

赛事IP点燃“双节”

“票根经济”打造消费新场景

今年“双节”期间,全国各地的体育赛事活动不断,成为“假日经济”中最具爆发力的增长极之一。

在上海,2025上海劳力士大师赛、世界赛艇锦标赛、世界F1H2O摩托艇锦标赛中国上海大奖赛、国际马文化周、8小时耐力赛等国际顶级赛事密集登场;在北京,中网赛场再现高手对决;在四川,“川超联赛”火热进行,草根球队掀起全民足球风暴;在海南,环岛旅游公路自行车赛万宁站鸣枪开赛,600余名选手共赴假日骑行之约……

文化和旅游部统计数据显示,今年国庆文旅消费月期间,全国将举办各类文体旅融合活动超2.9万场,其中“观赛+旅游”“参赛+旅游”类项目占比达43%,较去年同期提升12个百分点。

多个赛事IP落地

“超值了,同一晚有德约科维奇和辛纳已经让我看得很过瘾了!”10月8日,一位在2025上海劳力士大师赛现场的网球迷对记者表示。

在北京,中国网球公开赛与世界乒乓球职业大联盟中国大满贯赛同期上演,掀起观赛热潮。

10月6日至8日,备受瞩目的上海8小时耐力赛在上海国际赛车场激情开赛,这也是一项自主体育赛事IP。

“第二现场”释放新潜力

围绕赛事衍生的消费场景正展现出强大的经济拉动能力。在“第一现场”(即比赛现场),观众的消费

热情持续高涨。以上海劳力士大师赛为例,三家官方纪念品商店内人头攒动,钥匙扣、毛绒玩偶等亲民周边持续热销,不少明星款产品一度脱销。“我特地提前一个多小时来,就想逛逛纪念品商店,购入一些精致的周边产品。”一位消费者对记者表示。

广阔的消费场景也在赛场外的“第二现场”展开。“双节”期间的上海静安区茂名北路,俨然成为露天的网球狂欢广场:夜幕下,正在直播比赛赛况的巨型屏幕前坐满了观众。周边某商铺工作人员介绍,获益于赛事直播,九点半后店门口依然有顾客排着长队;另一家餐饮店的工作人员表示,“双节”期间,该店铺的客流较平时至少增长了15%。在南京,白马生活广场打造的“苏超第二现场”通过线上线下竞猜、趣味射门游戏和客队球迷专属优惠,成功将观赛流量转化为消费增量。

“票根”的潜在价值正被进一步发掘。资料显示,在北京首钢园区,WTT大满贯赛带动六工汇商圈客流翻倍,半数顾客凭“票根”享受消费优惠;在湖北潜江,赛事门票可兑换小龙虾专享套餐;在陕西西安,斯诺克大奖赛预热期已启动“票根”联动优惠;在上海青浦,世界赛艇锦标赛的“票根”可解锁超200项权益,覆盖购物、餐饮、民宿及景点。

广州艾媒数聚信息咨询股份有限公司CEO张毅分析称,体育经济正成为新的消费引擎。据统计,今年上半年,电商平台体育用品零售总额突破2100亿元,同比增长近20%,是网上零售消费品种增长较快的品类。

据中国经济网

年轻客群崛起

旅游消费方式更趋多元

今年国庆中秋假期期间,国内旅游市场呈现出强劲复苏势头和结构性变化。

业内人士表示,当前旅游消费方式更趋多元,错峰出行、分段度假、深度体验等新形态逐渐普及。这些变化显示出中国旅游市场正在从规模扩张向品质升级转变。

年轻游客更重体验

“双节”假期期间,旅游市场不仅实现了人次的增长,更在消费质量方面实现跃升。飞猪数据显示,在“双节”假期期间出行的客单价同比提升14.6%,这一数字折射出游客消费观念的深刻变化。

游客在交通工具、酒店等方面的人均预订量均有提升。其中,机票、用车等交通工具类商品人均预订量同比提升5%,酒店、门票等商品人均预订量提升4.6%。

年轻游客,尤其是“95后”,成为推动这一趋势的重要力量。飞猪数据显示,今年“双节”假期期间,1995年至1999年出生的游客占比近四分之一。“05后”游客预订人次同比大增61%,增速领先。上述群体不再满足于打卡式旅游,而更愿意为情绪价值和深度体验付费。例如,大学生群体的机票预订量同比增长63%,其中国际机票增幅达110%、人均旅游消费金额提升31%。

目的地从集中走向分散

在出行距离上,“双节”假期呈现“长短结合”的鲜明特征。长线游占比显著提升,携程数据显示,国内长途游订单占比同比提升3个百分点。北京、成都、

上海、西安等传统热门城市依然领跑,但乌鲁木齐、呼和浩特、拉萨等地区订单增幅接近30%,显示出游客对远途和深度探索的兴趣增强。

与此同时,小众目的地、“小城热景”迎来爆发式增长。飞猪数据显示,景德镇、泸州、昭苏、屯昌、伊春等地订单增长显著,部分目的地订单增幅超200%。

夜游成为新亮点

面对集中出行可能带来的拥堵与高成本,越来越多的游客选择分段式出行与错峰安排。携程数据显示,超三成游客选择在9月25日至30日提前出发,或延后至10月9日至12日返程。

