

体育促消费 河南在“提速”



安阳林虑山国际滑翔基地的三角翼项目。

□本报记者 黄晖 本报通讯员 韦军伟 崔宇

提振消费是拉动经济增长的重要途径,体育消费一头连着经济,一头连着民生。作为人口大省,近年来我省在充分挖掘潜力、扩大体育消费方面采取了一系列措施,取得了较为明显的经济效益和社会效益,并且伴随着我省体育事业整体快速发展的脚步逐渐“提速”,成为河南体育的亮点。近日,记者走访省体育局,为读者详细解析体育促消费的“河南路径”。



►我省举办的全民健身龙舟赛。



◀2023年8月18日,河南省第十四届运动会暨第八届残疾人运动会开幕式在洛阳开幕。



►世界百城千万人太极拳展演活动(中国·焦作)温县站。焦作市文旅局供图



◀河南省大众冰雪系列活动在洛阳栾川伏牛山滑雪度假乐园举办。



►2023年郑州网球公开赛在河南省体育场馆中心(东区)网球场举行。



◀2024年世界F1H2O摩托艇锦标赛在郑州市郑东新区龙湖水域举办。



►郑州城市体育公园中的篮球比赛。



►2025年1月1日,洛阳市元旦长跑暨半程马拉松赛激情开跑。赛事组委会供图

健全政策补短板 提振消费多管齐下

据统计,截至2023年底,我省82.85%的居民参与了体育消费,全省体育消费总规模达到1403亿元,人均体育消费金额为1429元,同比增长1.81%,占人均居民可支配收入的4.78%,体育消费在居民可支配收入中占有一定地位。

省体育局党组书记、局长马宇峰表示,体育消费作为新型消费形式,正在发挥着增强消费基础、扩大内需的积极作用。近年来,省体育局认真贯彻落实中央经济工作会议关于扩大内需、全面促进消费的决策部署和省委、省政府有关要求,坚持把恢复和扩大消费摆在优先位置,加快推动体育消费提质升级,培育体育消费增长新动能,激发体育消费活力,助力全省经济社会发展。

“首先是健全政策机制,引导支持体育消费。”马宇峰介绍,省体育局联合省直有关部门印发了《河南省户外运动产业发展规划(2024—2026年)》《2024年河南省体育赛事进景区、进街区、进商圈活动实施方案》,顺应消费市场新趋势,聚焦体育赛事、文旅旅游、国货“潮品”等新的消费增长点,积极引导群众参与体育赛事活动,推动体育带来的“流量”转换为经济的“增量”。

在丰富体育消费供给方面,省体育局主要着力点有三——实施健身设施补短板工程,落实公共体育场馆免费低收费政策,丰富各类赛事活动。

“促进体育消费,我们还要考虑怎么让消费场所也多起来。”马宇峰说,2024年,省体育局安排3.7亿元资金支持建设体育公园、多功能运动场、室外智慧健身房、小型健身中心等项目245个,城市社区全面建成“15分钟健身圈”,体育设施完整居住社区占比达到70%,乡镇和行政村农民体育工程达标率分别达到96.3%、92.5%。2025年上半年,安排体彩公益金9700万元,支持建设体育公园、健身中心、多功能运动场、城市“金边银角”智能健身驿站和老旧小区嵌入式小型体育设施,建成“郑州

世纪智能体育公园”项目和郑州、平顶山、安阳、许昌小型群众滑冰场等一批场地设施。

省体育局群体处处长孙甜甜告诉记者:“健身设施补短板工程在实施过程中突出就近便利、小型多样,受众广泛等特点,为群众全民健身活动和体育消费创造了更多的空间,提升了参与便利性和积极性,也为促进体育消费提供了坚实保障。”

2025年,“增加免费或低收费体育场馆供给”被纳入我省十大重点民生实事,这是我省首次将服务全民健身作为民生实事进行统筹部署。目前,我省有129个公共体育场馆享受中央补贴,免费或低收费向社会开放。

孙甜甜介绍:“我们暑期每天开放时间延长至8个小时以上,并推出了一系列免费低收费优惠活动,吸引力显著增强,体育总局场馆客流平台数据显示,截至6月底,我省各场馆今年客流累计达到5050万人次,6月份客流量净增640万人次。”

