

体育赛事：“假日经济”增长极

今年“双节”期间,全国各地的体育赛事活动不断,成为“假日经济”中最具爆发力的增长极之一。

在上海,2025上海劳力士大师赛、世界赛艇锦标赛、世界F1H2O摩托艇锦标赛中国上海大奖赛、国际马文化周、8小时耐力赛等国际顶级赛事密集登场;在北京,中网赛场再现高手对决;在四川,“川超联赛”火热进行,草根球队掀起全民足球风暴;在海南,环岛旅游公路自行车赛万宁站鸣枪开赛,600余名选手共赴假日骑行之约……

文化和旅游部统计数据显示,今年国庆文旅消费月期间,全国将举办各类文体旅融合活动超2.9万场,其中“观赛+旅游”“参赛+旅游”类项目占比达43%,较去年同期提升12个百分点

多个赛事IP落地

“超值了,同一晚有德约科维奇和辛纳已经让我看得过瘾了!”10月8日,一位在2025上海劳力士大师赛现场的网球球迷对《证券日报》记者表示。

在北京,中国网球公开赛与世界乒乓球职业大联盟中国大满贯赛同期上演,掀起观赛热潮。

如何将赛事IP深度本土化并培育自有品牌,成为产业界关注的重点。力盛云动(上海)体育科技股份有限公司(以下简称“力盛体育”)董秘马笑对《证券日报》记者介绍,在体育赛事的产业链中,赛事的IP确定和赛

事运营是体育赛事经济的核心环节,自主IP也意味着可持续的品牌溢价和竞争力。

金秋时节,2025世界赛艇锦标赛在上海青浦挥桨启航,这是这项拥有百年历史的顶级赛事首次在中国举办。该赛事的策划人梁涵帅对《证券日报》记者表示,今年的比赛创造了多个“第一”:首次增设“混合双人双桨”“混合八人单桨有舵手”等性别融合项目;首次实现残健融合竞技,让残障选手与世界冠军同水域竞速等。

10月6日至8日,备受瞩目的上海8小时耐力赛在上海国际赛车场激情开赛,这也是一项自主体育赛事IP。

力盛体育方面表示,公司正积极响应政策号召,持续培育赛事IP和赛事文化,推动赛事经济发展。公司运营的多项赛事计划将与全国各地体育爱好者见面,包括CTCC中国汽车场地职业联赛、CKC中国卡丁车锦标赛以及多站高尔夫中巡赛等。

“第二现场”释放新潜力

围绕赛事衍生的消费场景正展现出强大的经济拉动能力。在“第一现场”(即比赛现场),观众的消费热情持续高涨。以上海劳力士大师赛为例,三家官方纪念品商店内人头攒动,钥匙扣、毛绒玩偶等亲民周边持续热销,不少明星款产品一度脱销。“我特地提前一个多小时来,就想逛逛纪念品商店,购入一些精致的周边产品。”一位消费者对《证券日报》记者表示。

广阔的消费场景也在赛场外的“第二现场”展开。“双节”期间的上海静安区茂名北路,俨然成为露天的网球狂欢广场:夜幕下,正在直播比赛实况的巨型屏幕前坐满了观众。周边某商辅工作人员介绍,得益于赛事直播,九点半后店门口依然有顾客排着长队;另一家餐饮店的工作人员表示,“双节”期间,该店铺的客流较平时至少增长了15%。在南京,白马生活广场打造的“苏超第二现场”通过线上线下竞猜、趣味射门游戏和客队球迷专属优惠,成功将观赛流量转化为消费增量。

“票根”的潜在价值正被进一步发掘。资料显示,在北京首钢园区,WTT大满贯赛带动六工汇商圈客流翻倍,半数顾客凭“票根”享受消费优惠;在湖北潜江,赛事门票可兑换小龙虾专享套餐;在陕西西安,斯诺克大奖赛预热期已启动“票根”联动优惠;在上海青浦,世界赛艇锦标赛的“票根”可解锁超200项权益,覆盖购物、餐饮、民宿及景点。

