

山东日照“体育+”激活地方内需新引擎



本报记者 宋春勇 □ 李宇涵

近日,黄海之滨的日照万平口广场人潮涌动,2026中国运动休闲大会暨山东省体育消费季(日照)主会场在此盛大启幕。随着发令笛响,一场“海陆空”立体联动的体育狂欢瞬间点燃这座城市的夏日激情:阳光海岸绿道上,数千名市民与游客迎着海风健步骑行;万平口海域内,千帆竞发、桨板穿梭;而在广场上空,动力伞腾空起舞。与这壮观赛事交相辉映的,是赛场周边人头攒动的运动休闲市集,赛事的火热转化为消费的活力,将庞大的赛事流量高效转化为实实在在的经济增量。这场“海陆空”联动的体育盛宴,正以强劲的乘数效应,为扩内需、促消费注入澎湃的城市新动能。

这并非一场简单的城市体育嘉年华。站在“十五五”规划开局起步的关键节点,这场盛会折射出的是国家“扩大内需、促进消费”战略在地方层面的生动微观落地。当中国运动产业“狂奔”进万亿级赛道,日照正以“体育+”为杠杆,在经山历海中探寻城市经济的进阶之路。这场集专业竞技、大众休闲、消费体验于一体的盛会,正是日照“体育+”激活内需的鲜活样本。作为坐拥百公里黄金海岸线、兼具山海资源禀赋的海滨城市,日照锚定了“现代化海滨体育名城”的发展方向,本次中国运动休闲大会的举办,正是其多年布局“体育+”的生动实践。

产业升级:跨界融合重构“体育+”生态

国家大力倡导推动传统产业升级与新兴产业融合,在这一宏观导向下,日照的“体育+”早已超越了简单的物理叠加,迈向了产业生态的升级与重构。

近年来,日照大力倡导社会力量办赛,培育出安泰体育、领航体育、天风体育等一批各具特色的本土体育市场主体。这些企业深耕细分赛道,将“小众热爱”变为“大众休闲”,推动城市自主IP赛

事不断升级。数据显示,目前日照省级以上赛事的市场化办赛比例已超80%,成熟的赛事运营体系正被市场反复验证。

与此同时,日照全面推进文体旅商康深度融合发展,将单一的体育产业延伸为复合型产业链。以网球为例,安泰体育不仅承办国家级赛事,还打造AI智慧网球场,将网球与旅游、科技、青训紧密相连;在水上运动领域,企业通过夏令营、体育研学延伸产业链条。这种“文体旅商康”五位一体的模式,成功将赛事流量转化为装备制造、康养服务、数字消费等复合型产业增量,让体育产业成为激活经济的新引擎。

产业生态的搭建,为日照“体育+”战略打下了坚实基础,而要把产业优势转化为内需拉动的实际效能,还要打通从“流量”到“留量”的关键一环。

消费破局:完成流量变现的经济闭环

中央经济工作会议强调,要激发有潜能的消费,培育壮大新型消费。对于许多旅游城市而言,如何破解“旺丁不旺财”的痛点,是高质量发展的必答题。日照的解法,在于打通从“赛事流量”到“经济流量”的转化。

在消费场景的重构上,日照打破了行业壁垒。通过创新推出“日照票根+”“山海畅游卡”等机制,赛事门票从单一的人场凭证升级为“体旅消费通行证”。无论是赛事门票还是文旅联票,都能让游客在全城联盟商户享受餐饮、住宿、景区游览等专属优惠,构建起“观赛—消费—旅游”的完整闭环。

在空间价值的二次开发上,日照将沉睡的资源彻底激活。长达61.8公里的阳光海岸绿道与山海风情绿道,不仅是全民健身的绝佳场地,更串联起沿线的精品民宿与特色村落,成为沉浸式的消费街区。曾经闲置的废弃矿坑被改造为潮流文旅地标,专业的体育场馆在承接

顶级赛事之余,也常态化开展商业演出与足球培训。这种“赛事跟项目、赛场即场景、参与即消费”的思路,把体育空间变成了高频次的商业消费空间,让游客平均停留时间显著延长,把赛事的“流量”实实在在地变成了消费的“增量”。扎实的转化机制带来了显著的经济效益,据相关统计,2025年日照共举办500人以上规模赛事136场,赛事直接经济收益突破5亿元,综合产业拉动效益近15亿元。仅2025中国运动休闲大会期间,就吸引外地参赛及观赛游客近2万人,直接带动消费约5000万元。

