

一项赛事转动城市的经济齿轮

本报记者 章丽倩

以往,你常听到的可能是“体育大赛是城市宣传的金名片”,然而,一项赛事究竟会如何转动一座城市的经济齿轮,这个问题你想过吗?

成功样本可借鉴 拖家带口型 非常受欢迎

发令枪响,黄金万两。对今年才开始试水“国际观光合作伙伴”项目(简称“ITP”)的上马而言,它可以在汲取海外成功样本经验的同时,也结合自身条件,去找寻更适合的模式。

上海东浩兰生赛事管理有限公司总经理朱骏伟介绍说,由于上马今年的ITP项目落地较晚,推广时间有限,所以在这回提供给海外旅行参赛者的套餐选项中,都只涉及服务于选手的内容,尚未覆盖到可能想随行一同来到上海的亲友团。“我知道成熟的ITP项目是会把参赛选手及其亲友的需求一同考虑进去的。对办赛城市来说,一个参赛亲友团能给当地经济带去的贡献,肯定高于选手个人。所以,在推动上马明年的ITP项目时,我们肯定会朝着覆盖更多目标群体这个方向去努力。”

根据来自波士顿旅游部门的数据,每名波士顿马拉松的旅行参赛者,平均会有约三人同行。“比赛时间是一天,但来到这里的参赛家庭通常会安排两个晚上到四个晚上的住宿。他们会参与观光项目,比如去搭乘鸭子船,或者参观博物馆、走入社区。除了参赛,他们也希望体验到波士顿独特的文化。”当地旅游局负责人玛莎·谢里丹曾如此分享道。

2022年芝加哥马拉松,选手中的约33%都是海外旅行参赛者。“芝加哥马拉松是一个向全世界跑者展示我们这座城市的绝佳机会。当他们以游客身份来到芝加哥,很快就会情不自禁地爱上这座城市,并且我相信他们会在未来几年内再度到访。”芝加哥旅游局局长格伦·伊登在今年的一份声明中非常自豪地介绍道。

此番,上马的ITP项目吸引到七个国家的海外参赛者前来,虽说才刚迈出第一步,但只要齐心协力精心打磨,相信这个项目一定前景可期。



首增海外旅行参赛者 更国际更有营收潜力

上海与上马,一座城市与一项赛事,它们身上有着一脉相承的国际化底色。而从2023年开始,奔跑于上马赛道上的国际选手,属于他们的故事发展出了新的枝丫——上马迎来了办赛历史上首批从海外特地远道而来的参赛者。

这段新剧情的起点,是上马新增的“国际观光合作伙伴”项目(简称“ITP”)。“我们三个官方合作的旅行机构,它们为平时生活、工作在海外国际跑者提供可以参加上马的套餐服

务。很多国际上的马拉松大赛都有ITP项目,对上马来说,这则是我们迈出的第一步。”上海东浩兰生赛事管理有限公司总经理朱骏伟介绍道。

从以往只有生活在国内的海外跑者前来报名,到如今添了远道而来的国际选手,上马舞台上的多元性得到进一步体现。不过实际上,ITP项目之于马拉松赛事的妙处可不仅于此。

“以六大满贯为例,它们通过ITP项目吸引到的国际选手的人数,可能占到参赛总名额的30%到40%。这对

赛事举办城市的文旅经济会产生有力的推动作用。”朱骏伟承认,上马的ITP项目还处于刚刚起步的阶段,这次只有来自七个国家的跑者前来参赛,不过对这个项目的前景,他却是很有信心。“因为是赛事内容中新增加的项目,所以今年留给ITP合作伙伴用以在海外宣传和推广的时间比较有限。像六大满贯那些大赛,它们的ITP是常年滚动宣传的,拥有很长的曝光期。在筹备来年上马的过程中,我们一定会更早启动。”

那么,作为通过ITP途径成为上马选手的这部分海外跑者,他们在此次上海行期间能享受到哪些服务呢?据了解,上马的合作伙伴为他们提供了不同档位的套餐选项,从酒店星级到赛道之外的文旅体验,都可按个人喜好进行搭配。另外,更贴心的是,考虑到这部分海外旅行参赛者几乎都是第一次来到上海,人生地不熟,所以ITP项目也会为他们提供例如赛前提前了解赛道、比赛当日直送起点等服务。

参加一场马拉松 衣食住行都有大文章

每一届上马落幕后,上海东浩兰生赛事管理有限公司都会从专业的第三方机构那里拿到一份赛事评估报告。其中,就会有不少以“亿元”为单位出现的数字。

疫情前的2019年上马是较具代表性的一届。评估报告显示,那届上马获得了超过12.77亿元的赛事综合效益,较2018年同比增长了55%,增幅明显。其中,赛事经济效益接

近8.64亿元,同比增长18%。赛事社会效益超过41.3亿元,同比增长35.9%。

在赛事经济效益这部分,2019年上马不仅通过消费拉动为路跑产业创造了4853.15万元的经济效益,还为申城的交通、餐饮、酒店、零售、通信、旅游等其他赛事相关产业创造了超过3.88亿元直接消费。

参赛一回,衣食住行真的都有大

文章。由此可以看出,体育大赛对办赛城市能产生经济辐射效应,且这份作用力还明显强于对自身行业的直接拉动。

另外,根据经济学中的“引致消费”理论,2019年上马还为申城其他赛事相关产业创造了接近4.27亿元的引致消费。

由一场马拉松赛牵动的“战线”,可能比全程马拉松项目的42.195公里

更长。依托于从参赛联动出来的吃、穿、住、行、游、购、娱等方方面面,只要选手们在办赛城市内活动,就会自然创造出一股能量可观的消费潜力。这也是为什么,在为马拉松赛事算经济账时,从外地甚至国外而来的选手会更容易成为被提及和关注的对象。“体育+文旅”激发城市经济动能的魅力,也正在于此。

上海自带优势底牌 中国入境旅游第一站

在“跑着出门看世界”的中国路跑爱好者中,他们中的相当一部分人,可能早就体验过了大满贯赛的“国际观光合作伙伴”项目(简称“ITP”)。不过,之于国内的马拉松赛,这一模式还很具新鲜感,是一处正待开发的新赛道。

在2023年的世界田联官方赛历上,我国共有64场路跑赛事获得了该机构的银牌等级认证。其中,上马和

厦门马拉松获评白金标,金标赛事有12场,其他则为精英标和普通标牌赛事。

那么问题来了,如果有生活、工作在海外国际路跑爱好者生出了想来中国参赛的念头,你觉得他们可能更倾向于选择哪项赛事、哪座城市?还是先来看一组新近发布的官方数据吧。根据来自上海市文化和旅游局的消息,今年前三季度,申城接待入境游

客2299万人次,持续领跑全国各大城市,“中国入境旅游第一站”的效应日益凸显。实际上,我们生活的这座城市,它在近十年里一直都是中国入境旅游的首选口岸。同样是今年前三季度,上海接待国内游客2.33亿人次,实现国内旅游收入2616亿元,同比分别增长95%、108%,均高于全国同期增长水平。

另外,根据今年1月的一份官方

数据,在沪有永久居留证的外籍人才超过11万人;全市累计核发的外国人工作许可证超过37万张——上海在这两个指标上都是全国第一。

论口岸条件、城市生活氛围和赛事知名度,在上马走入ITP项目的这条新赛道后,自带底牌优势的上海也有望迎来一个打开入境旅游新局面的契机。

