

赛与城的必答题杭州如何做？

本报记者 易龙吟

近日，国际自行车联盟(UCI)官网官宣了UCI Gran Fondo世界系列赛杭州站将于今年9月6日至7日举行。这是该项全球顶级的骑行赛事首次在国内举办，也是杭州在亚运会后的首场国际A级自行车赛事。2025年开春以来，之江大地已然劲吹“赛事之城”风，站在“后亚运、两万亿、超大城市”新起点上，杭州在这条以“赛”铺就的高速路上，让经济成效、城市发展、国际影响这几架马车齐驱。杭州为何接连承办大赛？如何做到接连承办大赛？

数字背后的经济价值

“70588”。3月25日晚在杭州“大莲花”进行的世预赛中国对阵澳大利亚的现场不仅创下中国足球赛事现场观众人数新纪录，也为杭州打造国际高水平“赛会之城”添上了厚重一笔。

赛事期间，无论是场内草坪精细到“毫米级”的精细养护，还是场外八方来客衣、食、住、行、游的全方位服务，让全国观众看到了杭州这座亚运之城的内核实力。

比赛当晚，市区接待过夜游客21.1万人次，环比上周增长4.5%，酒店入住率达63.2%，环比上周提升2.8个百分点。其中，“大莲花”所在的钱江世纪城区域酒店，接待过夜游客环比上周增长27.2%，其中省外游客占82.7%；酒店入住率达89.4%，环比上周提升11.1个百分点。按外地球迷约占购票人群的60%测算，本场比赛直接带动包括交通、住宿、餐饮等旅游消费3.08亿元。

除此之外，连续落户杭州6年的世界羽联世界巡回赛总决赛已经成为一年一度的羽毛球迷的年终盛宴。2024年，羽毛球世界羽联世界巡回赛总决赛仅门票一项收入就达到了4000万元。

不仅是国际大赛，2025富阳半程马拉松汇集了23个国家和地区的10000名跑者，实现经济收益近2000万元，其中，“住”和“行”上直接转化为414.7万元消费，“吃”“游”“娱”“购”上间接带动消费约为1350万元。2025环浙步道系列赛余杭站暨径山徒步大赛上，两千多名参赛选手用脚步丈量江南春色，两天时间，余杭径山当地的20余家民宿预订量较平时上涨了20%~30%。

“跟着赛事去旅行”的消费趋势，成为杭州推动体旅深度融合发展的生动缩影。

亚运场馆串联城市新动脉

同样作为亚运场馆，临平体育中心体育馆今年首次迎来了世界空手道联合会高水平精英赛事之一——K1超级联赛。这也是该项赛事继2019年在上海举办后，第二次落户中国。时隔6年再次回到中国，K1联赛为何选择临平？这背后，天时、地利、人和缺一不可。

亚运会期间，临平体育中心在23天的赛程中接待了来自38个国家和地区的62支队伍，完成301场比赛，获亚洲空手道联合会“特别贡献奖”。亚运会后，临平就与亚洲空手道联合会、国家体育总局拳击跆拳道运动管理中心、中国空手道协会等单位共同签署了“世界空手道赛事名城”战略合作协议。亚洲空手道学院、亚洲空手道训练中心相继落户临平。

此外，临平秉持“周周有活动、月月有赛事、季季有盛事”的理念，过去一年里，覆盖洲际、全国、省级、区级的空手道赛事，接连登场；空手道体教融合项目顺利推进空手道运动普及率不断提高。可以说，亚运会之

后，临平成功地将空手道这项运动“留”了下来，空手道也已然成为这座城市的独特品牌，推动着城市的发展。而在临平老百姓的眼中，“见”到的不仅是世界顶流选手，更是通过赛事激发和显现城市独特文化的培育与维护。

此外，杭州亚运会时，国际划联主席托马斯·科涅茨科观摩比赛时就对富春山水盛赞不已，杭州也紧抓机遇与国际体育组织建立起紧密联系。去年5月，国际皮划艇联合会杭州代表处的正式揭牌，不仅成为浙江首个正式设立和开展运营的国际体育组织分支机构，填补了杭州乃至浙江的国际体育组织总部设立的空白。而这也促成了2024年国际皮划艇联合会杭州超级杯顺利举办，当时来自36个国家和地区的529名顶尖运动员齐聚富阳，让富春山水魅力，再度通过赛事向世界递出名片。

都说“赛事见城市”，当体育融入城市基因，一场赛事便是一次生动的城市品牌文化展演。



赛会流量沉淀为城市记忆

作为“后亚运元年”的2024，杭州举办了极具影响力的国际性赛事28项，赛事品质和影响力大幅提升。今年，杭州计划举办360余场区县以上的体育赛事，其中国际级和国家级赛事有50余项，涵盖足球、羽毛球、皮划艇、马术等60多个运动项目，在“元年”基础上再创新高。

杭州为何能频频吸引国际赛事落户？这背后，是杭州对于体育赛事的精准布局 and 深远规划。一场亚运盛会，不仅为城市留下了世界级的体育场馆，更激发了杭州对于体育赛事的热情和信心。通过举办重大体育赛事，杭州看到了提高城市的国际知名度的方式，以及促进城市产业转型升级和经济高质量发展的契机。

今年1月，杭州制定出台《杭州市大力提振消费，打造“赛会之城·购物天堂”三年行动计划》配套实施细则，明确体育促消费系列政策；以建设“高质量户外运动目的地”为目标，建设以优势项目为主、多种项目融合的户外运动场景，塑造水上、山地、低空、骑行、冰雪运动五大户外运动产业链，推动户外产业集聚、产业融合发展；依托省级以上体育产业优秀项目，打造户外运动营地、体育主题度假村、运动研学基地等体旅融合产品。

纵观后亚运时代的浙江，以体育搭台，唱消费大戏，为全民构建体育消费新场景已形成省内各地的“新共识”。

作为国家首批“奥运冠军之城”，近年来，宁波市同样大力推动“赛事之城”建设，通过引进高端赛事、培育本土IP，全面提升宁波的国际知名度和影响力。2025亚洲羽毛球锦标赛，6天的比赛外地观众占比49%，宁波奥体中心周边酒店一房难求。第十五届全国运动会乒乓球项目（成年组）资格赛，共吸引超8万人次到场观赛，票房总收入近3000万元，创宁波单项赛事票房新高，直接拉动各类消费收入超1.8亿元。

温州市把赛事经济打造纳入市级“地瓜经济”提能升级“一号开放工程”，利用体育赛事带动相关产业优化发展，推进“体育+”产业融合，打造体育旅游精品线路等产品新业态。去年温州市体育及相关产业总规模568亿元，体育产业增加值196.76亿元，占全市GDP比重为2.3%。

对于各地政府而言，如何实现体育赛事与城市的双向奔赴，已然成为打造“赛事之城”的“必答题”。今年在国家大力提振消费的大背景下，这些遍布在浙江大地的全民健身赛事如何凭借体育浪潮焕发地方经济新活力，令人期待。

