

# 激活赛事经济动能 助推高质量发展

丁茂清 褚敏若

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十五个五年规划纲要》提出，要“丰富优质体育产品和服务供给，鼓励发展赛事经济”。赛事经济是指以各类赛事活动为核心载体、以赛事流量为纽带，通过整合赛事举办、场馆运营、媒体传播、品牌赞助、文旅消费等环节，形成的全链条、复合型经济形态，其中体育赛事经济颇具活力。湖南紧扣“办赛促建、促改、促融、促开放”路径，将赛事经济纳入了全省“十五五”发展重点布局。当前，应坚持从办赛兴业、惠民利民、提质增效三大方向发力，充分发挥赛事经济的牵引带动作用，以赛事经济赋能高质量发展。

## 依托赛事流量牵引，撬动内需提质扩容

消费是经济增长的持久动力。赛事经济具有强大的人流集聚、消费带动效应，是扩大内需、释放消费潜力的重要载体。

一是将观赛流量转化为消费增量。立足赛事经济“聚众引流、以流促消”优势，构建“赛事引流—消费转化—市场扩容”全链条机制，将短期观赛流量转化为长期消费增量，夯实高质量发展的内需基础。二是用赛事热度拉升消费温度。打造“第二现场”，在景区、商圈、街区等布局标杆式观赛场景，实现消费时空的有效拓展，拉动夜经济、假日经济。例如，2025年“湘超”赛事期间，岳阳设立21个“第二观赛现场”，长沙更是入选首批国家促进体育消费和赛事经济试点城市，短期引流、聚集消费效果十分明显。但也要清醒看到，当前湖南赛事经济仍存在IP辨识度不高、“赛事+文旅”融合不深、市场化运营偏弱等短板，不少赛事“办时人山人海、过后冷冷清清”。立足湖湘资源禀赋，做精赛事IP、做长消费链条，做实市场机制，推动赛事经济从“一阵热”向“长久火”跃升，让赛场流量真正沉淀为产业增量，是释放内需潜力、赋能高质量发展的应有之义。

二是将观赛流量转化为消费增量。立足赛事经济“聚众引流、以流促消”优势，构建“赛事引流—消费转化—市场扩容”全链条机制，将短期观赛流量转化为长期消费增量，夯实高质量发展的内需基础。二是用赛事热度拉升消费温度。打造“第二现场”，在景区、商圈、街区等布局标杆式观赛场景，实现消费时空的有效拓展，拉动夜经济、假日经济。例如，2025年“湘超”赛事期间，岳阳设立21个“第二观赛现场”，长沙更是入选首批国家促进体育消费和赛事经济试点城市，短期引流、聚集消费效果十分明显。但也要清醒看到，当前湖南赛事经济仍存在IP辨识度不高、“赛事+文旅”融合不深、市场化运营偏弱等短板，不少赛事“办时人山人海、过后冷冷清清”。立足湖湘资源禀赋，做精赛事IP、做长消费链条，做实市场机制，推动赛事经济从“一阵热”向“长久火”跃升，让赛场流量真正沉淀为产业增量，是释放内需潜力、赋能高质量发展的应有之义。

三是借助赛事流量构建全域消费联动体系。推广“票根经济”创新经验，打造全省通用的文旅体商消费联盟，推动将赛事门票转化为“吃住游玩购娱”全域消费凭证。四是引导赛事流量向县域、基层延伸。兴办群众参与度高的体育赛事，下沉赛事活动，培育县域、乡村特色赛事品牌。如长沙乡村欢乐跑、湘西“茶BA”、辰溪“村BA”等乡村赛事，与城市赛事一道释放了城乡一体化消费潜力。

