

顺“赛”而为,体育游风头正健

◎ 记者 刘青



“因体育赛事奔赴一座城”在当下热度不断飙升。日前,随着悠长响亮的一声鸣笛,富春江畔最美骑行道、桐庐樱花大道、建德新安绿道、淳安亚运同款赛道同步开启春日骑游大会,三江两岸一派万人单车骑行盛况;富春江面,游轮、快艇、桨板、皮划艇逐浪破风前行。

3月30日,“跟着赛事游杭州”2024文体旅融合新消费促进年活动在杭州富阳东梓关正式启动。本次活动由杭州市文化广电旅游局、杭州市体育局联合各相关单位策划推出,贯穿全年,以优质赛事资源为核心,积极打造以马拉松、电竞、马术、水上运动等热门运动为重点的特色旅游休闲产品。

其中,“跟着赛事游杭州”休闲旅游套餐被打造成新IP,既有“跟着赛事游杭州”经典线路推荐,又有交通出行、酒店住宿、租车包车、景区门票、美食餐饮等多种配套组合,个性化定制多款“体育+旅游”文体旅融合专属产品上架销售。

去年,亚运会为杭州带来了近年来最为密集的游客潮。美团、大众点评数据显示,截至2023年9月20日,浙江餐饮堂食的订单量较2019年同期增长超380%,主办城市杭州以及宁波、温州、湖州、绍兴、金华等协办城市的酒店、民宿“一房难求”。在亚运会期间,浙江旅游消费订单(含酒店民宿、景点门票、交通等)较2019年增长超过100%,杭州、宁波、嘉兴领衔,其中,杭州跻身当年中秋国庆假期全国十大热门目的地。

体旅新业态不断涌现

近年来,随着大众健康意识增强和冬奥、亚运等国际高规格赛事频频亮相,体育旅游逐渐成为新风尚。各地纷纷出招,依托自身资源禀赋推动体育和文旅深度融合,让体育赛事带来的“流量”转化为文旅消费的“留量”。

中国海洋大学旅游开发与规划教研室主任王新越告诉记者,“跟着赛事去旅游”反映了体育赛事对城市旅游业发展的强力促进作用。同时,此类赛事经济也为一些拥有自身特色体育赛事的小城提供了发展机遇。

比如舟山马拉松等体育赛事对文旅业的带动作用非常明显,参赛选手和观众将参加体育赛事与游览当地风景、品尝当地美食、感受当地烟火气和文化充分结合,有力促进文化、体育、旅游等产业在更大范围、更深程度融合发展。

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,一批具有体育运动特色的旅游新业态不断涌现。

树立乡村游IP的最佳时机

乡村有青山绿水,鸟语花香,自然资源丰富,生态环境一流,是观光休闲的好去处,如何吸引目标游客走进乡村“食、住、行、游、购、娱”,打造特色鲜明的乡村体育旅游资源,正是创建特色体育旅游项目,加快产业多样化发展的好时机。

去年一年,浙江绍兴体育助农融合产业发展所带来的影响力在乡村产业发展、农产品知名度等方面产生了“网红效应”,使无人问津的农产品一度脱销。

如“新昌玫瑰园体农融合赛”当天,农场刚丰收的小花生被抢光,为了满足游客需求,开通了线上订购,一下打开了花生的销路。



还有夏履镇举办的“挖笋大赛”,仅一场赛让常见的笋脱颖而出,成为夏履农产品的符号,同时打响了夏履乡村游的知名度。

类似的案例还有长三角森林露营大

在北京第二外国语学院旅游科学学院副教授王金伟看来,各地都有其独特的自然和文化资源,可以举办与这些资源相关的体育赛事,如山地自行车比赛、滑雪比赛、海滩排球比赛等。

同时,通过建设体育场馆、健身路径等,为游客提供进行体育活动的场所。“除了举办体育赛事外,还可以举办体育文化活动,将体育和文化融合,向游客提供更多元的体验,逐步打造出一个具有地方特色的体育旅游品牌,吸引更多游客前来。此外,提供高质量的餐饮、住宿、交通等服务,确保游客在参与体育活动的同时,也能享受到舒适的旅行体验。”

