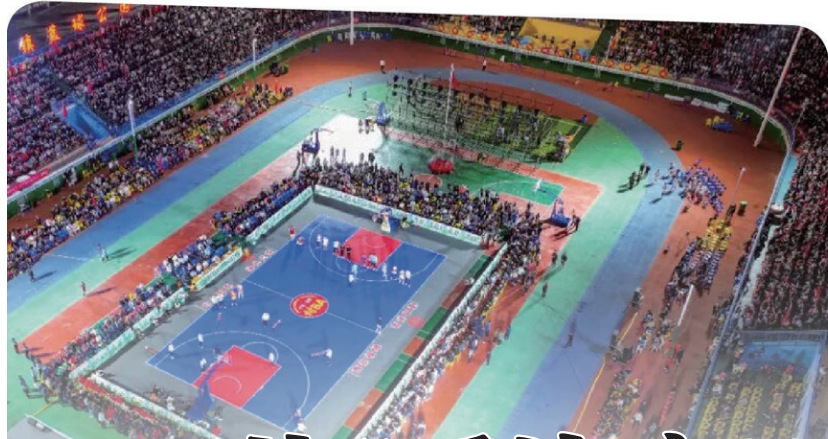




# 从“看比赛”到“逛集市”

——洪雅县借乡村体育赛事IP打造沉浸式文体消费新场景

■ 周其运 徐晚秋

近年来,四川省洪雅县以2026“洪雅好物杯”和美乡村篮球大赛为重要抓手,持续做强乡村体育赛事IP,打造沉浸式文体消费场景,把短期赛事流量持续转化为县域经济增量。当地立足优良生态与山地运动资源禀赋,坚持顶层统筹、阵地先行,IP赋能、业态联动,探索出一条“体育+康养+文旅+乡村振兴”的融合发展路径。

## 夯实硬件底座,筑牢赛事经济发展根基

洪雅县坚持设施先行、体系配套,统筹推进县、乡、村三级公共体育网络建设,补齐乡村文体设施短板,构建常态化群众赛事举办机制,为文体旅深度融合夯实硬件基础、厚植群众根基。针对过去乡村体育场地偏少、大型赛事缺少承载空间、群众健身点位布局不均等短板,洪雅县依托“千万工程”和美乡村建设项目,高标准推进瓦屋山镇全民体育活动中心建设,场馆于今年7月正式投入使用,配套室内风雨篮球场、室外运动公园、生态停车场等功能区域,可容纳2000余名观众同时观赛,补齐瓦屋山镇缺少标准化大型公共赛场的短板,为“村BA”常态化落地举办提供核心物理载体。

同时,以瓦屋山镇全民体育活动中心为示范支点,洪雅县系统织密县城、乡镇、村(社区)三级体育设施网络,持续实施农民体育健身工程、镇村健身广场升级改造、学校体育场馆错峰对外开放等民生工程,高标准建成县城15分钟健身圈。目前,全县人均体育场地面积达到3.27平方米,高于全国平均水平,城乡群众就近健身需求得到有效保障,全民健身硬件条件实现跨越式提升。

在完善硬件配套的同时,洪雅县持续健全全民健身活动体系,建立“月月有赛事、季季有活动、年年有亮点”群众体育运行机制。瓦屋山镇乡村篮球赛事自2006年首届农民运动会起

步,历经20余年持续培育,2023年入选全国首批群众“三大球”精品赛事案例。全县年均组织篮球、登山徒步、滑翔伞、山地骑行等各类全民健身赛事活动50余场次,城乡群众参与覆盖面不断扩大,全民健身由阶段性活动转变为城乡居民常态化生活方式。

## 深耕乡土IP,放大赛事引流集聚效应

洪雅县坚持草根办赛、文化赋能,降低参赛门槛,深度植入本土民俗文化元素,强化赛事IP辨识度与传播力,依托赛事集聚避暑客流,持续激活山野乡村烟火气息。

瓦屋山“村BA”坚持去专业化、全民可参与的草根办赛定位,迅速出圈、持续引爆夏日流量,赛事不设置专业运动员准入门槛,12支参赛队伍全部由各乡镇村民、返乡创业青年、基层干部、个体经营从业者自发组建,不限年龄、不限职业,普通群众站上赛场即可成为赛事主角。开赛以来,赛场日均观赛客流突破8000人次,本地居民、周边游客、避暑人群齐聚场馆共同呐喊助威,青山环抱之下的乡村赛场氛围感持续升温。

