

# 青岛在体育赛事举办过程中“导入”文旅商展优质资源，激发一场由体育比赛带来的乘数效应

## 理清“办赛逻辑”，谋划“以赛营城”

□青岛日报/观海新闻记者 许诺 实习生 宋沁妍

### 青报观察

32680人，2025年开年以来全市上座率最高的一场体育赛事在青春足球场的“青岛德比”赛上出现。而这仅仅是青春足球场的一个侧影——自青岛海牛足球俱乐部主场落户青春足球场以来，其累计举办中超联赛和足协杯比赛32场，吸引来城阳观赛球迷超过70万人次，带动餐饮、住宿等周边消费约4亿元。

从竞技到经济，一幅城市经济图景在体育赛场之上徐徐铺开。以2024年为例，青岛举办国家级以上体育赛事117项，区级以上体育赛事649项，为青岛带来直接经济效益18.58亿元，对GDP的贡献约46.45亿元，因赛事而新增就业岗位数约3.28万个……

以体育为媒，将赛事“流量”变为经济“增量”，青岛正在全力书写赛事经济与城市发展的共赢篇章。

#### 从体育赛场到“消费主场”

2月19日，青岛市提振消费工作大会召开。会议提出，青岛将从8个方面全方位提振消费，其中在“文体旅消费促进行动”方面指出：要深入实施文体旅消费促进行动，深入推动文化与科技相结合，丰富文旅消费业态，充分发挥市场作用，加快发展赛事经济，办好各类节会活动，激发文体旅消费活力。

“体育赛事触发的消费热潮不可忽视。”在青岛海牛队主场对阵深圳新鹏城队的比赛前，来自深圳的一位球迷告诉记者，“来自深圳的球迷‘远征军’也来到了城阳区。球迷跟随球队到各个城市观看比赛，是城市赛事经济的重要贡献者。”

因为一场赛事奔赴一座城市，这已是当下不少人的一种生活方式。为此，不少城市谋篇布局，考虑城市气质、资源禀赋等，在办赛过程中“导入”文旅商展优质资源，重塑赛事的消费动线，让体育赛场变为“消费主场”。在青岛，这种赛事与城市的“互动”已有迹可循。纵观全年，每场大型赛事的背后都在无声地推动着赛事经济的能级跃迁。

数月前，中国男足在青岛取得首胜的一瞬仍历历在目，那一天，具有百年足球底蕴的青岛迎来属于自己的高光时刻——场中国队对阵印度尼西亚队的世界杯亚洲区预选赛，吸引37133名球迷现场观赛。其中，近七成球迷是从外地奔赴而来，数量超2.5万人，赛事直接经济效益超8000万元，带来的综合经济效益约为5亿元。

同为群众基础雄厚的“大球”运动之一，篮球也不遑多让。CBA联赛第二阶段结束，青岛国信制药男篮成绩直冲前四，票房销售近600



万元，现场观赛观众合计近8万人，周边产品售卖近80万元。同时，作为全国首个中国篮协支持和CBA官方授权的大型城市篮球季项目，2024“青岛篮球季”举办CBA夏季联赛、街球霸王、青岛市全民联赛等赛事活动，参赛人数超过1万人，吸引观赛人次超6万，带动文旅消费超2亿元。

放眼全国，马拉松的“商业价值”有目共睹。据国内相关证券研报预计，马拉松赛事经济规模在2025年将达到500亿元，未来，马拉松衍生经济规模将超4000亿元。一日比赛、多日停留，一人参赛、多人消费，“借马荐城”已是诸多城市的共识。

2024年青岛马拉松举办期间，6万余名运动员及陪同人员来青，共享“青马”体育盛宴。自2017年起，青岛马拉松已成功举办六届，品质逐年提升，被评为中国田协“金牌赛事”、世界田联“精英标牌赛事”。赛事期间，青岛推出“号码布就是通行证”优惠游、“最美青导”深度游马拉松赛道、文旅赛事礼包赠送等活动，全面带动衣、食、住、行、游、购、娱等多样消费需求，直接拉动餐饮、宾馆、交通、旅游等行业的发展，一场马拉松就创造出3.49亿元的综合经济效益。

马拉松的综合效益同样激发着青岛的区市热情：2024年，青岛西海岸半程马拉松吸引全国各地的15000名参赛选手环绕山海，莱西半程马拉松带领5000余名马拉松爱好者体验“一湖、一河、一村、一集”……除此之外，全年还举办了第二届垂直马拉松、青岛黄金海岸夏日跑、第五届青岛彩虹跑等8场路跑类赛事，吸引约10万名运动员及陪同人员来青，创造综合经济效益超8亿元。

