

热门比赛项目一票难求

杭州进入“亚运时间” 体育流量转化为文旅“留量”

本报记者 郭阳琛 张家振
上海报道

来自江苏省南通市的李星云(化名)即将踏上前往浙江省杭州市的亚运会观赛之旅。

“杭州亚运会很多比赛正好在中秋、国庆假期举行,十分适合出行观赛,顺便也计划游览西湖和良渚古城遗址。”李星云告诉《中国经营报》记者,9月16日,杭州亚运会篮球、排球、跳水、乒乓球、竞技体操等多个热门比赛项目最后一次发售新票,其早早定

满城尽是亚运会元素

“亚运会等大型体育赛事,通常能吸引大量关注从而推动旅游业的增长,并带动酒店、餐饮、零售等行业营收增长。”

9月23日晚,在杭州亚运会开幕式上,“水韵西湖”的灵魂——荷花多次呈现在观众面前。江南采莲、莲叶田田,舞者在荷田里翩翩起舞,展示了江南如诗如画的美景。

记者了解到,杭州西湖景区共有24块、150余亩荷田。为配合杭州亚运会,西湖边的花坛花镜也融入了大量的“荷花”元素。在涌金广场上,立体花坛《荷合》名字取“荷”,为“和”的谐音,体现了“友谊第一,比赛第二”的体育精神;大型绿雕景观《湖滨晴雨》以荷叶、荷花、锦鲤为构架,融入甘霖、亭湾骑射等元素。

进入“亚运时间”的杭州市满城尽是亚运会元素。在良渚古城遗址公园南门,杭州亚运会吉祥物琮琚、莲莲、宸宸伫立于此,引得游客们纷纷停下脚步合影留念。其中,吉祥物“琮琚”就来源于良渚古城遗址中出土的玉器——玉琮。“琮琚”以机器人的造型代表世界遗产良渚古城遗址,头部装饰的纹样取自良渚文化的标志性符号“神人兽面纹”。

良渚元素在本届亚运会可谓

好闹钟,最终抢到了10月4日的女排和跳水比赛门票。

李星云告诉记者,在亚运会热度加持下,杭州奥体中心体育场、黄龙体育中心等比赛场馆周边的不少酒店早已经“满房”。南通市至杭州市的高铁票也是一票难求,“本来打算10月5日返程,但当天到上海的车票已售罄,无奈只能推迟到6日。”

旅游景区与民航客运同样火爆。去哪儿网统计数据显示,截至9月24日,在杭州亚运会期间,杭州市最热门的景区包括千岛湖、灵隐寺、

无处不在。早在6月15日,杭州亚运会火种在良渚古城遗址公园大莫角山成功采集,采火装置设计成玉璧造型,火炬“薪火”设计思想同样源自良渚玉琮和纹饰;而开幕式更是以良渚开篇,迎宾表演《水润秋辉》和文艺表演《潮起亚细亚》均可见良渚文化的印迹。

公开资料显示,良渚文化距今约5000年,是分布在长江下游环太湖流域的新石器时代晚期文化。良渚古城遗址是良渚文化的核心,以其规模宏大的古城和复杂水利系统,代表了东亚和中国5000多年前史前稻作文明的最高成就。

正因如此,在杭州市文化广电旅游局发布的“看亚运·游杭州”城市观光全球见面礼中,共有15条亚运会主题经典线路、5条亚残运会无障碍主题经典线路、3条水上夜游主题经典线路、13条“诗路文化·三江两岸”水上黄金旅游线路和64条区、县(市)特色旅游线路,其中就包括良渚古城遗址、中国大运河杭州段和西湖文化景观等3处世界文化遗产,以及西溪、千岛湖、天目山、钱塘江、富春江、新安江等享誉全国的景区景点。

西湖、雷峰塔等,而杭州宋城、花港观鱼的预订量涨幅最多,同比2019年分别增长382%、322%。另据航旅纵横统计数据,截至9月24日,在杭州亚运会期间前往杭州市的机票预订量比一周前增长了约78%。

文化和旅游部产业发展司司长缪沐阳表示,杭州亚运会举办时间正好横跨中秋、国庆假期,浙江省将迎来密集的游客潮,当地要找准体育精神和文化自信的契合点,文旅产业和体育产业的契合点、文旅消费的契合点,提供更好更充足的文化旅游产品。

同期发布的50个杭州亚运人文体验点中,既有以西泠印社孤山社址为代表的非遗文化点,也有孙权故里龙门古镇为代表的古镇名村,还有以健康运动、生活艺术、时尚经典、文博新生和智能制造等为特色的五类体验点。

而在省级层面,浙江省还发布了包括“风雅宋韵 最忆钱塘”(杭州)之旅、“穿越千年 海丝古港”(宁波)之旅等在内的12条“诗画江南 活力浙江”主题漫游长廊,以及“有爱无碍、共享好运”线路和“宋韵遇见亚运、数字云游杭州”线路等“看亚运 游浙里”浙江十大亚运文旅精品线路。