马宇峰表示,体育消费的主体因素是参与性,从赛事的角度来说,就是参与赛事、观赏赛事。2024年,省体育局组织举办了“万村千乡”农民篮球赛、横渡母亲河、“三山同登”群众登山健身大会等赛事活动,开展了体育大拜年、大众冰雪季等主题活动以及省全民健身大赛、社区运动会等系列赛事活动,各级体育部门共举办赛事活动5743场次,参与人次超过826万。同时,支持各地举办高水平体育赛事,引进世界摩托艇锦标赛、现代五项世界锦标赛、激光跑世界锦标赛、高尔夫郑州黄河公开赛、世界青年场地自行车锦标赛等国内外赛事,力争通过丰富和优化赛事供给,满足人民群众的多元需求。

“尽管我省体育消费人口在不断增加,但人均体育消费偏低,参与型、观赏型消费较弱。省体育局将继续加大力度举办和引进高水平赛事,满足群众参与及观赏选择,丰富体育消费空间和场景,进一步激发体育消费潜力。”马宇峰说。

发放体育消费券 刺激消费精准适时

为促进体育消费,省体育局也推出了更为直接的举措——发放体育消费券。作为一种消费补贴,体育消费券就是以优惠补贴政策吸引、带动体育消费增长乃至体育产业发展的“杠杆”。

从2020年到2024年,我省体育消费券发放连年“升级”,从最初的4个试点城市发展到覆盖全省,从最初的600万元发展到1000万元,有效带动了体育消费市场的活跃度。2020年至2023年,省体育局从省本级体育彩票公益金中抽取专项资金连续发放健身优惠券1800万元,参与群众20万人,带动体育消费5700多万元。2024年,省体育局在全省范围内发放1000万元体育消费券,涵盖体育健身场馆、体育用品专营店、体育培训机构、体育旅游景区等商户,拉动全省体育消费4000多万元。

“发放体育健身优惠券,带动群众体育消费”也由此成为省体育局培育拓展体育消费,建立起“政府搭台、企业主导、市场运作、群众受益”常态化促消费机制的重要着力点之一。

通过“美团”和“云闪付”平台发放的体育消费券,如何确保在发放过程中精准触达目标消费群体并实现消费拉动效果最大化?

省体育局体育产业处负责人陈波介绍,欲精准触达、确保效果,首先是提升消费券的精准发放程度。发放消费券的目的主要是服务老百姓多元化健身需求,2024年,通过“美团”

和“云闪付”平台参与活动,提供各类体育商品或服务的商户有1万多家,范围涉及健身场馆、体育培训、体育用品销售、体育旅游等,都与体育活动密切相关。最终全省实际参与核销的商家有2419家,较好地促进了体育消费。

其次是注重消费券发放中的社会公平,尽可能地扩大体育消费券的覆盖面,使其能够惠及更广大的群众。活动期间,所有在河南的,有健身、消费意愿和需求的群众,都可以通过手机APP登录相关平台,公平抢券,自愿消费。

最后是注重提高消费券政策效应,合理控制消费券的发放规模,通过短期有效刺激消费,培育和带动体育经济增长的内生动力。在消费券的发放和使用过程中加强监管,保证公开、透明,防止发放和流通过程中“套现”行为的发生。根据市场需求的变动,调整和改进消费券发放的一些具体措施,提升消费券使用效果。

河南地处北方,体育消费有着较为明显的季节特征,因此,选择更为精准的发放时机,也成为今年我省体育消费券“升级”的内容之一。

陈波告诉记者:“一是做好暑期消费旺季体育消费券的发放工作。通过合理设置消费券面值,增加每期消费券发放频次,优化抢券规则,科学设置使用期限,及时提醒群众核销,扩大活动宣传力度等,最大限度地提高消费券使用率,增加群众满意度。二是在今年12月至来年2月底冰雪消费季,发放冰雪运动消费券,积极引导群众形成冰雪运动的习惯和冰雪消费的观念,促进我省冰雪产业的发展。”

◀8月1日,2025年河南省“奔跑吧·少年”育才公益羽毛球夏令营在郑州开营。



赛事活动频创新 打造消费“新场景”

