

丰富赛事活动+多元体验场景

# 户外运动精品线路点燃假期消费热潮

本报记者 王 辉

国家体育总局在节前发布的14条全国户外运动精品线路成为今年国庆中秋长假期间旅游市场“新宠”。从四川德阳的三星堆探秘之旅到辽宁大连的南部山海穿越，从陕西西安的西咸文游古今线路到广东清远的亲水体验、江苏南京的滨江运动盛宴，这些线路以“体育+文旅”深度融合为核心，通过丰富的赛事活动、多元的体验场景与深厚的文化底蕴，不仅吸引了数百万游客参与，更拉动了旅游消费持续增长，为假日经济注入强劲动力，展现出户外运动与文旅产业融合发展的蓬勃活力。

## 赛事搭台聚人气 竞技魅力引客来

赛事活动作为户外运动精品线路的“核心引擎”，在国庆中秋长假持续释放吸引力，成为聚拢人气、拉动消费的关键抓手。四川德阳依托“三星堆探秘·德阳动感山水户外运动线路”，将体育赛事与地域文化深度绑定；10月7日川超联赛川北赛区焦点战中，赛前无人机编队勾勒的三星堆青铜面具、重型装备等元素，将古蜀文明与现代体育完美融合；赛场外“乐享川超 当燃绵阳”消费集市上，三星堆文创盲盒、“跟着川超游德阳”文旅大礼包持续热销，13个“川超第二现场”更让球迷体验升级，带动线路接待游客51万人次，实现门票收入1070万元。

陕西西安西咸新区则凭借高水平体育场馆资源，打造“赛事经济矩阵”：西安国际足球中心“摄影开放日”提升场馆知名度，2025年“基石长安杯”国际青少年足球邀请赛吸引千余名全国球员参赛，带动周边住宿、餐饮消费增长；秦汉国际马术中心同期举办两项全国性马术赛事，百余名顶尖骑手竞技形成马术主题消费圈；泾河新城体育中心的国青国少乒乓球选拔赛，进一步巩固了新区西北体育赛事高地地位，最终线路接待游客80.12万人次，游客总消费达3.71亿元。

江苏南京“魅力苏超·户外长江”青奥滨江户外运动线路同样以赛事引爆热度：10月4日“苏超”1/4决赛南京主场迎战连云港队，奥体中心现场观众达6.1万，银杏里文化艺术街区“第二现场”人头攒动，当天奥体周边酒店入住率超95%，距南京奥体中心一街之隔的中央商场河西店客流同比增长73%，线路8天累计接待游客44.39万人次，带动全区银联消费7.56亿元。

## 场景创新赋新能 多元体验留客住

各精品线路围绕“游客体验”核心，通过创新场景设计，整合多元业态，将“过境游”转化为“深度游”，有效延长游客停留时间。辽宁大连“南部山海户外运动线路”以“三天三主题”打造沉浸式体验：第一天沿58公里黄金海岸线开展帆船、海钓、滨海徒步等“玩海”活动；第二天串联市区南部七座山峰，推出山

“WTT效应”成为强劲引擎

# 假期体育经济跑出加速度

本报记者 赵 萌

国庆中秋长假虽已落幕，但假日期间体育经济掀起的热潮仍令人记忆犹新。在双奥之城北京，WTT中国大满贯赛事成为假日消费的强劲引擎，不仅创造了可观的经济效益，更探索出体育与假日经济深度融合的新路径，为假日体育经济跑出加速度提供了生动样本。

## 赛事火爆：票房与热度双双飙升

WTT中国大满贯2025赛事成绩显著，直接收入近1.54亿，累计售出门票超过8.8万张，门票收入近8800万元，同比增长54.3%，创下WTT赛事销售纪录。这一亮眼数据的背后，是赛事运营方精准把握假日经济脉搏的智慧。WTT首席执行官史蒂夫·丹顿表示：“本届中国大满贯在总结去年办赛经验的基础上，有了全方位提升。它已经成为WTT赛事日历上最大型、最重要的比赛之一。”

自2024年首次落地，WTT中国大满贯便瞄准假日经济发力。国庆中秋长假，游客出游热情高涨，加之乒乓球作为“国球”拥有超高人气，两者碰撞出热烈的观赛火花。记者注意到，本次赛事的票价采取递增机制，每两日票房一浮动，平均每次涨幅达38%。最后两个比赛日，每场次票价根据座位从688元到1688元不等，即便如此价位，仍挡不住球迷的热情。

主赛场首钢冰球馆“八极场”的升级也为票房助力。今年开放全部四个区域，增加300个座位，总席位

地自行车结合瑜伽、星空露营的“登山”体验；第三环绕西郊国家森林公园，提供山地越野、静心垂钓的“探秘”场景。假期期间，线路配套推出山海赛事活动80余项，接待游客超80万人，拉动综合消费超10亿元。