以本次“跟着赛事游杭州”为例,主办方除了发布2024“跟着赛事游杭州”计划,同名文体旅融合产品在飞猪旅行、发现杭州文旅总入口等平台同步上线,包括首批2024富阳富春山居半程马拉松、杭州抱佛脚跑山赛、2024钱塘女子半程马拉松等三项赛事“名额+酒店”的文体旅融合产品。



会嵎州站带火的小吃经济、营地资源,稽东镇定向赛畅销的香榧系列产品等,可以说体育赛事游乡村,一游便游出爆款。

体育赛事游乡村的成功,源于体育无限的活力,它是健康、快乐、向上精神的源泉。体育赛事要充分结合乡村特色,立足资源、树立品牌意识,加强体旅融合,促成“一场赛事打响一个IP,促进一条产业”。如绍兴富盛“抹茶马拉松”,成功引出茶乡富盛、乐游富盛、美丽富盛等美誉,是游客心中诗和远方的首选地。

据了解,体育赛事游乡村在发达国家的旅游产业中占比为25%,而目前我国仅占5%,尚处于“前市场化”状态,属于前景较好、空间巨大的“蓝海”阶段。探索打造适宜乡村旅游、农产品产销、研学游、露营野餐、食宿养生等项目的体育赛事,乡村主体和赛事运营主体应同心协力,聚势谋远。

需注意正向的保存流量方式

今年,杭州计划举办区级以上体育赛事活动450余场,其中国际级、国家级体育赛事近100场,涵盖足球、篮球、排球、羽毛球、游泳、电竞、皮划艇等35个项目。

2024世界羽联世界巡回赛总决赛将在杭州奥体中心体育馆举行;全世界首创的在同一个赛事中集齐皮划艇两个奥运项目(静水皮划艇、激流回旋皮划艇)和两个非奥运项目(皮划艇马拉松、皮艇球)的国际皮划艇综合赛事——首届国际皮划艇“杭州超级杯”将在富阳水上运动中心举行;还有2024FIH世界女子曲棍球超级联赛第6赛季(中国站)、2024年世界无人机竞速锦标赛……

无论赛事数量、赛事级别还是赛事项目种类,都显著提升,相关的文体旅融合产品也将陆续上新,光是即将到来的4月就有20多场赛事将与大家见面。



体育赛事为赛事举办地带来大量游客的同时,也倒逼地方提升公共服务水平,创新旅游产品形态,丰富旅游内涵,吸引游客住下来,让“流量”变成“留量”。

王新越认为,让体育赛事带来的“流量”转化为文旅消费的“留量”,可以从四个方面发力:

发展赛事经济要立足于旅游产业链融合,做好成果转化,丰富基础设施建设,提高接待能力,统筹旅游资源,形成产业链条的良性循环,为后续发展留足空间。

做好长远规划,使服务项目连贯,设施逐步配套,满足游客的好奇心,维持新鲜感,才能把游客“引进来”,还“留得住”,形成旅游业的“长消费”。

注重新业态IP保护,强化技术要素支撑。

注重体育赛事氛围构建。赛事的灵魂在于氛围感,而氛围感的构建,来自于热爱体育、关注体育的群众,只有养成全面注重健康,热爱运动锻炼的社会风气,“赛事旅行”才会更可持续,那些从前鲜为人知的小型城市体育赛事才会被人们所发现、所关注,从而使该地区获得良好的发展机遇。

王金伟建议,打造“体育+旅游”产品,将体育赛事和旅游景点结合起来,打造出独特的“体育+旅游”产品,如“赛事+观光”“赛事+体验”等,吸引游客消费。通过移动互联网、大数据等科技手段,了解游客的需求和行为,提供个性化的服务,提高游客的满意度和忠诚度。与旅行社、酒店、餐饮等企业建立长期合作关系,共同推广体育旅游产品,吸引更多的游客。