

近年来，武汉依托「春有汉马、夏有渡江、秋有武网、冬有冰雪季」城市IP赛事活动体系，以赛营城，持续吸引流量提振消费，激活赛事经济发展新引擎，推进文旅商深度融合。

2025年8月19日 星期二

以赛营城 燃动经济发展新引擎

武汉持续发力体育赛事经济



汉超揭幕战，近5万球迷到场观赛。长江日报记者詹松 摄

持续完善品牌赛事新体系 不断增加高品质赛事供给

7月16日，2025第50届武汉7·16渡江节盛大举行，来自英国、意大利、俄罗斯、美国以及国内广东、江苏、河南、山西等地的2000余名游泳选手浩浩荡荡横渡长江。各地游客及全市民通过现场观赛、体验渡江节嘉年华活动等方式热情参与。

英国曼彻斯特的阿什利·霍格第六次来汉参加渡江节。前五次他都是抢渡赛参赛选手，这一回不仅作为教练带着两名英国选手来汉参赛，还化身导游领着队员逛武汉、品美食。“武汉是一个很棒的城市，非常值得体验。我很乐意向英国运动员推荐来这里参加比赛。”他说。

近年来，武汉持续强化赛事体系建设，高标准构建了武汉体育W(世界级)、C(国家级)、Han(城市特色)品牌赛事体系，大力推进赛事本土化、职业化、国际化融合发展，成千上万人通过体育赛事活动来到武汉、钟

情武汉。

2025年，武汉市获批国家体育总局关于促进体育消费和赛事经济试点城市，在申办国际、国内优质赛事时将享有更多政策红利。武汉市2025年政府工作报告明确提出：“建设‘赛事名城’，积极申办有影响力的国际国内赛事，办好武汉马拉松、武汉网球公开赛、武汉渡江节等品牌赛事。开展大众冰雪季系列活动，激发冰雪经济活力。”

目前，武汉每年举办各级各类精品赛事近50项。其中，武汉网球公开赛、世界斯诺克武汉公开赛等常年举办的国际顶级赛事，提升了城市影响力，展示了城市魅力，经济效益和社会效益同样明显。全国跳水锦标赛等30多项国家级赛事以及武汉马拉松、渡江节、冰雪季等特色赛事活动，满足了市民多样化的运动需求，促进了体育消费，激发了城市活力。

构建“赛事+”模式新生态 推进体文旅商多业态深度融合

3月23日，2025武汉马拉松在贯穿三镇、落英缤纷的最美樱花季激情开跑。今年汉马共有45万人报名，其中市外报名人数占比91.2%；最终参赛的4万名跑者中，武汉市外选手占比达83.7%。7.1万名游客因汉马来汉旅游，联动关联产业实现经济价值达9.75亿元。

一项高水平赛事，往往能带动交通、旅游、餐饮、住宿等产业的联动发展。“跟着赛事去旅行”已成为目前最流行的体育词汇。“为一场比赛，奔赴一座城”“一日比赛，多日停留”“一人比赛，多人消费”的体育赛事矩阵拉动效应和乘数效应在武汉持续放大。

今年初的全市体育工作会议提出：围绕建设赛事名城，积极引进足球、篮球、乒乓球、羽毛球等大众基础好、市场化程度高、国际影响力大的高端赛事，加快培育匹克球、电子竞技、山地户外、自行车等时尚运动赛

事，全力筹办武汉速度赛马公开赛、全国运动风车锦标赛等传统精品赛事，充分发挥赛事在拉动经济等方面的独特作用。

目前，武汉正在打造以赛事为核心的复合型消费场景，推动赛事活动与文旅经济、赛事经济、会展经济等上下游行业深度融合；以资源赋能，将“赛事+旅游”“赛事+商圈”“赛事+会展”等热度辐射到社会经济的方方面面，将举办高品质体育赛事作为推动城市发展、塑造城市品牌、提升城市能级的重要驱动。

2025第50届武汉7·16渡江节期间，配套举办的“渡江热”夏季体育促消费系列活动现场人潮涌动，小龙虾、潮燃集市、露天音乐节、渡江影像展等沉浸式场景共吸引20余万人次参与，带动东湖、黄鹤楼等周边景区游客接待量大增，点燃了武汉夏日狂欢夜经济，形成“观赛—游览—消费”联动效应。

开辟消费增长新赛道 燃动城市发展新引擎

数据显示，“十四五”期间，全市体育消费总规模从350亿元预计跃升至570亿元，年均增长率达10%，“春有汉马、夏有渡江节、秋有武网、冬有冰雪季”的武汉体育四季促消费活动已形成制度化。春天举办武汉体育消费周，秋天举办武汉体育金秋消费季，也成为燃动城市发展的新引擎。

3月17日至3月23日，2025武汉体育消费周系列活动于汉马举办期间举行。其中，2025武汉体育消费展吸引约11万人次到场参观，近100家商户通过现场促销、直播售货等方式，累计销售约385万元；“汉运动”线上促消费活动分批次发放1000万元体育消费券，直接拉动消费1618万元，间接拉动消费超1亿元。