## 深耕赛事融合路径，构筑产业转型体系

发挥赛事经济“一业兴、百业旺”的联动效应，可带动体育制造、文旅服务、数字经济等多产业协同发展，牵引产业能级跃升。

一是推动“赛事+文旅”深度融合。将湖湘文化、民俗文化融入赛事场景，打造“赛事+景区”“赛事+非遗”融合产品。如2025年“湘超”联赛推出“跟着赛事去旅行”主题线路，已累计吸引220.54万人次现场观赛，带动文旅消费超113亿元。永州、湘潭将非遗元素融入赛事文创，张家界依托户外运动赛事打造“冠军之路”精品旅游线。二是促进“赛事+制造”协同发展。依托赛事需求，牵引体育装备、智能场馆设备等制造业升级，培育“湘品湘造”体育品牌，支持企业研发智能化、个性化体育产品，延伸体育制造产业链。三是深化“赛事+数字”创新发展。运用大数据、人工智能等技术打造智慧赛事，开发线上观赛、虚拟赛事等数字产品，发展赛事直播、电竞等数字体育产业。例如，长沙松雅湖积极构建“电竞+文旅+商业”融合发展新格局；张家界土家织锦借助数字技术与赛事融合，斩获全国数字文旅大赛一等奖。

## 抓实赛事营城载体，擦亮区域发展名片

赛事经济是城市形象的展示窗口和城市能级的提升杠杆。应坚持“办赛兴城、以赛营城”，以赛事经济带动城市能级跃升，塑造区域协同发展新优势。

一是牵引城市基础设施提质升级。主办赛事是加快奥体中心、交通路网、商业配套等基础设施建设的大好契机。例如，永州用50多天完成老旧体育场改造，桂阳县投资2.6亿元建成全民健身中心——两地由此统筹打造了集体育健身、文化娱乐、商业消费于一体的城市综合体。二是扩大城

市赛事品牌影响力与美誉度。立足各市州资源禀赋，培育城市特色赛事IP，打造“一城一品”赛事品牌，形成独特城市标识。例如，张家界着力培育户外运动赛事，桂阳深耕篮球赛事品牌，有效增强了城市凝聚力和向心力，持续吸引人才、技术、资本等要素集聚。三是统筹赛事资源跨区域布局，促进区域协同共进。依托长株潭一体化发展战略，联合举办跨区域品牌赛事，推动设施共建共享、产业协同发展、市场互联互通。以赛事为纽带，加强与粤港澳大湾区、长三角等区域合作，吸引优质赛事资源落户湖南。

## 坚守赛事惠民导向，筑牢共同富裕根基

应始终坚持以人民为中心的发展理念，让赛事经济发展红利惠及全体群众。

一是完善全民健身公共服务体系。湖南“十四五”时期新建58个体育公园，人均体育场地面积大幅提升，公共场馆免费或低收费开放惠及超2亿人次，同时通过赛事举办营造浓厚全民健身氛围，引导群众树立健康生活理念，不断提升人民群众健康水平。二是大力培育赛事运营、体育服务、文创设计等专业人才，同步壮大体育志愿服务队伍，持续挖掘各类赛事就业增收潜力。比如2025年“湘超”联赛创造了赛事运营、现场服务、文旅接待等就业岗位1.8万个。三是以赛事助推城乡共同富裕。保靖、永顺等地依托赛事带动民宿、餐饮、农产品销售大幅增长，促进城乡要素双向流动，让群众共享赛事红利，增强了人民群众的获得感、幸福感，筑牢共建共享的民生底色和高质量发展成色。

【作者分别系湖南科技大学马克思主义学院副教授、湖南科技大学马克思主义学院硕士研究生。本文为湖南省重点马院项目“世界各国共产党解决党建难题比较研究”（25WTB03）阶段性成果】

