



见招拆招 人无我有

商圈办赛 体育促进线下消费

面对网购浪潮，线下商场不仅在见招拆招，还愈加紧扣“人无我有”的自身特质，努力开拓新赛道。其中，体育运动就是如今渐走红的线下消费关键词之一。

专题撰稿 本报记者 章丽倩

打好“体育牌” 线下商场开拓新赛道

商场里的运动精品馆变多了；顾客在酣畅练罢后，除了到普通餐厅享受卡路里的诱惑外，还多了就近的轻食餐选项；不定期推出的冰雪、运动拉伸、肩颈健康等主题的趣味活动，丰富了人们的逛街体验……另外，商场既可以是“逛吃+健身”的地方，也可以在某些时候变身为赛场，为周边人群提供以体育会友的“切磋+社交”双重便利。

近日，首届南京西路商圈体能挑战赛在中信泰富广场圆满落幕。来自全市重点商务楼宇的企业队和俱乐部队，它们分赛道展开角逐，在体能挑战赛和快闪联赛中各得其乐。

“因为决赛日那天是周六，所以我们团队在参加完比赛后，还进行了一次团建。参加团建活动的不仅是团队里的人，还包括我们的部分亲友。由于是在市中心的商场里比赛和活动，所以各方面都觉得比较方便。”说着希



望以后多一些类似活动的陈崇越，他就是此次商圈体能挑战赛企业队的参赛成员之一。

根据今年年中发布的《2022年上海市居民体育消费调查报告》，去年本市人均体育消费34356元，仍居领先全国大部分城市。据此测算，2022年上海市体育消费总规模约为850.62亿元。报告还显示，在本市居民的2022

年体育消费中，实物型体育消费占59.5%，服务型体育消费占40.5%；运动服装鞋帽、运动装备器材、智能体育设备、健身会费及指导均处在发展优势区，人均消费金额及消费发生率均较高；体育培训和教育的人均消费金额较高，处在发展维持区。

一方面是网购浪潮对实体商场造成的持续挑战，另一方面则是体育消

费这块“大蛋糕”，所以“如何打好‘体育牌’”自然而然就成了提振线下消费的一条重要赛道。

赛事活动易“圈粉” 辐射范围内更有加成

以前人们常说“酒香也怕巷子深”，现如今则是商场、商圈哪怕身处闹市，在网购大潮的冲击下，也必须

掌握好“自我吆喝”的门道。举办体育比赛或组织体育活动，便是商场向潜在消费者进行宣传推广的有效途径之一。

“这里离我们单位不远，就两公里左右，平时通勤也会经过这附近的，但在它升级布局后，我还是第一次进来比较悠闲地走走看看。”邱冉是此次南京西路商圈体能挑战赛参赛队成员的家属，这回除了来现场加油助威，她还有了久违的好逛商场的感觉。“以前逛商场主要是购物，这部分在网购兴起后受影响比较大。但线下商场也有线下体验的独到之处，今天我看到这里有一家软硬件都不错的健身会馆，正考虑以后可以换到这里来日常运动，毕竟这里离我单位近，交通也很方便。”

近两年，申城每年都会迎来高规格商场的新入局，业内竞争颇为激烈。除了要花大力气吸引五湖四海的客人前来“打卡”外，各商场在有效辐射范围内也在发力，毕竟，一旦近邻投出“信任票”，就有更大机会发展为长期消费者。

有调查报告显示，消费者的线下需求已从传统的逛街购物转向“体验式”。以本次举办比赛的中信泰富广场为例，它的业态布局就是正朝着运动健康的方向迈进：已在传统体育用品零售的基础上，丰富出了运动精品馆、健康养护、轻食餐饮、体育赛事和活动组织等多条支线，旨在建立起以运动休闲为驱动核心的线下消费新赛道。

12月9日-10日，2023年WDSF世界体育舞蹈大奖赛总决赛暨第九届中国体育舞蹈精英赛将在卢湾体育中心举行。11月30日，赛事新闻发布会在思南公馆举行，组委会相关负责人介绍大赛筹备工作情况。当天，WDSF大奖赛总决赛票务销售正式启动。

