从一张球票到一趟旅行

武网激活文旅消费新“留量”

10月18日晚，光谷国际网球中心灯火璀璨、人声鼎沸，2026武汉网球公开赛（以下简称武网）迎来压轴的女单决赛。两位首入武网决赛的黑马选手卡塔尔和赫瓦林斯卡展开精彩对决，可容纳一万五千名观众的中央球场座无虚席，呐喊与欢呼交织成滚烫的赛场声浪。

世界顶尖球员的巅峰较量点燃赛场激情，赛场之外，消费热潮同样奔涌高涨。今年，组委会依托武网成熟IP，持续做强“票根经济”、做优武网嘉年华消费场景、做实文旅商圈联动，推动赛事流量高效转化为城市消费留量。一张小小的网球票根，成为串联体育赛事、城市商业、文旅出行的关键纽带，为湖北、武汉文体商旅深度融合注入充沛动能。



武网嘉年华打造一站式休闲消费集聚地。

票根赋能场景 赛场嘉年华释放烟火消费活力

18日武网决赛当日，家住汉口的蒋奇一家三口早早来到光谷网球中心。手持当日球票票根，他们先在汽车品牌展位领取纪念礼品，陪着孩子在运动装备区体验趣味互动，还凭优惠买到半价菠萝包。

“每届武网我们都会过来，今年活动格外丰富。今天特意提早到场打卡各个展位，孩子玩得尽兴，他本身就热爱网球，也算开阔眼界，一趟下来收获满满。”蒋奇说道。

在赛事官方纪念品商店，来自河北的韩先生凭票根扫码领取价值300元武汉文旅券包，使用券包选购毛巾、球帽、冰箱贴等周边产品，直呼性价比十足：“在国内看了这么多网球赛事，武汉对球迷非常友好，赛事周边产品很优惠。”

以赛事为牵引，本届武网不断拓展观赛消费新场景，借赛场嘉年华打造一站式休闲消费集聚地。光谷国际网球中心外的集市集结百家特色商户，覆盖荆楚优品、风味餐饮、文创潮玩、休闲体验等多元业态，其中40家商户专门推出武网票根专属权益，观众凭当日观赛票根即可享受立减折扣与专属礼遇。

叠加湖北省2000万元金秋消费券、武汉市1000万元体育消费券政策红利，武网观众可凭票根申领专项消费补贴，实现了“观一场赛事，享一城烟火福利”。赛场内外人气涌动、消费升温，观赛、打卡、购物、体验形成完整闭环，赛事经济的烟火气息扑面而来。

在不少市民眼中，武网早已不只是一场体育赛事，更是金秋时节休闲出游、近郊消费的热门选择。赛事带来的滚滚人流，也让现场商家赚得盆满钵满。活动现场，烤肉、热狗、咖啡摊位前排起了长队，一位摊主笑着说：“这个周末人真的是爆了，我们像打仗一样，忙不过来。”

城市全域联动的氛围也持续升温。“爱网球，看武汉”城市主题活动同步铺开，全市各大商圈设置第二现场，开展赛事直播、主题打卡等配套活动，让网球热度跳出场馆围墙，浸润城市街巷，进一步拓宽赛事消费的辐射边界。

观赛叠加出游 赛事流量变身城市持久人气

来自广西南宁的资深球迷谢荣峰，拥有一段难忘的武网之旅。作为“武网宠粉卡”积分榜首用户，他赢得了武网“超级锦鲤”大奖，拿到丰厚礼包，也得以时隔七年重游武汉。

众多奖品之中，萨巴伦卡亲笔签名的新款球拍最让他心动。“对于网球迷而言，这份礼物的分量胜过奖金。”拥有二十余年观赛经历的谢荣峰常年奔赴各地观赛，2018、2019年他就曾专程来汉看武网，今年再度走进光谷网球中心。

此番武汉之行，三天行程里，他既欣赏了中国金花德比，又现场见证了郭涵煜挺进16强的精彩对决，也抽空漫步城市街巷感受武汉风貌。“本来计划带上妻子一同前来，可惜她有事未能成行，我便独自观赛游玩。”

辽宁球迷贾蕾同样把观赛与旅行紧紧绑定：“我总借着看武网的机会来武汉，这个时节气候宜人，不冷不热。去年逛了黄鹤楼、首义广场、粮道街，这一次打算去博物馆，一睹越王勾践剑与曾侯乙编钟的风采。”

伴随武网品牌影响力不断积淀，赛事带来的人流效应，已经从单纯的短期观赛，升级为深度城市出游。大批外地球迷为赛事奔赴武汉，将看球行程与城市观光、美食探寻、休闲体验融为一体。

依托顶级赛事的吸引力，外地游客不断拉长在汉停留时长，从“看完即走”转变为“观赛即是旅行”，以赛事为入口沉浸式品读武汉城市气质，感受荆楚文旅独特魅力。

数据显示，2024年武网累计接待观众18万人次，外地观众占比达44.1%，赛事直接及间接带动城市消费突破8亿元，强力拉动住宿、交通、餐饮、文旅等多个行业增长。2026武网相关统计数据尚在汇总，但预计入场观赛人次接近20万，跨省跨市观赛群体占比近50%。

以赛兴城聚势 打造文体商旅融合样板

多年深耕，武网早已突破单纯竞技赛事的定位，成为武汉对外开放、城市营销、拉动消费的核心IP。从赛场嘉年华即时消费，到商圈景区联动引流，再到全城文旅资源整体盘活，武网构建起赛事引流、场景承载、全域消费的成熟融合模式。

武汉文旅赛事以体育热度激活城市金秋消费市场，用票根福利降低群众消费门槛，用丰富场景提升市民游客体验感，让顶级赛事红利惠及商业、文旅、民生多个领域。短期赛事热度持续沉淀为城市长期人气，瞬时流量稳步转化为产业增量。

武网组委会相关负责人表示，尽管今年武网与中秋、国庆节假期错位，但组委会采取了一系列有力举措，充分发挥武网国际赛事IP的带动作用，联动城市文旅、商业等资源，丰富“跟着赛事游武汉”的消费体验，让广大球迷在看球之外走进武汉、感受武汉。

“今年武网嘉年华提档升级，形成‘北广场主会场+二层观赛平台+新三片网球场’三点一线立体布局，总面积约1万平方米，现场设置文旅展示、名优好物特色美食运动互动等6大主题板块，网球体验、文创潮品、湖北老字号，特色美食一应俱全。看完球赛的市民游客走出赛场，逛市集、品美食打卡互动，实现观赛、游玩、消费一站式体验。从目前观众的反馈来看，大家的观赛体验超过往年。”组委会相关负责人说。

此外，武网与京网双城联动，是2026湖北金秋消费季体育促消费系列活动的一大亮点。省市文旅集团携手整合景区、酒店和票务资源，推出“跟着武网京网游湖北”精品线路，打造“赤黄红”和“神武峡”两条文旅主轴，产品从一日游到六日游分级设计，兼顾碎片化出游与深度游需求。持赛事门票可享景区折扣、线路立减和网球馆体验券等。

2026武网虽进入尾声，但这场文体旅商融合的盛会仍在继续。未来，武网还将持续放大赛事溢出效应，不断丰富“跟着武网游湖北”内涵，持续释放赛事经济活力，赋能城市高质量发展。

记者张琳 组委会供图