



內地黃金周 一線直擊

香港文匯報訊（記者 蘇雨潤、夏微 北京、上海報導）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。在北京舉行的2024中國網球公開賽、WTT中國大滿貫，在上海舉行的亞太地區唯一一站ATP1000賽事——上海勞力士大師賽，都在黃金周吸引到不少市民、遊人前往觀賽，其中以帶孩子一同觀賽的家庭遊客最為豪爽。香港文匯報記者在現場採訪，多位父母帶孩子一同觀賽，門票、餐飲及紀念品消費，人均都在千元人民幣上下，「孩子喜歡我們就覺得很值得。」

據統計，今年中網總票房創歷史新高，達到8,000萬元（人民幣，下同），入園觀賽人數約為30萬人次；WTT中國大滿貫賽票也接近6,000萬元，賽事舉辦地首鋼園每日入園遊客量高達7萬人次。兩項大賽在國慶假期同期舉辦，極大推動了體育消費的持續升溫。

據香港文匯報記者了解，10月1日當天，國家網球中心鑽石球場、蓮花球場全部門票售罄，每天2萬張的外圍場地「歡享票」也統統賣光，總觀賽人流量達到4.4萬，再次刷新單日入場人數紀錄。據北京市體育局副局長陳傑介紹，中網全賽期觀賽人流量預計約30萬人，比去年預計增長50%，其中5個比賽日單日人流量超2.5萬人次。截至10月5日，約有14萬外地球迷和超1.3萬境外觀眾赴京觀賽。

現場體驗感佳 極具感染力

在北京上大學的張女士先是花費488元購買了2日晚場WTT中國大滿貫賽的E等門票，但作為孫穎莎的粉絲卻因場次原因未能見到。於是6日女單決賽，她又花費1,588元購買B類門票，全程觀看孫穎莎加冕奪冠。此外，她還購買了一件李寧的T恤和兩個紀念徽章。張女士告訴香港文匯報記者，現場觀賽的感覺非常不錯，大多數球迷都會遵守現場秩序，在球員發球時主動保持安靜，自覺不開閃光燈。「之後如果有機會的話，我應該還會去現場看比賽，因為感覺現場看的確氛圍會更緊張刺激，體驗感也更強一些！」

由於WTT票價較貴且一票難求，來自濟南的高瑋瑋則選擇帶孩子去看5日中國網球公開賽鄭欽文的半決賽。相比同天WTT888元的普通票，她在中網花費580元則能買到A類看台票。高瑋瑋告訴記者，孩子非常喜歡體育運動，這次國慶來北京正好趕上大賽舉辦，所以決定到現場觀看。除比賽外，她還給孩子在中網商店花費近200元，買了毛絨網球和小網球掛飾。「散場的時候，孩子和我說之後想學習打網球，這是之前在電視前看比賽不會有的感染力。」

讚好體育賽事 開闊小球迷眼界

在上海，史女士一家沒有在國慶假期出遊，「兒子是球迷，練網球的，特別鍾愛，所以每年都會來看。」史女士說，原本以前都是在電視上看上海大師賽，兩年前，兒子開始練網球，就開始現場觀賽了，「看專業球員現場比賽很有沉浸感，對他平時練球也有很大幫助。」這個國慶長假，史女士一家沒有出遊，截至7日已經有兩天來現場看比賽了，並且仍有計劃在後續的比賽日繼續到場觀賽。「這次看到了很多周邊紀念品，作為一個資深周邊收集者，也是花了不少錢的。」據史女士回憶，今年門票的花銷依舊固定在2,000元左右，內場消費則差不多有1,000元。「比去迪士尼便宜，而且更有意義。迪士尼要買快通，還要買周邊，一般一家三口去一次就5,000元了。」

另一邊，從廈門到上海旅遊的金女士今次特別在行程中，安排帶兒子一起觀看6日晚間的上海大師賽。「小朋友正在學網球，這是第一次到現場看比賽。」金女士告訴記者，自己購買了420元的中檔門票，在了解到大師賽現場還有類似嘉年華的外場活動後，母子二人當天下午四點左右就抵達賽場，在外場遊玩消費，吃了簡單的晚餐，人均消費在500元左右。在金女士看來，對孩子在體育方面的投資是值得的，「我們並不是追求孩子未來走專業道路，體育本身能夠強身健體，多接觸一些體育項目，還

