

杭州亚运会特别报道

亚运魅力激发经济活力

本报记者 李景柳文

九月金秋，钱江潮涌，亚运之光闪耀大运河畔，体育盛事在西子湖边开启。亚运来了！浙江——这片融合了古老历史与现代文明的热土，即将见证亚洲体育硕果，凝聚亚洲人民情谊，促进亚洲文明共生。

浙江牢记习近平总书记殷殷嘱托，以“干在实处、走在前列、勇立潮头”的新境界，以“时时放心不下”的责任意识、“事事追求极致”的一流标准，高水平推进筹办工作，在诗画江南呈现一场“中国特色、亚洲风采、精彩纷呈”的体育文化盛会。

锚定“办好一个会、提升一座城”目标任务，浙江举全省之力，充分发挥“八八战略”中体制机制、地理区位、城乡协调、生态、环境等各方优势，努力让体育流量化为发展质量，让赛事红利化为经济效益，让亚运风口成为中国特色社会主义制度优越性的展示窗口，让体育竞技的魅力成为激发经济活力的关键触媒，在共同富裕示范区为世界打造一个“绿色、智能、节俭、文明”的国际赛事样板。

凝聚发展动能

一届精彩纷呈的亚运会，除了看比赛还能看什么？看发展。如果将时间线拉长一些，筹备亚运会给杭州市带来了强劲发展动力。据浙江省测算，2016年至2020年，筹备亚运会对杭州市GDP的拉动量约为4141亿元，占同期GDP的7.6%；对财政收入的拉动量约为1033亿元，占同期财政收入的8.2%；对就业人数的拉动量约为67万人，占同期就业人数的2.4%。

如果将时间线拉近一点，亚运办赛城市迎来了旅游热潮。同程旅行的数据显示，今年9月以来，杭州国庆假期酒店的搜索量同比大涨568%，浙江国庆假期相关旅游产品的搜索热度较2019年同期上涨498%；杭州、宁波、温州、金华、绍兴、湖州等6个亚运办赛城市成为国庆期间最受用户关注的出行目的地。

承办一届重大国际赛事，投入产出固然是一个观察尺度，而城市之变、民之所愿也是衡量标准。

“亚运会对经济社会发展的带动作用明显。为迎接亚运会，浙江省开展了‘城市品质、城市治理、城市文明’三大提升行动，浙江城乡的变化不仅体现在数据上，还真实地反映在百姓生活中。”身在杭州的安永浙江省主管合伙人黎志光见证了城市的变化。

经过几年筹办建设，杭州的交通更方便了，快速路总里程突破480公里，路

网条件大大提升；城市治理更精细了，以地下综合管廊建设为代表的市政管线利用可视化、数据化等数字创新提质手段，保障城市安全运行；新基建更多了，全国规模最大的交通枢纽充电桩落户萧山，“无障碍服务在线”应用平台、“智能亚运一站通”“智慧海关亚运会在线”系统等一系列新基建项目上线运行，让数字化提质服务民生……亚运红利正深度浸润着城市空间和市民生活。

带动消费提质

亚运会的举办，促使文体旅消费在满足人民群众对高品质生活期待、推动全民健身和全民健康深度融合、构建新发展格局中扮演了更重要的角色。亚运会这样的高水平大规模国际性体育赛事也正逐步走出竞技体育“小圈子”，融入经济发展“大圈子”。

“杭州亚运会影响力大、覆盖面广、赛事质量高，将引领健康运动新风尚，掀起体育消费新浪潮，为文体旅融合发展增添新动力。”在国家体育总局体育经济司司长杨雪鸪看来，体育消费发展潜力巨大。借势亚运会，全国都在积极打造文体旅融合产品，推出文体旅消费场景，培育文体旅融合品牌，以家门口办赛为契机，促使群众走向运动场、健身房，走进绿水青山，享受亚运之乐。