与此同时,洪雅县跳出单纯竞技办赛的传统思路,把本土非遗民俗展演嵌入赛事流程,打造“篮球竞技+民俗展演”的特色观赛体验。赛事休息间隙,牛儿灯、打连箫、青羌特色舞蹈等非遗节目轮番登场,搭配现代文艺表演同台呈现,传统乡土文化与现代潮流表达交相辉映,既丰富观赛体验,也搭建对外展示洪雅乡土人文风貌的窗口,让远道而来的避暑游客在观赛之余沉浸式感受地域文化魅力。

聚焦拉长热度周期,当地赛事配套增设明星邀请赛、特色表演赛等多元环节,推动线下实景观赛与线上新媒体全域传播双向发力,持续扩大瓦屋山“村BA”品牌对外影响力,将乡村篮球打造成为洪雅夏季避暑季标志性流量入口。源源不断的游客慕名前来观赛纳凉、休闲度假、住宿、餐饮、短途游览需求同步释放,为后续消

费场景转化积蓄充足客流基础。

## 创新消费场景,释放避暑产业增长动能

洪雅县坚持业态联动、场景闭环,打破单一办赛运营模式,构建“体育赛事+乡土市集+文创展销”一体化消费场景,做好流量承接转化文章,把短期观赛人流转变为县域经济长期增量。

当地以篮球场为核心节点,在场馆周边临街区域连片打造洪雅好物集市、文创展销专区,构建起“观赛助威+休闲逛集+品尝特色美食+选购文创伴手礼”的闭环式昼夜消费场景,有效拉长游客停留时长,激活夜间避暑消费市场。集市坚持农户、手艺人、本土商户直营模式,分区展销瓦屋春雪高山茶、藤椒油、江志忠牛肉、雅妹子有机腌腊等特色农产品,以及竹编手作、小熊猫主题文创、山水主题装饰画等文创产品,摊位日间夜间常态化开放运营,精准匹配游客观赛散场、夜间散步、避暑休闲的消费习惯,让藏于深山的特色农产品、非遗手工艺品直面终端消费市场,拓宽农户、本土经营主体稳定增收渠道。

依托“赛事引流、集市留客、好物增收”一体化运营模式,洪雅县串联起体育赛事、生态观光、农特产品展销完整产业链条,丰富全域夏日文旅消费业态,推动体育惠民、文旅增收、乡村振兴协同发展。本届瓦屋山“村BA”凭借长赛程、高热度、广传播优势,线上线下联动宣传推介,累计吸引游客超100万人次,避暑民宿、特色餐饮、农特产品销售市场活力全面释放,生态资源成功转化为产业发展成效。

从一座现代化乡村球馆落地投用,到一场全民参与的篮球盛宴火热开赛,再到一条联动文旅农商的增收链条,洪雅县持续深耕“全民健身+康养洪雅”品牌矩阵,不断完善乡村文体配套设施,持续丰富特色赛事供给,迭代升级文体旅融合消费场景,推动赛事流量稳定转化为经济增量,以体育产业赋能县域经济高质量发展,书写和美乡村建设新篇章。



# 赛场燃激情 云端卖好物

——固原“村BA”领跑体育消费新赛道

■ 杨付龙

地处六盘山东麓的固原市,是陕甘宁蒙交界的特色文旅节点城市,也是宁夏回族自治区冷凉特色农业核心产区。近年来,固原深挖群众体育经济价值,创新打造“村BA+直播带货+品牌宣传”融合发展模式,把乡村体育赛事作为撬动县域消费、激活乡村业态、赋能产业升级的重要抓手,通过赛事聚人气、流量转销量、品牌拓市场,推动体育、农业、文旅、电商资源深度融合,构建起“体育搭台、业态联动、消费提质、富民兴村”的乡村经济高质量发展新格局。

## 赛事搭台聚人气,乡土盛会激活消费市场

固原立足本土特色文体资源,以常态化乡村篮球赛为载体,打造接地气、聚民心的乡村盛会,为乡村经济发展集聚人气。

不同于商业化职业赛事,固原“村BA”既有扎根乡土、全民参与的农民篮球争霸赛,又有覆盖西北五省甚至全国各地的篮球邀请赛,全年赛事活动持续不断,成为极具西海固辨识度的乡村文化标识。

原汁原味的乡村赛事,既丰富了基层群众精神文化生活,展现出新时代乡村昂扬奋进的精神风貌,更有效撬动线下乡村消费市场。每场赛事同步配套美食市集、农特产品展销、非遗

文创展示等活动,六盘山牛肉、西吉马铃薯、冷凉蔬菜、乡土小杂粮等特色农产品及砖雕、擀绣等非遗好物集中亮相,构建起“观赛事、品美食、购特产、赏非遗”的沉浸式消费场景。2026年第二届“生生不息”县(市、区)共同富裕篮球联赛全国总决赛直接带动消费260万元,其中黄牛肉销售额为64万元,农产品及美食销售额为32万元,汽车家电展销引流到店消费164万元。