門票餐飲紀念品人均花千元 「孩子喜歡就值得」

黃金周體育熱 親子觀賽消費爽



● 10月3日，觀眾在上海旗忠網球中心與2024年上海勞力士大師賽吉祥物「大獅」合影。 新華社

● 10月1日，觀眾在國家網球中心內遊覽。 新華社

● 9月28日，小朋友在首鋼園大滿貫公園留影。 新華社

● 10月2日，2024中國網球公開賽女單比賽，白俄羅斯選手薩巴倫卡獲勝後與觀眾自拍。 新華社



● 局間休息時，觀眾購買美食。 香港文匯報記者夏微 攝

能開闊眼界。」當晚進行的男子32強賽事，中國選手吳易昺憾負世界第二阿爾卡拉斯，比賽打得精彩激烈。「很棒，以後還想來！」金小朋友告訴記者。金女士說，「未來『賽事遊』會是家庭出遊的一個安排思路，如果寒暑假有孩子感興趣的比賽，我們會預先看好賽程來規劃。」

關注賽事周邊 入手創意小物

同樣是6日晚間的比賽，對於季小姐來說這是一次久違的現場觀賽體驗。「上次來看還是2005年讀大學的時候。」這個黃金周，不想人擠人的季小姐選擇了错峰出遊，國慶前一周休旅行歸來的她剛好有了時間到場觀賽。「上上周才買票，算是比較臨時的計劃了。當時只剩了420元（檔）和再低一檔的票，以及一些類似於親子票的組合票，所以就買了420元（檔）的。」餐飲上，喝喝奶茶、咖啡，吃個漢堡，季小姐花費差不多150元。季小姐坦言，每次現場看這種比賽，肯定免不了為周邊花一些錢，不過她買的不多，「三個小東西，大約花了200不到。因為有一些熱門款現場暫時售罄了。」除此之外，由於季小姐此前也未想到會到場觀賽，所以早在購票前就曾在賽事官方App上下單過一個網球玩偶。「如果明年國慶不出遊，應該還是會來看的，希望有一些有新意的周邊，如果到現場，還是會入手的。」

大師賽「爆炸頭」火爆 數次補貨仍供不應求

特稿

「買不到，根本買不到。」「等了兩個小時終於等到『爆炸頭』的補貨啦！」上海勞力士大師賽激戰正酣，賽場外，賽事周邊商品的搶購也是異常火爆，不少爆款屢次補貨，常常上架即售罄。

香港文匯報記者從賽事官方獲悉，國慶期間，每天入場觀眾超過2萬人次，與此同時，官方紀念品商店爆款頻出，每天銷售額超百萬（人民幣，下同）。「除了『爆炸頭』，那個粉紅的毛絨絨的球，還有一個大一點的網球玩偶都賣得特別好。」連日來，不少成功搶到『爆炸頭』周邊的網友在社交平台展示自己的戰果。每日限量200隻，購買者眾多，屢屢售罄。有不少人專程等候在紀念品商店，補貨一到立刻加入購物車。

氣溫驟降 大毛巾也脫銷

不過也有官方屬實沒能料到的爆款——大毛



●「爆炸頭」周邊。 網上圖片

巾。國慶期間上海的氣溫驟降，特別是前兩日，晝夜溫差較為明顯。不少購買夜場票的觀眾白天穿着短袖短褲就來了賽場，到了夜晚因為降溫，紛紛購買大毛巾，導致平日裏沒那麼搶手的大毛巾瞬間脫銷，官方緊急調貨，才將將滿足了需求。

上海市民吳女士告訴記者，往年都是工作日匆匆趕到賽場觀賽並沒有額外的消費機會，今年一方面是假期時間更為充裕，另一方面帶了孩子，所以少不了在紀念品商店採購一番。「兒子買了那個張之臻的小玩偶，我買了冰箱貼，還買了一個環保帆布袋，加起來三百左右。」不過，吳女士也有些許遺憾，看中了一些爆款周邊，但是都沒能買到。「我想買那個『爆炸頭』，很多人也問工作人員，但是估計買的人太多了。」