“亚运会等大型体育赛事,通常能吸引大量关注从而推动旅游业的增长,并带动酒店、餐饮、零售等行业营收增长。”全联并购公会信用管理委员会专家安光勇表示,举办城市可以借此机会展示自身的文化、历史和风貌,增强城市的独特性和吸引力。另外,城市还可以通过与赛事相关的文化活动、庆祝活动等方式,为游客和居民提供更多的文化体验,提升城市的品牌认知度。

数字化赋能文体旅融合

文体旅消费是居民消费升级的重要领域,文体旅产业是现代服务业的主力军,具有“一业兴、百业旺”的特点,三者融合发展是大势所趋。

时间拨转到今年7月底,国家发展改革委发布《关于恢复和扩大消费的措施》,明确提出要丰富文旅消费,促进文体体育会展消费。

据了解,杭州亚运会影响力大,覆盖面广、赛事质量高,国家体育总局、文化和旅游部借此机会在不久前以“跟着赛事去旅游”为主题,共同发布了2023年国庆假期体育旅游精品线路。

“近年来,体育赛事带来的流量正越来越多地转变为文旅消费的‘留量’。”在迎亚运2023文体旅融合促消费交流活动中,国家体育总局体育经济司司长杨雪鸲表示,体育赛事正与文化、旅游等“好朋友”携手,发挥出强大的互补优势。接下来,体育主管部门将进一步丰富文体旅融合的产品和服务供给,以丰富多彩的体育赛事活动为重点,促进体育与文化、旅游、康养等业态融合发展。

在缪沐阳看来,文体旅消费是居民消费升级的重要领域,文体旅产业是现代服务业的主力军,具有“一业兴、百业旺”的特点,三者融合发展是大势所趋,要以转型升级搭建融合新场景,以品牌活动带动融合新业态,因势利导打造融合新空间,盘活存量资产带动融合新动能,促进文体旅消费。

作为全国“数字经济第一城”,杭州市利用数字化技术整合“吃住行游购娱”以及亚运观赛等城市文旅服务,向全球游客提供“城市+赛事”的一站式服务新体验。

在杭州亚运会开幕式主火炬点火环节,上亿人次的线上数字火炬手“小火苗”汇聚在钱塘江上,在运动过程中逐渐形成一个数字人的形象。数字人手持亚运火炬来到杭州奥体中心上空,和



进入“亚运时间”的杭州市满城尽是亚运会元素。图为为杭州亚运会定制的,以“水韵潮涌”“弄潮儿”“时代宋韵”为主题的亚运观光车。视觉中国/图

现场的第六棒火炬手同时走到火炬台前,共同点燃主火炬,让无数观众直呼震撼。

与此同时,杭州亚运会还引入了“元宇宙”技术,推出了数字智慧服务平台——“亚运元宇宙”。据悉,该平台打造了亚运场馆、城市文旅、亚运个人藏馆三大创意空间,创造了亚运知识科普与问答、虚拟竞技、元宇宙观赛、智能互动、AIGC个人藏品等六大创新体验,并实现了用户以虚拟人方式游城、观赛和竞技的多种功能,为亚运观众提供“沉浸、精彩、互动”的“元宇宙”体验。

在文旅发展方面,6月1日起,杭州市分三期面向全球旅客派发100万份“亚运文旅大礼包”。截至目前,大礼包已派发两期,每份礼包含有杭州地铁畅行权益1份、景区畅游权益1份和中国移动赠送的百元通话畅聊权益一份。前两期幸运游客还可以获得赛事门票1

张,共计10万张。

此外,杭州市上线了“发现杭州·文旅总入口”和“亚运PASS·文旅一码通”,贯通观赛、入园、住宿、购物、交通等场景,持亚运会门票的游客可在当天刷码免费乘坐公共交通;杭州文旅惠民卡则是全国首张政府数字人民币文化保障卡,将杭州市主要文化旅游和体验休闲单位纳入服务内容,目前已有超40多万张惠民卡被成功申领。

“数字化让体育场景应用更广泛,还可以与旅游赛道更好融合。”迈点研究院方面分析认为,未来,在文体旅融合赛道下,还可推出融入体育竞技元素的文旅剧本杀、体验少数民族文化风情的乡村体育赛事以及彰显体育非遗传统的数字音乐节等产品和服务,或与酒店赛道融合,推出电竞酒店、大健康运动数字化酒店等。

深圳多措并举提振旅游消费

“双节”推动深圳文旅蓬勃发展

借着中秋国庆“双节”以及政策“东风”,深圳的文旅产业再度迎来高质量发展机遇。

9月15日,深圳市发展和改革委员会印发《深圳市关于促进消费的若干措施》,其中“激发旅游消费活力”明确深圳市文化广电旅游体育局等多部门要落实积极引进培育世界一流旅游头部企业、优化深圳旅游产品供给,深化对口地区旅游合作,加强对外旅游宣传,并在开通深圳国际直航客运航线的重点城市投放深圳旅游宣传广告,扩大入境游份额等举措。

