

不在“黄金周”， 武汉网球公开赛 如何激活消费活力？

往年秋天，越南商人邓福来中国，主要是为了参加广交会。今年，他和两位同事提前三天启程，专程到武汉观看武汉网球公开赛。

“我们想现场看看顶尖选手的比赛，感受赛事氛围。”邓福说。

作为今年女子网球协会(WTA)1000赛的最后一站，武网10月10日至18日在光谷国际网球中心举行，吸引来自38个国家和地区的105名职业球员参赛。

尽管本次赛事未像往年一样在“国庆黄金周”期间举行，但组委会提供的数据显示，现场观赛人数达20.27万人次，较去年增加5.27万人次，创历史新高。经综合评估，今年武网产生综合经济效益约8.9亿元，较去年增长26.24%。

人气从何而来？

近年来，随着越来越多中国网球运动员走上世界舞台，网球运动在国内的关注度与普及程度与日俱增，为网球赛事的红火打下基础。观众席上，专程“追着赛事跑”的身影越来越多。

在武网赛场，不少观众穿着网球服、背着网球拍。成都“60后”网球爱好者崔国蓉就是其中之一。她和女双搭档买了三天的球票，看完武网，便转赴湖北咸宁，参加国际网球联合会(ITF)组织的群众赛事。

在武汉的几天，崔国蓉每天早上找场地练球准备比赛，下午赶进球场看职业高手对决。这几年，她跟着比赛去过英国伦敦、法国巴黎，也去过北京、上海、黄山、温州。于她而言，网球已是一种生活方式。

“我来湖北既是为了看比赛，也是为了打比赛。”崔国蓉说，“武网是国际顶级赛事之一，近距离观赏职业选手的比赛能给我们很多启发。虽然由于年龄原因，很多技术我们无法做到，但看她们打球也是一种享受。”

赛事流量如何转变为消费活力？

以武网为牵引，湖北省发放2000万元“乐动湖北”消费券，武汉市发放1000万元体育消费券，推出“跟着赛事游湖北”精品旅游线路、武网票根享优惠等系列活动，并打造“武网第二现场”，推动赛事流量转化为消费增量。

光谷国际网球中心外，约1万平方米的武网嘉年华上，上百个展位汇集运动装备、潮流玩具、土特产品、美食饮品、汽车等，成为一站式休闲消费集聚地。

武网期间，在光谷国际网球中心

入口不远处，Tims天好咖啡的摊位上，做好的饮品一杯接一杯从窗口递出，取餐口的纸袋很快便摆成长一列。

Tims天好咖啡湖北湖南区域运营经理王秀平介绍，该公司不仅在嘉年华运营摊位，还在场内向球员免费提供咖啡。“武网是国际顶尖的网球赛事，对于品牌的形象推广和产品销售都有很好的助推作用。”他说，希望以武网为支点，未来推动品牌进入更多体育赛事活动。

仁网球俱乐部“斑马队”获得亚军。“打这场比赛跟其他比赛的感觉完全不一样。”该俱乐部会长柳芬说，“我们作为群众选手，跟世界级选手在同一片土地上挥拍，内心的满足感、自豪感溢于言表。”

打球十多年，柳芬见证了武汉网球市场的两次跨越式发展。“我们俱乐部最开始只有一片球场、十几名成员。李娜夺得大满贯冠军后，球友逐渐增多；郑钦文夺得奥运冠军后，球友成倍增加，球场更是如雨后春笋般涌现。”

如今，武汉崇仁网球俱乐部已有

365名会员。本届武网期间，该俱乐部每天都有上百名成员相聚在光谷国际网球中心。“一年一度的武网是我们网球人的狂欢，精彩的比赛、温馨的氛围，让我们每天都想来，我们经常从早上11点连续看到晚上11点。”柳芬说。

挥别本届武网，柳芬和球友们已开始备战2027年武网城俱赛。“打完今年总决赛，大家都有了更强的劲头，希望明年我们有更多队伍能打进总决赛，让世界看到我们群众球员的风采。”

据新华社

本届武网冠军
赫瓦林斯卡。

武网决赛现场。

观众在武网嘉年华
户外广场看直播。

持续培育网球土壤

武网半决赛当天，当拉脱维亚名将奥斯塔彭科在中央球场对阵英国选手卡塔尔时，相距百余米的三片户外场地上，武汉网球公开赛系列赛城市俱乐部巡回赛(简称“武网城俱赛”)总决赛同步开打。

这项开展十余年的赛事是国内知名的网球业余团体赛事，获胜队伍可免费观看武网半决赛或决赛。今年，它在武汉、重庆、襄阳、宜昌、南京、合肥、京山设7站分站赛，吸引全国约150家网球俱乐部的2100余名选手参赛。

本届武网城俱赛总决赛，武汉崇

分类信息

刊登热线 66308888

地址:北大街54号烟台日报社一楼大厅
按行收费1行9个字 60元/次
3.6x1cm 180元/次

征 婚

女,69岁,丧偶,自营生意多年,独立住房,寻身体健康,人品好男士共度夕阳。13716488524

女,67岁,丧偶,经济稳定,一女儿独立,寻善良正直、身体健康男士。18661927983

54岁,女,丧偶,两套房子,儿在国外。无负担,真心找伴,城乡不限! 13718781923

欢迎刊登 分类信息