

“蓉火”在北大启航

从冬奥会到大运会 成都要向北京学些什么？

成都发展

Chengdu Development

一年前的立春之夜，以冰雪之名，世界的目光聚焦北京。一年后的火热盛夏，世界的目光再次因体育汇聚中国。在冰墩墩的故乡——四川成都，将迎来第31届世界大学生夏季运动会。

6月10日，成都大运会火炬传递在北京大学启航。大运会火炬将在哈尔滨、深圳、重庆、宜宾传递，之后，火炬将回到成都传递，并于7月28日，在成都点燃大运会主火炬塔。

成都大运会是中国今年首个综合性国际体育赛事，也是继北京冬奥会、冬残奥会后中国举办的参加国家最多和入境人数最多的大型活动之一。接续冬奥精神，遇见青春大运，成都要向北京学习什么？

华西都市报-封面新闻
记者 赖芳杰
成都大运会执委会供图



“蓉火”在成都大运会火炬传递启动仪式上被点燃。

双向奔赴
成都和北京有哪些相似性？

今年4月，成都大运会开幕倒计时100天之际，成都大运会官方特许零售北京鸟巢旗舰店正式落成。这是继北京夏、冬季奥运会后，北京国家体育场唯一落成的大型综合性赛会旗舰店，自此，“蓉宝”正式在北京安家，加入“福娃”“冰墩墩”的朋友圈。

走过冬奥会，迎来大运会。因体育的连接，成都和北京在双向奔赴的路上更加“合拍”，两个城市的相似度也不少。成都和北京都拥有双4F级国际枢纽机场，这在全国也是独一无二的。这意味着两座城市在航空交通方面有着重要的地位和影响力。同时，成都和北京都是国家中心城市。

在全球最权威的城市评级机构GaWC的世界城市排名中，北京连续位列前茅，成都于2010年首次上榜，位列252名。在最新的城市排名中，成都已跻身第59位，与北京仅53名之差。

作为史上第一座双奥运城市，北京收获了满满的奥运遗产。如何紧跟北京，借盛会向世界递出天府文化名片？成都正全力以赴，在即将到来的大运会上“发力”。截至目前，已有96个代表团、6500名运动员报名参加成都大运会。大运会不仅是一场高水平国际综合性

赛事，更是一场跨越山海、奔赴梦想的青春盛宴，也是一次与世界的正面对话。

北京经验1：
赛事“长尾”
迅速提升城市知名度

在北京冬奥会带动下，延庆知名度迅速提升，全域旅游加速发展，成功创建全域旅游示范区。张家口则以京张体育文化旅游带建设为龙头，以冰雪经济为特色，以可再生能源示范区建设为重要抓手，打造国际冰雪运动和体育文化旅游目的地城市。

由此契机，京张体育文化旅游带建设成为推动京津冀协同发展的有力抓手，赛后，国家和京冀两地相继出台系列发展规划，将充分利用冬奥遗产，强化区域协同和支撑体系建设，推进体育、文化和旅游多产业创新融合发展，打造京张体育文化旅游协同发展新高地，为京津冀协同发展开辟广阔前景。“用好冬奥遗产，关键要把冰雪的底色、奥运的特色转化为促进当地经济社会发展、民生就业的实招。”北京体育大学中国体育政策研究院院长鲍明晓说，把资源变产品，把产品变市场，推动冰雪产业发展，是最实在的冬奥遗产利用。

反观成都，由大运会的“长尾”效应也将在区市县显现。目前，成都正全力推进“国际消费

中心城市”建设，大运会将在“国际”与“消费”两个维度为其提供增长动力。仲量联行成都战略顾问部负责人于清华观察到，大运会主场馆的建设拉开了东安湖体育公园开发的序幕，其包含“一场三馆”，总面积超5000亩，以主场馆为核心构建的“东安湖活力城”，现已成为产业、生态与消费发展的热土。产业方面，已签约引进18个重大产业项目，其中百亿级项目3个，包含威马汽车全球研发总部、浙江大华等。生态方面，以“一湖映一阁，四园十二景”打造世界公园城市的自然客厅，公园绿道重要节点与商业集市、体育赛事、生态观光、电子竞技等复合业态相结合，已经成为本地居民消费者热衷游览的热门目的地。

