

本报记者 洪漩文/摄

近年来,南北湖半程马拉松、跑山赛、徒步大会等赛事连续举办,借助于一系列体育赛事活动,拥有优越地理条件、自然环境以及众多品牌赛事的海盐南北湖,是如何实现体育和旅游“1+1>2”的效应,并且打造“旅游+体育”品牌,实现两者共赢呢?

南北湖景区已经走过了30多年的发展岁月,当置身于传统单一的观光型旅游景区逐渐失去竞争优势的大环境下时,南北湖顺应“体育+旅游”的新型发展模式,向复合型景区转型升级。而这不仅提升游客的旅游体验,更是为景区未来的可持续发展带来了新的机遇。



目前,南北湖每年固定开展并且形成品牌赛事的有一年两季的半程马拉松、跑山赛以及徒步大会。自主赛事让景区变成了一个大舞台,汇聚来自四海八方的运动爱好者。每季度的半程马拉松至少有 1000 名选手参赛,而徒步大会更是高达 2000 人以上。在讲究体验经济与分享经济的当下,选手们

由此可见,南北湖也正深入挖掘体育旅游这片蓝海,户外运动比赛俨然成为景区的热门“IP”,“月月有活动”成了景区的一大特色。



王少波表态,未来的南北湖,将会延续体育旅游的运营模式,将南北湖的地理区位与自然资源优势相结合,引进丰富的体育赛事、体育活动,开发壮大南北湖体育旅游项目,完成产业升级和可持续发展。

