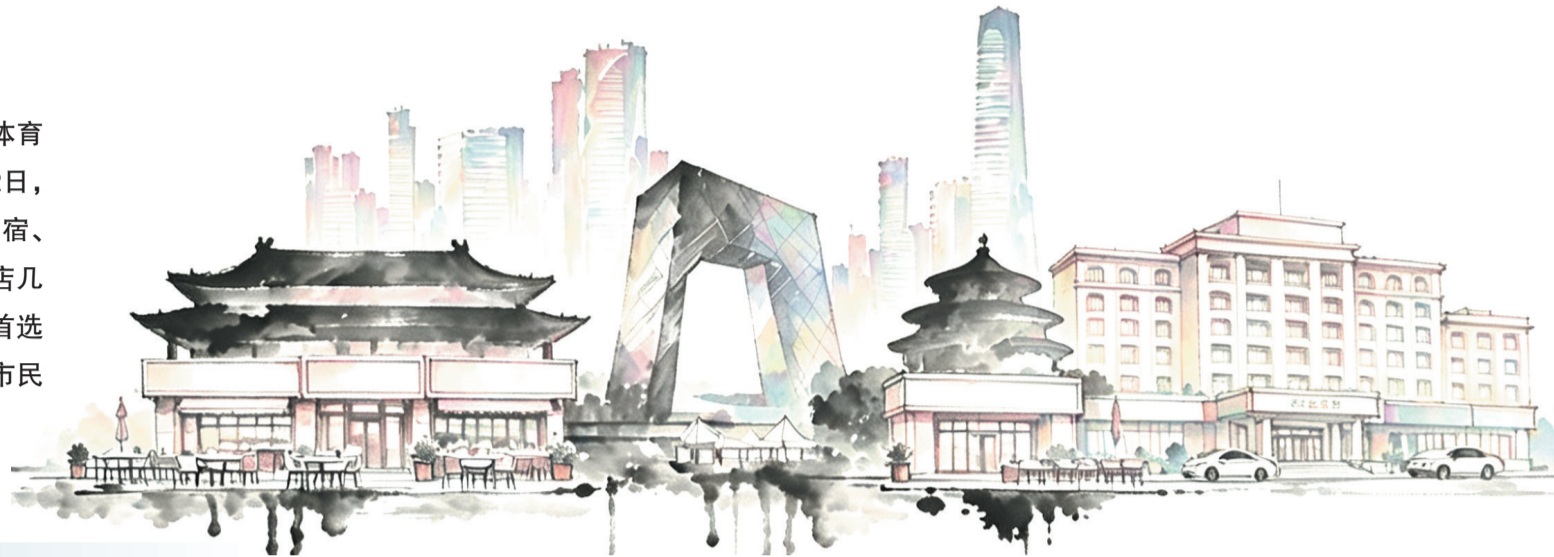


北京“超级周末”引爆文商旅体展融合消费



在刚刚过去的周末,北京迎来了名副其实的“超级周末”,半程马拉松、中超、CBA等体育赛事扎堆开赛,张杰演唱会、歌剧等演出轮番登台,文体盛宴让整座城市活力四射。4月12日,北京商报记者走访多个商圈看到,体育赛事、演唱会等文体活动的举办,带动周边商圈住宿、餐饮以及核心景区等文旅消费激增。其中,在半程马拉松起点的天安门周边,40余家酒店几乎全部满房;餐饮方面,前门、王府井的全聚德集团及旗下老字号门店成为跑者的就餐首选点;部分核心景区也吸引了众多跑者与观赛者前来打卡。北京“超级周末”全面激发了市民游客的热情,全方位拉动北京文商旅体展消费,为城市经济注入了强劲活力。

住宿:起点周边40余家酒店趋于满房

“3层的全部房间安排送40瓶水,下午2时前准备好会议室内的投影、幕布,4月12日早餐凌晨4时45分要准时开餐……”汉庭酒店北京王府井店店长贾庆涛一边与酒店经理沟通半马期间的具体保障细节,一边在电脑前修改接待计划。

如此忙碌的状态已成为贾庆涛近期的常态。作为2026北京半程马拉松的保障酒店,汉庭酒店北京王府井店负责接待评委、训练指导老师及部分运动员。贾庆涛表示,从4月8日相关人员入住到4月12日赛事期间,酒店一直处于满房状态,工作人员也比平日更加忙碌。

贾庆涛介绍,酒店主要承担后勤保障工作。例如,为评委和指导老师的会议准备投影幕布及场地;午餐、晚餐提供定制自助餐,酒店增派服务人员负责加热、分餐等工作。此外,运动员和工作人员使用的瓶装水为定制款,每间房间需

