

跟着赛事去旅行

体育赛事 燃 动泉州文旅经济

■融媒体记者 张素萍

春天的泉州,越野跑者穿梭于古寺与山海绿道之间,赛车轰鸣声激荡在汽车城,皮划艇激流中跃动着世界级选手的身影……2025年春季,随着众多重磅体育赛事接连落地,泉州结合地域特色、风土人情,创新“体育+文旅”发展模式,促进文旅深度融合,将赛事热度转化为文旅增量,探索出一条“流量变留量、赛事即经济”的创新路径。



晋江“穿越三山”越野赛吸引全国各地跑者(赛事组委会供图)



2025中国·泉州洛江汽车文化嘉年华暨汽车场地越野全国精英挑战赛



皮划艇激流回旋



★★ 赛道即风景:赛事与文旅地标深度捆绑

泉州将赛事场地与世界遗产、文旅地标、自然景观深度融合,让竞技赛道成为展示城市文旅形象的“风景线”。

以3月9日举行的2025 晋江“穿越三山”越野赛为例,赛事核心赛道串联罗裳山、灵源山、华表山三座名山,沿途不仅可饱览奇峰叠翠、溪涧幽深的自然风光,更串联起千年古刹灵源寺、紫竹寺、舜帝庙以及世遗点草庵摩尼光佛造像等人文胜迹,形成“一步一

景、移步换形”的沉浸式体验。值得一提的是,赛事领物地点特别设于晋江五店市国潮街区,街区以红砖古厝与现代艺术碰撞的火花,成为选手们感受晋江“古韵今风”的第一站。

2月23日,2025中国·泉州洛江汽车文化嘉年华暨汽车场地越野全国精英挑战赛迎来巅峰对决。比赛通过国际化标准的赛道设计,将竞技场与信兴汽车城等产城融合地标结合,既提升赛事专业性,又为观众呈现“体

育+工业+文旅”的独特景观。

南安举办的全国皮划艇激流回旋冠军赛(第一站)期间,南安市文体旅游局还结合春季赏花,整合行程路线、餐厅、美食等资讯,专门推出观赛周边游线路。

将于3月30日鸣枪开跑的2025清源山越野赛,赛道设计亦体现“体育+文旅”理念,串联起老君岩、南少林寺等重要文化地标,将闽南的山水风光与道家文化遗迹巧妙融合,形成

了一条“一步一景一历史”的文化长廊。

“赛事不仅是竞技场,更是城市文旅形象的动态展廊。通过赛事主题和赛道的设计,每一场赛事都能成为泉州文旅的‘移动名片’。”泉州市文旅局交流合作科科长曾世彬表示,通过“体育+文旅”融合模式,赛道串联世遗资源、生态景观和文旅地标,让参赛者享受泉州自然风光的馈赠,也感受到泉州历史文化的厚重与魅力。

★★ 赛事即文化:泉州文化底蕴的沉浸式展演

在一场场赛事中,泉州将非遗、闽南民俗深度植入赛事场景,以沉浸式展演打造“可感知的文化体验”。

2025 晋江“穿越三山”越野赛开幕式上,泉州南音、高甲戏、舞狮等非遗表演轮番登场,以别开生面的泉州文化盛宴,为选手们祝福壮行,同时也将闽南文化的独特魅力展现得淋漓尽致。沿途的赛道补给站,还提供土笋冻、面线糊、拳头母、菜粿、马鲛羹、牛

肉羹、花生汤等泉州特色美食,形成“味觉+听觉+视觉”的多维文化体验。众多选手纷纷点赞:“太棒了!这种体验独一无二!”

洛江的汽车场地越野全国精英挑战赛,汇集特色美食节、农特产品展销会等配套活动,打造“赛事+N”大型汽车文化嘉年华,为广大市民游客、参赛选手及家人献上文旅盛宴。

3月16日,在南安皮划艇激流回

旋基地,2025年国际皮划艇联合会皮划艇激流回旋世界积分赛暨全国皮划艇激流回旋冠军赛(第一站)圆满落幕。赛后,斯洛伐克的皮划艇传奇运动员迈克尔·马蒂坎(Michal Martikan)频频点赞:“我来这训练两个多月了,我非常喜欢这个赛道、这个城镇和整个中国。”

比赛期间,赛道岸边还展示了融合皮划艇运动元素与南安文化基因的

吉祥物“小成功”。赛事组委会联合专业设计团队,开发了涵盖纪念品、伴手礼等全场景周边产品,并在场馆周边打造“激流市集”沉浸式消费区和水上运动体验空间,形成“体育赛事牵引、文旅资源赋能、商业生态反哺”的融合发展新范式。

业界人士指出,体育赛事正成为泉州文化传播的新载体,通过年轻化、场景化的表达,让传统文化“破圈”传播。

★★ 赛事即消费:选手的深度在地化文旅体验

体育赛事是城市流量的“强引擎”,既向世界展示了泉州的自然之美与文化之韵,更将“流量”转化为“留量”,推动泉州文旅产业长效发展。

晋江“穿越三山”越野赛赛事总监、晋江市健跑运动协会秘书长陈明坦介绍,赛事吸引了近6000名选手参赛,其中87%为外地选手。选手中,不仅有来自中国各地的越野跑高手,更有来自美国、英国、印度、新西兰、澳大利亚等10个国家和地区的选手加入。

“参赛物资领取地点设在晋江五店市,为选手们提供立体化、多元化的文旅消费体验。赛后,我们还在晋江市府旁的公园设立美食街,让选手们及其家人充分感受泉州的独特魅力。”陈明坦说,赛事还设置非遗展示区,晋江市伴手礼协会现场摆摊,泉州文创产品、伴手礼等吸引大量选手及其家属驻足体验、购买。

外地选手的“参赛+旅游”模式,成为文旅消费增长新引擎。以晋江

这场赛事为例,比赛期间,周边酒店如晋江金玛国宾酒店、万佳东方酒店等酒店以及民宿几乎全被订满,选手家庭游、团队游占比显著提升,更有大批选手选择赛后游览泉州。“跑一场赛,识一座城。生活之美好,莫过于运动和美景兼而有之。大美泉州,不虚此行!”来自浙江的选手“风一样的强哥”说,比赛后他特地选择打卡泉州蟠埔村,游览了泉州之眼、晋江大桥、滨海步道,邂逅了绝美夕阳和簪花小姐

姐;国内选手“爱跑步的Alin”在小红书平台上,向广大跑友们推荐五店市、梧林古村落、安平桥……

以赛事为媒、以文化为魂、以消费为果。当下,泉州做足“体育+文旅”的深度融合,将竞技激情、文化底蕴与消费场景深度互嵌,将参赛和观赛人群转化为文旅消费群体,将“赛事流量”转化为“城市留量”,不仅提升了城市品牌影响力,更实现了文旅消费增量的转化。