这一安排不仅缓解了假期首尾的交通压力,也提升了旅行体验的舒适度。许多游客通过拼假方式,成长线度假周期。

错峰出游还带来显著的成本优势。例如,记者在多家在线旅游平台看到,10月3日至4日国内机票均价比假期前半段下降超30%,节后多条航线价格降幅超50%。

夜游经济的兴起是今年“双节”假期的另一大亮点。在携程平台上,“夜游”搜索热度环比增长超200%。上海浦东美术馆、南京博物院等文化场馆夜间场次热度涨超5倍。各地推出的夜游项目形式多样,石家庄荣国府推出“红楼梦中人”沉浸夜游,无锡禅意小镇的无人机烟花秀、重庆欢乐谷的灯光秀等都受到游客欢迎。全国各地举办的300多场大型灯光秀,进一步巩固了夜游作为目的地的吸引力关键要素的地位。

据《中国证券报》

深度体验成衢州文旅新玩法

本报讯(记者 方俊)今年国庆中秋假期,衢州文旅市场再次爆火。

这个假期,衢州海洋世界、严家淤岛两大休闲度假场所,是家庭游、亲子游的主要打卡点。10月4日,记者在衢州海洋世界看到,市民游客穿梭在场馆内,在百米海底隧道看鱼群,到美人鱼剧场看表演,喂完海龟再到楼上参观火箭,是很多市民游客的选择。来自龙游的杨先生说,他带孩子玩了整整一上午,体验了不同项目。假期中,海洋世界总共接待游客8万多人次,门票收入近700万元。

在开化县马金镇,趁着假期体验金溪竹筏漂流

黄金饰品品牌

寻求差异化市场定位

北京时间10月7日8时48分,COMEX黄金触及4000美元/盎司,10月8日,COMEX黄金继续向上突破,截至记者发稿时,盘中最高触及4071.5美元/盎司。现货黄金(伦敦金现)涨幅紧随其后,10月8日伦敦金现价格最高触及4049.64美元/盎司;至此,COMEX黄金、现货黄金价格年内涨幅均超50%。

国内金饰方面,10月8日,东方财富数显示,周大福等多家金饰品牌足金报价1155元/克;金条价格报价各异,周大福、六福珠宝报价1145元/克,周生生报价1026元/克,老庙黄金报价1106元/克。

此次国际金价短期内大幅上涨,市场普遍认为主要原因是全球宏观环境不确定性增加,越来越多的投资者通过黄金对冲风险,从而推动金价快速上涨。

国信证券分析认为,此轮上涨并非偶然,而是长期逻辑、短期因素与市场情绪共振的结果。长期来看,支撑黄金持续上涨的长期逻辑主要集中在全球货币信用体系重构层面;短期则由美联储超预期降息与黄金ETF规模膨胀推动。从黄金价格与黄金ETF规模变化情况来看,二者几乎同步在9月份开始上涨,意味着本轮黄金价格上涨很大程度上是由ETF规模上升所推动。

西部证券认为,目前正处于黄金第三波主升浪行情早期,重启降息意味着美联储独立性受损,未来美联储独立性会持续受到损害,黄金的储备价值将进一步彰显;此外,随着美元信用裂痕持续扩张,金价将开启长期牛市。

深圳市前海排排网基金销售有限责任公司研究总监刘有华对记者表示:“长期来看,在美联储维持宽松政策、美国财政持续扩张以及通胀仍具黏性的背景下,黄金仍具备较强的上行支撑。不过,短期内仍需警惕利好出尽后的技术性回调风险。”

国庆中秋假期,黄金消费也迎来小高峰。记者走访多家黄金品牌店铺看到,尽管金价持续上涨,但店铺内仍有不少消费者出手购金。

在潮宏基的店铺内,工作人员对记者表示,国庆中秋双节期间,店铺内的小克重以及“一口价”饰品受到顾客青睐,由于“一口价”金饰尚未调价,叠加节日优惠,价格较有优势。

记者注意到,在金价持续上涨背景下,不同黄金饰品品牌开始寻求差异化市场定位,不再比拼价格优势。国庆中秋假期,多家品牌不约而同收紧克减等优惠策略,有的品牌还对优惠设置了克重门槛和时间期限,店员销售时注重推广自家品牌独特工艺、黄金IP等产品特性。

值得一提的是,尽管金价上涨抑制了金饰需求量,但金饰的消费金额上半年却创下历史新高。国家统计局数据显示,上半年国内限额以上单位金银珠宝类商品零售额达1948亿元,增长11.3%。

金饰需求量下滑,但金饰消费金额整体呈增长趋势。世界黄金协会报告提出,黄金消费金额与需求量背道而驰,表明尽管金饰价格处于历史高位,但中国消费者的购买意愿并未受到影响,中短期内金饰需求量可能延续疲软态势,但从消费者角度来看,足金首饰的拥有率显著上升,在年轻群体的变化尤为突出,未来金饰消费仍有潜力可挖。

据《证券日报》