

参加一场赛 玩遍一座城

——天津宁河区“生态+”引领体育产业绿色发展

本报记者 赵萌文/图

“前两天我参加了七里海半程马拉松赛，在奔跑中我不仅看到了自然之美，更呼吸了新鲜空气，感觉跑得更快了，成绩也更好了。”近日，参赛者贝贝又来到七里海湿地跑步锻炼时告诉记者。

近年来，天津市宁河区坚持生态优先的绿色发展理念，开展了一系列丰富多彩的赛事活动。在助推“农文体商旅”融合发展的同时，如何用体育赛事将“绿水青山”变成“金山银山”，更好地推动地区经济发展，记者就这一问题采访了天津市宁河区区委书记白凤祥。

“生态+赛事”促进消费

生态资源是宁河区的特有资源，近年来宁河区在“生态+”理念的引领下，以体育赛事为媒介，为乡村振兴注入了新的活力。

“宁河区按照‘季季有赛事、月月有活动、周周人气旺’的目标，举办了一系列国家级赛事活动，形成了‘六个一’赛事品牌，即‘一马’环七里海马拉松、‘一车’环七里海自行车赛、‘一轮’国家级轮滑大赛、‘一钓’中国钓鱼户外公益邀请赛、‘一走’国际徒步运动、‘一牌’国家级牌类比赛。”白凤祥告诉记者，宁河区每年大约举办133场赛事活动，通过这些赛事让更多选手喜欢上宁河区，从而带动餐饮、住宿等消费。例如今年举行的环七里海马拉松赛吸引了全国各地近5000人参赛，客流量达到2.4万人次，赛事期间全区酒店入住率增长40%、各类文创产品消费有40%至50%的增长、综合收入640余万元。

宁河区不仅马拉松赛蓬勃开展，轮滑赛也同样热闹非凡。“宁河区的马拉松赛跑出了大市场，小小的轮滑创造出大舞台。”白凤祥说。据了解，从2023年4月至11月，宁河区举办了5场国家级轮滑赛事活动，这些赛事吸引了来自国内外的3000多名参赛选手，共带来3.1万人次的客流量，创造了超过470万元的综合收入。此外，宁河区还致力于创

建“轮滑小镇”，通过频繁举办轮滑赛事，将自身打造成为轮滑领域的“专业户”，吸引众多全国轮滑选手前来参赛。

此外，宁河区将继续抓住“跟着赛事去旅行”的消费热潮，通过这一举措让更多加入赛事活动中，感受到宁河区的生态之美，进一步培育宁河体育赛事产业生态。

“体育+旅游”发展经济

岳龙红薯、芦台春酒、七里海河蟹、宁河大米……近年来，宁河区的农产品的生态价值在经济作物和食品领域已经开始显现。此外，宁河区还利用储备林资源打造了绿色生态屏障文旅项目——绿屏驿站，率先在绿屏驿站打造了客栈餐饮、特色民宿、房车营地、星空帐篷等板块。在近日于宁河区举办的“迈开步动出彩”赛事“三进”公益行暨体彩同行·健步行和中国钓鱼·户外公益邀请赛上，来自天津的近400位健步行爱好者在锻炼的同时还领略到了宁河区七星岛湿地公园的美景，全国各地的近百位钓友不仅在此体验了钓鱼的乐趣，更在当地进行了住宿、旅游和诸多亲子活动。通过举办赛

事就可以带动可观的旅游周边收入。

然而，在发展中宁河区也面临如何持续性发展的难题。白凤祥介绍：“我们需要探索和创新，以吸引并留住游客。宁河作为一个以农业为主导的大区，其农业资源一直是传统强项。历经多年深耕细作，我们成功创建了全市首个国家级现代农业产业园，并在此基础上培育了五大优势种业：水稻、河蟹、生猪、水产及种苗，为京津冀区域提供了丰富的优质农产品。在全力推进乡村振兴的道路上，宁河区实施品牌农业战略，重点打造了‘津沽七里海’品牌体系，这一举措成效显著，年销售收入已突破3亿元大关，预计全年农业总产值将达到88亿元。”

“我们在部分体育赛事活动中，设有展示当地农产品与非遗文化的平台，让参与者亲身体验到宁河的独特魅力。同时，我们还推出了景点、景区、民宿的‘一卡通’与‘一票通’等消费模式，为游客提供便捷的消费体验。”白凤祥介绍，宁河区还保留了芦台大集，在这里，人们可以一边参加比赛，一边品尝地道的宁河宴，再逛逛芦台大集，形成了一系列独具特色的文化消费“组合拳”。