此外，杭州亚运会的辐射效应也将直接加强长三角“三省一市”的相互合作，促进区域间体育资源共享、制度对接、要素互补、组织协同，让亚运成为促进深化区域合作的重要纽带。

“结合亚运主题，杭州近期举办了‘杭州动漫节’‘杭州马拉松’等文体旅融合促消费活动，浙江抓住机会开发‘会展+旅游’等业态，扩展消费场景。”黎志光表示，在拉动消费方面，杭州发挥数字经济先发优势，为游客提供“吃住行游购娱”一站集成的便捷体验。

“跟着赛事去旅游已成为消费新趋势。”同程研究院首席研究员程超功表示，亚运会这类人文底蕴深厚，同时极具国际关注度的国际体育赛事，是拉动内需、促进消费、

提振发展信心的重大机遇。

发挥民企优势

民营经济是推进中国式现代化的生力军。杭州亚运赛场上，浙江民企的身影随处可见。在杭州亚运会的176家赞助企业中，来自浙江的就有108家，相关直接或间接参与的民营企业更是不计其数。

让各类经营主体都有生意做。这是浙江在营商环境优化提升“一号改革工程”中交出的亚运答卷，大大小小的民营企业在自己的赛道上奋力拼搏，抢抓亚运商机。

在亚运会官方指定用车的交车仪式现场，吉利控股集团董事长李书福的心情不错，吉利旗下品牌的2000多辆智能车型正式成为杭州亚运会官方用车。“吉利携手亚运，不仅是对家乡举办亚运盛事的积极支持，更是对亚运精神的高度认同。”

亚奥理事会代理主席拉贾·兰迪尔·辛格给予吉利高度评价，“相信吉利一定能成为来自全球的嘉宾和全亚洲的运动员、教练员、官员等带来绿色、安全、智能的出行体验，展现中国品牌的科技活力与时代风采”。

来自湖州安吉的大康控股集团有限公司是杭州亚运会家具供应商之一，近万张家具产品将用于亚运会棋类项目的比赛场馆。“有幸成为亚运供应商让我们被更多人了解。”公司副总经理袁国飞直言，亚运供应商的身份让该品牌在酒店家具业务领域快速拓展。借力亚运，该公司的项目已经拓展到长三角等多个地区。

除了头部企业、中型公司以外，量大面广的小微企业也能分享亚运经济红利。

在义乌国际商贸城经营了10多年足球用品的项莉莉，切身感受到亚运会带来的热度。“从今年3月起就进入亚运采购潮，部分订单已经排到10月底。”项莉莉说，亚运期间的外贸订单以小单为主，呈现出单量小、新客户增多的趋势。

项莉莉对未来充满信心，“我们的商品被更多海内外客商接触并认可，经过亚运市场检验，我们也将拥有更多新客户、更广阔的新市场”。



搭好

近日，杭州亚组委收到了亚奥理事会来函，祝贺杭州亚运会的赞助收入和赞助商规模创造了历届之最。截至目前，杭州亚运会共征集了176家赞助企业，亚残运会共征集了154家赞助企业。亚运会、亚残运会市场开发协议总收入为50.116亿元，其中赞助协议开发总收入44.178亿元。

经历了新冠疫情与延期举办等挑战，亚运会的市场开发为何能留住资本？赞助商为什么仍然钟情杭州亚运会？背后缘由值得探讨。

从商业价值角度出发，亚运会并没有达到奥运会、世界杯这样的“顶流”级别。对于很多企业的宣传策略来讲，亚运会也不是不可替代的必选项，亚运IP不具有“躺着赚钱”的市场号召力。要引来、留住企业，一是要动脑筋让企业认可亚运的品牌影响力，二是要让亚运价值切实为企业品牌赋能。

如何扩大亚运品牌的知名度？一招是借势互联网，另一招是借力公益活动。亚组委前期打造了赋能亚运的APP，不间断地在线上做品牌网络营销，比如，举行“我为亚运赋能”“争当火炬手”等活动，让企业通过线上营销提升品牌覆盖面。