#### 从城市IP到“金色请柬”

在经历了成都大运会、杭州亚运会、哈尔滨亚冬会等多场盛会后，“赛事经济”的概念在国内众多城市兴起，头部体育城市纷纷谋篇布局，以举办重大体育赛事为契机，助推城市产业转

型升级与经济高质量发展。每一场爆火出圈的背后，都蕴藏着一座城市“蓄谋已久”的策划。

“找准城市赛事经济发展的‘定盘星’，盘活资源、谋定后动应是题中之义。对于青岛而言，经济发展离不开海洋，而发展海洋经济，青岛更是近水楼台。”一位在行业内深耕多年的从业者如是说。

青岛曾成功举办奥运会帆船赛事。奥帆赛后，青岛相继引进和成功举办克利伯环球帆船赛、沃尔沃环球帆船赛、世界杯帆船赛、国际极限帆船培训赛等多项国际高端帆船赛事，打造了“市长杯”青岛国际大帆船拉力赛、青岛国际帆船周、青岛国际海洋节、“远东杯”国际帆船接力赛等自主品牌赛事，“帆船之都”城市品牌业已成为国际开放平台和载体，每年平均举办近10项全国性以上帆船赛事，吸引近千名运动员参赛。

其中，最为瞩目的当属每年夏天的海洋体育盛宴。从2009年起，帆船周·海洋节每年举办一届，已成为青岛的夏季体育狂欢和帆船运动嘉年华，数年间累计拉动赛事周边住宿、餐饮、交通等产业消费超亿元。2024年创新举办首届中国（青岛）国际海洋体育大会，18天、7大板块、30余项赛事及文体商旅交流活动，吸引了来自22个国家和地区的2000余名国内外嘉宾、运动员、教练员参与，覆盖受众3500万人次。体育大会举办期间正逢中秋假期，助力青岛上榜“中秋假期热门国内目的地”，入境游订单同比增长258%，“坐帆船、看比赛”体育旅游成为消费新热点，国内品牌传播总价值超过3200万元。

当帆船摇曳的海天胜景衍生产为经济脉动，各类水上时尚体育项目在青岛落地生根：水上飞人、海豚潜艇、海上飞轮、彩虹拖伞、尾波冲浪等各大网红时尚海上运动项目齐聚黄海之滨。2024年，青岛举办帆船、摩托艇、桨板、冲浪、皮划艇等水上赛事活动40余项，持续激发着体育市场消费潜力。而在海洋体育赛事的带动下，海洋体育产业于无声处逐浪产业“蓝海”，成为招商引资的“金色请柬”。

#### 从“办赛逻辑”到“以赛营城”

当5天时间里2万余名球迷不间断涌入青岛国信体育馆时，一个从“办赛逻辑”转为“以赛营城”的案例在此上演。

今年年初，2025青岛啤酒亚洲羽毛球混合团体锦标赛落户青岛，成为这座滨海城市与羽毛球许下“三年之约”的开始。本届团赛的热点话题引爆全网，其中，微博平台上的“2025亚洲羽毛球混合团体锦标赛”和“2025年羽毛球亚团赛”2个主话题阅读量已超过7000万，较2023年亚团赛增长约256%，全网与亚团赛相关的话题阅读量超2亿。比赛前后，以青岛国信体育中心酒店为代表的场馆周边酒店客满，订房率同比均有增长。值得一提的是，赛事指定酒店位于海边，不少运动员被沿海美景所吸引，公开表示比赛结束后会游览青岛。

此番火热景象的背后，离不开青岛的慧心巧思：赛事推出11款精美周边，独具滨海特色的贝壳形吉祥物“贝贝珠”让人爱不释手；策划“跟着赛事去旅行”主题活动，凭球票可享受酒店、景区、文博场馆等多重文旅消费福利；场馆内外设置青岛本土知名品牌展柜，以青岛啤酒为首的企业在此设置互动游戏区，球迷闲时便可品尝青岛啤酒……表象之下，更深层次的是城市消费系统的链式反应：赛事带来的上万名外地观众转化为旅游消费群体，催生“羽毛球+海滨游”“羽毛球+啤酒”等复合型消费场景，形成青岛独有的“赛事热力学模型”。