民生赋能:绘就健康中国的共赢图景

体育产业的价值,从来不止于拉动经济增长,更关乎全民共享的民生福祉。日照“体育+”的探索,始终把满足群众健康需求放在核心位置。在全面推进健康中国建设的宏观导向下,日照将体育深度融入城市肌理,不仅绘就了一幅全民健康的共赢图景,更为扩内需、促消费培育了最深厚的市场土壤。

为了让运动健身成为市民的生活常态,日照不断完善“10分钟健身圈”。全市新建改造22处大型体育场馆,建成160余处口袋公园,9700余处全民健身场地设施星罗棋布。在此基础上,日照深化体教融合与体卫融合,从青少年的脊柱健康管理、明日功进校园,到老年人的太极康养,体育服务覆盖了全生命周期的健康需求。

更为关键的是,这种大众运动的全面繁荣,有效唤醒了全民的运动意识,进而催生了庞大且持久的体育消费需求。当运动成为日照市民的生活方式,体育消费便从“偶尔为

之”转变为“日常刚需”。数据显示,日照经常参加体育锻炼人口比例达50%,2024年居民体育消费总规模77.02亿元,人均体育消费支出占居民可支配收入比重位列山东省第一。这充分印证:全民健康水平的提升与运动习惯的养成,正是夯实体育消费基础、激活内需潜力的核心引擎。

在区域协同方面,日照推行“市区县一体化”办赛模式,让赛事红利惠及全域。通过打造“一区一品”,各区县立足自身资源禀赋错位发展:五莲县依托大青山等山岳资源,做强太极拳品牌,吸引大量国内外爱好者前来康养度假;莒县则深耕大众篮球与马拉松赛事,带动县域餐饮、住宿全链条消费。这种全域联动的模式,不仅丰富了群众的体育生活,更有效带动了乡村旅游与县域经济,实现了体育红利的全域共享。至此,从产业搭建到消费落地,再到民生共享,日照“体育+”的发展路径也越发清晰。

深耕赛道:日照探索体育产业的进阶路径

从“办赛事”到“兴产业”,从“追风口”到“造生态”,日照正以实干笃行,深耕现代化海滨体育名城建设。

依托得天独厚的山海生态禀赋,日照锚定“体育+”方向持续夯实产业根基,以市场化机制激活市场主体,推进文体旅商康深度融合,一步步构建起覆盖产业、消费、民生的完整体育发展生态。在这一过程中,“体育”早已超越了单一的运动休闲范畴,成为扩内需、促消费的核心引擎。日照通过构建“赛事引流、业态融合、消费转化”的良性生态,将赛事流量高效转化为消费增量,让“体育”真正成为拉动城市经济、增进民生福祉的核心支撑。

站在“十五五”的新起点,随着更多高规格赛事的落地与“体育+”场景的持续拓展,日照在深化文体旅商康融合、激发消费活力上的步伐将更加稳健。这座迎着海风生长的活力之城,正循着自身的进阶逻辑,将“体育+”打造为持续释放内需潜力的不竭动力,朝着体育赋能高质量发展目标稳步扬帆,不断书写属于自己的新篇章。



山东乐陵馒头兄弟“蒸香”京城



本报记者 宋春勇 □ 李宇涵

改革开放以来,上万名乐陵人赴京蒸馒头,他们靠着“一对夫妇一个窝,一个炉子两口锅”的作坊起家,逐步发展为标准化生产、连锁式发展,占据了北京三分之一馒头市场份额。有的把馒头做成了知名品牌,比如在北京开“宫门口馒头铺”的乐陵三兄弟。

天刚蒙蒙亮,北京市西城区香厂路1号的“宫门口馒头铺”创始人店,已经飘出浓郁的麦香。揉面、发酵、蒸制,热气氤氲间一个个松软筋道的馒头、香甜软糯的豆包、风味十足的杂粮卷出锅,店门口排起了长队。

“宫门口”创始人叫郭绍辉,是乐陵市郭家街道汪万楼村人。从20世纪90年代赴京打拼,他靠着“一对夫妇一个窝,一个炉子两口锅”的馒头作坊起步,和大哥郭绍林、表弟王磊磊一起,二十多年扎根北京,抱团深耕、稳步发展,把小小的馒头做成了热气腾腾的大产业。

一锅麦香“熬”成名

1994年8月31日,21岁的郭绍辉揣着家里凑来的1350元钱,跟着乐陵市相关部门组织的务工队伍去北京打工。经过十几天集训,他被分配到故宫门口的一家酒店做保安。

工作期间,郭绍辉发现市面上的馒头看起来雪白却不好吃,他从老家带的手工老面馒头却经常被同事“争抢”,不少人还经常托他帮忙代购。郭绍辉从中看到了商机。一年后,他毅然辞去保安工作,投身面食加工行业。

