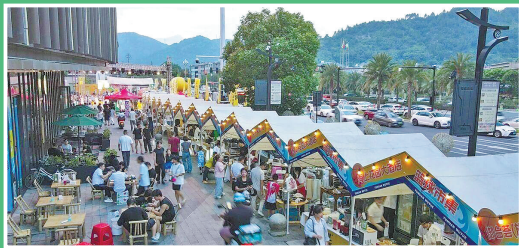


台州玉环：深耕赛事IP 激发城市活力

通讯员 曹思思 洪如梦 本报记者 钟 樑



6月21日晚,端午小长假尾声,台州玉环漩门湾文化公园端午市集圆满落幕,市民满载特色小吃、文创好物陆续离场。

端午假期,“竞渡玉环湖·品味海屿岛”2026年玉环市龙舟邀请赛系列活动火热举办。这不仅是端午传统民俗体育盛会,更是玉环深耕“看比赛来玉环”IP、持续推进“体育搭台、经济唱戏”的鲜活实践。

如何把赛事“流量”转化为消费“增量”?玉环以一场场精品赛事,走出一条赛事引流、产文旅商融合的特色发展之路。2025年以来,累计承办省级及以上重点赛事24场,直接拉动关联消费超5000万元,体育活力成为撬动城市消费、激活片区文旅、赋能市井烟火的新引擎。



“精雕”服务 消费“触点”越做越细

6月19日端午佳节,全省20支龙舟队、300余名队员挥桨击水、劈波逐浪,岸边观众欢呼声、加油声此起彼伏。比赛之余,玉环市龙舟协会爱心志愿者准备了800多卷当地特色小吃——锡饼,为远道而来的参赛选手送上“玉环味道”。赛场外,龙舟体验区同样火爆,市民和游客排队上船,在专业教练的指导下握桨、入水、划动,切身感受“同舟共济”的热烈氛围。

“这次龙舟赛场内外参与人数创下历史之最,端午节当日仅杭州、温州、新疆等地游客就有500多人。”浙江省龙舟协会副会长、玉环市龙舟协会会长徐长国说。

温州苍南追风龙舟队队员高塘泽对此次玉环之旅非常满意:“湖面宽敞,划起来特别有手感,主办方还贴心准备了这么多活动。”

端午节当天,借着龙舟赛事,玉环湖片区单日到场观赛游客最高峰突破2万人次,小长假三天玉环湖片区人流量较平日翻了好几番。

一场龙舟赛足以窥见玉环的赛事魅力。人流来了,消费如何“接得住”?玉环的办法是将服务产品化。根据不同赛事特点,设计面向运动员的“参赛包”和面向观众的“观赛包”,文旦酥、火山茶等“玉环好物”随包来到选手、观众手中,形成“赛事选品-体验反馈-社交分享-二次复购”的闭环。这些风物,不再是简单的赠品,而是城市推介的“第一触点”。

今年浙江省城市足球联赛期间,“幸运君烘焙”的文旦酥因口感出众,被观众自发在小红书发帖寻求复购。“通过这样的平台,不仅对外宣传了玉环特色产品,也提振了我们商家的信心。”“幸运君烘焙”

主人丁燕华说。

玉环还利用“票根经济”延伸消费触点。每场赛事期间,体育、文旅、商务、农业等部门联动,整合景区、酒店、餐饮、零售等资源,推出“凭票根享折扣”统一行动。今年全国青年田径锦标赛期间,约1400名参赛人员在玉环停留4至5天,赛事带动食宿消费达400万元。内蒙古队连续两年赛后主动留玉环游玩,将赛事之旅延伸为文旅体验。

“通过‘精雕’服务,把赛事‘一日热’变成了旅游‘多日留’。这两年,一人参赛、多人消费,一日比赛、多日停留的效应正在显现。”玉环市体育事业发展中心副主任林素华表示。

同心办赛 全域造势擦亮赛事IP

5月以来,为筹备龙舟邀请赛,玉环市体育事业发展中心群众体育科副科长高少军忙得像个陀螺,对接部门、车辆统筹……各个关键环节都有他的身影。

赛事经济的可持续,靠的不是“一次性流量”,而是“反复来的理由”。玉环将“服务也是竞争力”落到每个细节里。

每场赛事背后,都有“政府+社会”的通力合作——公安消防、医疗卫生、电力通信、民间志愿团队、热心市民主动参与,营造“人人都是东道主”的浓厚氛围,凝聚起全城办赛强大合力。

玉环市统一配备的赛事接驳专车、全天候医疗点位、常态化志愿服务、各大接待酒店手写欢迎卡等别出心裁的“小惊喜”——这些温情细节在参赛队伍中广为流传,成为玉环赛事收获口碑的底气,让“回头客”变成“回头客”。

在下半年的大型赛事活动安排表上,玉环已满满当当排了10余项大型比赛:第九届中国·台州国际武术大赛、浙江省场馆铁人三项……每周有市级联赛、每月有省级比赛、每年有全国赛事的赛事体系逐步在玉环形成。

“办好一场赛事,就是做好一次城市推介、一场好物展销、一场情感联结。”玉环市体育事业发展中心党组书记、主任潘薇萍表示,玉环将持续夯实赛事服务载体、深化多元融合路径、放大全域联动效应,持续做强“体育+消费”样板,为台州体育产业高质量发展提供更多“玉环经验”。



产赛共进 消费场景“就地转化”

今年龙舟赛期间,玉环在赛场周边搭建端午主题市集,汇集美食、文创、互动体验等业态。观众在观赛之余,逛市集、品美食、打卡集章,停留时间明显延长。短短三天,累计吸引客流6万人次,直接带动消费约220万元。

一场赛事带来的流量,如何实现“就地转化”?玉环的思路是:赛事办到哪里,消费场景就延伸到哪里。赛事进景区、进商圈、进街区——“三进”模式让赛事与消费场景深度融合。

赛事嵌入核心景区,引山海热潮。依托台州1号公路、滨海绿道、山海景区资源,推出“跟着赛事去旅行”主题线路。2025年浙里乡村健康跑玉环站赛道贯穿上头头“乡

村迪士尼”与干江滨海绿道,配套共富村宴、农产品展销,单场带动文旅消费250万元;穿越山海百公里越野赛凭借优质赛道与山海风光,持续吸引户外爱好者参赛,选手自发发布游记攻略,形成长期长尾引流效应;本次龙舟邀请赛联动“海屿岛”文旅IP,串联绿道、湿地、特色渔村,打造端午特色体育文旅体验。

赛事进商圈,效果更为直接。首届全民星三分球联赛将赛场嵌入吾悦广场,4天赛事期间,带动商场客流量突破16万人次,同比增长超36%,总销售额达681万元,新增会员超1500人,多家品牌销售额位列台州第一。

赛事进产业街区,赋能本土制

造。立足“中国汽摩配生产基地”产业底色,玉环深挖“产赛融合”价值,以汽车场地越野锦标赛为纽带,赛场专门设置“玉环制造”展示区,组织赛车手走进本土制造企业交流互动,将赛事流量导入产业端,吸引韩魏汽车整车制造项目落地,自主研发赛车亮相各大国际赛场,带动上下游零部件企业协同创新,推动产业从单一零部件加工向整车制造、赛事服务全链条升级。