北京经验2：
大型赛事挖掘更多城市机遇
长期赋能经济增长

根据北京冬奥会《赛后遗产报告》显示，在场馆利用方面，赛后，冬奥场馆将深入实施赛后利用计划，推动所有场馆全面对公众开放，组织开展丰富的群众性健身体验活动，服务全民健身，通过加强国际单项体育组织的交流合作，积极申办各类高水平冰雪赛事，落地冬季运动培训基地。同时，积极推动场馆开拓非雪季户外运动项目，开展多业态经营，推动实现四季运营，融入地区整体发展，转化为带动发展

的新动能。

比如，国际滑联世界首个“卓越中心”落户国家速滑馆，推动滑冰运动在中国乃至世界的推广普及。国家雪车雪橇中心与国际雪车联合会等方签署《谅解备忘录》，未来将定期举办国际雪车联合会各类赛事和训练营。

在本次大运会筹办中，成都坚持节约节俭可持续原则，全面建成49个场馆，其中新建场馆13处、改造场馆36处，场馆功能硬件和服务软件全部达到国际比赛标准，新建场馆均达到绿色建筑二星级标准。大运村设在成都大学，新建国际教育交流中心等单体建筑22栋，赛时可保障1.1万人入住生活，赛后将移交成都大学教学使用。

具备一流硬件，就更有实力申办高水平赛事。“举办国际和全国性高级别体育赛事，是建设世界赛事名城的核心。”成都市体育局副局长祝江力在接受华西都市报、封面新闻记者采访时表示，2023年，成都体育赛事呈现出强劲复苏态势，立足于高效助力城市影响力的提升，全面重启ATP250成都公开赛、世界体育舞蹈节、铁人三项世界杯、国际网联世界巡回赛青少年年终总决赛、国际篮联3对3世界巡回大师赛等国际赛事，将举办成都马拉松并恢复参与世界马拉松大满贯候选赛事考核。

而立足于推动竞赛表演业高质量发展，成都正统筹举办中国足球超级联赛、中国男子篮球职业联赛、中国女子篮球职业联赛总决赛、中国围棋甲级联赛等全国高水平职业联赛主场赛事，全年将举办国际赛事22项，全国性赛事36项。来自仲量联行的分析认为，大型赛事挖掘更多城市机遇，长期赋能经济增长。作为世界级赛事，大运会将成为成都乃至整个西部地区与国际对话的窗口，更是展示和应用成都新能源、人工智能和物联网创新优势产品的重要场景，有望为成都对外贸易等诸多领域的发展提供动力，吸引国际资本，挖掘合作机遇。

| 专家观点 |

“国际”+“消费”双驱动 区域价值再提升

从北京的奥运遗产红利，展望成都大运未来。仲量联行成都战略顾问部负责人于清华认为，可以感知的国际吸引力提升，将带动成都消费的“国际化”。以2011年大运会举办地深圳为例，深圳当年累计接待游客7698万人次，其中海外游客1021万人次，占比达到13.3%，旅游客群结构出现明显变化。大型国际赛事活动在

增强城市国际知名度与吸引力的同时，更多国际游客到访带动旅游客群结构的改变，进而带动消费产品的国际化。

成都大运会及未来更多国际大型赛事活动的落地，结合144小时过境免签政策，将带来更多的国际游客，推动旅游消费产品的革新。一方面，一批更具国际化视野与服务水平的旅游产品及场景将不

断出现，通过发展免退税经济等措施，提升成都消费产品的“国际化”。另一方面，成都深厚的文化底蕴、大熊猫等超人气IP、火锅等美食元素以及“公园城市”“休闲城市”的气质，将被更多游客带向全球，助力在地文化走向国际。

同时，“公园+体育”、“文化演艺”将增添成都消费的“特色”化。随着消费升级和冬奥会等

赛事的带动，体育运动的大众参与度快速提升并进入细分发展时代。在成都，滑雪、露营、骑行、滑板等户外运动方兴未艾。体育消费正为成都的“首店经济”添砖加瓦，“公园+体育”将成为成都消费的特色标签。

此外，“文化演艺”消费正迎来巨大增长空间。大型赛事的体育场馆，由于其在空间及平面具有“非标化”特征，成

为文化演艺等业态发展的优质土壤。成都享有“演艺第四城”的美誉，大运会丰富的场馆设施将成为体育活动赛事、演唱会、音乐节、电竞、演艺及夜间经济发展的重要承载地，推动“文化演艺”消费产品的供给，为成都打造国际消费中心城市增添文化特色。

华西都市报-封面新闻
记者 赖芳杰