●香港文匯報記者 夏微 上海報導

追星中國選手 小童入場打氣

香港文匯報訊（記者 夏微 上海報導）「現在中國選手的成績越來越好，兒子也會在我看比賽的時候一起看，也就愈發了解網球了，這次就帶他來現場看一看。」家住上海閔行區的吳女士說，在上海閔行旗忠網球中心舉辦的上海勞力士大師賽算是自己家門口的賽事了，從2018年就開始到上海勞力士網球大師賽的現場觀賽，之前因為兒子還小，怕他坐不住沒有帶他，今年兒子已經三年級了，吳女士就特意帶了兒子一起到場看比賽。

就地解決餐食 冀有更多選擇

對於剛剛接觸網球不久的小孩子，吳女士說，「兒子對外國選手『不太感冒』，反倒是聽說會有中國選手周意的比賽，就很興奮地表示，『中國選手比賽時就不玩手機了，要給中國選手加

油。』」今年吳女士一共買了兩個比賽日的門票，「6號的夜場，和今天（7號）的日場。6號是和朋友及朋友的孩子一起來的，今天是帶著兒子來的。我這邊兩天的門票花費差不多一千多吧（人民幣，下同）。」

「昨天雖然是夜場票，但是我中午就來了，所以兩頓飯都在這裏解決，花費二百多元。今天帶著小朋友，特意為了那個網球頭箍買了霸王茶姬，然後還買了漢堡、奶昔這些，差不多在三百元左右。」在吳女士看來，雖然飲食的定價偏貴，但還算在可接受範圍內。「不過今年很高興看到有引入霸王茶姬這樣的新品牌，明年如果飲食還能再多樣化一些，套餐更加靈活，選擇再多一些就更好了。」



● 國慶假期期間，全國生活服務到店消費規模按年增長41.2%。圖為10月1日，海南海口，顧客在cdf海口國際免稅城選購腕錶。 中新社

內地到店消費按年增41.2% 縣城休閒旅遊升溫

香港文匯報訊（記者 王珏 北京報導）國慶「黃金周」消費熱力十足，折射出中國經濟的蓬勃生機與活力。美國6日發布數據顯示，假期期間，全國生活服務到店消費規模按年增長41.2%，上海、北京、成都、深圳與重慶消費規模位居全國前五。其中，遊客日均消費規模按年增長69.6%。美團研究院分析，假日玩樂、零售、美食與景區深度跨界合作形成新模式，多元業態的合作帶動了全年齡段消費，展現出一加一大於二的消費復甦趨勢。

美團報告顯示，國慶假期熱門景區前五分別為：泰安市泰山風景名勝區、南京市明孝陵、

開封市萬歲山武侯城、西安市西安城牆、貴陽市黔靈山公園。而中國移動梧桐大數據統計發現，在傳統的一二線城市旅遊市場持續火爆的同時，「小而美」的縣城休閒旅遊也開始升溫，最受遊客歡迎的縣城旅遊目的地包括昆山、義烏、大理、都江堰、安吉、桐鄉等，55%的遊客來自一二線城市。

「黑悟空」爆火 帶動當地旅遊

隨著遊戲《黑神話：悟空》爆火，傳統文化、人文古蹟相關遊學路線成為今年國慶熱門選擇之一。據美團和抖音數據，國慶假期，「古建古寺」、相關搜索熱度環比增長126%，

「隰縣小西天」的搜索熱度同比增長近5倍，抖音相關團購訂單量同比增長高達5,884%，並帶動山西多地文旅遊。

因應旅遊熱潮，各地也創新消費新場景、新業態，用新創意、新技術，煥發出傳統文化的「新活力」。在陝西西安，大唐不夜城剛上線的「雁塔流光」沉浸式體驗項目，將增強現實技術融入遊覽當中，遊客身臨其境感受大唐街市的繁華；四川成都，一家大型商場的裸眼3D大屏換上了國慶新裝，由全息投影、AR等虛擬數字技術打造全新體驗。遊客紛紛反映，假期遊玩項目是越來越豐富，體驗感也越來越好。