## 电商借力转流量,数字赋能拓宽增收渠道

立足数字乡村建设和“数商兴农”战略部署,固原精准把握赛事流量红利,搭建直播电商专属阵地,实现赛事人气向实体经济销量的高效转化,破解山区农产品外销难题。

固原将每场大型“村BA”赛事作为电商带货黄金契机,常态化开设赛事专属直播专场,构建“赛事引流+直播推介+产地直销”的闭环发展模式,打通农特产品线上上传销通道。火热的赛事场景持续引爆线上传播,快手、抖音等平台相关话题引全网关注,让固原乡村风貌和本土特色产品走出大山、走向全国,将赛事“流量”转化为产业发展“增量”。

依托赛事热度,本土主播、村干部、返乡青年、乡村作家纷纷入局直播赛道,创新打造“文体+文旅+文创”融合带货模式,结合六盘山地域特色、农产品优势、乡土人文故事等沉浸式推介

产品,大幅提升消费者认可度。如2023年固原市西吉县全国和美乡村篮球大赛西北赛区选拔赛中,本地乡土主播现场推介六盘山牛肉、胡麻油、小杂粮等农特产品,线上直播销售额达82.36万元,线上线下展销合计销售额达236.22万元,达成意向订单212.3万元,实现文化流量与经济收益双向转化。

## 品牌赋能塑IP,长效运营激活全域动能

固原跳出短期赛事经济思维,以“村BA”全域传播势能为抓手,深耕区域品牌建设,推动特色产业提质升级,实现从“流量爆红”向“品牌长红”的跨越发展。

在区域品牌体系建设层面,依托“村BA”全域传播窗口与线下展销平台,整合全域特色农业资源,统一产品标准、品牌包装、宣传推广,凝聚合力推动农产品发展模式迭代升级,从单纯售卖初级原料,转向售卖优质品质、地域品牌与乡土文化、彻底扭转农产品“优质不优价、有名无品牌”的被动局面。

2025年,固原市全国农民篮球赛(村BA)邀请赛暨丰收大集促消费赛事期间,全市累计有58家本土企业参与线上线下展销,41个特色市集摊位常态化运营,集中展示展销六盘山特色农产品与文创产品,本土农产品品牌市场化、规模化变现能力持续增强。

编者按 伴随着全民健身理念深入人心,我国体育消费不断突破传统边界,消费场景持续拓展,新业态、新热点不断涌现,成为赋能经济高质量发展的重要力量。近年来,各地加快体育消费载体建设,持续培育户外运动、赛事观赛、智慧健身、体文旅融合等消费业态,不断丰富产品供给、优化消费环境,有效激发群众运动消费热情,实现全民健身事业与体育产业互促共进。本期《一线调查》撷取福建厦门、四川洪雅、宁夏固原三地以体育赛事为抓手,联动文旅、餐饮等业态,持续优化产业结构、拉动消费增长、带动城市发展的实践,以窥体育消费背后的发展新动能。



# 以赛聚势 全域联动

——厦门探索体育赛事流量向消费增量高效转化

■ 黄巧敏

近年来,福建省厦门市依托促进体育消费和赛事经济国家试点优势,持续推动体育消费规模、产业结构、消费场景全方位升级。今年以来,随着本土IP“闽超”赛事的全面打响,票根经济、全城第二现场、赛场嘉年华市集等新业态深度联动,赛事流量实现了向实体消费增量的高效转化,体育产业已成为拉动厦门城市经济高质量发展的强劲引擎。

## 多措并举夯实基础,提升产业规模

厦门多年来持续夯实体育产业底座,坚持培优育强、集群发展,实现了综合能级的稳步攀升、产业规模与质量的双提升。当地注重龙头企业培育,推动龙头企业总部与产业链上下游协同集聚,产业集群优势突出,产业示范载体数量持续扩容。截至目前,全市累计拥有11个国家级体育产业基地(项目)、23个省级体育产业基地(项目);形成安踏、特步、匹克、361°等一批全国乃至全球知名体育龙头品牌。2024年厦门市体育用品制造业入选国家体育总局《促进体育赛事经济、体育用品制造业发展第二批实践案例》。