《湖南省国民经济和社会发展第十五个五年规划纲要》提出，要“加快发展群众体育，推动民族传统体育传承创新，办好百姓体育赛事”。近年来，我省群众体育赛事呈现出蓬勃发展的良好态势。2025年“湘超”联赛现场观赛人次达241.35万，通过“票根经济”“第二现场”“足球+文旅商”等创新模式，带动关联消费总额突破200亿元；株洲“厂BA”、湘西“茶BA”等特色赛事品牌影响力持续扩大；环洞庭湖国际公路自行车赛火爆出圈；长沙马拉松2025年报名人数达21.2万人，创历史新高。与此同时，群众体育赛事仍存在体系不够完善、融合创新不够深入、体制机制不够健全、支撑保障不够有力等问题，亟须多管齐下、多策破题。

打造“湘字号”品牌，做强群众赛事矩阵。湖南群众赛事不少，但同质化办赛多、一次性活动多，能够持续运营、形成全国影响的赛事IP偏少，需以品牌化思路统筹发展。一是编制全省赛事日历。借鉴浙江“浙里办”赛事日历一屏统览、一键报名的做法，在“湘易办”设置群众赛事日历，按“国家级—省级—市县级—乡镇级”梯次布局，统筹时间、空间和项目，以避免“扎堆办、重复办”。二是培育湖南特色IP。以“龙超”为牵引，依托省内各大水系打造龙舟、皮划艇等水上品牌；依托张家界、衡山、莽山等地做强山地越野、户外探险赛事；依托韶山、汝城等地红色资源，开发“重走长征路”红色徒步等主题赛事。三是做响“村”字号草根品牌。培育“三湘村BA”“潇湘村跑”等群众赛事，融入民俗展演、非遗体验，突出“土味、乡味、人情味”，形成“一县一品、一赛一魂”品牌矩阵。

聚焦赛场之外，提升赛事经济价值。应秉持“以赛促旅、以赛兴产、以赛惠民”思路，做好“赛事+”文章。一是做活“赛事+文旅”。结合张家界天门山翼装飞行世界杯、常德柳叶湖马拉松等赛事，设计专属旅游线路、景区门票联动套餐，把外地参赛者 and 观众“引进来、留下来、多消费”。二是做大“赛事+消费”。赛期同步举办美食节、夜市、农特产品展销，发放赛事专属消费券，把“长沙小龙虾”“岳阳烧烤”等网红IP嫁接到赛事场景中，延长消费时段、扩大消费规模。三是做实“赛事+乡村振兴”。把县城赛事与杨梅节、柑橘节等农事节庆结合，带动民宿、餐饮、土特产销售。建立赛事经济效益

# 加快发展群众体育 办好百姓体育赛事

李邦铭

评估机制，不能简单地看办了多少场，而要看带动了多消费、带富了多少群众。

激活多元化主体，探索“群众办赛”新机制。长期以来，政府“大包大揽”现象在群众体育发展领域较为普遍，社会力量和市场主体参与不足，安全审批、商业开发等环节存在堵点。一些兄弟省份的做法值得借鉴。比如贵州“村超”由村民自主办赛，形成了“群众众创、政府保障、市场参与”的办赛新格局；广东鼓励社会力量成立体育产业协会、草根赛事经纪人队伍，培育赛事运营主体。我省应善借“他山之石”，深化改革，逐步建立健全“政府引导、社会参与、市场运作、群众主体”的办赛机制。一是理顺政府与市场的关系。政府重点做好规划引导、政策供给和安全监管，把赛事运营、商业开发等交给专业市场主体，培育壮大一批本土赛事运营企业和体育经纪机构。二是加大“放管服”改革力度。借鉴江苏群众赛事“一件事”集成办理经验，推行群众性赛事审批、安保、医疗、保险“一站式”服务和赛事服务包，破解基层赛事“不会办、不敢办、办不成”难题。三是激发社会组织活力。支持各类体育协会、俱乐部、社区组织承接赛事，在乡镇、社区聘请赛事组织员，发展赛事志愿服务，形成多元共建共办共享的生动局面。

