



## 4万余人“奔赴”，赛事带火泉城游

亚冠叠加史上最长春节假期，众多游客“跟着比赛”逛济南

### 假日观

2月13日，山东泰山队与日本球队川崎前锋的亚冠淘汰赛首回合比赛在济南奥体中心体育场打响。4万余球迷为此“奔赴”济南，为泉城带来了人气，也让“跟着赛事”旅行的出游模式蔚然成风。

亚冠的流量，叠加史上最长春节假期，二者碰撞，会为济南点燃怎样的火花？



春节期间的亚冠比赛为济南带来了数以万计的人流量。记者 王贝艺 摄

记者 王贝艺

### “流”量变“留”量

2月13日18点，2023—2024赛季亚冠联赛1/8决赛战火重燃，山东泰山坐镇主场，济南奥体中心迎战川崎前锋。距离比赛开始还有一小时，众多球迷已经按捺不住激动的心情，来到体育场外等候。

场外人声鼎沸，不断有球迷从检票口鱼贯而入，来自青岛的张帅纲就是其中之一。“从亚冠淘汰赛分组抽签结果出来之后，我就开始期待这场比赛了。因为正好过年要回家，时间也合适，所以早早就计划好来济南看球。”

亚冠为济南带来数以万计的人流量。据当晚现场播报，本场比赛观众人数为46273人。这其中，有人为了比赛“来去匆匆”，也有不少人选择在济南停留脚步。

“比赛碰上新年，也是非常难得。”张帅纲觉得，能与天南海北、志同道合的球迷朋友聚在一起看比赛，也算是过了一个别样的年。“之前也来过济南好几次，但都是为了看球或者乘车中转，没有机会到处转转。这次打算多待几天，好好地逛逛景点，目前计划去省博、趵突泉和大明湖。”同样来自青岛的球迷高琪借着看比赛的机会也为自己安排了济南之旅。“打算待到初六再走。”高琪表示，之前没来过济南，此次亚冠恰逢假期，正好能在济南玩一玩。

“因为今天有球赛，标间基本都被订满了，还剩两间。大部分人都是提前两三天订的。”距离济南奥体中心体育场1公里左右的一家酒店的员工说，“也有些客人连续订了两三天房。”

截至2月14日14时，济南市28家重点监测景区共接待游客73.10万人次，相比2月13日同时段增长4.42万人次；济南市旅馆业接待持证住宿旅客12.33万人，相比2月13日同时段增长2.33万人。

济南大学文化和旅游学院讲师孙竞表示，体育赛事具有较强的明星属性和吸睛效应，是一种粉丝经济，能够影响并激励粉丝群体释放出巨大能量。再加上本场亚冠比赛叠加春节假期，势必会吸引更多观众游客“跟着比赛”来到济南，从而带动文旅、交通、餐饮、娱乐等本地各行业消费。

### “跟着赛事”旅游成潮流

全国游泳锦标赛、全国体操锦标赛、中国马术场地障碍冠军杯赛、2023济南(泉城)马拉松……2023年，济南体育竞赛表演产业蓬勃发展，持续为济南带来“流量”。

2023年10月29日7时30分，2023济南(泉城)马拉松在大明湖风景区鸣枪起跑。据官方数据，济南马拉松吸引了来自山东、河北、河南、安徽、黑龙江等地的约3万名跑者参赛。来自威海的参赛选手孙海鸣(化名)在接受采访时说，自己在参与比赛的同时也是一场旅行。“我不是专业马拉松选手，比赛重在参与。参加比赛的同时，来济南逛逛，玩玩也是不错的体验。”

“随着年轻人成为新的市场消费主体，他们对文旅提出了新的要求，也就是更加注重体验性、参与性。体育赛事的特点恰好能够满足这样的需求。”山东大学经济学院教授、山东省旅游协会会长王晨光表示，近年来，全国体育赛事“百花齐放”，从而让“跟着赛事”去旅行成为新潮流。“除了传统意义上的‘竞技’内涵，当下体育活动逐渐走出场馆，变得大众化，这样更有助于推动文、旅、体一体化发展。”

2023年，亚运会让本就是旅游热门目的地的杭州赶“潮”出圈，跻身全国旅游热门城市前三名；大运会也让成都成为2023年暑期热门旅游目的地，曾一度超过北京上海，列某旅游平台机票目的地首位；广西朔县攀岩节逐渐成为国际级的攀岩盛事，据统计，2023国际攀岩节活动当天来朔县游客人数13360人，较比赛前一天增长3220人……

同时，体育赛事也带动了新的旅游消费热潮。“冰雪游火热，不乏北京冬奥会的持续影响，让游客对冰上项目有了更高的认知度与接受度。”山东华纳国际旅行社副总经理苗青介绍，今年“北上”路线中，哈尔滨—长白山—一线热度较高。