广东清远清新区“乐游清新亲水户外运动线路”则以“亲水”为核心构建体验闭环：串联古龙峡、玄真峡谷嬉水王国等8大景区，整合漂流、峡谷探险、温泉、森林氧吧等多元项目，形成“一日尽览清新山水”的短途游首选。假期8天，线路接待游客近36万人次，同比增长约40%，其中古龙峡接待17.8万人次、增长19.7%，入境游客1.32万人次、增长22.5%。为丰富体验，古龙峡推出“狂野亚马逊野人部落表演”“飞跃彩虹”项目，笔架山举办户外观瀑季、山野徒步

域文化底蕴，将本土特色与户外运动、旅游消费有机结合，形成差异化竞争优势。四川德阳的线路以“三星堆文化”为灵魂，从川超赛事的古蜀元素展演到消费集市的三星堆文创产品，再到“庆国庆、迎重阳”门球比赛、业余足球联赛营造的全民健身氛围，让游客在运动中触摸古蜀文明脉络，实现“体育+文旅”的深度融合。

陕西西安西咸新区线路围绕“跃动西咸·文游古今”主题，将秦汉马术文化、长安足球历史与现代赛事结合，西安国际足球中心、秦汉国际马术中心等场馆不仅是赛事举办地，更成为展示地域文化的窗口，游客在观赛之余，能沉浸式感受古都文化与现代体育的碰撞，形成“赛事+文旅”的独特吸引力。

广东清远清新区与江苏南京则立足本土自然资



国家体育总局发布的14条全国户外运动精品线路成为国庆中秋长假旅游市场热点。 总局体育文化中心供图

步及瀑布飞人特技秀，清新区同步开展庆国庆迎中秋音乐会、经典阅读活动，让游客在亲水运动之余享受“文化大餐”。

四川德阳与南京也在场景创新上亮点纷呈：德阳文庙文化周推出全国中小学生辩论比赛、非遗市集，石刻公园打造美食集市与文艺展演，罗江白马关景区以卡丁车、丛林穿越吸引运动爱好者，中江挂面村通过晒挂面、微演绎展现非遗文化；南京江心洲一家体育公园举办帐篷大会暨都市圈户外运动嘉年华，儿童平衡车、飞盘、骑行等赛事轮番登场，成为家庭游客的“运动乐园”。

## 文旅融合挖底蕴 地域特色显活力

在“体育+”融合发展中，各精品线路深度挖掘地

域与城市特色：清远以“山水清新”为底色，将漂流、温泉等亲水项目与森林氧吧、乡村风光结合，凸显岭南生态之美；南京依托“长江滨江”资源，将青奥体育文化、河西商业活力与江心洲生态优势串联，打造“都市运动+滨江风光”的特色线路，既展现了现代化都市的时尚魅力，也让游客感受长江经济带的生态之美。

据不完全统计，14条全国户外运动精品线路在国庆中秋长假期间累计接待游客1481.94万人次，总消费约61.12亿元，不仅验证了“体育+文旅”融合模式的市场潜力，更为后续户外旅游线路开发、假日经济提质升级提供了可复制、可推广的经验。未来，随着户外运动与文旅、商业、康养等产业的进一步融合，将持续为国内旅游市场注入新活力，推动消费升级与区域经济高质量发展。

万元，较2024年同期增长近50%。“两园一河”永定河集、火车餐厅等新消费场景客流量累计近4万人次，石景山下、永定河畔满是人们休闲的身影。

## 政策引领：释放“赛事+假日”效应

日前，《关于释放体育消费潜力进一步推进体育产业高质量发展的意见》印发，明确提出拓展体育消费场景。北京以赛事为契机，升级多领域消费新场景，全力释放“赛事+假日”叠加效应。赛事期间，观众凭WTT赛事票根，可在首钢园区内享受多项折扣优惠。北京市多家热门景点、美食街区也纷纷加入票根优惠体系，让赛事热度辐射全城消费。石景山区通过在抖音平台定时发放“石景山消费券”，并配套多项优惠活动，进一步刺激和拉动区域消费。

值得一提的是，赛场内外，处处体现着服务细节的提升，让球迷倍感温暖。场馆外新增存包服务、简餐饮品，解决球迷后顾之忧；为残障人士开设无障碍通道和“一对一”志愿者服务，让观赛之路畅通无阻；112间乒乓主题客房带来沉浸式赛事体验，覆盖京津冀的“票根经济”与300万元消费券，将以赛惠民落到实处；800余名志愿者和公共文明引导员坚守岗位，负责秩序维护、信息咨询、文明宣传等，让文明引导与志愿服务成为新风尚。这些变化的背后，是石景山区围绕赛事筹备的深度探索。赛前提出“有球必应，石分宠你”的口号，从交通、餐饮、酒店、票根经济等领域细节着手，开展十项举措全面提升球迷观赛体验，展现城市的温度与包容。

专家指出，假日体育经济要真正带动人流与消费流，并非一蹴而就，需围绕核心IP进行长期培育，逐步构建赛事、文化、旅游、衍生品的完整生态。“中国的假期体育经济还在成长，但只要每年都有新的赛事热点，我们离‘体育假日文化’就会更近一步。”

