

当好全面深化改革排头兵

赛事聚流量 消费提能量 经济添增量

一场比赛“点燃”一座城

□ 本报综合

一头连着民生,一头连着经济,赛事经济作为一种经济发展模式,日益成为释放消费潜力的新增长点,点燃经济增长的新引擎。

近年来,山东省制定了一系列推动体育产业和赛事经济发展的政策,大力发展赛事经济,不断提升我省体育产业新质生产力。2024年,省政府专门出台《关于加快推进赛事经济高质量发展的若干措施》,围绕培育体育赛事消费新增长点提出25项政策措施,深化打造“好运山东”体育赛事品牌,加快推进赛事经济高质量发展。全省当年共举办近8万场精彩纷呈的赛事,直接经济效益83.41亿元,产出效应达151.29亿元,同时,催生了9.71万个新的就业岗位,为山东经济发展注入新活力。

近日,在济南召开的2025年全国体育产业工作会议,明确提出研制发展赛事经济政策,打造品牌活动、释放消费潜力,做好促进体育消费和赛事经济试点工作等系列举措。以此次会议为契机,山东省将积极顺应消费升级新趋势,不断提升“好运山东”体育赛事品牌影响力,加快构建现代化体育产业体系,充分释放体育消费新动能,赋能我省经济社会高质量发展。

培育赛事品牌 引领消费升级

近年来,随着全民健身意识的提升和体育产业的蓬勃发展,马拉松赛事已成为推动城市经济发展的重要引擎。2024年,我省在全国首创推出“好运山东”赛事品牌,全年共举办山东省马拉松联赛13场,带来直接经济效益3.63亿元,产生间接经济效益8.35亿元。今年,我省马拉松联赛共设22场分站赛,预计参赛人员超40万人次。4月6日,青岛西海岸半程马拉松开赛,据统计,赛事举办日及前后各3天,青岛全市接待游客总人数和旅游消费额都实现了爆发式增长,72个A级景区,参观人次达224万人次,收入1534.46万元,同比增长7.2%;64家星级酒店,入住5.7万人,同比增长13.95%。

品牌体育赛事不仅能大量聚集运动员、保障团队、观众等人流客流,还直接拉动餐饮、住宿、购物、文旅等消费,促进经济增长。

2024年,山东主动引进高端体育品牌赛事,举办了2024克利伯环球帆船赛青岛站、世界沙滩排球职业巡回赛、亚洲沙滩藤

球锦标赛、威海铁人三项世界锦标赛暨中国·威海超级铁人三项系列赛等系列国际高端赛事。积极培育自主体育品牌赛事,举办了泰山国际登山比赛、“青岛杯”时尚体育联赛、中国聊城·江北水城龙舟公开赛等品牌赛事。其中,泰山国际登山比赛共吸引国内外1万余人参加,带动消费3000余万元。“青岛杯”时尚体育联赛是国内首个针对时尚体育的聚集型官方赛事,90%的参赛选手来自全国各地,直接促进消费1600万元。

今年,山东各市将积极引进高端赛事,打造参与性强、影响力大、经济效益好的自主品牌赛事,年内计划举办国际级赛事15场以上,国家级赛事200场以上,马拉松赛事50场以上,参与人数千人以上的大型赛事500场以上。

“今年我省赛事将超过9万场,这是我们作出的庄严承诺,是惠民生、扩消费的重要举措。”在今年3月召开的全省群众体育工作会议暨省体育总会四届五次会议上,省体育局局长乔云萍掷地有声地宣布。

融合赛事业态 带动多元消费

“为一场赛事赴一座城”“跟着赛事去旅行”……近年来,“体育+”和“赛事+”消费潜力不断释放,体育赛事成为居民消费的一大热点领域。山东将体育赛事同文化、旅游、商业、教育、农业等相关产业一体谋划、协同推进,深入开展“体育赛事进景区、进街区、进商圈”活动,推出一批“跟着赛事去旅行”主题赛事活动,推动文体商旅实现更高层次融合。

做强“赛事+文旅”。文旅、体育部门定期发布“跟着赛事去旅行”赛事目录,联动推出一批户外运动休闲旅游线路、户外运动营地和体育旅游目的地,构建“一日比赛、多日驻留、一人参赛、全家旅游”的体育旅游新模式。