同程旅行数据显示，2024年春节假期热度最高的出游主题为冰雪游。去哪



济南马拉松吸引了不少外地跑者。资料片

儿数据则显示，2024年春节期间，冰雪游产品订单量同比增长超10倍，热门目的地多为北方城市，包括哈尔滨、牡丹江、长春、白山、北京、乌鲁木齐等。

### 赛事助推城市品牌打造

王晨光认为，目前来看，文、旅、体一体化发展模式已经成为很多城市发展旅游业的新特色。

现如今，全国多地已经享受到赛事经济为各行业带来的红利，并加大对体育赛事的谋划力度。杭州要打造“国际赛事之城”，到2025年初步形成杭州特色的赛会体系，成功举办三项国际单项体育组织顶级赛事，每年举办国际和国内高等级赛事10项以上，杭州城市知名品牌赛事6项以上；到2025年，成都将建成世界赛事名城，每年举办国际和全国赛事50项以上，体育赛事对相关产业的拉动效应超过300亿元……

济南同样“不甘示弱”。济南市体育局党组成员、副局长赵晨光曾在2023济南马拉松组委会召开的赛前新闻发布会上表示，未来几年，济南将重点推动由举办单一体育比赛向申办高端精品赛事、培育自主品牌赛事、做亮“城市足球”特色名片、打造赛事名城方向转变，申办一批品牌价值高、市场前景广的国际国内高水平体育赛事，打造济南赛事名城。

同时，为充分发挥今年春节期间亚冠比赛影响力，济南精心做好赛事组织、观众引流等服务保障工作，以体为媒、以赛“营城”。“济南在打造‘文化+旅游+体育’方面有着得天独厚的优势。一是硬件设施较完善，二是济南具有‘体育旅游活动’的历史。”王晨光介绍，上世纪80年代后，济南修建了山东省体育中心，涵盖各种先进齐全的体育场馆、设备设施，算得上全国最早的大型体育设施组。自此之后，济南的大型体育活动一直走在全国前列。

“实际上，在上世纪90年代，济南就出现过体育旅游的模式。”王晨光说，“济南拥有全国知名的球队、体育机构，也是山东足球队的主赛场。那时候一有比赛，全省的球迷都会来到济南，因此形成一种全省性、跨地域的体育旅游活动。”

此外，孙竞认为，体育赛事自带流量，是打造城市名片、更新城市形象的绝佳机遇，“尤其是在短视频等社交媒体的介入下，任何一点小事都可以放大无数倍，因此可以借助社交媒体的‘推力’，打造城市品牌”。

2月17日，各旅游平台春节假期出游数据出炉。记者综合数据获悉，春节假期，国内游、出境游、入境游多点开花，同比均大幅增长，并超2019年同期水平；国内景区门票订单同比增长超6成，境外景区门票订单较2019年增长超130%。

携程旅行透露，春节假期，跨省游订单占比57%，比去年翻番增长。冰雪游热门城市包括哈尔滨、长春、北京、沈阳等，客源主要来自上海、杭州、苏州、成都、广州、深圳、南京、武汉、重庆等南方城市。温泉游、海岛游热门城市有三亚、海口、广州、深圳、南京、珠海等，客源主要来自北京、西安、沈阳、大连、天津、郑州、哈尔滨等北方城市。

同程旅行数据显示，春节假期国内热门城市的机票、火车票、酒店预订同比涨幅均超过3成。返乡客流高峰早在春节前夕即已开启，热门返乡目的地集中在川渝地区、华中地区的省市。节中2月13日至14日则出现新一轮假期出游的客流小高峰，一些旅游资源丰富的县级城市酒店预订火爆。景区门票预订高峰同样出现在节中的2月12日—14日，山西五台山拜财神、青岛栈桥喂海鸥等旅行方式引爆社交网络。

途牛数据显示，春节期间，去博物馆开启“寻龙之旅”成为许多游客的热门选择，故宫博物院、南京博物院、广东省博物馆、苏州博物馆、三星堆博物馆等多家文博机构均出现了人数约满的情况。除博物馆外，名字中带有“龙”的景区也是游客的热门选择，其中，亚龙湾、玉龙雪山、黄龙风景名胜区、龙脊梯田、遇龙河、龙门石窟等景区备受青睐。

与五一、十一等假期类似，长三角、珠三角、京津冀、川渝、中原、长江中游城市群依然是文旅消费热度集中地区。但不同的是，春节返乡潮使得旅游热度更为分散，众多中小城市“老家游”火热。据央视新闻报道，周口、阜阳、上饶、驻马店、信阳、茂名、赣州等是春运返乡热门城市。

返乡的人们携亲朋好友重游家乡，探索当地美景美食，使得“老家”文旅消费高涨。“老家”旅游火热也体现在中小城市旅游升温、县城酒店预订火热。文化底蕴深厚、年味浓郁的中小城市中，淄博、景德镇、大同、威海、泉州、洛阳、喀什、唐山、延边、开封等旅游订单增长较高，均超过100%。

此外，由于对多个国家单方面免签证、与“新马泰”互免签、推出一系列入境游便利化举措等，多项利好措施使得今年春节中外游客“双向奔赴”，出境游、入境游订单均超过2019年同期，尤其入境游较2019年增长48%。中国在线旅游平台去哪儿17日发布的数据显示，今年春节假期中国游客足迹遍布全球115个国家，覆盖全球1754个城市。平台上，今年春节期间国际酒店预订量比去年春节同期增4.7倍，国际机票预订增量高达14倍。

综合澎湃新闻、中新社等

## 春节「寻龙游」大火

国内景区门票订单同比增长超六成