下沉公共化资源，把赛事办到百姓家门口。我省县域、乡村体育设施和组织能力仍较薄弱，群众“想健身缺场地、想参赛缺平台”的问题不同程度存在，需推动资源、服务、人才下沉，把体育赛事送到群众身边。一是补齐设施短板。结合城市更新和乡村建设，因地制宜建设嵌入式体育公园、社区健身中心和村级灯光球场，打造“15分钟健身圈”，让群众“举步可就、推门可达”。二是做强基层赛事平台。借鉴山东“百县篮球、千乡乒乓球、万人象棋”三级联赛体系的做法，常态化举办社区运动会、乡镇篮球赛、广场舞比赛等小型多样的群众赛事，以“村”字号赛事激活县域人气、提振乡村活力。三是夯实人才支撑。加强社会体育指导员、基层赛事组织者和裁判员队伍建设，开展常态化培训，确保每个乡镇、街道都有“体育带头人”，把赛事办到群众心坎上。

【作者系湖南人天科技学院党委委员、副院长，湖南省中国特色社会主义理论体系研究中心研究员】

# 推动赛事经济从“一阵热”向“长久火”跃升

王立文 刘临达

发展赛事经济、打造自主品牌赛事，是推进体育产业高质量发展、培育经济新增长点的重要发力点。近年来，湖南足球联赛、马拉松、龙舟等赛事蓬勃兴起，长沙更是入选首批国家促进体育消费和赛事经济试点城市，短期引流、聚集消费效果十分明显。但也要清醒看到，当前湖南赛事经济仍存在IP辨识度不高、“赛事+文旅”融合不深、市场化运营偏弱等短板，不少赛事“办时人山人海、过后冷冷清清”。立足湖湘资源禀赋，做精赛事IP、做长消费链条，做实市场机制，推动赛事经济从“一阵热”向“长久火”跃升，让赛场流量真正沉淀为产业增量，是释放内需潜力、赋能高质量发展的应有之义。

三是借助赛事流量构建全域消费联动体系。推广“票根经济”创新经验，打造全省通用的文旅体商消费联盟，推动将赛事门票转化为“吃住游玩购娱”全域消费凭证。四是引导赛事流量向县域、基层延伸。兴办群众参与度高的体育赛事，下沉赛事活动，培育县域、乡村特色赛事品牌。如长沙乡村欢乐跑、湘西“茶BA”、辰溪“村BA”等乡村赛事，与城市赛事一道释放了城乡一体化消费潜力。

历史。因地制宜、一地一品，方能把无可替代的山水人文转化为辨识度鲜明的赛事符号。与此同时，应构建省、市、县梯次衔接的赛事体系，以顶级赛事树标杆、城市赛事引流量、群众赛事旺人气，形成“上下联动、四季不断”的办赛格局。唯有以独特而稳定的IP锁住持续关注度，才能把“办一场赛”做成“立一块牌”，把一次性曝光变成可反复变现的品牌资产。

做长“赛事+”链条，延展多元消费场景。流量能否变增量，关键看消费的链条拉得长不长。一张赛票的价值，远不止于一场比赛的门票；一名选手的到来，往往带动数名亲友随行。研究表明，体育赛事对吃、住、行、游、购、娱等关联消费的拉动，远超门票消费本身。应跳出“就赛办赛”的狭窄思路，推动赛事进景区、进街区、进商圈，让赛场与景区、夜市、商业综合体串珠成链、互引客流。一方面，做实“票根经济”，凭赛票享受景区门票、住宿餐饮、公共交通等优惠礼遇，把观赛人流顺势转化为消费客流、把“一日游”延展为“过夜游”；另一方面，开发“赛事+民宿+特产+文创”的组合产品，把腊肉、黑茶、湘绣、非遗手作等湖湘好物嵌入赛事消费场景，开发专属奖牌、纪念衫等衍生品，让远道而来的游客既看了赛、又住了店、还带走了货。与此同时，善用直播、短视频等新媒体放大赛事声量，把赛场打造成展示城市形象的窗口、引爆社交话题的网红打卡地。如此，原本“一日游”的门票经济方