与此同时,厦门坚持强链补链延链,推动体育制造向“智造”升级,构建起配套完整的产业体系。当前,厦门已成为亚洲最大健身器材出口基地,全球家用跑步机市场占有率领先,每10台家用跑步机就有6台产自厦门,体育制造实力稳居全国前列。

消费端同步保持高速增长,居民体育消费习惯持续养成、消费能级稳步提升。2025年,全市居民人均体育消费达3887.98元,为2020年的1.7倍,人均体育消费支出占居民人均生活消费支出比重达7.6%,体育消费已成为居民常态化、品质化重要消费品类。

## 赛事经济强势赋能,释放经济效益

厦门坚持以赛事引流、以IP促消费,常态化落地高端国际赛事,培育本土全民赛事,构建“国际顶级赛事+本土特色赛事”双轮驱动格局,赛事经济综合效益持续放大。当地不断优化赛事政策,常态化实施财政补助扶持,自2020年底《厦门市高水平体育赛事补助管理办法》实施以来,全市累计发放赛事补助2698万元,单项赛事补助比例最高可达办赛成本的40%。

近年来,厦门高端赛事供给持续丰富,城市赛事IP国际影响力不断提升。当地成功落地世界田联钻石联赛、苏迪曼杯世界羽毛球混合团体赛等5项国际A类顶级赛事,年均举办国内外高水平赛事约40场。以举办苏迪曼杯为契机,厦门通过独家代理权方式成功引进北京专业赛事售票平台“看个比赛”,赛事累计创造票房4000万元,补齐全市专业赛事运营服务短板。目前全市70%以上高水平赛事实现市场化自筹资金办赛,赛事产业自我造血能力显著增强。2025年,全市

高水平赛事举办数量创新高至58项,直接创造经济效益超45亿元。2026年厦门马拉松吸引全球38个国家和地区约3.5万名跑者参赛,实现综合经济效益19.8亿元,交出亮眼“成绩单”。

在本土全民赛事方面,厦门坚持全民共享,全城参与,构建起覆盖广泛、群众踊跃参与的本土赛事体系。2026年“闽超”足球联赛成为赛事经济新亮点,赛事立足八闽本土、聚焦全民参与,采用长周期、周末黄金档赛程,群众参与度高、传播覆盖面广,形成稳定跨区域观赛吸引力,全民观赛热潮高涨,持续带动餐饮、出行、商圈消费升温。除了厦马、“闽超”等热门赛事,村居篮球赛、鹭江横渡、近郊运动会等草根赛事广泛开展,覆盖不同年龄段人群,真正让体育成为“人民的赛事”。

## 消费场景创新升级,构建全域消费体系

厦门持续创新体育消费场景模式,通过票根经济数字化升级、全城第二现场联动、赛场特色市集扩容,构建“主场观赛+全城联动+场景沉浸式消费”的完整消费闭环,体育消费场景丰富度、活跃度位居全省前列。

当地借助票根经济实现全域升级,创新推出银联云闪付“票根码”模式,打破传统单次票根消费局限,升级为全城通用消费凭证。市民通过上传赛事票根,实名认证核验即可领取专属票根码,实现一码多用、全域通用。依托“一码两清单”机制,全市建立完善合作商户、优惠活动双清单体系,精准将赛事观赛流量转化为城市消费“留量”。目前全市票根码合作商户达433家,覆盖餐饮零售、景区场馆、酒店住宿、赛事市集等业态,累计带动合作商户消费742万元。

同时,厦门整合大明广场、嘉禾良库、联发东南天地等网红街区及各大核心商业综合体,设立官方赛事第二现场观赛点,在第二现场构建全城联动消费格局。各点位通过高清大屏实时转播、歌手暖场演出、运动互动体验等形式,打造沉浸式全城观赛氛围,配套开展多元促消费活动,系列活动累计带动人流超100万人次。

此外,当地积极围绕赛事主场馆打造沉浸式嘉年华市集,设置厦门老字号、闽南特色美食、潮流闪购等主题专区,创新打造闽南特色“茶桌仔”休闲场景,复刻老厦门市井烟火氛围,实现观赛、休闲、消费深度融合。全市体育场景示范成效突出,环东海域浪漫线成功入选全国首批国家水上(海上)国民休闲运动中心试点单位,先后获评2021年和2025年中国体育旅游精品路线、福建省“十四五”文化和旅游重点项目等殊荣,优质体育消费载体持续扩容。

当前,厦门已形成高端赛事引领、本土赛事赋能、全域消费联动的体育消费发展新格局,赛事流量向消费增量的转化通道持续拓宽,体育消费正持续助力厦门国际体育名城建设与经济高质量发展。