“亚团赛的三年赛事周期刚刚起步，它与青岛未来的双向奔赴充满无限可能。”青岛大学经济学院教授姜伟认为，体育赛事凸显人民美好生活需要的价值导向，也会给举办地区带来巨大的经济效益和社会效应。

从赛事“出彩”到城市“出圈”，从“办赛逻辑”到“以赛营城”，赛事经济的发展正在迈向深水區，考验与机遇并存。《中国城市体育消费报告》显示，我国作为全球最大的体育休闲消费市场之一，预计2025年市场将增长至2.8万亿元。体育休闲消费日益成为拉动地方经济发展的新动能，为扩内需、促消费、稳增长做出重要贡献。

赛事背后的经济账本打开产业风口。以一场体育赛事为例，赛前3小时餐饮经济、赛中上万人即时消费、赛后24小时衍生消费，以顶级赛事为能量源，主办方可以通过“48小时消费圈”设计，将单点赛事转化为持续消费的“脉冲”。“跳出单一的‘办赛逻辑’，从‘以赛营城’的更多元视域谋划‘赛事+旅游’‘赛事+文创’‘赛事+会展’‘赛事+商贸’等融合布局，这是赛事流量转化为经济增量的重要选择。”有专家表示，体育赛事是引领群众建立健康生活方式的风向标、减压阀，也是扩内需、促消费、稳增长的新载体、新路径。在政府、企业和社会各界的共同努力下，“赛事+”必将打开“以赛营城”更多想象空间和实践探索。

## 全市党外人士情况通报会召开

□青岛日报/观海新闻记者 蔺妍妍

本报3月12日讯 12日下午，全市党外人士情况通报会召开，通报全市市场监管工作情况。副市长赵胜利出席会议并讲话。

今年，全市民主党派将围绕市场监管、工业和信息化重点工作分专题开展专项监督。会上，各民主党派、工商联和无党派人士代表对市场监管工作提出意见建议，民革市委会报告开展专项监督情况。

会议指出，要充分发挥民主党派、工商联和无党派人士在资政建言、关系协调、群众引导等工作中的优势，加强市场监管系统与党外人士联系沟通，促进意见建议反馈落实和转化运用，以更高站位凝聚思想共识，更强担当助力高质量发展，更实举措深化协作联动，共同营造更加公平、更有活力的市场环境。

会前，与会人员实地调研了市市场监管局应急指挥大厅。

## 潍宿高铁至青岛连接线隧道工程开始实质性施工

### 连接线项目将于2028年6月建成

□青岛日报/观海新闻记者 周建亮

本报3月12日讯 12日凌晨，在潍宿高铁至青岛连接线报屋山隧道施工现场，工作人员拉起了警戒线，随后爆破员按下启爆键，巨响传来，隧道首次爆破作业顺利完成，这标志着该项目隧道工程进入实质性施工阶段。

潍宿高铁至青岛连接线位于山东半岛南部，线路自青盐铁路洋河口站引出，自东向西途经青岛市西海岸新区、潍坊市诸城市、日照市五莲县，引入潍宿高铁新建五莲北站。项目全长108.78公里（青岛段53.5公里），设计时速350公里。全线设洋河口、青岛西、诸城南、五莲北4座车站，于2023年年底开工。

报屋山隧道位于西海岸新区境内，为越岭双线隧道，全长1835米，是潍宿高铁至青岛连接线重点控制性工程之一。隧道围岩条件复杂，Ⅳ、Ⅴ级围岩占比高，且隧道紧邻既有青盐铁路黄山屯隧道，爆破振速要求高，且爆破作业仅能利用铁路天窗时段施工，每日爆破一次，工期和安全压力巨大。为确保爆破作业安全顺利进行，中铁十局潍宿三分部通过一系列行之有效的措施，首次爆破振速符合要求，确保了爆破安全和施工质量，为后续隧道掘进任务顺利完成提供了有力保障。

潍宿高铁至青岛连接线计划2028年6月底建成。这条高铁线路事关青岛当下所需和未来发展。通过该项目，青岛将接入京沪二线这条高铁“大动脉”，突破了南下通道瓶颈，实现国家铁路“八纵八横”沿海通道与京沪辅助通道的横向连接。届时，南下长三角及华中地区，相较于目前主要通道青盐铁路，青岛将有速度更快、车次更多的高速铁路。