此外，公益活动也是价值体现的重要通道，紧扣“亚运梦想”公益品牌，亚组委打造了以“寻找2022个亚运梦想”大型公益行动为主线，以“亚运足球梦想”公益项目为重点，以“杭州亚运益起来”线上公益阵地为平台的公益体系，直接吸引了7.8亿人次了解并参与杭州亚运公益，构建了合作企业通过公益开展亚运整合营销的创新路径。

拥有了一定知名度后，在吸引企业参与亚运会方面，也并非简单地通过赛事品牌曝光的单一途径，而是让企业在亚运筹办过程中共建共创，使企业不间断地受益于亚运流量，强化企业品牌的亚运属性，为品牌价值注入亚运元素。

同时，在赞助企业类别方面，结合浙江产业传统，创新设置了茶叶、黄酒、豆制品、羽绒寝具、淡水产品等具有本土特色的赞助类别，拓宽赞助渠道，帮助更多本土优质特色产业共享亚运红利。

此外，亚组委通过拉通市场开发条线，构建了大市场开发平台，将赞助、特许、公益、捐赠、票务等业务有机融合，为企业提供立体化的合作选项，不同体量不同需求的企业，可以量力而行选择适合自己的“亚运赛道”。

通过创新亚运营销模式、整合市场开发要素，杭州亚组委构建出了亚运营销的大市场，最终实现了亚运、企业和城市品牌价值的同频共振与携手共赢，也让亚运盛会变成了一个品牌展示的大舞台。

李景



冠军精神助企业高飞

本报记者 李景

浙江金耐斯体育用品有限公司董事长黄拥军有很多个“身份”：“世界技巧锦标赛冠军”“北京奥运火炬手”“最美浙江体育人”“成功的体育创业者”……如今，在家门口举办杭州亚运会，让他又多了两个身份——“亚运会蹦床赛事指定供应商”与“亚运火炬手”。

“我曾是一名技巧运动员，在1994年第11届世界技巧锦标赛上获得过金牌。虽然参加过很多赛事，但从没参加过亚运会，此次成为亚运会指定供应商并担当火炬手，圆了我的亚运梦。”谈起传递火炬的感受，黄拥军满心自豪。

圆梦的路程很漫长。退役后，黄拥军长期在国外执教。他发现，与国外蹦床相比，国产蹦床器材虽然价格实惠，但性能相对欠缺。1998年，黄拥军在浙江湖州创立了蹦床品牌“高飞”，期待有朝一日“浙江制造”能够助力中国体育高飞。

十年磨一剑。黄拥军在家人帮助下组建了本土化团队，研发具有自主知识产权的设备，还把产品带到了伦敦奥运会。

“做蹦床对性能要求非常高，产品做不好就会影响运动员的动作和节奏，甚至出现事故，所以每一个环节都不能失误。”凭着坚持不懈、追求卓越的冠军精神，黄拥军生产的12个竞技体操器材均获得了国际体联认证。

黄拥军坦言，运动员生涯是他一生中最重要的财富，无论是做产品还是搞经营，他都一以贯之地以冠军标准要求自己，这也是他把浙江制造带到世界舞台的精神支柱。“冠军精神不是个人英雄主义，不仅需要自己做到最好，还要能够配合教练、团结队友、适应裁判。因

此，冠军精神也是团队合作精神，所有人都为了冠军的目标团结拼搏才能成功”。

“作为浙江制造企业，产品能够登上亚运会的舞台是无上的光荣，企业员工的干劲比以前更足了。相信这份自豪与骄傲会激励所有参与亚运、受益于亚运的企业迈上新的台阶。”黄拥军说。

亚运会不仅实实在在地为品牌带来了知名度，更让人们看到了体育产业的潜能。“通过亚运会的展示推广，像蹦床体操这类相对冷门的项目会越来越被人熟知，更多国家将会加大对该项目的投入。”在黄拥军看来，越是冷门领域，越有开拓的空间，专注蹦床制造这条赛道，“高飞”还能飞得更高。



图① 在杭州地铁站，市民参与亚运打卡活动。本报记者 李景摄

图② 图为杭州亚运村。新华社记者 黄宗治摄

图③ 杭州各大商店里，亚运会特许商品随处可见。本报记者 李景摄