能延展为全链条、全时段的综合消费，把“为一场赛、奔赴一座城”的一时热情沉淀为留客、留商、留产业的长久效益，实现健康与兴城的双向奔赴。

强化市场化运营，健全要素与政策保障。赛事经济要行稳致远，离不开市场化的造血机制和制度化的有力支撑。当前，一些赛事过度依赖财政投入，靠“输血”办赛，办一场、热闹一阵，一旦补贴退坡便难以为继，可持续性堪忧。破解之道，在于厘清政府引导与市场运作的边界，积极推行管办分离：政府把精力放在规划布局、服务监管、营造环境上，把办赛、运营、招商等专业事项交给专业的人去做，大胆引入专业运营机构和社会资本，向赞助开发、版权运营、衍生品销售等多元渠道要效益，让赛事自身能赚钱、能滚动、能成长。同时，应健全安保、用地、资金、交通、医疗等关键环节配套政策，简化审批流程，强化要素保障，为赛事落地清障搭台、保驾护航；注重培育本土赛事运营人才和专业服务机构，补齐产业链条的人才短板。品牌赛事的成长非一日之功，既要有“功成不必在我”的耐心，持续培育、久久为功，也要有“一张蓝图绘到底”的定力，避免急功近利、半途而废。唯有让市场唱主角、让政策强保障、让人才挑大梁，赛事经济才能从政府输血转向自我造血，真正获得可持续发展的内生动力。

【作者分别系北京工商大学教师、中南大学马克思主义学院副教授】

# 做强端午赛事经济 激活文旅消费新动能

萧湘

在今年全国两会上，“积极发展赛事经济”被列入政府工作任务。近年来，以龙舟赛为代表的端午赛事经济逐渐从传统节庆活动升维为具有强大市场感召力和产业联动效应的新经济形态，为文旅消费注入了澎湃新动能。

2025年首次举办的湖南省龙舟超级联赛（简称“龙超”），于2026年和“湘超”“湘BA”一起被列为湖南省重点打造的三大特色赛事IP。相比广东顺德乐从龙舟赛、贵州铜仁碧江龙舟赛、江苏武进太湖湾龙舟赛、香港国际龙舟邀请赛、厦门集美海峡两岸龙舟赛等国内知名龙舟赛，湖南“龙超”特色鲜明，形成了一系列可复制、可推广的经验模式。

一是文化赋能。湖南是端午文化的重要发源地之一，屈原精神与龙舟竞渡的文化基因早已融入湖湘儿女血脉，成为湖南打造端午赛事最独特、最深厚、最不可复制的优势。以此为根基，将龙舟赛与祭祀典礼、非遗展演、诗词歌会、汉服巡游等文化主题活动有机结合，能有效提升赛事的文化品位和吸引力。比如慈利作为2026年湖南“龙超”首站，两天吸引近40万人观赛，同步推出的民俗非遗展演、文艺惠民演出、水上三板龙灯夜游等特色文旅活动，带动入住客流相比平常增加了40%。

二是流量破圈。赛事作为高关注度、高参与度的社会活动，具备强大的流量聚合能力。这种流量不限于现场观众，通过现代传媒技术，尤其是网络直播、短视频等，可实现几何级数的传播扩散。湖南汨罗作为屈原投江殉国地和国际龙舟赛发源地，

2025年举办龙舟赛事的8天内共接待游客42.15万人次，旅游综合收入约8430万元。

三是融合创新。“赛事+”模式已成为湖南发展端午赛事经济的普遍共识和核心打法。通过“赛事+旅游”，串联起赛场与景区，推出精品旅游线路；通过“赛事+乡村”，激活乡村闲置资源，带动农产品出村进城；通过“赛事+科技”，提升观赛体验，扩大传播声量；通过“赛事+生态”，倡导“无痕赛事”“碳中和赛事”，彰显生态文明建设成果。如麻阳作为2026年赛季首个碳中和主题分站，创新引入湘林碳票，把民俗活动、生态保护、群众参与和文旅发展连接起来。

