家庭入場樂融融 人均花費上千元 票根優惠多籮籮

黃金周掀體育熱 帶旺「票根經濟」

▲WTT大滿貫公園內，觀眾通過室外大屏觀看比賽。 大公報記者蘇雨潤攝

▲10月1日，民眾在北京國家網球中心鑽石球場觀看中國網球公開賽。 中新社

新聞熱話

內地黃金周假期，在一線城市舉行的高級別體育賽事，成為人們規劃假期安排的重要出行參考。2025中國網球公開賽和世界乒乓球職業大聯盟中國大滿貫（WTT中國大滿貫）兩項國際頂級賽事同時在北京進行，不僅成為大批市民、遊客在黃金周假期出行的「熱門選擇」，也催生出了以家庭為單位的觀賽熱潮，人均千元的消費規模。

今年，WTT和中網還推出票根優惠，觀眾可憑票根在市內多個景點享有優惠或免費進入，讓「票根經濟」的潛力持續釋放。

大公報記者 蘇雨潤北京報道

10月1日是國慶長假的第一天，正在國家網球中心舉辦的2025中國網球公開賽又一次迎來了入場高潮，據官方統計，僅下午進入鑽石球場觀看男單決賽的入場觀眾人數就達到13041人，上座率高達97%。截至10月2日，中網賽事的門票銷售額已突破8800萬元（人民幣，下同），賽期綜合消費達3356萬元，較去年全賽期增長856萬元，漲幅34%。另一邊，WTT中國大滿貫同樣熱度不減。黃金周期間，該賽事當日通票價格區間為2176元至3776元，儘管票價不菲，但購票平台顯示，主場館「八極館」國慶期間的門票已全部售罄。

「媽媽終於能現場看辛納比賽了」

「媽媽盼了一年，終於能現場看揚尼克・辛納比賽了。」來自哈爾濱的張女士特意在黃金周帶媽媽赴京觀賽，她本身並不是球迷，但媽媽卻總在電視上觀看網球比賽，久而久之受到影響，也漸漸喜歡上網球這項運動。去年中網男單決賽，辛納和阿爾卡拉斯的精彩對決讓張女士的媽媽萌生了現場看球的想法。「她跟我說了好多回，今年正好有辛納的比賽，所以就帶她來滿足心願。」

10月1日正好是中網男單決賽，意大利名將辛納對戰勒納・錢。張女士買了當天的晚間票，總共花銷在2000元左右。此外，她還帶媽媽在紀念品商店買了38元的敲背槌和58元的WAKUKU聯名周邊。「媽媽知道能來現場看球的那天特別開心，來北京的路上也一直給我講述網球規則、球星之類的，看到她開心我就感到很開心。」

家長攜兒女觀賽 強化學習體驗

周先生則攜夫人和一對兒女觀看中網男單決賽，他們購買的是3280元的包廂坐席票。「兒子和女兒都在學習打網球，平時他們有時候也會來到國網訓練，今年有機會就帶着他們一起到現場感受下氛圍。」周先生坦言，這次中網之旅光門票一項就花了一萬多元，再加上吃飯、購物等環節，人均消費接近4000元。「包廂票其實還是有點貴，但既然來了一趟，還是希望孩子能有最好的體驗，孩子體驗之後覺得開心，我們做家長的就認為一切都值得」。

10月2日，來自河北邯鄲的馬女士帶着兒子來到北京首鋼園觀看WTT中國大滿貫的比賽。

「孩子喜歡孫穎莎和王楚欽，這次專門帶他來看一場比賽。」馬女士告訴記者，她購買的是688元的中檔門票，比賽期間還給孩子買了一些零食和飲品，大概花了200多元。在了解到大滿貫公園有紀念品快閃店後，馬女士下午四點就帶着孩子過來，「東西種類太多了，我們還沒有挑好，但等下一定會買一些東西，讓孩子帶到學校送給老師同學，這也很有紀念意義。」