广州艾媒数据信息咨询有限公司CEO张毅分析称,体育经济正成为新的消费引擎。据统计,今年上半年,电商平台体育用品零售总额突破2100亿元,同比增长近20%,是网上零售消费品增长较快的品类。体育产业与文化、旅游、健康等领域的深度融合,正在催生“体育+”新业态,从市场看,中国体育消费仍有巨大增长空间。

来源:证券日报



多元交通护航假日经济

今年国庆、中秋假期双节叠加,假日经济持续升温,交通运输作为民生保障与经济运行的“大动脉”,为消费活力释放提供坚实支撑。8天假期里,全社会跨区域人员流动量超24亿人次。庞大的出行规模背后,是综合交通网络的高效运转,不仅满足了群众旅游探亲的需求,还带动了沿线消费和文旅产业的发展,成为假日经济蓬勃发展的关键引擎。

记者从交通运输部获悉,2025年国庆中秋假期(10月1日至8日),全社会跨区域人员流动量达24.33亿人次,日均3.04亿人次,较2024年国庆7天假期日均增长6.3%,刷新历史同期纪录,既展现了公众出行的热情,更映射出内需市场的旺盛活力。

分运输方式看,多元运力协同支撑群众出行需求。公路人员流动量(包括高速公路及普通国道省道非营业性小客车人员出行量、公路营业性客运量)224841万人次,日均28105万人次。其中,公路营业性客运量30677万人次,日均3835万人次;高速公路及普通国道省道非营业性小客车人员出行量194164万人次,日均24271万人次。

铁路客运量15396万人次,日均1924万人次,同比增长26%。民航客运量1914万人次,日均239万人次。水路客运量1166万人次,日均146万人次。

交通运输部相关负责人指出,今年双节假期出行呈现四大显著特征,见证综合交通服务能力持续升级:

——规模新高,假日经济火热。24.33亿人次的流动中,旅游流与探亲流深度叠加,发达的交通网络不仅保障了群众便捷出行和物流高效运转,更成为假日经济火热发展的动力。

——方式多元,自驾成绝对主力。自驾游日均出行243亿人次,占比近八成。得益于高速免费通行政策及充电、救援服务优化,高速严重拥堵路段与充电繁忙服务区数量实现“双下降”,铁公空水客运量同步增长,服务品质稳步提升。

——峰期集中,返程增长显著。假期首日流动量达3.36亿人次,创同期新高;10月7日返程小高峰流动量达3亿人次,同比增幅18.3%,客流调度衔接有序。

——流向集聚,城市群受青睐。京津冀、长三角等城市群及西安、长沙等都市圈客流密集,长沙、杭州、苏州等城市成为热门目的地,8天长假有效释放中长途出行需求。

为守护群众“平安路”“舒心路”,交通运输部锚定“安全、畅通、便捷”目标,深化重大节假日“三十条”硬措施落实,用责任与担当筑牢出行保障线:

在风险防控上,聚焦五大重点精准发力——应对恶劣天气,强化台风“麦德姆”及雨雪雾天防御调度;治理路段拥堵,推行轻微事故快处快赔,加密救援点保障路网畅通;破解充电难题,通过增设快充设备、配备移动设施,使高速服务区充电能力较“五一”增长118%;筑牢水上防线,落实游船客船四级监管机制;严控安全风险,对37万项重大危险源实施提级管控,日均核查事项15万余件。

在服务升级上,充分发挥综合交通运输优势,有效保障高铁、机场等重点客运枢纽到达旅客出行需要,强化自驾出行、小微汽车租赁服务保障,假期日均租出车辆约65万辆,同比增长18%。

在应急前置上,全国高速公路网设置救援点7833个,同比增长71.7%,海事、救助系统在重点水域部署海巡艇、救助航空器等,及时处置突发事件。

来源:人民网

国庆中秋假期消费市场增势较好

国庆中秋假期,旅游消费市场活力得到有效激发,旅游相关服务销售收入同比增长8.5%,其中休闲观光活动销售收入同比增长17.6%。在旅游消费的带动下,各地推出的特色民宿受到消费者青睐,民宿服务销售收入同比增长9.7%;酒吧、茶馆等休闲服务销售收入同比分别增长28.6%、7.1%。