从货运角度看，随着青岛西至洋河口新建线路的修建，还将一并解决青盐铁路北段客货混行和远期货运能力不足等问题，更好满足董家口港集疏运需求，提升港区综合服务能力。

## “3·15”金融消费者权益保护教育宣传活动启动

□青岛日报/观海新闻记者

本报3月12日讯 12日，2025年“3·15”金融消费者权益保护教育宣传活动拉开帷幕。该活动以“保障金融权益 助力美好生活”为主题，由青岛金融监管局携手人民银行青岛市分行、青岛证监局、青岛市委金融办、青岛市公安局、青岛日报报业集团主办。

此次活动包括地铁主题专列、金融消保能量站、全城联动宣传等形式，将金融知识“搬”进市民日常生活，为岛城注入金融安全“强心剂”。青岛金融监管局现场发布了“为民办实事”十大典型案例，彰显了“金融为民”成效；交通银行“交心办”数字平台实现近百项民生服务“掌上办”；青岛农商银行“小微云”终端将政务金融服务延伸至1546个乡村；中国人寿升级后的“琴岛e保”让参保群体医疗负担直降26%。

启动仪式现场，青岛地铁2号线首列“金融消保主题专列”正式发车。作为本次活动的核心场景，五四广场地铁站“城市展厅”与广兴里街区同步点亮“金融消保能量站”。现场以“互动装置+专家咨询”模式布局，将金融术语融入鲜活的生活场景。

2024年，青岛金融监管局携手中央驻青金融管理部门，共同织密“大消保”网络，集中力量整治侵害消费者权益的突出问题，将“为民办实事”的政策举措落到实处，倾心倾力解决人民群众的“急难愁盼”，青岛金融系统通过专项清理行动，成功唤醒消费者“沉睡”资金超过12亿元。在金融纠纷化解方面，创新的“云调解”模式，使得线上调解率跃升至95%，显著提升了金融服务的温度和效率。

（上接第一版）并上升为制度性规范，确保把每一件代表建议办好办扎实，进一步提高建议落实率。

会议指出，重点督办建议涉及面广、综合性强、关注度高，要强化责任、协作配合，同向发力、同题共答，有力有序推进代表建议办理。要把办理代表建议同落实市委部署要求紧密结合起来，同加强和改进工作紧密结合起来，充分吸纳代表的真知灼见，积极回应民生关切，切实将代表“金点子”转化为推动高质量发展和民生改善的“金钥匙”。

李红兵、栾新、韩守信、张建刚、陈金国、毕维准出席会议。

## 前两个月青岛外贸进出口1310.9亿元

### 同比增长4%，进出口、出口、进口增速分别高于全国5.2个、5个和5.2个百分点

□青岛日报/观海新闻记者 刘兰星 通讯员

本报3月12日讯 青岛海关统计数据显示，今年前两个月，青岛市外贸进出口1310.9亿元，同比增长4%，占同期山东省进出口总值的26.4%。其中，出口795亿元，增长8.4%；进口515.9亿元，下降2.1%。前两个月青岛市进出口、出口、进口增速分别高于全国5.2个、5个和5.2个百分点。

从前两个月青岛市外贸进出口的主要特点来看，保税物流大幅增长。一般贸易进出口887.5亿元，增长0.2%，占全市外贸进出口总值

的67.7%。同期，保税物流进出口187.5亿元，增长19.9%；加工贸易进出口221.8亿元，增长7.1%。

国有企业进出口增速较快。民营企业进出口898.1亿元，增长2.9%，占68.5%。同期，国有企业进出口179.3亿元，增长33.2%，占13.7%。

对主要贸易市场进出口增降互现。对东盟、美国、日本分别进出口173.9亿、138.9亿、85.9亿元，增速略有放缓；对欧盟、韩国、俄罗斯分别进出口163.6亿、104.3亿、89.5亿元，分

别增长0.7%、14.3%、65.3%。以上市场份额合计占57.7%。同期，对共建“一带一路”国家进出口738.1亿元，增长9.3%，占56.3%；对RCEP其他成员国进出口431.8亿元，增长1.4%；对上合组织其他成员国进出口138.6亿元，增长43.8%。

机电产品、农产品等优势出口产品保持较好增势。机电产品出口415.8亿元，增长10.8%，占出口总值的52.3%。其中，家用电器64.6亿元，增长11.5%；通用机械设备38.7亿元，增长69.6%；汽车零配件36.9亿元，增长4.9%；

集装箱31.5亿元，增长16.4%。同期，劳动密集型产品出口112.8亿元，增长0.1%，占14.2%。其中，纺织服装64.8亿元，增长3.9%。此外，农产品出口71.8亿元，增长6.5%，占9%。