湖南端午赛事经济在从“大”到“强”的转变过程中，仍面临一些亟待破解的瓶颈。比如，尽管龙舟赛文化底蕴深厚，但尚未形成国家级乃至世界级的顶级赛事IP，各市州赛事品牌相对分散；从“节日流量”向“常年留量”有效转化不够，赛事IP的价值难以延伸至赛后，赛事IP的衍生品开发、常态化文旅项目转化等不足；产业融合度有待深化，部分地区的“赛事+”仍停留在“物理拼接”阶段，缺乏产业链、价值链层面的深度耦合；服务配套存在短板，随着赛事规模的扩大和游客需求升级，交通拥堵、住宿紧张、餐饮服务不规范、公共设施不足等问题在一些地方开始凸显，直接影响游客的满意度和复游率，制约着赛事经济的可持续发展。鉴于此，应积极探索体旅融合发展思路，推动赛事经济从“活动思维”向“平台思维”跃迁。

以核心赛事为牵引，打造赛事IP矩阵。依托湖南“龙超”等核心引领性龙头赛事品牌，着力打造“中国（湖南）国际龙舟节”，构建覆盖省、市、县、乡四级的金字塔式赛事体系，将“端午看龙舟，到湖南去”打造成为具有强大市场号召力的金字招牌。

以融合场景为载体，构建体旅消费生态圈。设计“跟着赛事游湖南”主题线路，以“票根经济”为突破口，将观赛热度即时转化为消费动力；大力发展文创产品、动漫影视、数字游戏等衍生品生态，推动“赛场”变“景区、街区、商区”，开发龙舟文化主题公园、博物馆、体验中心等常态化文旅项目，实现“一季赛事，全年受益”。

以市场机制为保障，培育赛事发展新动能。推动形成“有效市场”与“有为政府”同频共振的良好格局：政府从赛事“主办者”转向发展“引导者”、从“补赛事”转向“补平台、补环境、补消费”；创新赛事商业开发模式，鼓励国企、民企、社会组织多元参与体育设施建设与赛事运营。

以教智治理为抓手，健全赛事服务保障体系。加快完善交通、住宿、餐饮、通信、安保等基础设施，推广智慧旅游系统，提升服务的便捷性和舒适度；建立健康服务标准和管理规范，加强市场监管和从业人员培训，营造诚信、热情、周到、安全的消费环境；健全数据评价体系，对赛事期间的客流量、消费结构、产业带动效应、游客满意度等进行实时监测和精准分析。

【作者系张家界学院文学院院长、副教授】

# 创新发展赛事经济 激发消费新活力

符小勇 刘克方

《湖南省国民经济和社会发展第十五个五年规划纲要》提出，要“创新发展演艺、赛事、国潮、夜间经济等新消费模式”。深入实施赛事经济创新发展战略，对于激发湖南消费市场新活力具有重要意义。

创新赛事供给。一是以结构优化激活供给潜力。应坚持高端赛事与大众赛事并举、外来赛事与本土赛事并重，以适配不同群体的观赛、参赛消费需求。一方面，发挥龙舟、赛艇、羽毛球等传统项目优势，积极引进中华龙舟大赛总决赛、全国赛艇锦标赛、全国羽毛球冠军赛等国家级品牌赛事，持续打造规范化、精品化、标杆化的赛事供给；另一方面，深耕本土群众体育，持续孵化“湘超”联赛、“龙超”“湘BA”等规范化、市场化、品牌化民间赛事。二是以质量提升锻造供给韧性。对标国务院办公厅印发的《关于释放体育消费潜力进一步推进体育产业高质量发展的意见》，不断优化赛事组织、安全保障、配套服务、宣传推广体系，以专业化、标准化、数字化的高品质赛事持续释放消费潜力。三是以全域延伸释放供给效能。推动赛事资源从城区向县域、乡村、社区、校园、企业等延伸，简化赛事审批流程、放宽办赛场景限制，助力激活城乡全域消费潜力。