天津市宁河区正在努力让赛事经济成为驱动当地经济发展的新引擎。

“+旅游”与“+装备制造” 体育致富路上江西两翼齐飞

本报记者 赵萌

绿树村边合，青山郭外斜。在这片被群山和绿植紧紧包围的广袤田野上，远处的水牛正在悠然自得地耕作着，还有农户在那里插秧。随着这里兴建了体育中心、全民健身馆，在自然生态风光中开展的体育赛事越来越多，也让百姓的日子过得越来越好了。近日，记者跟随“汇聚微公益，添彩新征程”走访活动采访团一行来到了位于江西省上饶市婺源县珍珠山乡，活动相关负责人吴宁介绍。

民宿火了 农民笑了

从市内乘坐大巴来到珍珠山乡时，记者除了一路目睹浓厚的红色文化宣传之外，感受最深的就是蜿蜒曲折、不绝于目的众多盘山路。“珍珠山乡位于婺源西南部三县(市)交界处，距离婺源县城46公里，距离景德镇80公里。辖区总面积126平方公里，其中水域面积10017亩，山林面积15.85万余亩，森林覆盖率达92%。珍珠山拥有良好的生态资源，但地处偏僻，想要发展经济只能依靠体育赛事。”吴宁介绍，珍珠山结合自身优势，找准“体育+旅游”发展方向，先后建设了国际一流山地自行车赛道、古驿道珍珠山环线、全民健身场馆、体育展示馆、体育中心、农耕园等一批体育设施，充实体育产业发展板块。同时，加快生态停车场、旅游公厕等旅游基础设施的建设，强化农家乐、民宿、合作社、休闲业态等功能配套产业的完善

和引导发展，实实在在带动了群众增收致富的“里子”。

“这里的民宿有初级版本和高级版本，比如现在看到的高级版本民宿是一个精致的别墅，这里原来地价10万元，由于来的游客越来越多，这片土地也涨价到了20万元。”吴宁告诉记者。从2017年7月起，珍珠山举办首届逍遥峰山地自行车越野赛。政府通过引导的方式，将村民闲置住房改为民宿，随后民宿如雨后天春笋般涌现。为了满足体育赛事带动的旅游度假需求，政府启动了对现有民宿的提升改造，牵头提升了20家民宿，韵味律动、迎蓝而上、棋如人生等体育主题民宿应运而生，通过打造体育文化主题，进一步提升了民宿标准。目前，黄砂村共发展民宿27户，270个床位，其中主题民宿21户，床位180个。赛事活动越来越多，民宿年平均收入增长至4至5万余元。伴随着人气不断增高，蜂蜜、酒糟鱼、酸枣糕等农特产品从无人问津到供不应求，越来越多的农民实现就地就业增收。

景区红了 游客来了

2024年10月，江西萍乡有网友发视频称“在武功山风景区上台唱首歌，可以免排队”引发热议。武功山风景名胜位于萍乡、宜春、吉安三市交界处，总面积183平方公里，森林覆盖率83.35%，是江西省西部旅游资源最为丰富的大型山岳型风景名胜区之一。武功山风景名胜区受欢迎的主要原因之一是开

展的品牌赛事活动非常多，这里每年举办大学生户外运动文化节、国际帐篷节、户外音乐节、武功山机车文化旅游节、武功山越野赛、环鄱阳湖国际自行车大赛(萍乡武功山站)等品牌赛事，举办了2届中国户外运动发展论坛。其中，武功山国际越野赛是国内少有的与ITRA(国际越野跑协会)、UTMB(环白朗峰极限越野超级马拉松)、UTMF(环富士山超级越野赛)等国际知名赛事均有合作的项目，为国内越野跑选手首选的赛事之一，吸引了来自国内外的大量选手参与。

依托户外运动赛事，打造生态旅游，挖掘消费潜力，多维度立体式营销激发体育旅游活力。近年来，武功山积极发展体育产业，把体旅融合高质量发展作为产业发展的重要抓手，走出了文旅融合发展的“新路子”。仅从2013年至2023年，拉动GDP增长效益明显。武功山风景名胜区2022年全年营业总收入286548.13万元，体育旅游总收入27894.39万元。2023年，萍乡武功山风景名胜区共接待游客400.35万人，刷新了历年人数、收入最高纪录。