▲來自河北邯鄲的馬女士帶着兒子一起來看WTT中國大滿貫比賽。 大公報記者蘇雨潤攝

50元「歡享票」觀賽消費兩相宜

一舉多得

黃金周期間，中網賽事熱度持續攀升。對於既想感受賽場氛圍，卻又對高票價望而卻步的遊客而言，一張僅需50元人民幣的「歡享票」，成為了解鎖國家網球中心「密鑰」，持票不僅能在園區內暢玩一整天，參與各類活動免費「薅羊毛」，還能前往「簽名島」觀看球星訓練，運氣爆棚時更有機會收穫球星簽名，觀賽與互動體驗雙雙拉滿。

為打造世界級賽事場館、提升國內外球迷觀賽體驗，國家網球中心已於今年完成全方位升級改造。園區整體擴容近1.5萬平方米，承載力與便捷性顯著增強。此外，賽期現場還引入超75個餐飲美食點位，近60家餐飲品牌，全方位滿足球迷用餐需求。

「明天買票到現場看看」

來自北京的兩名高中生3日結伴來到國家網球中心，儘管她們此前對網球賽事了解不多，但社交媒體上頻繁刷屏「出片打卡點」讓她們動了「實地看一看」的念頭。進入中心後，她們在餐飲區大快朵頤，在快閃店反覆挑選，累了便在廣場躺椅上坐下，跟着大屏直播一同觀看比賽。「以前總覺得看不懂網球，所以不願意接觸，現在身邊有這麼多人一起為比賽歡呼，就會覺得網球還挺有意思。」二人被觀賽氛圍感染，並決定「明天買票到現場看看。」

另一邊，王女士帶着兩個孩子又來到了國家網球中心，在這之前他們已經來過兩回了，「孩子們喜歡在這裏玩，他們感覺非常開心。」

「孩子一大早就要來，所以我們的三餐都在這裏解決，早上在自動煎餅機給孩子買了一個煎餅分着吃，中午吃了漢堡，喝了中網的特調飲料，一共花了300多元。」在王女士看來，園區內的飲食價格相對較高，但帶孩子來玩圖的就是開心，也就不在乎這些了。「現在中網園區內吃飯的選擇非常多，買點小吃、飲品也很方便，觀賽之餘的體驗感特別好。」

球迷搶心頭好 WAKUKU公仔賣斷市

特稿

「WAKUKU的公仔有了嗎？」「排了一個小時終於買到了中網限定。」中國網球公開賽激戰正酣，除了場館內熱情似火的球迷外，鑽石球場外的紀念品商店同樣人山人海。據介紹，今年中網商店再次迎來升級，特許商品涵蓋超200個品類，備貨量達去年的4倍，但不少爆款周邊仍然多次斷貨，供不應求。截至2日，特許商品銷量超1000萬元（人民幣，下同），較去年全賽期增長300萬元，漲幅達43%。

大公報記者從中網商店工作人員口中得知，本次官方紀念品爆款頻出，其中最受歡迎的就是中網限定的「WAKUKU」。奇夢島線下運營負責人江煥向記者介紹，店內開業以來業績一直不錯，而前幾天的球星探店更是帶來了一波搶購熱潮，不少產品上架「秒空」。「我新打開一箱，就有無數的手伸過來，根本來不及補貨上架。」

紀念品消費遠高於門票

除了WAKUKU，球星卡、主題徽章等特色文創產品，設計精巧的逗貓棒、網球帽等周邊也備受青睞，紀念品商店一時間成為賽事期間的熱門「打卡點」，吸引着不同年齡層的消費者駐足選購。在北京上學的馮女士說，這次她購買了580元的門票，卻在紀念品商店花費超800元。「來之前還發誓什麼也不買，但逛着逛着就什麼都想拿一點，被深深地『圈粉』了。」