创新消费场景。一是打造沉浸式赛事体验消费场景。加大高天大屏、灯光、音响等视听设备投入，营造热烈激情的赛事“第一现场”；在商圈、夜市、休闲广场等地设立高清大屏，开辟观赛“第二现场”；在体育场周边设立球迷广场、主题餐吧、文创市集等配套设施消费空间，拉动观赛消费。二是搭建赛事主题联动消费场景。围绕“湘超”“龙超”“湘BA”等热度赛事，积极策划“赛事周”“球迷节”“运动嘉年华”等主题活动，推出赛事联合购票券、折扣套餐、满减优惠等票根优惠券，形成主题化、周期性消费热潮，引导观赛客流延长消费时间、拓展消费空间。三是培育赛事数字空间消费场景。借助数字技术手段，开发“线上观赛+直播带货+互动”模式，面向全网受众打造常态化线上消费场景，既打破传统赛事消费时空限制，又提升赛事的传播度、互动性、变现能力。

创新体制机制。一是健全统筹协调机制。赛事经济涉及体育、文旅、商务等领域，应构建跨部门、跨层级、跨区域协同推进机制，明晰各主体责任分工，统筹整合政策、场地、宣传、客流等各类资源，协同打通赛事消费的堵点难点。二是完善市场运作机制。

# 创新发展赛事经济 激发消费新活力

应坚持“政府引导、市场主导、社会参与、法治保障”原则，放宽社会资本准入门槛，鼓励市场主体深度参与赛事策划运营、品牌推广、衍生品开发、知识产权运营等环节；通过市场化运作持续增强赛事自我造血能力，摆脱财政依赖。三是优化服务保障体系。依据湖南省提振消费专项行动方案，优化各类赛事审批流程，完善交通疏导、医疗救助、安全管控、志愿服务等配套体系，打造便捷高效、安全舒心的办赛观赛环境，切实推动赛事流量转化为实体经济增量。

创新融合发展。一是推动体育赛事与文化旅游深度融合。围绕重点赛事设计主题旅游线路，将红色景区、山水名胜、古镇村落、非遗工坊串联成链，推出联票联动与定制体验活动；在赛事期间组织非遗展演、民俗体验、文化讲座等配套活动，形成“观赛+游览+住宿+购物”的消费闭环。二是推动体育赛事与都市商业深度融合。依托城市商圈、特色街区、夜间市集等商业载体，健全观赛消费、休闲购物、文旅体验一体化商业服务体系；鼓励都市商业主体借助赛事流量开展主题营销、场景展销，围绕观赛人群消费需求，培育夜间经济、首店经济、快闪经济等新业态，撬动城市商业能级整体提升。三是推动体育赛事与实体经济深度融合。大力发展体育用品研发、设计、制造、销售、租赁、维修等全链条服务；鼓励本土制造业借赛事平台进行品牌展示与产品推广，拓宽产品销售渠道；围绕赛事需求，培育体育装备、智能器材、户外运动等新兴业态。四是推动体育赛事与乡村振兴深度融合。支持有条件的乡镇举办乡村马拉松、龙舟赛、山地自行车赛、农民运动会等特色赛事，带动乡村民俗、特色餐饮、农特产品销售和村民就业增收。同时通过推动乡村完善交通路网、停车场、卫生设施、网络通信等赛事配套条件，为乡村全面振兴注入持久动力。

【作者均系湖南省当代中国马克思主义研究中心湖南科技学院基地特约研究员。本文为湖南省重点马院专项课题“习近平文化思想的价值哲学研究”（24ZDBM23）阶段性成果】