环境好了 经济旺了

你知道江西省面积最小的地级市是哪个吗?就是这个小小身躯却蕴含大能量的新余市，当地通过创新构建体育消费“半小时”经济圈，打造了体育装备制造产业集群，有效促进了体育场馆建设和体育服务体系的完善，为市民提供了更多更好的体育消费选择。

“体育+”模式盘活资源

如今，“体育+”“+体育”模式已成为广泛共识，不仅体育用品、体育服装等传统行业蓬勃发展，就连户外用品、帐篷制造等企业也纷纷加入这一行列。“我们正在不断策划新的体育赛事活动，旨在吸引更多来自京津冀乃至全国范围内的创新型、融合性企业参与进来。我们还精心策划了一系列特色体育公园与综合体育产业园项目，其中将重点打造轮滑体育公园与武术格斗综合产业园。将这些体育场馆和赛事活动固定化、长期化，使之成为促进地方消费、带动就业以及推动产业发展的坚实基础。”白凤祥说，宁河区希望通过这些项目，让体育不仅仅是一项运动，更是一个载体，一个让人们了解文化、融入生活、体验互动沉浸感的平台。

未来，宁河区将继续以生态为基底，以体育为媒介，探索更多样、更环保的发展路径，让这片土地因体育而更加生动，因生态而更加美好，实现生态、经济、社会的全面协调发展，共创宁河区体育绿色产业的新篇章。

数据显示，新余市体育产业总规模从2019年的不足30亿到2023年的89.48亿，近四年实现翻番增长。2023年体育产业总产值89.48亿元，增加值24.61亿元，总产值同比增长15.52%，增速连续三年全省第一；全市近三年体育消费总量实现了从10.37亿元到近40亿元的快速增长，人均体育消费实现从2020年862.78元到2022年3253.1元3.7倍的增长。

新余市的体育产业基础扎实，在创新发展中，尤为突出的是体育消费“半小时”经济圈的构建和体育装备制造产业集群的培育。体育消费“半小时”经济圈的构建使得每位市民都能在半小时之内，方便地接触到丰富的体育资源和消费服务。这包括但不限于体育场馆的合理分布、体育活动的广泛组织及体育服务设施的完善。例如，新余市通过政府和社会合作模式，投资建设了智慧社区健身房、多功能综合运动场、社区健身站点、户外健身路径等，提升了体育服务和消费载体的覆盖面和可达性；体育装备制造产业集群的培育，展示了新余市在产业升级和创新发展上的新尝试。新余市利用其在工业方面的传统优势，结合当地丰富的碳纤维等新材料资源，积极推动体育装备制造业的集聚和发展。通过引入国内外先进的制造技术，培育体育装备制造相关的中小企业，以及推动产学研用紧密结合，新余市成功打造了以碳纤维运动器材为代表的体育装备制造产业集群。这两项创新举措的实施，为地方经济发展作出了巨大贡献。

未来，江西省将继续因地制宜、坚持创新引领，深化体育产业改革，优化体育产业结构，提升体育服务质量，进一步挖掘体育消费潜力，推动体育产业向着高质量、可持续的方向发展。

搭建平台 丰富供给 优化环境 重庆利用体育赛事激发经济新活力

本报记者 王辉

第7届全国大学生皮划艇锦标赛、重庆开州汉丰湖高校龙舟邀请赛、2024全国桨板锦标赛……近期，一系列体育赛事活动在重庆举行，正成为推动该市发展和经济增长的新引擎，为这座山水之城注入新的活力。

培育赛事 丰富供给添活力

近年来，重庆结合区域资源特点，着重构建户外运动赛事新体系，培育品牌赛事活动，丰富体育消费产品供给链。

一方面，重庆以登山、自行车、龙舟、漂流、马拉松等26项重点项目为基础，在街区、商圈、景区开展“跟着赛事去旅行”为主题的“春夏秋冬”四季户外运动赛事2400余场次，吸引群众百万人次参加户外运动。同时，促进体育与文化、旅游、商务等业态深度融合，举办成渝体育产业联盟暨重庆市体育旅游产业发展大会和重庆市体育产业博览会、重庆市都市(乡村)体育嘉年华等赛事，并打造了国家级和市级多个体育旅游示范基地、精品景区、线路、赛事和目的地。

另一方面，重庆主动拓展体育消费新场景，进一步加大体育场地设施在夜市街区的布局，增加夜间各类体育服务供给，点亮“体育夜经济”。以去年为例，重庆市区两级多部门联动发放体育消费券1100余万元，带动体育消费超1亿元。