做大“赛事+商业”。体育、商务部门组织开展体育赛事“进景区、进街区、进商圈”活动,将赛事举办地从体育场馆扩展至具备条件的体育公园、商业中心、步行街等区域,打造一批赛事消费新场景,充分释放体育消费潜力。

做深“赛事+乡村振兴”。体育、农业农村部门推动赛事活动向乡村延伸,以“美丽乡村”为主题大力开展“村超”“村BA”等群众喜闻乐见的乡村赛事活动;支持各地结合实际将体育赛事与农产品展销、特色民

宿、乡村旅游等产业串联起来,为乡村振兴增添体育活力。

今年,山东抓住消费场景项目建设这个增长点,重点实施“2025年体育消费提振专项行动”,支持济南、青岛、日照、临沂、德州5市办好山东体育消费季、消费月、消费周主会场系列活动,其他11市同步举行分会场活动。这个春季,山东将在青岛举办世界帆船锦标赛,在济南举办国际台球系列赛,在泰安举办世界跆拳道“主席杯”比赛,在德州举办国际板式网球公开赛,青岛、济宁、菏泽、海阳、荣成等市县将举办6场万人以上规模的马拉松……红红火火的体育赛事将扮靓整个春季消费场景。

优化赛事布局 激发消费活力

今年3月,国家体育总局公布《促进体育消费和赛事经济试点工作入围城市名单》,山东省济南市、威海市双双入选,成为全国30个试点城市中的佼佼者。两市成功入围,不仅是山东将体育产业高质量发展融入城市发展战略的缩影,也是山东优化体育赛事布局,差异化打造赛事名城,擦亮赛事经济发展的成果。

“以体育之名铸城市之美,坚持以赛惠民,以赛兴业,以赛营城,多措并举、多点发力推动赛事经济发展,努力将赛事‘流量’转换为消费‘能量’和经济‘增量’。”济南市体育局局长董怀敏表示。2024年,济南赛事经济成绩斐然,共举办各级各类赛事3485项、2万余场次,其中国际级赛事7项、国家级赛事36项、省级赛事33项、市级以下赛事3409项,同比增长13%,参与人次达593万,赛事直接经济收入21.53亿元,对全市GDP贡献68.09亿元,拉动效应47.96亿元。

山东极力推进“办赛”与“营城”深度融合,鼓励各市打造不同层次类型的体育名城和赛事之都,提升“世界泉水运动之都”济南、“帆船之都”青岛、“休闲运动之都”威海、“滨海时尚运动名城”烟台、“国际体育休闲名城”泰安、“水上运动之都”日照、“风筝之都”潍坊、“世界足球起源地”淄博、“武术之乡”菏泽影响力。鼓励各市将赛事名城建设列入政府工作报告和“十五五”规划,推动赛事经济与城市经济良性互动、共赢发展。

优化体育赛事布局,还要合理开发赛事空间。围绕“山地、水(海)上、冰雪、汽摩、航空”五大具有消费引领性赛事,山东正全力构建“三圈”(省会经济圈、胶东经济圈、鲁南经济圈)引领,“四沿”(沿黄河、沿黄渤海、沿大运河、沿齐长城)联动,五网(步道网、水上网、骑行网、自驾网、航空网)串联,多极(黄河口、泰山、沂蒙山、昆嵛山、南四湖、东平湖、莱州湾、胶州湾)支撑的赛事空间布局。

“通过‘四沿’赛事和马拉松城市联赛的举办,我们成功地将体育赛事与山东的自然风光、人文历史紧密结合,让参赛者在享受运动快乐的同时,也领略到了山东的独特魅力。”省体育局党组成员、副局长栾凤岩表示,“四沿”赛事推出的“赛事+”联动项目,实现了由“参加一场赛”到“游历一座城”的赛事活动消费延伸链条。

赛事经济“燃”起来,商圈经济“热”起来。未来,山东还将进一步擦亮“好运山东”品牌,深化体育与各领域的融合,激发山东消费市场活力,实现赛事经济与社会经济的共赢发展。