

场内赛事GoGoGo,场外市民购购购 杭州体育热带动消费潮

本报记者 谢嘉伟/文 组委会供图

这个夏天,“浙BA”持续火爆。在杭州,精彩对决在赛场内不断点燃球迷激情的,在赛场外,这股激情也撬动了“体育+消费”热潮。

对于杭州来说,塑造体育“搭台”,消费“唱戏”的模式已是轻车熟路。当前,依托“浙BA”这把火,杭州又以“票根经济”和“场景融合”为破题点,让场景“秀出来”、商家“动起来”、居民“走出来”、消费“火起来”。近日,杭州推出一系列“浙BA”促消费举措,不断释放体育促消费的巨大潜力。

A 赛事大年,为杭州体育消费埋下火种

杭州这波由体育赛事引起的消费热潮并非“空穴来风”。2025年新年第一天,中国·杭州CBSA斯诺克巨星邀请赛就拉开年度赛事的巨幕。3月25日,国足世预赛中国队对阵澳大利亚队的现场观赛人数达70588人,不仅创造了中国男足主场比赛现场观战人数的新纪录,也让周边消费赚得盆溢钵满。而整个2025年,杭州计划举办国际级和国家级赛事50余项,涵盖足球、羽毛球、皮划艇、马术等60多个运动项目,远超2024年36个运动项目,其中蕴藏的消费潜力不可小觑。

而从实际来看,当下杭州体育赛事创造消费增长的背后,所显现出的正是杭州打造“国际赛事之城”的清晰路径。

今年3月,杭州成功入选国家体

育总局“促进体育消费和赛事经济”试点。此外,《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(2025—2027年)》也在3月印发。6月,“杭州赛会之城”基金正式启动,首期规模达1亿元,重点布局赛事运营、数字消费等核心赛道,通过市场化运作推动杭州赛会产业生态全面升级。一系列带着赛事、体育、消费、经济关键词的组合拳快速落地,也正不断推动杭州以赛事为抓手,激发消费新活力,为城市高质量发展开辟新增长极。

杭州市体育局相关负责人表示,通过推进“杭州赛会之城”打造,充分将体育与消费板块联动,促进产业升级,杭州也将依托赛事资源优势,吸引社会资本共同参与,助力杭州打造国际赛事目的地。

B “浙BA”大潮,消费券撬动经济流量

对于广大爱好体育的浙江老百姓来说,2025年的夏天是属于“浙BA”的。而对于杭州这座城市来说,有了一系列大型赛事的“前车之鉴”,以及各类政策的“保驾护航”,稳稳接住“浙BA”这波消费流量自不在话下。

8月15日晚,“浙BA”城市赛揭幕战杭州VS诸暨落幕,杭州文旅发出的“十三邀”随即生效:无论输赢,比赛结束后的次日零时起,所有客队所在地居民在赛后3天内,可以在杭州享受包括免费旅游、免费吃喝、免费体验在内的40项诚意满满的文旅大礼包。杭州市旅游经济实验室的统计数据显示,揭幕战当天,杭州市到访外来游客152.4万人次,同比增长2.5%;钱江世纪城区域的酒店接待人次同比增长22.9%,入住率攀升至74.9%。此外,在“浙BA”比赛期间,杭州各区、县(市)共策划13大类

夜消费主题,通过联动特色美食、老字号、特色农产品、等经营主体,在全市商圈、特色街区等商业空间推出100个以上的融合“浙BA”等体育元素特色市集(含夜市)和100个观赛空间。

不仅让市民“玩得好”,还要“购得惠”。自7月26日以来,杭州开启了“撒券”模式。截至8月22日晚24:00,第三轮消费券发放结束,在不到一个月的时间内,核销547.37万元,涵盖250余家商家,覆盖全市运动消费场景,包括李宁、特步、捷安特等在内的专业运动服装、运动装备专卖店,迪卡侬等运动卖场,以及户外运动休闲、运动健身场所及部分体育培训机构都可使用,带动直接消费2400.84万元,让百姓无论在健身、购物还是上课都能享受福利。



“浙BA”杭州赛区现场

C 精彩不止,票根还能继续“薅羊毛”

在当下的杭州,除了各类体育消费券为人们开启“购购购”模式之外,“浙BA”票根也成了“消费钥匙”。

杭州以票根经济结合商超、餐饮、文旅、体育等消费券发放,带动“场内场外、线上线下、市内市外”各类消费场景融合发展。同时,通过“杭州演赛展消费礼遇卡”发放专项“观赛红包”,凭借“观赛+礼遇卡”身份,就可享受餐饮、商超、体育、景区、住宿、演艺等优惠,将观赛门票转化为可核销的数字“消费通行证”,实现“一张门票多重权益”。

7月11日晚,随着2025浙江省城市篮球联赛(“浙BA”)杭州赛区比赛正式开打,杭州西博消费季2025七彩夜杭州·仲夏消费季暨余杭完美生活嘉年华也同时在余杭区启幕。杭州联动各区、县(市)将组织上百场市集活动,发放超5000万元餐饮、商超消费券。2025“浙BA”杭州欢购季也正式开启,市民游客持“浙BA”杭州区域赛观赛门票可在全城范围内享

受餐饮、商圈、酒店、景区送出的千万福利。

作为“浙BA”杭州赛区半决赛、决赛的主赛场,杭州运河体育公园体育馆周边近60家商户推出“浙BA票根权益”活动,2天里有3000多名消费者兑换权益,直接拉动消费50余万元。周边商场客流同比增长50%,销售额同比增长30%。

杭州市体育局相关负责人表示,通过体育消费券的不断发放,以及大力发掘“票根”背后的经济增量,就是要让观众从“看完球就走”变成“来了就不想走”。而今年除了“浙BA”外,还有一系列重磅赛事将在杭州举办,杭州也会在这些赛事举办期间,不断探索和创新体育消费的新模式,为市民和游客带来更加丰富多样的消费体验,满足消费者对于专业、时尚、个性化的体育消费需求,推动体育与消费的深度融合发展,让体育成为推动城市高质量发展的新引擎,助力杭州不断深化“赛”“会”之城建设。



8月15日,“浙BA”城市赛揭幕战杭州VS诸暨开战,场馆外的浙里潮集吸引了大批市民。



7月27日,“浙BA”杭州赛区半决赛,杭州运河体育公园体育馆周边近60家商户推出“浙BA票根权益”活动。