国庆中秋假期,更多人“跟着演出去旅行”,各地围绕演艺、民俗等主题举办文化活动,为文化艺术消费增添了新动能。文化艺术服务销售收入同比增长18.6%,其中,文艺

创作与表演服务、艺术表演场馆销售收入同比分别增长18.4%、50%。消费者体育娱乐及运动健康需求进一步释放,体育场馆服务、健身休闲活动销售收入同比分别增长12.5%、15.4%。

国庆中秋假期,举国欢庆,人们团圆相聚,面包糕点同比增长24.3%。消费者日益注重健康消费,保健辅助治疗器材、营养和保健品销售收入同比分别增长34.7%和14%。日用品、化妆品、鞋帽消费增长较快,销售收入同比分别增长14.9%、19.2%、4.3%。

来源:人民网

“味蕾游”与“团圆餐”交织 激发线下餐饮消费新动能

“双节”叠加的8天超长假期,餐饮消费热度一路飙升,“团圆餐”与“味蕾游”实现激情碰撞。据商务部监测数据,假期前4天,全国重点零售和餐饮企业销售额同比增长3.3%。

“A279号请用餐!”——傍晚六点的北京合生汇,叫号声穿透人群,电子屏上显示前方还有158桌在等待。服务员为排队顾客送上免费酸梅汤,门口等位的年轻人一边玩着店家提供的跳棋,一边刷手机查看预计等待时间……国庆节中秋节“双节”期间,这样的场景在北京各大商圈不断上演,排队等位的长龙成了假日期间京城最熟悉的风光。

北京市商务局发布的假期数据显示,8天假期,市商务局重点监测的百货、超市、专业专卖店、餐饮和电商等业态企业实现销售额951亿元;全市60个重点商圈客流量59668万人次,同比增长13.9%。假期前4天,天津市商务局监测的179家样本餐饮企业累计实现营业额3851.3万元,同比增长28.6%。据成都市商务局监测数据,10月1日至7日,全市17家重点餐饮企业合计实现零售额12亿元,同比增长7.3%。

家庭出游、亲友聚餐需求叠加,堂食人数增多的同时也带动地方菜飘香四方。抖音平台上,亲子餐团购销售额环比增长99%,



多人套餐环比增长51%。其中,徽菜、云贵菜表现尤为亮眼,销售环比增幅均超过120%。美团预订数据显示,假期餐厅预订量同比增幅均在200%左右,梭子蟹、大闸蟹、桂花等时令食材纷纷登上中秋餐桌,上新时令食材的餐饮门店数同比增长145%。

此外,“双节”期间餐饮呈现新趋势。一是凭借移动通讯优势,异地消费活动增长。美团、大众点评数据显示,今年中秋餐厅预订用户中,异地消费者占比同比增长30%。成都老字号餐厅陈麻婆豆腐相关负责人表示:“中秋当天的座位国庆节就预订满了,其中也有外地游客来我们家体验成都特色美食、看川剧变脸表演。”

二是美食消费热潮涌向城市深处。高德

扫街榜数据显示,国庆期间本地生活餐饮行业订单量同比增长150%,大量藏在街头巷尾的“烟火小店”迎来客流高峰。“游客从‘寻味大城市’转变为‘美食小城游’,从‘走马观花’转变为‘深度旅游’,众多美食小城榜单流量大幅增长。”美团餐饮研究院研究员张译表示。

三是“团圆”这一文化内涵得到彰显。通过与地方特色美食深度融合,主打家庭聚餐场景,成为中秋节与家人相聚的温馨之选。高德扫街榜数据显示,名字带有“团圆”的餐厅城市排名中,重庆数量居首,温州、益阳、南阳等地紧随其后。从导航热度来看,佛山、北京、无锡、哈尔滨等地“团圆”餐厅备受青睐。

来源:证券日报