为学好正宗手艺,他专程跑到天津塘沽,向在当地开馒头房的乐陵同乡拜师学艺。蒸馒头看着简单,实则处处有门道。和面水温、醒面时长、笼屉干湿,每一个细节都有讲究。初春水温低,和面冻得手指开裂淌血水;盛夏天气闷热,面坯稍不留意就会发酵变质。郭绍辉每天起早贪黑守着蒸笼,反复练习、打磨手艺,终于掌握了传统蒸馒头的全套技艺。

2000年,郭绍辉用全部积蓄2万多元,在北京宫门口胡同开了首家面食门店,取名“宫门口馒头”。

创业初期,生产、销售全靠自己,吃苦受累是常态。没想到,门店开业不久便因作业噪声问题被要求整改,一下子又花费2万多元。2003年,馒头生意全面停滞,创业陷入绝境。

“那是我最难熬的日子。”回望当初,郭绍辉感慨道,员工返乡,整间店铺只剩他和妻子两人硬撑。每天凌晨2点起身和面,清晨6点准时开门营业,日日连轴转、夜夜难安眠。过度劳累让他身心俱疲,大年三十理发时,坐着就打起了瞌睡。

危难之时,亲情是最坚实的依靠。2004年,得知弟弟创业受挫、亏损严重,大哥郭绍林专程从乐陵老家赶来搭手,主要负责门店运营、人员调度和客源维护,郭绍辉把控手艺和产品品质。两人踏实做事,用料实在,慢慢攒下好口碑,生意逐渐好起来。2007年,一年就新增4家分店。同年,表弟王磊磊加入,三人正式抱团组队、同心创业,推动经营迈入规模化、规范化发展阶段。截至目前,兄弟三人在北京开了80多家直营门店,员工400多人。

“现在北京市场上的馒头,有三成是乐陵人做的。”郭绍辉说,乐陵人扎堆进京做面食,一来是本地面食手艺传承已久、功底扎实,二来乡邻互帮互助、亲友帮带。因为入行早、肯吃苦、信誉好,慢慢站稳了脚跟。

齐心“蒸”出金品牌

“咱们是亲戚,更是讲规矩的合伙人,绝不互相拆台。”这是郭绍林定下的内部经营铁规。三人虽是至亲,经营中却权责清晰,制度严明、互不内耗。团队划分专属经营片区,实行区域保护机制,从源头上杜绝内部抢客、无序竞争。

抱团聚力是发展底气,极致品质是立身根本。三兄弟始终对产品质量较真较劲。王磊磊品控严苛,为对标行业顶尖水准、打磨稳定口感,他常年奔走全国各地探店调研,“不管大小城市,只要有馒头店,我都会买来对比品尝,线上高分店铺、线下老牌作坊,我都实地考察学习。”

诚信为本、良心想经营,是三兄弟定下的铁律:当日滞销面点全部集中报废,坚决不隔夜、不回炉、不二次售卖。仅此一项品质坚守,每年损耗就超百万元。

实打实的用料、零添加的工艺、不掺假的诚信经营,赢得良好的口碑,宫门口馒头制作技艺成功获评北京区级非物质文化遗产,宫门口馒头被食客亲切称作“北京人的平价欧包”。

王磊磊介绍,目前,他们团队已研发推出50余款面食产品,全程统一工艺、统一标准,保障口感与品质始终如一。针对传统手工豆包擀皮繁琐、产能有限、用工劳损且供不应求的行业痛点,团队改良生产工艺,创新推出无褶豆包,在保留原有口感风味的基础上,大幅提升生产效率、稳定市场供应。

随着北京城市管理、环保安监标准持续升级,传统“前店后厂”的小作坊模式,难以适配规模化、标准化发展需求,三兄弟合力建成5座标准化中央生产工厂,实行夜间流水线量产、凌晨全城冷链配送,保障各门店货源新鲜、供应充足。为留住市井烟火气,他们特意设有手工现蒸档口,在部分门店现场揉面、蒸制,让馒头保留“锅气”。

在繁华的方庄购物中心,宫门口馒头与多家北京百年老字号同台设柜。当年在这里设柜,兄弟三人还犹豫过,担心“宫门口”无法和老字号竞争,没想到“宫门口”的客流和销量常年位居前列,远超多款传统老牌糕点。



