

开发“新赛道” 激活新动能

——我市积极拓展“体育+”模式深化体旅融合扫描

〇〇全媒体记者
韦苏玲 覃科
实习生 黄荟烨

生活在柳州幸福，藏在炎热时分畅游柳江的惬意里。9月16日傍晚，烈日收敛了锋芒，静兰水上运动中心逐渐喧嚣。水上运动爱好者换好下水行装，一场与柳江的约会就此开场。

“乘桨板漂在柳江上，看两岸风景慢慢往后退，风一吹，浑身都舒服了……”社交平台上，各地游客热情分享体验。刚结束了两小时桨板体验的游客祝芳香上岸后直呼“好玩”，并称赞柳江水质。

打造品牌： 水上户外运动成特色

近年来，凭借特色水上运动，柳州的多元玩法一步步走进大众视野。静兰水上运动中心附近一处水上运动场所的相关负责人介绍，旺季时，20多条摩托艇、130条皮划艇、50条桨板被租借一空。

柳江水域活力迸发，不仅“近者悦、远者来”，还转化为多项荣誉——在2025中国体育文化博览会和中国体育旅游博览会上，柳州成功获评中国体育旅游目的地，揽获又一殊荣。此外，2021年，百里柳江旅游景区获评首批国家体育旅游示范基地；2023年，城中区获评国家体育产业示范基地，柳州静兰水上运动中心获评国家水上国民休闲运动中心试点单位。

我市积极拓展“体育+”模式，打造以水上户外运动为代表的特色体育旅游品牌。市统计局发布的数据显示，上半年柳州市服务业持续向好。文旅深化融合，激发消费新活力。1—5月，全市规模以上文化、体育和娱乐业营业收入同比增长31.5%。其中，“体育+”融合持续深化，赛事带动经济效益明显，体育场馆管理、体育竞赛组织分别增长157.2%、127.6%。

以赛为媒： 带动全链条消费增长

日前，国务院办公厅印发《关于释放体育消费潜力进一步推进体育产业高质量发展的意见》，提出拓展体育消费场景，打造多元化的消费空间，让体育融入生活；举办各类体育消费活动，营造浓厚的消费氛围；实施消费惠民举措，降低消费门槛，吸引更多人参与体育消费，不断扩大体育消费群体。

今年暑期，我市以赛为媒、以体促旅，通过推出一系列体育赛事，将体育与文旅、商业深度融合。依托2025中国时尚体育季，我市搭建起一扇向外展示的窗口，打造了一场集运动、潮玩、文旅、消费等于一体的体育消费嘉年华，实现“体育搭台，经济唱戏”。通过举办2025龙城潮玩生活节暨柳州市体育消费节，汇集体育锻炼、潮流文化、休闲娱乐、商业消费等业态，打造沉浸式消费体验，引领消费新场景与科技融合。

与此同时，我市推进“体育赛事进景区、进街区、进商圈”。在万象城举办轮滑比赛，在银泰城举办街舞比赛，在三江侗族自治县程阳八寨景区、鹿寨县中渡古镇举办越野赛，在螺蛳粉小镇举办滑翔伞飞行大赛等，形成“以赛促商促旅”模式，带动“吃住行游购娱”全链



2024柳州水休闲运动会(嘉年华)柳州水休闲运动展会暨体育消费节现场。(资料图片)



市民游客在柳江上玩电动冲浪板。

市民游客在玩皮划艇和桨板。

条消费增长。

以体促旅： 跟着赛事游柳州

从品牌赛事到全民活动，将体育赛事与城市生活深度融合。

从面向青少年的射箭、空手道、网球等全区锦标赛，到时尚新潮的飞盘、轮滑、动力冲浪板等比赛，再到高水平的全国赛剑、跳绳公开赛，我市在暑期还举办了覆盖不同年龄段、不同兴趣爱好的多样化赛事。

举办各类赛事的同

时，我市及时推出“跟着赛事游柳州”等精品旅游线路，吸引运动员、教练员、家属及体育爱好者来到柳州比赛之余游景点、品美食，拉动暑期经济消费。

市体育局有关负责人表示，将持续深化体旅融合，优化产品供给，提升服务品质，强化宣传推广，努力将柳州建设成为设施完善、活动丰富、服务优质、驰名中外的体育旅游目的地，促进体育产业提质增效、满足人民群众美好生活需要、推动柳州经济社会高质量发展。

快言快语

月饼“瘦身”才更“有味”

〇〇邓国全

中秋节临近，月饼市场渐火。近日，记者探访我市消费市场发现，不少月饼礼盒已去繁就简，多数礼盒只保留了外盒和外纸袋两层包装，且没有看到月饼与其他产品混装的现象。“瘦身”成功的月饼礼盒得到了市民的好评（详见本报9月15日报道）。这是月饼告别奢华浮躁，回归简单、实用的写照，这一喜人变化，让它变得更有烟火气，也更“有味”了。

曾几何时，贵重金属和红木材料包装，搭配茶叶、红酒等销售的“天价月饼”在市场上占据C位，其奢华的包装、昂贵的价格让普通百姓望而却步，既违背简约的初心，又造成资源浪费。如今其褪去“盛装”，首先应归功于政策引导。近日，市市场监督管理局发布规范中秋节月饼市场价格和过度包装的提醒告诫函，要求全市各相关生产经营者规范生产和经营，月饼包装层数不得超过3层，不得与其他产品混装，不得使用贵重金属和红木材料包装（详见本报9月1日报道）。政策既是“红线”，也是“紧箍咒”，只有从源头上遏制“天价月饼”滋生，市场才更规范，月饼才能回归“好吃不贵”的本质。

月饼“瘦身”能更好地促进消费。曾经，一些人为了所谓的“面子”，狠下心为“天价月饼”买单。如今，市民消费已越来越理性，动辄数百上千元的“天价月饼”注定没有市场。月饼如还沿袭此前的高端消费路线，不仅浪费资源，增加百姓负担，还会助长送礼歪风、加剧攀比心理，使月饼“变味”。走平民化路线，消费者才更愿意为它买单。当然，让月饼“瘦”下来，并不代表可以不注重质量，而是促使商家把更多的工作投入到改善月饼品质、研发多种口味满足不同消费者需求上来，让好吃不贵的月饼“走”进更多寻常百姓家。

月饼“瘦身”能更好地回归传统。千百年来，月饼既是团圆、和谐、幸福的象征，也是亲族情感的联系纽带，中秋吃月饼是中华民族传统文化习俗。过度包装使其变成少数人的专属，背离了其大众消费食品的本质，在提倡过紧日子的当下，不符合“厉行节约、反对浪费”的社会风尚，只会使它离传统文化越来越远。少了“文化味”，月饼再高档，也难以让人回味。

月饼承载的是中秋佳节的祝福，其并不是奢华才有市场，更不会因“瘦身”亲民而失去传统文化的意蕴。给月饼披上“盛装”，增添的只是花里胡哨的外表，少的却是传统文化的传承和人间烟火气，无异于画蛇添足，让其回归传统，才是主流。我们必须转变观念，月饼包装再奢华，也只是虚有其表，“瘦身”的月饼才更能满足百姓期待、更好传承传统文化、散发更浓的烟火气。