与此同时,9月9日至10月31日,深圳文化广电旅游体育局推出价值百万的“爱满深圳”文旅消费券,吸引游客打卡心动地标。

据了解,此次文旅消费券发放细分消费人群,垂直精选面向

企业抢抓市场复苏机遇

华侨城集团多措并举助力深圳文旅蓬勃发展,也与其近年来聚焦主责主业、持续深化改革,推动专业化、市场化发展的实践和探索密不可分。

华侨城集团品牌与企业文化部副总经理李洋向记者介绍,华侨城集团不断顺应消费需求和市场趋势,旗下主题公园、自然人文景区积极抢抓市场复苏机遇,旅游业务掀起创收增收热潮,今年上半年累计接待游客7200万人次,同比增长93%。

“作为国内主题公园行业首个中国驰名商标,欢乐谷品牌也迎来25周年。欢乐谷结合新消费趋势,不断创新节庆亮点、推进产品迭代升级。这次邀请大家提前参观和

深圳情侣、亲子家庭市场,集合深圳城中优质约会景区,推出多项组合特色景区单次联卡,也同时联合深圳景区、酒店打造深圳特色文旅出行套餐产品,更加符合情侣、家庭出行度假场景。

借着中秋国庆“双节”之际,华侨城集团也多措并举提振深圳的文旅消费,以助力文旅产业高质量发展。

华侨城集团相关负责人向记者介绍,十一期间,深圳欢乐谷“迷你世界·冒险山”新主题区将全新开放。“迷你世界·冒险山”总占地面积3.5万平方米,是中国连锁主题公园第一品牌“欢乐谷”携手国内领先的沙盒创意平台“迷你世界”,以“IP共创”模式强强打造的全球首个“迷你世界”IP潮玩主题区。

围绕“迷你世界·冒险山”的全

体验的重点项目‘迷你世界·冒险山’,便是献礼欢乐谷品牌25周年推出的全新力作,也是华侨城集团高质量发展时期重要旅游产品和探索文旅融合的创新实践。”李洋表示。

与此同时,华侨城集团积极践行“一体两翼三功能”新发展模式,致力成为房地产行业的专业化开发商,助力城市发展。

据了解,今年以来,成功竞得无锡经开区、佛山禅城区、成都金牛区等优质地块,中标深圳前海石公园桂湾段代建运营项目;东莞松湖原岸项目、顺德天鹅堡二期项目、徐州湖东道项目实现开盘热销,地产标准化体系建设取得阶段性成效。

新开放,深圳欢乐谷以“一起趣冒险”为主题,打造了“2023深圳欢乐谷迷你世界·冒险山全新开放暨欢乐谷25周年魔幻盛典”,“双节”期间,活动精彩纷呈。

“深圳欢乐谷邀请了国内外知名魔术师,与艺术团演员一起在全国各大街头舞台进行演出并与游客零距离互动大型原创魔术秀,深圳欢乐谷两大大型原创都市魔术情景剧《追梦》《魔秀》倾情上演,向观众展示欢乐谷魔术表演的魅力,让观众沉浸在魔法的世界中。此外还有街头欢乐魔法秀,‘西部矿镇魔法派对’和‘魔技互动秀’欢乐开启,与游客一起打开目眩神迷的魔法世界。”华侨城集团相关负责人表示。

与此同时,华侨城集团旗下的深圳世界之窗在“双节”期间,也推



深圳欢乐谷。摄影/陈靖斌

出“第五届世界之窗国际街头艺术节”,殿堂级的艺术和街头文化、燃爆现场的狂欢大巡游,为游客献上一场又一场视觉盛宴。

此外,深圳世界之窗还有潮音视听盛宴。“全新的百老汇舞台,将

经典复古百老汇风格与现代时尚科技的埃菲尔铁塔舞台完美融合,打造出了世界级戏剧式文化舞台;汇聚全球顶级演出剧目,结合声光电,给观众带来全新观演体验。”华侨城集团相关负责人向记者表示。

施还不完善,一些旅游景区的基础设施建设还有待提升,例如交通、停车等问题,影响了游客的出行体验;一些旅游产品缺乏创新和差异化,同质化现象比较严重,需要提供更加多样化的旅游产品;旅游服务质量参差不齐,一些旅游从业人员的服务意识和专业素质有待提高,需要加强培训和监管,提升服务质量。

对此于玫建议,深圳可以加大基础设施建设力度,提升旅游景区的交通、停车等配套设施,改善游客的出行体验。并且鼓励旅游企业创新,推出更具特色和差异化的旅游产品,满足不同游客的需求。此外还要加强旅游从业人员的培训和管理,提高服务质量和专业素

养,营造良好的旅游环境。

中国数实融合50人论坛智库专家洪勇也向记者建议,在创新旅游产品方面,结合深圳的文化、科技和创新优势,推出独特的旅游产品和体验,如与科技、互联网相关的旅游项目、创意主题公园等,吸引更多游客。

“在加强文化交流方面,深圳作为一个多元文化融合的城市,可以通过举办文化活动、展览和演出等形式,加强与国内外游客的文化交流,增加旅游的文化内涵。此外,深圳在发展可持续旅游方面,还可以注重环境保护和可持续发展,将生态旅游和低碳旅游纳入规划,倡导游客文明旅游,与旅游业共同推动可持续发展目标。”洪勇表示。