精彩赛事烘托全运氛围

## 广东假日体育经济绽放活力

本报记者 张小可

“体育的力量真的能点燃一座城！你看这全运会吉祥物‘喜洋洋’和‘乐融融’，不光可爱的形象吸引了大家的目光，还让大家对全运会充满期待。”国庆中秋双节期间，在广州市北京路商圈全运会主题装置前，北京游客林敏仪兴奋地向记者展示手机里与吉祥物的合影。今年国庆中秋长假正值十五运会开幕式筹备关键期，广东以丰富多样的体育活动激发了大众的参与热情。赛事经济与“体育+”融合业态呈现出蓬勃发展的态势，广东假日体育经济交出了一份令人瞩目的答卷。

据不完全统计，国庆中秋长假期间广东全省开展群众体育赛事活动140项、同比增长33.3%，比赛场数约3900场次、同比增长30%，观赛人数超30万人。这些数字的背后，是广东探索体育产业发展新路径，激活经济新动能的有力证明。

10月4日，2025国际篮联三人篮球深圳大师赛在深圳宝安体育馆南广场举行，吸引来自全球14支顶尖三人篮球队伍及数百名现场观众齐聚一堂。赛场上，国内外顶尖球员的精彩对决让观众热血沸腾；赛场外，十五运会特许商品展示及售卖点与运动嘉年华活动同样人气爆棚。据了解，为回馈观众，赛事期间宝安区同步推出“文体旅商折扣大礼包”，游客凭本次大师赛的观赛门票，可在宝安区指定的酒店、旅游景点及商圈享受专属优惠福利，包括31家酒店、5个热门游

本报记者 丰佳佳

当前，健身场景加速从“有没有”向“优不优”“智不智”升级，国内外体育场馆设施及器材市场正在逐步形成新的格局。2026中国体博会将引领数字技术赋能体育场馆建设运营的新趋势，重点关注现有体育场馆改造、翻新以及大型赛事后的回收利用等课题，为贸易双方搭建服务展示及技术交流平台。

2026中国体博会体育场馆设施及器材展区负责人表示，该展区聚焦国家体育总局印发的《关于推动运动促进健康事业高质量发展的指导意见》提出的多元化建设模式及科学配置设施器材等要求，在规划方面进行优化升级。

全民健身专区将整体纳入该展区，打造“集合性体育场馆建设及运营案例”和“政策合集”，以便于形成更为清晰的观展路线，“一站式”展示全面的行业解决方案与实践成果。场景化展示风格更为突出。展区通过场景化复刻，在校园、社区、赛事、国际合作等核心场景中嵌入成果，使政策要求的“便民、专业、开放”转化为可感知的真实场景，彰显产业落地的鲜活生命力。

企业一改单品类“作战”的策略和思维转向多品类协同的布局模式。在市场竞争日趋激烈的当下，单一品类作战的局限性逐渐凸显，越来越多企业开始打破“单点突破”的传统思维，转向多品类协同的布局模式，通过品类间的资源共享、优势互补与市场联动，构建更具韧性和竞争力的业务生态。

国内市场纵深强化专业化，海外市场开创新商机。为更好适应国内外市场发展趋势，企业在坚守“传承式创新”基调的同时，双轨并进开拓市场——于国内市场，致力于构建“产品升级—系统集成—生态构建”的全链条；于海外市场，则着力打造“技术引进—标准输出—合作共赢”的双向循环模式，实现全球资源优化配置。

“微更新”破题“金角银边”，行业未来发展趋势将从“新基建”转变至“改扩建”提速。这一转变是城市发展进入“存量时代”的必然选择，更是行业响应高质量发展要求的主动突围。以“微更新”理念推动体育场馆设施及器材优化，不仅是响应“改扩建”趋势的具体实践，更是补齐民生体育短板、提升居民幸福感的关键举措。

通过聚焦智能化升级与可持续创新，2026中国体博会将展示一系列突破传统、引领未来的体育场馆设施及器材。“创新推优”“全球体育场馆工艺领域趋势分享”“体育器材专场贸易对接”等配套活动将进一步整合资源，助力企业完善场景化展示，为参展商与采购商搭建沟通桥梁，实现互利共赢的目标。

值得一提的是，2026中国体博会体育场馆设施及器材展区的贸易观众邀请工作全面覆盖境内及海外市场。境内方面，将充分发挥中国体博会独特的“基因”优势，通过自有渠道精准邀请体育场馆设计建设、体育场馆工艺、场馆改造及赛后利用、全民健身及专业体育器材的采购决策方；境外方面，则依托中国体育用品业联合会作为世界体育用品业联合会亚太地区唯一代表的身份，有针对性地邀请东盟、中东地区体育工艺细分领域的经销商、采购商及政府组织到场，参与贸易对接及行业交流活动。

“微更新”与专业化并行不悖，2026中国体博会体育场馆设施及器材展区国内外双线并举，协同发力——在政策风场与行业生态架构的双重作用下，以主动变化呼应新需求，链接新未来。

微更新+专业化 内外双线并举

中国体博会体育场馆设施及器材展区探秘