2023年国庆节前夕,杭州亚运会正在火热进行,国家体育总局、文化和旅游部提出以“跟着赛事去旅行”为主题,进一步引导和促进体育、文化、旅游消费融合发展,“赛事+文旅”就此成为潮流。2024年3月,为进一步促进体育与商务、文旅深度融合发展,充分释放消费潜力,国家体育总局、商务部、文化和旅游部联合发布《关于开展“体育赛事进景区、进街区、进商圈”活动的通知》,省体育局、省商务厅、省文化和旅游厅迅速跟进,掀起我省赛事活动“三进”活动的高潮,各种赛事活动纷纷走出比赛场景,走进山水景区,走进市井生活,创新探索不断,“新场景”佳作迭出——

第十四届省运会开、闭幕式打破了在体育场举行的传统方式,由体育场馆转向遗址公园,由“入场”变为“入城”,打造出一场文、体、旅融合的时尚绚丽晚会;世界F1H2O摩托艇锦标赛中国郑州大奖赛连续在郑州郑东新区龙湖水域举办,成为展示郑州动感时尚、水域特色与国际化形象的重要窗口;两位世界斯诺克巨星丁俊晖与奥沙利文在世界文化遗产龙门石窟的壮丽背景下展开巅峰对决,为洛阳文旅再添“流量助力”……以赛事为抓手促进体育消费,成为河南体育人的行动共识。

目前,我省共有国家级体育旅游精品项目24个,为“跟着赛事去旅行”创造了良好条件。

孙甜甜介绍:“今年上半年,我们承办了第十五届全运会群众比赛五个项目预赛、举办了滑翔伞世界杯(中国站)、东亚空手道锦标赛、中国场地自行车联赛等,还组织了‘万村千乡’农民篮球赛各地选拔赛、横渡母亲河、大众冰雪季以及多场马拉松等赛事活动共2950余场次,参与群众超过165万人次,‘跟着赛事去旅行’已落进进了我们的办赛实践。”

如今正值暑期,是青少年活动的高峰期,青少年体育赛事活动在吸引青少年和家长们参与的同时,也在促进体育消费方面发挥着积极作用。

省体育局青少年体育处处长马延春介绍:“按照省委、省政府的要求,七、八、九三个月我们集中开展了30多场省级青少年的体育赛事,20场省级示范活动进社区,以及100场结合不同项目的夏令营。其中全省田径冠军赛报名运动员已达3100多人,对当地的消费会有很好的促进。今年4月在平原新区举办的全省幼儿体操比赛,报名运动员是3062人,据我们统计,约有6000名家长陪同孩子前来参赛。当时整个平原新区的宾馆客房都很紧张,与此同时,餐饮、旅游等消费也得到了很大促进。基于办赛实践,我们这两年一直在考虑把赛事作为平台,用赛事的品牌效应吸引更多青少年参加,同时延伸到各种相关的体育消费,比如器材、服装培训等。”

马延春说,青少年体育工作有三大阵地,体校、学校和俱乐部,通过三年的鼓励和扶持,我省目前进入白名单的体育类培训机构有1000多家,“作为对体校、学校体育的弥补,体育类培训机构可以帮助孩子们就近就地参与、体验运动的乐趣,为养成终身体育的习惯打下基础,而这个过程无论哪个环节,都是对体育消费的推动和促进”。

未来,河南在进一步拓展“体育+”模式、打造更多创新型体育消费场景方面,有哪些具体计划和措施?

马宇峰指出,河南是人口大省,也是体育大省,群众健身需求大,地域特色项目多,体育消费空间广,随着体育事业迈上新高度,河南也将充分利用丰富的山水和人文资源,继续开展“跟着赛事去旅行”和“体育赛事进景区、进街区、进商圈”等活动,同时大力发展航空、山地、水上、冰雪等户外运动产业,形成供给与需求有效对接、产业与生态协调发展、产品与服务品牌彰显、业态与模式持续创新的“体育+”发展新格局,为扩大体育消费、实现体育产业转型升级提供有力支撑。

本版图片除署名外均由 本报记者 邓放 摄