除了中網，WTT的紀念品商店也琳琅滿目，冰箱貼、抓夾、本子、T恤應有盡有。特許商店工作人員2日告訴記者，這次周邊中賣得最好的是一款毛絨葫蘆掛件，設計靈感來源於故宮的大金葫蘆，寓意「招財進寶、辟邪招福」。此外，一款毛絨球掛件也成為社交媒體上的「網紅單品」，不少網友紛紛發出自己買到的「戰利品」，形成一波「曬單熱潮」。

▲在國家網球中心，民眾與網球人形玩偶合影。 大公報記者蘇雨潤攝

「小票根」撬動「大消費」

▲兩位王楚欽和孫穎莎的粉絲購買了許多應援周邊物品。 大公報記者蘇雨潤攝

記者手記

傳統消費模式下，觀賽體驗往往止步於「點對點」的單一場景——看完一場比賽，手中的票根便失去了價值，成為一張平平無奇的紙片。但隨着消費業態迭代升級，一張張小小的票根正打破邊界，在「連接」與「延伸」中被賦予新的價值，從單純的入場憑證，蛻變為串聯多元消費的「紐帶」。今年，WTT和中網也都相繼推出票根優惠，觀眾可憑票根在法海寺、石景山樂園、八達嶺森林公園等景點享有不同程度的優惠，甚至可以免費進入。

觀眾成為深度遊參與者

這種模式如同為消費市場鑿開了堵塞的「壁壘」，讓流量像活水般在不同場景間流動。觀眾不再是「看完比賽就走」的匆匆過客，而成為深度體驗城市魅力的參與者。從太原來的蔣女士在帶孩子看完WTT的比賽後，隨即就去了首鋼高爐SoReal科幻樂園，憑藉票根不但免費進行了抽獎，還獲得了特調飲品。「我覺得這樣挺好的，會讓我想去更多的地方體驗。」

對消費者而言，票根經濟是實打實的「福利加碼」，既滿足了觀賽需求，又通過實實在在的優惠提升了體驗感與獲得感，讓一張票的價值實現最大化。同時，對商家和主辦方而言，這更是將「流量」轉化為「留量」的關鍵策略，將賽後的巨大客流精準引導到合作的商圈、餐廳和景點，有效拉動了二次消費，激活了整個區域的商業活力。票根經濟正如一架「橋樑」，將短期賽事與城市長期消費活力緊密相連，為假日經濟注入源源不斷的動力。

打卡博物館成熱門選擇 故宮客流暴增1.5倍

【大公報訊】記者江鑫嫻北京報道：打卡博物館成為國慶中秋長假出遊熱點。百度地圖客流量數據和同程旅行平台搜索預約數據顯示，故宮博物院、陝西歷史博物館、中國國家博物館、秦始皇兵馬俑博物館、河北博物院、三星堆博物館等吸引了大量遊客，其中，故宮的客流指數較平日增幅高達146.28%。故宮、國博、陝歷博、南京博物院等的參觀檔期至10月7日一直處於約滿狀態。

今年是故宮博物院建院100周年。除了「百年守護」大展之外，「故宮文物南遷紀念展」10月1日在神武門展廳拉開帷幕。展覽多層次展現了抗戰時期故宮南遷文物輾轉遷徙、存藏、展覽的艱辛歷程，及其所折射的波瀾壯闊、跌宕起伏的國家歷史和民族記憶。此外，寧壽宮花園（又稱「乾隆花園」）也於9月30日重新對外開放，遊客在故宮多了一個「打卡點」。

在中國國家博物館，上海合作組織國家博物館藏文物聯展「星光熠熠」，觀眾能從220件／套來自不同國家的文物中了解世界多元文化的智慧。在中國工藝美術館・中國非物質文化遺產館，「生生之道——中醫藥非遺主題展」以濃郁的藥香迎接八方來客。10月6日，該館還將推出「月滿中秋節　相約非遺館」中秋節系列活動，邀請各地遊客共賞中秋月色、感受非遺魅力。

▲故宮寧壽宮花園（又稱「乾隆花園」）9月30日起面對觀眾開放。 大公報記者江鑫嫻攝