要安排人手进行分发。尤其是在4月12日半马赛事当天,早餐开餐时间从平时的7时提前至4时45分,酒店为此安排了三至四名工作人员进行接待,人力较平日增加一倍。

除了半马赛事起点周边酒店预订量飙升外,举办CBA联赛的五棵松商圈,以及中超联赛举办地工人体育场所在的三里屯商圈,周边酒店也均出现客流激增的情况。华住集团北京营销市场负责人黄辰透露,马拉松起跑点天安门周边的40余家华住旗下酒店,4月11日—12日几乎全部呈现满房状态。此外,五棵松/华熙Live周边酒店的出租率较普通周末整体上升了2至3个百分点。而在工人体育场周边,4月12日北京国安主场对阵成都蓉城等热门比赛期间,不仅华住旗下酒店预订趋于饱和,其他品牌酒店的整体出租率也表现良好。

相关新闻

演唱会的消费乘数效应 一张680元门票撬动1800元消费

花680买了张演唱会门票,再为这趟两天一晚的北京之行花费约1800元用于交通、住宿和美食——这是南京粉丝刘芳为歌手张杰演唱会列出的“追星账单”。刚刚过去的周末,张杰在北京连开3场演唱会,吸引大量歌迷到场,演唱会带动“鸟巢”周边酒店客流量与房价双升。当下,一张小小的门票,不仅圆了粉丝的观演梦,更释放出可观的文旅消费乘数效应。

一场演唱会,两天一晚的行程

“为了来北京看张杰演唱会,又安排了两天一晚的行程。”4月11日下午,来自辽宁的粉丝梁佳正在“鸟巢”外排队等待入场观看张杰演唱会。她和朋友一边等候,一边与周围的粉丝热聊起各自的追星经历,分享经验与心得。自张杰官宣将在北京“鸟巢”连开16场演唱会以来,梁佳激动不已,早早就和朋友约定,要到北京现场看一场张杰演唱会。

作为张杰多年的粉丝,梁佳特意购买了1680元的内场票,希望能够更加清晰地看到自己的偶像。聊到此次来北京看演唱会的开销,梁佳给北京商报记者算了一笔账:她与朋友从辽宁一同前来,往返高铁票每人花费730元;两人在“鸟巢”附近合住一晚,酒店费用支出700元,人均350元;看演唱会之余,她们还打卡了几家北京特色餐厅和小吃,两天餐饮花销共约800元。算下来,这趟北京演唱会

之旅,她和朋友总共花费了超6000元,演唱会门票之外,俩人就花费了约3000元。

梁佳说到,由于周一要赶回辽宁上班,自己只安排了两天一晚的行程。如果时间更充裕,那么一定会去故宫、前门大街、王府井等景点和商圈逛一逛,再买一些伴手礼带回家。

其实,不只是梁佳,张杰演唱会同样吸引了来自全国各地的粉丝,拉动北京文旅市场消费快速增长。刘芳告诉北京商报记者,她和丈夫购买了2张680元的演唱会门票,每人往返的高铁票花费964元。因是两天一晚的旅行,两人又在“鸟巢”周边预订了一晚1000元左右的酒店,同时,两天餐饮开销约700元。算下来,刘芳夫妻二人这场北京演唱会之旅的总花费接近5000元,除去门票,每人额外花费约1800元。

“鸟巢”商圈酒店预订量增一倍

3月27日—4月19日期间,张杰将在“鸟巢”连开16场演唱会,由此也带动周边商圈的酒店住宿。去哪儿旅行数据显示,张杰演唱会期间,北京“鸟巢”商圈酒店预订量同比增长一倍。

在刚刚过去的周末,张杰演唱会连开3天,带动周边酒店客流持续上涨。华住集团北京营销市场负责人黄辰透露,近期,张杰在“鸟巢”连开多场演唱会,整体来看,集团大盘口径“鸟巢”周边酒店预订量较平日上升5—8个百分点。另一家大型连锁酒店集团北京区域业务负责人表示,受到张杰演唱会的带动,4月10日“鸟巢”奥体商圈内酒店流量环比提升7%;4月11日酒店流量进一步提升,北京东部区域门店整体流量同比增长13%,客房均价同比提升超30%。