从进口产品来看，原油进口值倍增。原油进口141.8万吨，增加149.6%，价格下跌4%，价值56.5亿元，增长139.5%。农产品进口123.8亿元，占进口总值的24%。其中，肉类32.5亿元，增长34.5%。同期，机电产品进口85.3亿元，占进口总值的16.5%。其中，通用机械设备、集成电路进口值分别增长49.3%、27.5%。

## 东方影都配套升级，“地铁站”搬进楼房里

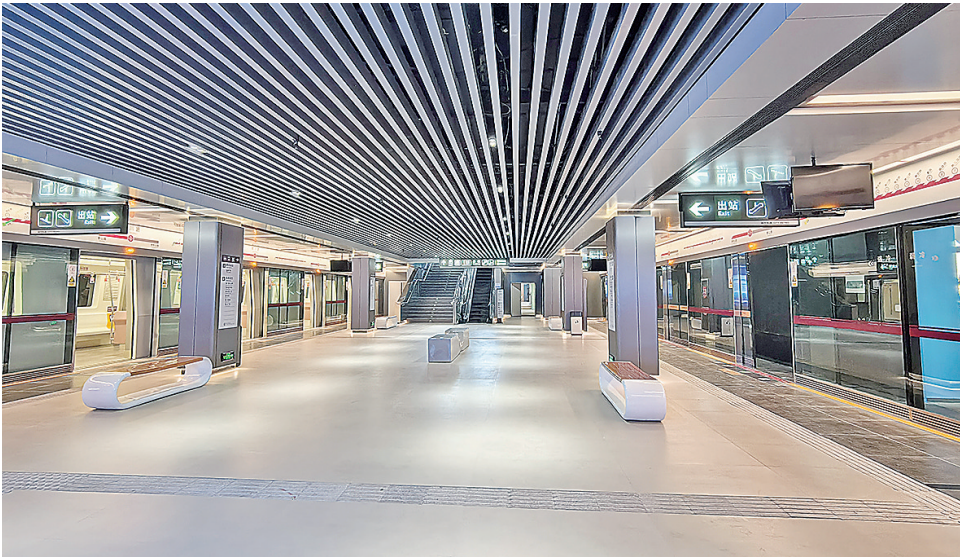
### 海好(青岛)实景片场投入使用，占地1.2万平方米，打造20多个主题场景

□青岛日报/观海新闻记者 王凯 通讯员 孙华丰 逢湘云

本报3月12日讯 东方影都配套升级迎来新进展。12日上午，海好(青岛)实景片场在青岛西海岸新区启用运营，填补东方影都在实景摄影棚方面的空白。

该实景片场是由青岛东方影都影视产业有限公司与青岛海好久盈影视文化有限公司共建，占地12000多平方米，拥有20多个风格迥异的主题场景的实景基地。片场所在的楼座共有三层楼，其中一层一侧完整搭建了地铁站场景，地铁列车车厢、候车区、扶梯等设施全部模拟还原，将一座地铁站搬进了楼房里。

此外，片场包括警察局、医院、学校、别墅、洋房等丰富场景，可为影视组、广告制作团队及文旅项目提供“一站式”专业拍摄服务。“比如警察局，我们设置了前台、办公区、指挥中心、讯(询)问室等多个场景，医院则有病房区、药房、手术室等场景，可以满足剧组多方面拍摄需求。”青岛海好久盈影视文化有限公司总经理王



■海好(青岛)实景片场中的地铁站场景。王凯摄

鸿表示。记者看到，当天已有微短剧剧组在医院场景内取景拍摄。

“海好(青岛)实景片场建成运营，进一步丰富了东方影都的配套设施，提升了东方影都的服务能级。未来，东方影都将持续发挥实景摄影棚与高科技摄影棚联动优势、摄影棚与青岛天然外景地联动优势，不断完善产业生态，赋能影视创作者以更高效率、更低成本实现艺术构想。”青岛东方影都控股集团总裁孙恒勤说。

近年来西海岸新区高标准打造国内一流影视工业化基地——青岛影视基地，形成长短兼具、大小兼容的影视产业发展布局，集聚影视企业千余家，累计接待剧组480余个，电影票房总产出387亿元。其中，依托藏马山影视文旅资源建设的北方微短剧影视基地，一年间入驻短剧企业30余家，拍摄作品120余部，2部作品入选国家广电总局“跟着微短剧去旅行”推荐剧目。此次海好(青岛)实景片场投入使用，不仅为影视创作者提供了优质创作空间，也为青岛影视基地发展注入新活力。