



“申”动巴黎



轻松运动会线下市集。

运动“流量”带火经济消费

文体商旅展融合作为一种创新的经济发展模式，通过整合文化、体育、商业、旅游和展览等多个领域，形成了一个多元化、互动性强的消费生态，为上海建设国际消费中心城市提供了强大动力，促进了经济的持续健康发展。

□ 记者 | 金 姬

塞纳河畔，巴黎奥运会精彩纷呈；9300 公里之外的黄浦江畔，首次融合“文体商旅展”的“上海之夏”国际消费季也是热火朝天，体育赛事活动和吃住行游购娱打破边界深度融合在一起，成为城市生活的常态化场景。

上海体育大学经济管理学院院长李海对《新民周刊》表示，文体商旅展融合作为一种创新的经济发展模式，通过整合文化、体育、商业、旅游和展览等多个领域，形成了一个多元化、互动性强的消费生态。这种融合不仅利用了 5G、VR、AI 等前沿技术进行数字化升级，提高了服务消费的质量和效率，而且通过业态的多元化发展，如在商业综合体内部融合剧场、健身、轮滑等体验式消费场景，增强了消费者的参与感和满意度。这一次，文体商旅展融合为上海建设国际消费中心城市提供了强大动力，

促进了经济的持续健康发展。

当体育经济点燃消费活力

2024 年的上海之夏，商业 + 体育 buff 感叠满。

恰逢巴黎奥运盛事，自 4 月 22 日启动的 2024 年上海体育消费节，在这个 8 月更燃了，联合各合作伙伴为魔都市民推出一系列和奥运有关的商旅文体联动的消费优惠活动。

作为“上海之夏”的全球合作伙伴之一，从 7 月初开始，百联集团围绕潮购、潮品、潮玩、潮动、潮游五大板块，已陆续推出百余场主题营销活动。巴黎奥运开赛第六天，由百联集