

以球为媒 以赛聚力

——看玉山武宁定南三县体育产业如何点燃县域经济发展活力

吕诗俊



从玉山举办斯诺克世界公开赛，到武宁县承办ITF国际女子网球巡回赛，再到定南县打造国家青少年足球训练中心……近年来，以玉山县的台球、武宁县的网球、定南县的足球为代表的三种县域体育不同发展路径，让体育成为促进当地经济发展的新增长点。

突出特色优势，擦亮县域体育品牌

3月，赣东小城玉山吸引了全世界台球爱好者的目光。2024年斯诺克世界公开赛在此挥杆，世界排名前列的球员齐聚玉山，上演一场高规格、高水平的台球大赛。

玉山目前已成功举办6届中式台球世界锦标赛和5届斯诺克世界公开赛。玉山与台球结缘，始于这里丰富的青石资源。这里的青石弹性好、吸水性好，防潮、耐磨且不产生静电，是世界上最适合生产台球桌的石料之一。20世纪90年代，高质量的青石吸引了大批投资者来玉山办厂生产台球桌石板。玉山台球产业由此而生。

优质的青石资源催生了玉山的台球产业，也点燃了玉山引入和发展台球产业的雄心。

2014年，玉山县力邀在该县生产台球桌的星牌集团共同建立玉山国际台球文化产业项目，把包括台球赛事在内的全部资源转移到玉山。2015年玉山出台《关于打造以台球运动为特色的县域体育品牌全面加快体育产业发展的若干意见》，推出发展台球产业、建设体育品牌、打造“台球名城”战略。今年，包含世界台球博物馆和世界台球名人堂等建筑的玉山国际台球文化中心正式落成并开放。台球成了玉山的新“标签”。

玉山与网球的双向奔赴，则缘起于国家网球青年队教练唐光华。2016年，唐光华回到家乡推广网球，

与他同行的还有亚运会网球冠军、国家网球队教练夏嘉平。唐光华等人的到来，在武宁刮起了一股“网球风”。而拥有优良山水资源的武宁则希望通过网球运动向世界推介武宁的山水、美食及旅游产品。双方一拍即合，“跟着赛事去旅行”成为该县发展的目标。

2016年，武宁县把地理位置优越的114.5亩临湖用地建设成武宁国际网球中心，观众能够一边观看比赛一边享受湖光山色。

“目前武宁已举办了包括ITF国际女子网球巡回赛、ITF国际网球大师赛在内的一系列大型网球赛事和活动。”武宁国际网球中心负责人李浩生介绍，一批批来自世界各地的网球运动员、教练员入驻训练基地，大量观众前来观赛。一个个转动的网球，打通了美丽风景向美丽经济的转换通道。

2023年11月，武宁成功打造成全国网球示范县，网球成为山水武宁的又一张名片。

毗邻粤港澳大湾区的定南，发展足球则是从零开始的尝试。

“足球是世界第一大运动，也是第一大体育产业，搞得好了能带来多种业态。”定南县足球融合发展服务中心主任叶胜宁说，发展足球不仅可以改善学生体质，促进学生身心健康，还能推动足球相关产业落地定南，可谓是一举两得。

在确定以足球项目为龙头的体育发展路径后，2018年，定南县出台《定南县足球融合发展方案》等，按照教体融合思路，以青少年校园足球建设为切入点发展足球运动，设立足球融合发展服务中心，将足球与基础教育、专业机构、全域旅游、经营主体等深度融合，举全县之力支持足球事业发展。

如今，江西定南（国家）青少年足球训练中心，已为江西、粤港澳大湾区乃至全国的青少年足球训练提供了新选择。

激发参与热情，为县域经济注入新活力

在擦亮体育品牌的同时，3县都以球为媒，以赛聚力，迎来了发展新机遇。以武宁为例，2023年江西省青少年

网球锦标赛在该县举办时，来自省内986名运动员带着教练、家人近2000人来到武宁。该县出租车司机在赛事期间收入翻6倍，各个宾馆一房难求。

“我们举办体育赛事不仅能促进体育消费，其对旅游在内的各类关联消费带动作用非常大。”武宁县副县长王静表示，通过体育搭台、文化唱戏、旅游创收，有效带动了旅游、餐饮、住宿等行业的相关消费。

