、推动高质量发展的关键抓手,把赛事经济产业链纳入全省文旅万亿级产业集群的重要组成部分。

自2024年起,陕西从顶层设计与制度机制建设破题,在全国率先出台《关于加快发展赛事经济的指导意见》,引领各市区以“以赛惠民、以赛兴业、以赛营城”为核心理念,推动文旅、体育、商业、农业深度融合发展。

今年,西安迎来体育赛事“井喷期”——5月举办的国际篮联三人篮球挑战赛与ITF国际网球大师赛(MT400)西安站,汇聚国际顶尖选手与全球球迷;6月的世界男排联赛分站赛(第一站),让赛场激情与古城文化交相辉映;7月的女子垒球亚洲杯、8月的世界斯诺克西安国际大奖赛等赛事也将相继亮相。

如何进一步释放赛事经济活力?陕西省社会科学院文化旅游研究中心主任张燕建议,首先要深度融合陕西历史文化底蕴与地域特色,打造差异化赛事IP。“例如以西安古城为基底,举办融入历史文化元素的马拉松赛事,让参赛者在奔跑中感受千年古都魅力,推动体育赛事与文化旅游深度融合,带动住宿、餐饮、交通等关联产业发展。”张燕说。

同时,借助数字化技术拓宽传播半径,提升赛事影响力,开发兵马俑、唐文化等陕西特色赛事纪念品及体育用品,延伸产业链并提升经济附加值。

此外,完善赛事举办地的交通、住宿、餐饮等基础设施,优化服务体验。强化赛事组织管理,提升安全性与专业性,塑造优质赛事口碑,吸引更多高端赛事落地陕西,形成“以赛引流—产业联动—口碑聚赛”的良性循环,持续释放赛事对经济的拉动效能。

本报记者 石喻涵
实习生 杜淼 袁润泽

世界男排联赛西安站今日开赛

本报讯(记者 王战荣)6月11日,2025世界男排联赛(中国西安站)将在西安曲江竞技中心开赛。根据赛程安排,中国队首战将在当天17时上演,对手是实力不俗的日本队。

“再次来到西安我很开心,也很激动,代表国家队打这次联赛我进行了充分的准备,在主教练的带领下,我们也有了很大的战术提升,希望这次在美丽的古都西安打出自身的水平,争取能够在强手的对决中不断进步。”在6月10日举行的赛前新闻发布会上,中国队队长江川说。

本次比赛于6月11日至15日举行,是中国男排在今年重返世界男排联赛之后的首站比赛,全队上下格外重视。主教练海宁表示,面对亚洲强敌日本队,中国队需要以“挑战者”的姿态去冲击对手,只有把握住时机,方能战胜对手。

2025世界男排联赛采取分站赛和总决赛形式进行。本届联赛共有18支队伍参加,分别在美国、加拿大、巴西、中国等9个国家和地区分3周进行分站赛。分站赛后,东道主中国男排将与除自己之外的分站赛成绩最好的7支队伍在宁波进行总决赛。

西安站分站赛将有波兰、荷兰、日本、土耳其、塞尔维亚和中国6支国家队参赛。按照赛程,中国男排将于6月11日对阵日本队、6月12日对阵塞尔维亚队、6月14日对阵荷兰队、6月15日对阵土耳其队。

此外,值得一提的是,此次分站赛是该项赛事第二次与西安结缘,对于西安的印象和赛事的筹备工作,出席赛前发布会的波兰队员说:“每次来西安都有不同的感受,第一次来就对西安印象很好,城市建设得非常漂亮,环境很好,文化氛围浓厚,人也特别的热情友好。再次来到西安,吃了这里的美食之后觉得西安不仅历史悠久,美食也特别好吃。来西安参加比赛首先让我觉得心情特别舒畅,我对这个城市的印象很好,筹备工作也做得非常完善,不管是场馆还是酒店都很完美。”

发布会现场。 本报记者 马昭 摄