杭州市促进体育消费和赛事经济试点工作实施方案（2025-2027年）

（建议稿）

为扎实推进促进体育消费和赛事经济试点工作，进一步激发体育消费活力、释放体育消费潜力，并大力发展赛事经济。结合我市“国际赛事之城”建设目标，推动体育产业高质量发展，制定本实施方案。

一、总体要求

（一）指导思想

全面落实《提振消费专项行动方案》体育消费部署要求，锚定建设国际赛事名城总体目标，紧扣体育高质量发展主题，构建“赛事+运动+休闲+时尚”四位一体现代化体育产业体系，依托杭州亚运会遗产转化，强化政府主导、市场运作、社会参与协同机制，着力打造“两城两地”（国际赛事名城、户外运动名城、全域运动首选地、运动美学时尚地），全面激发体育消费潜力与赛事经济动能，全力打造具有影响力的国际赛事之城，着力构建体育消费与赛事经济高质量发展新格局。

（二）试点目标

经过三年的试点建设，形成杭州特色赛事体系，群众性体育活动跨越发展，体育消费规模进一步增长，体育产业与相关产业的深度融合，赛事经济成为我市新经济增长点。累计举办国际高等级赛事10项次以上、国家级赛事100项次以上，培育专业赛事运营公司20家以上，社会力量办赛比例达40%以上。体育产业生态实现多维跃升，经常体育锻炼人数比例提升至48.8%，年人均体育消费达3500元，体育产业总规模突破1500亿元。

二、试点任务

（一）构建完善赛事体系，提升国际影响力

实施《杭州市加快推进国际赛事之城打造三年行动计划（2024—2026年）》，充分发挥杭州亚运场馆资源优势，系统推进国际赛事引进与本土品牌培育，提升杭州赛事的知名度和影响力。

1.引进国际一流赛事。积极申办高等级赛事，落户一批国际一流体育赛事，设立国际赛会之城专项资金，建立重大赛事“一赛一议”机制。办好2024—2026年世界羽联世界巡回赛总决赛、国际皮划艇“杭州超级杯”、女排世俱杯等具有国际影响力的专业赛事。（责任单位：市体育局、市委宣传部、市财政局、市外办）

2.培育本土品牌赛事。依托亚运场馆、公共体育场馆及地标性建筑，构建赛事举办矩阵，每年举办不少于6场国内顶级赛事。积极探索将体育赛事融入世界遗产、自然景观、历史街区及城市地标等特色元素中，围绕西湖、大运河、良渚古城遗址这三大世界文化遗产，精心打造以杭州马拉松、杭州国际女子马拉松、余杭梦想小镇马拉松为标杆的马拉松系列赛事，以及以横渡钱塘江、建德夏日冬泳、长三角水上运动节为亮点的水上系列赛事，还有以行走大运河、杭州毅行大会为特色的休闲系列赛事，形成10项以上具有城市特色的知名品牌赛事。〔责任单位：市体育局、市公安局、相关区、县（市）人民政府〕

3.发展赛事周边产业。制定出台《杭州市体育赛事活动管理办法实施细则》。建立赛事线上报备数字化体系，发布赛事计划和观赛指引，健全赛事引进退出闭环机制。围绕体育赛事，大力发展体育用品、健身器械、运动服装等制造业，建设专业化运动康复中心，推动体育服务业升级。同时，聚焦经纪、金融、保险、广告、营销、票务等领域，培育专业赛会中介服务机构，并发展仓储物流、搭建装饰、翻译主持、信息咨询等会展配套产业。（责任单位：市商务局、市体育局、市经信局、市发改委、市金融办）

4.发展足球特色产业。加快打造具有杭州辨识度的全国足球发展重点城市建设标志性成果。贯通人才培养机制，系统推进青少年体育训练体系建设；积极引进足球俱乐部，培育优质足球俱乐部；打响群众喜闻乐见的赛事品牌；培育规范球迷组织，支持打造地域特色球迷文化IP，形成“赛事磁场-社群运营-消费转化”的良性循环。（责任单位：市体育局、市教育局、市商旅集团）

（二）优化体育产业生态，激发市场活力

5.强化政策协同。建立市体育产业发展工作协调机制，统筹跨部门协作。强化多部门服务保障赛事经济，推进体育赛事等大型活动“一件事一次办”，优化赛事审批流程，压缩审批时间，最大程度优化人员容量。制定出台《杭州市大力提振消费打造“赛会之城·购物天堂”三年行动计划（2025—2027年）》及体育产业相关奖补政策，鼓励区、县（市）出台配套政策，通过系统谋划、多措并举，推动经济高质量发展注入强劲动力。〔责任单位：市体育局、相关区、县（市）人民政府〕

6.壮大体育市场主体。培育本土体育企业，支持传统体育企业转型升级，发展体育新质生产力；鼓励社会力量成立体育社团，强化单项运动项目协会、行业协会的指导协调职能；完善政府向体育社会组织购买公共服务的机制。吸引行业知名的体育主办企业、经纪机构及票务平台企业来杭州开展业务。（责任单位：市体育局、市民政局、市商务局、市投促局）

7.深化国际交流合作。与国际体育组织及友城建立常态化联系，推动国际知名俱乐部来杭竞赛，支持高校及社会组织参与国际赛事等体育文化交流。（责任单位：市体育局、市外办、市委宣传部）

（三）完善体育基础设施，夯实发展根基

8.提升场馆服务能力。实施全民健身场地设施提档升级工程，统筹实施“一场两馆”、嵌入式体育场地设施、百姓健身房、社区健身中心等建设。鼓励建设“三大球”场地、体育综合体。有序推进市陈经纶体校、杭州体育场提升改造、市足球运动管理中心二期建设等市级基建项目。持续推动学校和机关企事业单位体育场地向社会开放。〔责任单位：市规资局、市园文局、市体育局、市教育局、市机关事务管理局、市发改委、市城管局，相关区、县（市）人民政府〕