“体育赛事是城市高质量发展的‘催化剂’，随着‘赛事+’模式推进，武汉已从单一的办赛逻辑转向‘以赛营城’的多元发展生态。当一场赛事成为市民的节日、游客的向

往、产业的契机，体育便真正融入了城市基因。”武汉市体育局相关负责人表示，“武汉将培育更多自主IP赛事，积极探索消费增长新赛道，延长赛事经济链条。”

汉口后湖区域一家体育用品店的负责人非常期待武汉举办2025金秋体育消费季，他说：“武汉体育消费季去年首次举办时，不少市民凭借抢到的体育消费券来我们店选购器材，他们享受到了优惠，我们的营收比平时增加了三成以上。”

2024武汉体育金秋消费季举办期间，武汉网球公开赛票务销售超过2700万元，整体营收超过1.1亿元，创历史新高；武汉“智造”、全国首创的2024中国城市户外运动挑战赛，在中润谷景区和龙泉山生态公园举办了欢购生活荟、中国家庭户外挑战赛、全国露营大会、特色房车展等系列活动，“以赛聚人、以展促消、以娱促游”，成为武汉开辟消费增长新赛道的全新尝试。



2025武汉体育消费周会展现场。 龚志铭供图



2025武汉“渡江节”系列促消费活动现场。 张黎 田卉供图



2025“来一脚、凑热闹”汉超美食生活荟现场。 组委会供图



2024武汉体育金秋消费季暨武网嘉年华现场。 张黎 田卉供图



2024武汉大众冰雪季现场。 长江日报记者胡冬冬 摄

近年来，市体育局以“体育+”为引领，依托体育赛事资源，构建“赛事+会展”联动发展体系，激活体育会展经济新动能，放大体育消费乘数效应，助力城市品牌塑造，产业升级和经济高质量发展。

规划赛展共融

市体育局相关负责人介绍，目前，武汉围绕建设体育强市目标，制定了系列体育产业发展指导文件，形成“企业主体、市场运作、政府支持”的办赛、办会模式，通过赛事引领、会展赋能，实现体育经济健康发展，打造“全国知名体育会展高地”。

同时，武汉依托“春有汉马、夏有渡江节、秋有武网、冬有冰雪季”城市IP赛事活动体系，在重大赛事活动期间同步举办体育会展，实现整体联动。2024年，全市共举办规模赛事45场，配套举办大型体育会展8场，产生了显著的经济效益和社会效益。

推进赛展共建

“品牌赛事和新兴产业都是促进体育会展业发展，提振体育消费的良好资源和平台。”武汉坚持以赛事IP赋能会展招商，力争头部赞助商、供应链企业转化为展会核心客户。2025年3月，市体育局依托武汉马拉松举办武汉体育消费展，主会场设在武汉国际会展中心，总展出面积超3.5万平方米，吸引了包括安踏、特步等头部体育企业在内的100余家展商参展。

目前，国家体育总局、湖北省体育局倡导发展冰雪、垂钓、航空等运动和产业。以此为契机，市体育局积极举办体育类特色会展，实现融合发展。2024年底至2025年初，依托全市16个冰雪场地举办的冰雪嘉年华，吸引客流量约56万人次，带动春节期间相关消费约3亿元。在湖北(武汉)钓鱼运动产业大会期间，全省钓鱼龙头企业现场布展，在全国首创钓鱼运动产业综合性盛会。

实现赛展共赢

每年春夏季，市体育局围绕“樱花季”汉马举办体育消费周，秋冬季依托武网举办体育金秋消费季，构建融“赛、食、赏、购、游、展”于一体的综合消费场景，并组织赛事运营企业积极参加各级各类展会，与行业顶级品牌建立联系，寻求合作，以会展平台积极开展赛事招商。2024年各项活动整体经济贡献超过70亿元，被国家体育总局作为体育经济第一批实践案例在全国推广。

此外，市体育局还通过向相关体育会展发放消费券的方式，将消费场景由线下拓展至线上，激发消费活力。依托武汉网球公开赛举办的2024武网嘉年华和依托武汉马拉松举办的2025武汉体育消费展期间，市体育局均通过“汉运动”武汉体育数字服务平台发放了专项体育消费券，线上线下联动促消费，效果明显。

赛事引领会展赋能 放大体育消费乘数效应

8月16日晚，2025武汉城市足球超级联赛在武汉体育中心火热揭幕。紧邻球场，以吃喝玩乐购为主题的汉超美食生活荟现场人头攒动，配套发放的体育消费券，更是激发了市民的消费热情。

目前，全市主营业务为赛事运营的法人单位和个体户数量超过1000家，从业人员数量超过10000人。在赛事经济持续发力等多方面因素驱动下，2025年全市体育产业总规模预计将达到1100亿元。