张杰演唱会的连开效应不仅体现在这个周末,更在持续拉动北京文旅市场消费,而与“鸟巢”毗邻的高端酒店更受到消费者青睐。北京北辰五洲皇冠国际酒店相关负责人告诉北京商报

记者,此前的清明假期,在演唱会市场的带动下,五洲皇冠酒店在客房方面的收入同比上涨7.8%,出租率上涨5.8%,总接待量近1000间夜;五洲大酒店客房收入同比上涨33.7%,出租率上涨4.6%,总接待量近800间夜。

位于“鸟巢”附近的北辰亚运村宾馆和汇园公寓贵宾楼也迎来了大量客流。北辰亚运村宾馆相关负责人透露,清明假期期间,北辰亚运村宾馆和汇园公寓贵宾楼收入同比增长36%,整体出租率提升13个百分点,呈现量价齐升的良好态势。

在客房收入、出租率纷纷上涨的同时,北京各家酒店也在积极探索“票根经济”,意图吸引更多粉丝入住。北辰亚运村宾馆相关负责人表示,近期,酒店在张杰演唱会期间推出了消费者在酒店或餐厅消费,即可获赠定制版演唱会纪念卡及明星贴纸的活动。同时,粉丝凭演唱会门票可享会员价入住、餐饮享多重优惠。

餐饮:赛道沿线门店翻台率增幅显著

“歌一会儿咱们就出发,我请你们去吃老北京铜锅涮肉。”刚刚跑完半马的北京跑友老钱,正和几位跑友商量着接下来的行程。他告诉北京商报记者,自己和北京的朋友以及从天津来的朋友一起报名参加了本届半马比赛。为了招待外地来京的朋友,老钱特意安排了中华老字号全聚德和东来顺的聚餐,希望让他们充分感受地道的北京美食。

老钱解释到,马拉松赛前需要补充碳水,从北京特色美食中来挑选,烤鸭配卷饼就很合适,所以选择了中华老字号全聚德烤鸭店;赛后则要补充电解质和蛋白质,涮羊肉是最佳选择,牛羊肉搭配蔬菜,再备一些电解质水,有助于身体恢复。虽然现在每个城市都有火锅,但在北京吃一顿地道的老北京铜锅涮肉,会带给外地朋友不一样的体验。

与老钱一样,选择北京特色餐饮门店的跑友并不在少数。全聚德集团市场相关负责人表示,近期,集团旗下全聚德、仿膳、丰泽园、四川饭店等老字号,为半马参赛选手及随

行人员提供指定门店用餐折扣,前门、王府井、亚奥沿线门店成为其就餐首选点,受北京“超级周末”以及外地跑者占比较高因素影响,活动周边指定门店的客流、客单、营收较平日均有明显增长。

北京东来顺集团有限责任公司副总经理王田告诉北京商报记者,从整体来看,半马赛事对于餐饮市场的拉动效果超出预期。从4月10日门店优惠启动到4月12日赛事当天,参与活动的17家直营门店客流较平日有明显增长。从初步反馈来看,尤其是比赛前一天,赛事周边门店午市和晚市都出现了满客、排队的现象。比赛当天部分位于赛道沿线及终点附近门店的翻台率增长更为显著。

“门店所在区域胡同众多,又有鼓楼等热门景点,因此会有部分参与半马的跑者来此游览并顺便用餐。”马凯餐厅鼓楼店店长张雪肖表示,以4月12日午市为例,在到店直接用餐的消费者之外,等位人数达到将近300人。

景区:公园文旅项目游客数量较平日增近一倍

在住宿、餐饮之外,不少跑者还热衷于前往北京的核心景区游览,体验丰富多彩的文旅项目。

首寰投资项目组宣传负责人武则超表示,在刚刚过去的周末,中山公园客流有非常明显的上涨,以公园内“郁金香丝路奇遇记”互动体验项目为例,各点位售票亭接待游客数量较平日增加近一倍。

武则超坦言,“体育赛事+文旅”融合体验,对景区春季客流、文旅消费体验以及城市形象传播都起到了积极的带动作用。北京作为古都,本次半程马拉松赛道沿中轴线方向延伸,中山公园正位于中轴线核心位置。不少跑者与随行人员在参赛之余,也游览了北京的文化古迹,并将公园的文化赏花体验融入行程。跑者赛后走进公园,感受古都春色,沉浸式体验郁金香文化节,形成了体育与文旅的

良性互动。

核心商圈同样备受跑者青睐,成为他们赛后休闲消费的首选,因此,不少拥有丰富商业业态的商场也顺势推出了多元化的商业权益活动。王府井集团相关负责人表示,王府井集团下属北京市百货大楼、王府井喜悦、东安市场、友谊商店、双安商场5家在京门店,以及法雅体育6个店铺推出多元商业权益。活动时间覆盖赛事周末及赛后恢复期,确保选手有充足时间享受权益。

