

亞運穩居國慶頂流 浙六城消費均創紀錄

單日消費最高漲幅270% 專家：打好「賽事牌」可助城市品牌提升



香港文匯報訊（記者 江鑫嫻 北京報道）中秋節、國慶節假期恰逢杭州亞運會舉辦，「賽事+長假」帶火了城市文旅經濟。據支付寶平台6日發布的消息，杭州亞運會主辦及協辦城市景區單日消費筆數，對比去年對應自然日的最高漲幅達270%。隨着賽事的進展，亞運核心場館周邊消費也火速升溫，熱度較賽前最高漲3倍。有專家表示，打好「賽事牌」可助城市品牌提升。文化和旅遊產業發展司副司長馬力表示，今年以來，體育賽事對文化和旅遊的帶動作用非常明顯。下一步要充分挖掘文化產業、旅遊產業同體育產業之間上下游的融合空間，打造「跟着賽事去旅行」的品牌項目，讓更多體育賽事活動成為

這個假期，

杭州、寧波、金華、湖州、溫州、紹興等亞運六城的旅遊熱度

「水漲船高」。支付寶平台發布的「亞運經濟」報告顯示，中秋國慶假期期間，亞運六城景區的單日消費較去年最高漲幅達270%。隨着賽事的進展，亞運核心場館周邊消費也火速升溫，熱度較賽前最高漲3倍。內地旅遊產品平台「飛豬」6日發布《2023中秋國慶假期出遊快報》也顯示，中秋國慶假期期間，亞運六城因為這場體育盛事吸引了來自天南海北的遊客，酒店及民宿預訂量較2019年增長超60%。

訂單增長四倍 商家享賽事紅利

「亞運經濟」爆火，也讓當地小商家享受到了實實在在的賽事紅利。報告顯示，支付寶「亞運加油袋」火爆全網，其位於溫州龍港的製造商生產訂單增長四倍。為迎接中外遊客，小商家們紛紛貼上二維碼、紅包碼，支付寶商家服務平台顯示，支付寶商家收錢碼領取量較日常上漲近10倍。

據介紹，浙江發布「詩畫江南 活力浙江」12條主題漫遊長廊，杭州發放百萬份「亞運文旅大禮包」，長三角各地市發布亞運優惠政策及文旅消費券，不少平台也推出亞運旅遊產品。在緊張的比賽之餘，運動員、技術官員熱情打卡了100條亞運旅遊線路和50個「亞運人文體驗點」。良渚、西湖、大運河三大世界文化遺產和舉世聞名的錢江潮再次火熱出圈。

另外，今年電競首次成為亞運會的正式比賽項目，把大眾的目光拉到了電競產業，而與之密切相關的電競酒店受到大量年輕客群的青睞。有數據顯示，這個假期，杭州、成都等熱門城市，在價格大幅攀升的情況下，電競酒店仍「一房難求」。

入境遊客移動支付大漲近七成

杭州亞運會的舉辦讓觀賽和旅遊成為吸引境外遊客的雙引擎。支付寶平台數據亦顯示，亞運會開賽以來，入境遊客使用支付寶日均支付筆數環比8月增長68.8%。此外，使用MPay、hipay等10個Alipay+境外錢包在境內單日交易筆數最高增長200%。西湖商圈、武林商圈、河坊街是外國遊客在杭州觀賽之餘最喜愛的三大熱門消費地。據中新社報道，亞奧理事會代理總幹事維諾德表示，杭州亞運會是一屆環保和智能的亞運會，印象最深刻的是人人都能使用移動支付。馬來西亞奧委會秘書長拿督納茲夫丁也「點讚」中國的移動支付，他希望以後馬來西亞也能有更多移動支付的場景。

「跟着賽事去旅行」成旅遊新時尚

隨着亞運各項賽事進入尾聲，部分亞運場館也將迎來景區化提升改造，為文旅發展提供新動能。杭州市文旅局6日表示，因為大部分亞運場館分布在錢塘江、富春江和新安江兩岸，杭州將結合三江兩岸水上黃金遊線進行開發，增加亞運場館遊的水上視角。同時，積極引進、組織承辦國際國內頂級IP文體活動。

近年來，城市馬拉松、環湖騎行、戈壁徒步等賽事活動日益形成品牌，其帶來的運動「流量」，正越來越多地轉變為旅遊的「留量」。馬力表示，今年以來，「跟着賽事去旅行」成為旅遊新時尚。下一步，要以重大賽事為契機，構建文體旅融合新場景。同時，要引導社會力量，讓海上衝浪、高空滑翔、戶外探險，讓村超、村排、村BA、村龍舟、城市漫步等一系列大眾體育活動，成為文化、旅遊與體育融合發展的新供給，讓運動為旅遊增添活力。

學者：為杭州文旅發展帶來無限生機

浙江大學管理學院旅遊與酒店管理學系百人計劃研究員馬世罕認為，亞運會的舉辦為杭州文旅產業的發展帶來了無限生機。辦好亞運會是提升旅遊國際化水平和城市消費能級的重大窗口機遇，也是全面展示文旅行業發展成果的重大舞台。大量的城市基礎建設、公共交通提升和改善、城市整體環境風貌的優化等都有助於提升杭州的國際形象和地位。



9月29日，遊客乘船在西湖遊覽。

中通社



中秋節、國慶節假期恰逢杭州亞運會舉辦，「賽事+長假」帶火了城市文旅經濟。圖為10月3日，大批遊客在杭州南宋皇城小鎮開心玩樂。 中通社



10月1日晚，浙江杭州，遊客在湖濱步行街遊逛。 中新社



10月3日，在浙江紹興有眾多遊客參觀遊覽陽明故里。 中新社

10月2日，遊客在北京天壇公園內排隊前往祈年殿參觀。

新華社



旅遊消費大數據

高鐵

發布平台：馬蜂窩
旅行社交平台馬蜂窩6日發布的旅遊大數據顯示，今年「十一」假期，高鐵成為遊客最青睞的公共交通方式，北京、重慶、上海等為國內最熱門城市旅遊目的地，同時，長線及出境遊需求持續高漲，訂單佔比超過90%。