重大赛事 引领经济新增长

2024年，重庆举办的一系列重大赛事为该市带来了巨大的流量，这些流量正逐渐转变成体育消费的“质量”、聚变成经济社会的“增量”、衍变成低空经济的“矢量”。

2024重庆马拉松吸引了全球26个国家和地区的426个城市17万人报名，3万名选手中签参赛。同期举办的2024成渝体育产业联盟暨第六届重庆市体育产业博览会，逾300家企业参展，展示品类超1000个，集中签约8个体育战略合作项目，签约金额超20亿元，吸引了近7万人次到场参观、体验，累计销售金额近7000万元。

举办2024年重马国际消费节，南岸区商贸、文旅、房地产等行业实现收入超100亿元，消费品零售额达65.3亿元，同比增长5.9%；接待游客375.23万人次，同比增长8.63%；文化旅游收入26.94亿元、同比增长9.47%。

举办WTT重庆冠军赛，吸引游客149.49万人次，赛场周边商业体客流量达155.98万人次，

总销售额达6715.61万元，销售额环比增长35.95%，辐射带动交通、商贸、餐饮、娱乐、住宿等行业营收达1.8亿元。

2024年5月，举办首届重庆低空飞行消费周，全市重点飞行活动区域人流量50.57万人次，发放1000万元低空飞行消费券，引导市民参与飞行项目消费达1.1亿元。7月至8月举办首届重庆低空飞行竞赛季活动，开展模拟飞行、滑翔伞竞速等赛事超1000场，让低空飞行项目“飞入寻常百姓家”，直接参与人数超15万，带动消费超20亿元。

搭建平台 整合资源促发展

重庆市仍以培育建设国际消费中心城市、国家体育旅游示范区和国家体育消费试点城市为目标，搭建起多个体育产业要素平台，构建起体育资源配置链。

首先，搭建体育金融支持平台。政银企合作开展“渝体贷”，以补助贷款总额2%利息的方式，用500万财政资金成本，撬动银行贷款2.5亿元，实现了“投小钱、办大事”，为体育产业的发展提供了有力的资金支持。其次，搭建体育资产交易平台。通过盘活体育场馆项目107个，交易额达2187.1万元，提高了体育资产的利用效率，为体育产业的发展注入了新的活力。最后，搭建体育产业人才支撑平台。建立川渝高校体育产业联盟，推进高校体育专业人才培养，促进体育产学研创新交流合作。

优化环境 服务保障强根基

重庆从政策支持、便企服务、维权保障三个层面发力，优化营商环境，创新体育消费服务链。

在政策支持方面，出台了《重庆市促进体育消费行动计划(2023—2027年)》、《重庆市促进体育消费十条》、《重庆市创建国家体育旅游示范区行动计划(2023—2027年)》等十余个配套政策，构建起体育消费政策体系。

在便企服务方面，优化“渝快办政务服务平台”线上办理，推出线上预付消费监管“一件事”试点应用，为企业提供更加便捷高效的服务。

在维权保障方面，创新开展“你点名、我监督”交叉执法检查，保障群众体育消费合法权益，营造良好的市场环境。

此外，重庆还积极推进成渝体育产业联盟建设，做强区域产业协同链。牵头成立成渝体育产业联盟，川渝两地联合会、联合办赛、联合办展。

产业集群

本报讯 随着今年“双十一”大促的正式启动，各项销售数据相继出炉，显示出户外运动产品的消费需求呈现强劲上升趋势。据天猫和京东发布的数据，今年“双十一”预售期间，户外运动品牌的整体表现亮眼，带动运动产品市场持续增长。

在天猫“双十一”正式开卖的第一个小时内，12个户外运动品牌销售额突破亿元大关，包括安踏、李宁等国内品牌，以及耐克、阿迪达斯等国际品牌。国产品牌户外品牌伯希和在短短2分钟内就超越了去年4小时的销售额。此外，户外专业运动鞋品牌萨洛蒙、昂跑在开售后1小时销售额同比增长60%、40%。

在京东发布的“双十一”开卖28小时的报告中，运动鞋服和装备的成交额同比暴涨超过5倍，冲锋衣裤、运动羽绒服、运动休闲鞋、羽毛球拍、跑步机、骑行装备和滑雪器材等热门商品销量更是增长7倍以上。随着“户外经济”持续升温，斐乐、萨洛蒙等超300个户外品牌成交额同比增长超5倍，冲锋衣裤、公路车、户外仪表、滑雪品类增长翻倍。

(赵萌 李子璇)

电商平台销售数据显示
户外运动产品消费呈上升趋势