本报记者 丁荣图/新民视觉



WDSF国际体育舞蹈大奖赛总决赛星耀黄浦 竞逐世界体育舞蹈年度王中王

WDSF世界体育舞蹈大奖赛总决赛分拉丁舞、标准舞两个舞种，由今年世界各分站赛总积分排名前12位的选手参与角逐年度总冠军，堪称世界体育舞蹈的“大师赛”。

本次总决赛的拉丁舞组别中，中国选手阎棒棒、杜玉君组合目前世界排名第三；中国香港的谭永森、安娜斯塔斯亚·诺维科娃组合目前世界排名第七。标准舞组别中，邱禹铭、胡婧怡组合目前排名世界第七。除了大奖赛总决赛汇集24对国际体育舞蹈界的顶级选手，还有800对国内选手将参加第九届中国体育舞蹈精英赛，这也是国家青年队、职业队、奥林匹克队的选拔赛。

今年是黄浦区引入WDSF世界体

育舞蹈大赛的第二十年。二十年来，体育舞蹈这一高雅的运动艺术表现形式，在黄浦区得到迅速发展，逐步成为与黄浦区文化特色相契合的品牌赛事，培养了一批体育舞蹈爱好者。经过多年持续打造，WDSF世界体育舞蹈大赛品牌影响力在沪不断扩大，并从上海辐射至全国。作为WDSF每年最重要的赛事之一，年度总决赛落户上海市黄浦区，也体现了上海在WDSF中举足轻重的地位。

黄浦区体育局于今年9月启动WDSF世界体育舞蹈大奖赛的申报工作，落实大奖赛冠名企业。三个月来，黄浦区积极制定赛前筹备方案，严格把握时间节点，切实做好各环节工作，确保赛事筹备工作有序推进。

据悉，黄浦区体育局已与WDSF和CDSF（中国体育舞蹈联合会）签订2023年-2025年三方合作协议。为了提升赛事的社会影响力，推动体育舞蹈事业的发展，丰富市民的精神文化生活，提高爱好者的艺术修养，今年赛事期间还将开展“三进”（进学校、进社区、进楼宇），以及在新天地南里举办顶级舞者红毯秀系列活动，让沪上体育舞蹈爱好者与世界顶级选手近距离交流，充分领略体育舞蹈的激情与魅力，进一步提升黄浦区体育赛事品牌影响力，助力上海建设全球著名体育城市。

本次赛事由世界体育舞蹈联合会、中国体育舞蹈联合会、黄浦区体育局共同主办。

体育节吸引全人群参与 长宁送上“运动大餐”



本报记者 李一平

老年人相聚一堂，畅享健身气功；青少年和家长一同用体育共度周末；骑行爱好者踏上智能健身骑行设备，原地感受户外骑行的乐趣……上周末，虹桥体育公园迎来了一场全人群的体育盛会，首届长宁全民体育节暨“凝聚杯”长宁区重点产业人才运动季盛大开幕，为市民带来饕餮“运动大餐”。

开幕式当天，八场精彩纷呈的群众体育赛事活动在虹桥体育公园地面草坪和地下体育场馆同时举行。现场吸引了不少长宁区的体育爱好者前来打卡。

长宁区首届全民体育节的氛围火热，离不开长宁区平日里丰富的“健身基因”。在一旁参与健身气功展演的张国琴老人介绍：“我来自北新泾街道，平日里街道支持我们老年人参与体育锻炼，帮助我们协调场地，参与比赛，让我们老有所乐！”经过多年的发展，目前张国琴所在的健身气功团队已经突破百人，每周都会进行几次规



律的团队活动。

而另一名市民周泰则是碰巧路跑经过这里，他从十年前开始，就有晨跑的习惯，路过看到长宁首届全民体育节让他不禁停下脚步一探究竟，但火爆的赛事氛围却丝毫没有让他意外，因为在他看来，“长宁区体育赛事平日里多得很多”。

此外，长宁首届全民体育节还包括“凝聚杯”长宁区重点产业人才运动季、长宁体育场馆万人免费体验、“乐动长宁”区级品牌赛事、社区体育服务配送等多项市民喜闻乐见的活动。

近年来，长宁区高度重视体育发展，始终把体育作为促进城区建设、增强群众幸福感、增进社会和谐的重要组成部分，坚持以体为媒、以赛融企，实现体育赛事与全民健康以及企业协同发展，有力带动了全民健身、全区驻企参与热潮。下一步，长宁区将继续以各类赛事为媒介，以体育精神赋能发展活力，丰富“体育+”多业态融合发展，提升区域品牌赛事活动影响力再提升、再扩大，为长宁高质量发展注入澎湃动能。