9.建设智慧场馆。持续完善“杭州体育在线”平台，着力提升场馆的智能服务和智慧管理水平，优化一站式体育服务。鼓励5G、VR/AR、超高清视频、物联网、人工智能等前沿技术在赛事中的广泛应用。〔责任单位：市体育局、市经信局，相关区、县（市）人民政府〕

10.综合利用亚运遗产。深入实施亚运场馆“一馆一方案”，充分发挥体育赛事功能和社会服务功能，打造“体育+文化+商业”多功能生态。开展公共体育场馆运营评估，推动场馆惠民开放，创新市场化、智慧化运维模式。引入赛事、培训、会展、休闲等业态，满足市民市民游客在运动健身、参观游览、文娱观赛等方面的多样化需求，促进遗产可持续利用与城市发展联动。〔责任单位：市体育局，相关区、县（市）人民政府〕

（四）创新消费场景，释放融合潜力

11.构建消费激励体系。发放体育消费券，通过政府补贴激发健身、培训、购物等消费活力。发放“杭州演赛展消费礼遇卡”“杭州66卡”，对来杭观演赛展的消费者，提供餐饮、住宿、交通、景点、购物、文娱等集成式便利服务，促进跨领域消费升级。（责任单位：市体育局、市商务局、市文广旅体局）

12.打造户外运动品牌。建设高质量户外运动目的地，充分挖掘我市“山水空”资源优势，编制实施《高质量户外运动目的地建设方案》，优化环评、林地草地占用、涉河湖等审批流程，培育打造杭州特色的户外运动场景。鼓励建设体育公园、环浙步道、骑行绿道等户外场地设施建设。塑造“骑在杭州”城市运动品牌，打造无人机竞赛、虚拟无人机智力运动、高空跳伞运动、滑翔伞运动等低空体育“新航标”，做成杭州辨识度的水上休闲运动“金名片”。〔责任单位：市发改委、市体育局、市林水局、市交通局、市建委、市园文局、市文广旅游局，相关区、县（市）人民政府〕

13.推动“体育+”融合。围绕“进景区、进街区、进商圈”体育赛事，与“跟着赛事去旅游、品美食”深度结合，推出一批特色体育旅游线路和配套服务。鼓励开展“夜健身”活动，助力夜间经济发展。利用亚运场馆及配套接待设施，策划推出一批亚运城市旅游体验项目。持续优化城市旅游服务体系，打造世界游客向往的体育旅游打卡地。鼓励商场、综合体开展体育用品展销，推动商业、旅游、娱乐场所融合体育休闲项目，打造消费新场景。〔责任单位：市体育局、市文广旅游局、市商务局，相关区、县（市）人民政府〕

14.发展体育新兴业态。培育全龄友好型体育生态，鼓励开展“新国潮”运动项目开展，激发青年参与活力；推出运动康养服务，激活银发消费潜力；构建校社联动机制，深化青少年运动研学实践。支持体育装备智造向可穿戴设备、虚拟运动装备等高端领域延伸，培育智能健身、云赛事等数字体育新场景。依托数字产业优势，加速布局电竞全产业链，构建赛事运营、内容制作、直播推广生态圈，全力建设具有全球影响力的电竞之都。办好浙江（杭州）国际时尚体育周活动。（责任单位：市体育局、市卫健委、市教育局、市经信局、市委宣传部、杭州棋院）

（五）强化统计评估，确保试点实效

15.健全统计监测体系。建立健全体育消费和赛事经济统计监测体系，重点开展大型赛事消费拉动效应专项监测试点。绘制多维度体育消费热力图，整合体育带动的关联产业增长等核心指标，运用大数据技术进行多维度数据融合分析，建立赛事经济贡献度评估模型，为产业政策制定和资源配置提供精准量化支撑。（责任单位：市统计局、市体育局、市文广旅游局、市商务局、市公安局、市交通局）

16.强化统计结果运用。建立“监测-评估-反馈-改进”联动机制，研究赛事经济评估模型，开展居民体育消费调查与赛事综合效益评估，形成“政府督导+行业自评+公众监督”的多维考评体系，定期发布体育消费指数与赛事经济评估报告，推动服务质量提升与消费产品创新升级。（责任单位：市体育局、市统计局）

三、保障措施

（一）加强顶层设计

全面落实《杭州市加快推进国际赛事之城打造三年行动计划》，研究编制《杭州市体育产业发展“十五五”规划》，将促进体育消费和赛事经济纳入规划重要内容，以规划为指引，推动体育产业快速发展。（责任单位：市体育局、市发改委）

（二）强化资金保障

设立市级国际“赛”“会”之城发展专项资金，专项支持市委、市政府确定的重大展会与体育赛事。制定《杭州市级重点赛事资金管理办法》。设立市级国际“赛”“会”之城产业发展引导基金，鼓励区、县（市）设立配套基金，鼓励银行创新体育金融产品，积极吸引社会资本参与体育赛事和场馆设施建设运维，形成多元化投入机制。（责任单位：市财政局、市国资委、市体育局、市金融办）

（三）营造社会氛围

通过全媒体矩阵宣传体育消费和赛事经济发展成果，策划“超级星期六”“全民健身月”等主题活动，弘扬体育文化，形成消费共识，营造体育健身和体育消费浓厚氛围，吸引更多市民和游客参与赛事活动和体育消费。（责任单位：市委宣传部、市体育局）