面对文商旅体展融合发展,在文旅、商业之外,展览也是必不可少的一环。北京展览馆集团副总经理杨倩介绍,持有北京半程马拉松赛事号牌的观众可享门票9折优惠,实现体育流量与文化消费的有效互通,以文体融合的新形式,让千年敦煌艺术走进更多市民生活。

产品:针对参赛选手设计多元组合

作为一名有着十余年跑龄的马拉松爱好者,老钱深切感受到马拉松赛事对城市文旅消费的显著带动。他说到,一些跑友在赴异地参加马拉松赛事时,常常会带着家人一同前往。完赛之后,若不着急返程,他们往往会留下来体验当地美食、游览著名景区,离开时还会购买一些伴手礼。可见,马拉松对当地的住宿、餐饮、商业以及景区门票等各方面都具有积极的带动作用。

跑友释放出的消费需求,正推动各业态积极布局。首旅旅行品牌运营部副部长王欢观察到,本届半马赛事外地选手来京停留时间多为2—3天,普遍存在赛前赛后时间紧凑、偏好一站式便捷服务、同行出行占比高、重视文化深度体验与赛事专属纪念等特征。因此,旅游产品的设计需要精准覆盖不同偏好、不同出行组合的跑者需求,让有限行程实现文旅价值最大化。

在北京第二外国语学院旅游科学学院教授曹慧敏看来,赛事到来之后,整个相关配套服务生态链上的每一个环

节,都应围绕消费者的核心需求做文章。以观看比赛为主需求的消费者,其“吃、住、行、游、购、娱”等衍生需求都应围绕这一核心进行外延性产品开发。她谈到,不能简单停留在发放优惠券、提供传统服务的层面,而是要根据参赛和观赛人群的特殊需求,提供定制化、场景化的产品与服务。

北京体育大学体育休闲与旅游学院院长蒋依依认为,这次北京的“超级周末”,本质上是体育赛事与文化演艺双轮驱动,形成了罕见的流量集聚效应,给予文旅消费全方位、全链条的拉动。想要让赛事经济真正成为文旅消费的新引擎,需要打破业态壁垒,其中,酒店业态需要从基础友好服务升级为专属定制体验。各酒店不能只停留在打折、延迟退房,要围绕不同赛事,打造专属产品和服务。景区与文博业态方面,可以开发赛事、演艺IP与景区联名文创产品,打造特色文旅商品,同时在景区推出赛事主题夜游、灯光秀,承接赛后夜间客流,延长游客停留时间。

北京商报记者 吴其芸

7—10倍的乘数效应

接下来,北京还将迎来汪峰、光良、五月天、蔡依林等多场明星演唱会,那么,如何将“赛演流量”高效转化为“经营增量”成为各经营企业的重点。

北辰亚运村宾馆相关负责人介绍,未来,酒店将深化场景联动、空间联动、服务联动等举措。例如,推出凭票根享房费立减、连住优惠及演唱会套票,并联合商圈商户放大“票根经济”效应;利用公共空间开设粉丝市集、美食快闪店,推出凭房卡免费进入场馆市集等政策,实现三方客流互通。

北京第二外国语学院旅游科学学院教授曹慧敏分析认为,旅游消费中的乘数效应非常显著。以赛事、演艺等为核心拉动的消费,不仅仅是单点带动,而是沿着“吃、住、行、游、购、娱”全产业链传导。餐饮企业、酒店住宿、交通出行等上下游主体,正围绕票根形成深度融合的生态圈,实现文商旅展的

全方位联动。从一般规律来看,1元旅游消费可带来约7元的经济拉动效应;而大型赛事或演唱会的乘数效应更为突出,至少在7—10倍。

“想要让‘票根经济’真正成为文旅消费的新引擎,需要打破业态壁垒。”北京体育大学体育休闲与旅游学院院长蒋依依建议,接下来,商业商圈业态需打造场景化消费枢纽,分散流量激活全城消费。各大商圈要摆脱单纯打折的模式,围绕赛事、演出打造场景化消费空间。一方面,在场馆周边打造“5分钟文体消费圈”,设置美食嘉年华、文创市集、VR观赛区,让观众在等候、散场后有更多消费选择;另一方面,在全城各大商圈、特色街区设置“第二观赛点”,通过大屏同步直播赛事、演唱会,推出专属套餐、互动抽奖、应援活动,把场馆集中的客流分散到全城各个商圈,带动全域商业消费。北京商报记者 吴其芸