高星酒店

發布平台：去哪兒
去哪兒數據顯示，今年中秋國慶假期平台高星酒店預訂間夜已達歷史新高，高星酒店預訂量更是實現了較疫情前4.7倍以上增長，遠高於中低星酒店增速。從訂單量來看，非一線城市高星酒店預訂量增長尤為明顯。

去哪兒大數據顯示，徐州、南昌、柳州、台州、洛陽、上饒、威海、泉州等城市高星預訂增幅超2019年同期4.7倍，其中徐州同比增幅最高達5.2倍，南昌、柳州、台州等同比增幅超5倍。

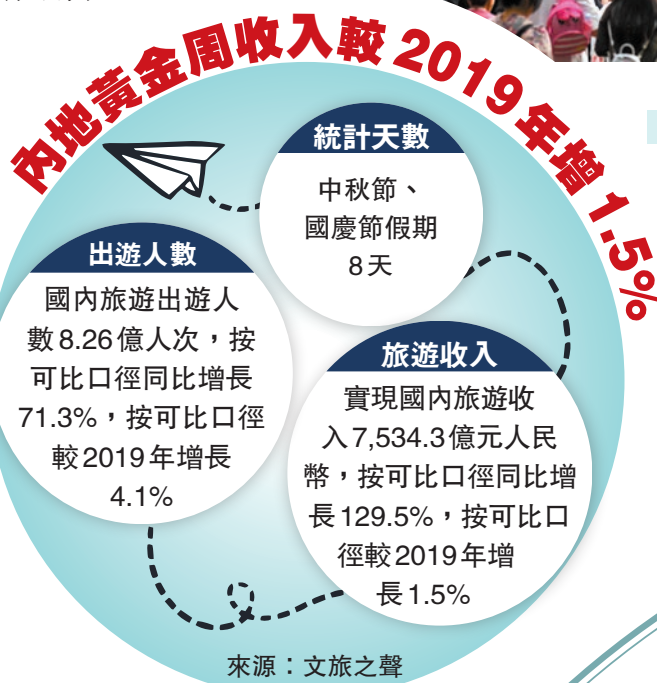
電子產品

據6日發布的消費大數據監測顯示，在上海，中秋國慶節日期間（9月28日至10月5日）線下消費支付金額449.2億元人民幣，其中電子產品銷售火爆，比2022年同期銷額大增超過一倍。

離島免稅

據海口海關統計，中秋國慶假期前6天，海口海關共監管離島免稅銷售金額10.1億元人民幣，比2022年同期增長94.2%；免稅購物人數13萬人次，比2022年同期增長120%。

來源：新華社、中新社、澎湃新聞



趁黄金周熱潮

澳門續推四大「旅遊+」活動攬客

香港文匯報訊（記者 方俊明 珠海報道）內地小長假期間訪澳門旅客超過澳門官方預期數據，澳門趁勢加碼，新推一系列「旅遊+」活動搶攬客源。澳門旅遊局透露，持續透過資助計劃，鼓勵澳門社團舉辦多元化旅遊活動或項目，帶動社區經濟。10月開展的亮點活動涵蓋「小城旅遊文創消費嘉年華」、「離島尋趣 濱海導賞遊」、「路裏尋芳」和「第二十三屆東南亞美食嘉年華」，進一步促進「旅遊+文創」跨界融合，讓更多旅客參與深度體驗之旅。澳門旅遊局有關負責人估計，今年全年訪澳旅客量有望達到2,500萬人次。

數據顯示，9月29日至10月5日，訪澳旅客總數已近86萬人次，日均旅客近12.3萬人次，超過澳門旅遊局此前預估的9萬至10萬人次，其中，9月30日訪澳旅客超15.86萬人次，創今年以來最高單日訪澳旅客人次。

「人氣確實很旺！我們當時中午逛了澳門中區一帶，客流擠擁，商舖門庭若市。」廣東居民梁先生告訴香港文匯報記者，大三巴一帶最為人多熱鬧，以致下午1時起實施人潮管制，持續了6個小時。據澳門治安警察局消息，由於大三巴街人流擠擁，從9

月30日至10月4日，連續5天都一度實施人潮管制。澳門旅遊業議會有關負責人表示，訪澳客量增加，當中不乏香港旅客，往來港澳的車票、船票銷售情況理想，加上假期期間澳門有國際煙花比賽、演唱會，以及各區有多項特色節慶活動同期舉辦，深受旅客歡迎。

赴印參加旅遊交易會 拓國際客源

另據中通社報道，2023年度亞太旅遊協會（PATA）旅遊交易會5日於印度新德里開幕，澳門特區政府旅遊局聯同澳門旅遊業界赴當地推廣澳門旅遊，開拓國際客源市場。

澳門特區政府旅遊局於交易會設置展位，重點推廣澳門的亮麗名片，包括澳門歷史城區、創意城市美食之都的發展。同時，還推介來往香港國際機場與澳門新跨境巴士服務，便利國際旅客來澳的交通配套。展位亦提供平台，讓澳門旅遊業與世界各地的同業交流，發掘商機。

亞太旅遊協會旅遊交易會每年落戶亞太地區不同的旅遊地，是年度舉行的國際旅遊業展會之一。今年吸引逾1,000位來自46個國家和地區的參會者。交易會為業者專設預約洽談環節及論壇，探討負責任的旅遊舉措，以及旅遊業的人工智能應用。