盛夏时节,位于青藏高原的青海省玉树藏族自治州迎来了一年中的旅游旺季。在玉树州玉树市康巴风情街的尽头,远远就听见益曲卡非遗体验店传出清脆的金属敲击声,店主才卓玛正带着几位外地游客体验藏刀锻制技艺。

才卓玛介绍,玉树市安冲乡的藏刀锻制技艺是国家级非物质文化遗产代表性项目,但过去一把藏刀或一条藏式金属腰带动辄数万元,消费者望而却步,产品只能放在展柜展示,再好的手艺也难以转化为收入。

“产品必须跟着市场走,现在消费者更享受慢生活,喜欢能带来情绪价值的物品,传统非遗也要与时俱进。”才卓玛说,经过和藏刀制作工匠尼江的反复交流,店铺将传统藏刀锻制技艺的核心工艺进行拆分提炼,研制出更多小型的戒指、耳环、茶叶罐、首饰盒等产品。消费者进店,可以自己选择心仪的宝石,经过指导亲手完成镶嵌。“既有体验感,也有趣味性,消费的门槛一下子就降下来了。”才卓玛说。

看到自己打制的小物件卖到了北京、上海等地,在家门口就能每月挣到近万元工资的尼江十分激动:“我们家两代人做藏刀,都是零星的订单。现在每天都有活干,能够实现稳定收入并得到这么多顾客的喜爱,我要坚持把这门手艺传下去。”

才卓玛的小店是玉树州传统非遗的一个缩影,这背后离不开文旅政策的托举。曾经的康巴风情街景观破旧、商铺空置率高、人气不旺。在政府和文旅部门统一规划下,精心筛选入驻企业,并提供租金优惠、藏服、唐卡、康养体验等小店陆续加入,原本冷清的街巷渐渐热闹起来。

记者沿街看到,虽然每间店的规模都不大,但是各具特色,多数店铺从事的都是文旅产业。据统计,截至今年5月,玉树州共有各类经营主体2.8万余户,其中个体工商户就有2万余户。

越来越多的小店如雨后春笋般出现,背后是大基建的快速发展、新公路的建设、支线机场通航的支持,让更多特色好物走出高原,更多样的商贸文化交流走进高原。

在玉树本地商家白玛措经营的藏服小店,最走俏的产品是来自尼泊尔的服饰。随手拿起一件绣着孔雀的尼泊尔布料马甲,白玛措措说:“尼泊尔布料是纯手工编织,花样丰富、颜色鲜艳,我们这边很多新人结婚的时候都要买一件尼泊尔布料做的藏服。”

借助便利的交通和快递业的发展,白玛措措只要给尼泊尔批发商打一个电话,就能在家坐等收货。现在她还开了网店,越来越多北京、上海、成都的顾客都来选购,生意越做越红火。

数据显示,2025年,玉树州累计接待国内外游客270.13万人次,实现旅游收入18.64亿元,同比分别增长29%和37%。

华灯初上,藏饰工坊里锤子起落叮咚作响,甜茶馆里酥油糌粑香气四溢,年轻店主打理着刚上架的本土文创,快递小哥穿梭在巷道中……店铺虽小,却像城市的毛细血管,反向滋养、塑造着一个城市的品格,带来更多向上的活力。

(新华网)

款产品的日销售额突破10万元,引得其他品牌的馒头店纷纷效仿。

深耕京城20多年,三兄弟深知一线城市创业不易。房租高昂、管控严格、城市更新频繁,“宫门口”已有2座工厂、20余家门店因拆迁关停,规模化发展屡屡受限。返乡建厂,依托本土资源做大产业,成为兄弟三人共同的心愿。

“乐陵面食产业底蕴深厚,小麦资源优质充足,民间手艺人众多,这是我们产业升级、做大做强的最大底气。”郭绍辉说。他期盼家乡牵头组建面食行业协会、打造专业化面食产业园,依托本地优质小麦资源,构建原粮种植、面粉加工、面食生产、冷链配送于一体的全产业链。通过引入专业团队升级技术、运营品牌,全力打造全国知名的乐陵面食地域名片。

在“宫门口”的长远布局中,未来将重点突破面食保鲜、储存技术难题,推动产品进驻全国各大商超。同时,依托海外华人商超渠道,推动乐陵特色面食走出国门、远销海外,让乐陵味道飘香世界。

京城清晨的烟火里,宫门口馒头铺内热气腾腾,属于乐陵人勤劳逐梦的故事,仍在续写。