此外，武宁积极推行“体育+旅游”创新模式，“网球+运动产业”“网球+教育培训”“网球+休闲旅游”“网球+康养疗养”等衍生的新业态不断涌现，为该县经济发展注入了新活力。

自2015年开始举办高水平台球赛事以来，玉山不断扩大台球产业规模，逐渐成为全国最大的台球桌板材生产基地。目前，玉山年产5万多套台球桌、25万张台球桌石板，产品出口至日韩、东南亚及欧美等地的70多个国家和地区，年产值超15亿元。

职业运动员的精彩对决固然吸引力十足，接地气的民间赛事同样人气旺盛。玉山通过举办“乡村台球争霸赛”“台球趣味赛”等，掀起全民参与台球的热潮。

“2015年以前，玉山县城只有几家台球俱乐部，现在10张台球桌以上规模的台球俱乐部就有30余家，县里80%的中小学校开设了台球活动室。”玉山县体育事业发展中心主任王晓峰说。

县域体育发展带动产业与消费。定南将足球融合产业纳入“双招双引”重要内容，近年来，该县定向引进了赣州黑马体育用品有限公司、斯波阿斯体育用品科技等企业，投资生产球类、体育器材及配件类产品，足球产业体系逐渐成形。

今年3月，定南组建本土球队——赣州瑞狮定南旅队参加中乙联赛，通过引进职业球队的方式实现了由青少年足球向职业足球拓展。“只要球队有比赛，就会吸引周边地区大批球迷前来观赛。”叶胜宁表示，将在观众服务、赛事体验等方面不断提升升级，进一步激发体育消费，为县域经济发展注入强劲动力。



5月12日，江西新华文化广场举行新华观影会——母亲节特辑。市民在这里观影、看书，度过愉快的周末。本报全媒体记者 蔡毓歌摄

向“新”发力 以“质”谋远

——2024年第一期“庐山对话”见闻

本报全媒体记者 陈昱

“中药‘走出去’不能操之过急，这要有一个过程。要在追求疗效上下功夫，在人才培养上下功夫，练好基本功，先要关注国内市场需求，守护老百姓的健康，让大家用上好药。”

“这款胃肠动力药让中青年、老年人服用有什么区别，要分析、研究，用数据说话，要重视科技制药。”

“医药产业要重视科研投入，要数字制药、智慧制药。”

5月9日至10日，2024年第一期“庐山对话”活动举行。此次活动包括南昌医药产业园院士行、南昌医院高质量发展院士行、吉安医药产业园院士行及院士专家恳谈会，邀请了张伯礼、李松、詹启敏、廖万清等10位院士及医药卫生领域有关专家，为我省医药产业发展和人民群众卫生健康水平提升把脉问诊、建言献策。

活动中，中国工程院院士张伯礼等专家走进企业生产车间、医院科室，开展实地调研，为江西医药产业高质量发展、医疗中心高水平建设献计献策。企业人士纷纷表示活动触及企业需求、痛点，渴望能快速引进医药领域高端人才。

江西汇仁药业股份有限公司研发部相关负责人周青昱感慨道：“这个活动对于企业而言是一场‘及时雨’，下一步我们将和医药领域专家尽快对接，实质性地解决企业目前所遇到的瓶颈问题。”

“我们恳请专家在平台共建、人才引进和成果转化

方面进行指导，希望与各位院士所在的全国重点实验室建立深度合作的平台。”华润江中制药集团相关负责人表示刘文君表示。

“江西的中药底蕴深厚，中药资源丰富，同时也有医药领域的龙头企业，企业特色突出，像江中制药的智能制药生产线智能化程度在全国位于前列。同时，政府给了很多强力支持，推动生物医药产业快速发展。”调研活动中，张伯礼院士建议，江西中医药要以特色求发展，像江中制药以大健康产品为主打，而大健康产品要求更安全有效，符合新质生产力发展需求，所以建议突出这个优势，把这类产品打造好。

中国工程院院士顾晓松调研时表示，企业要以项目为导向，以产品研发需求为导向，加大对全国重点实验室的投入力度。同时，经典名方在养生抗衰老领域有很好的应用，要把经典名方进行转化，加大新药研发力度。

院士“送智”，赋能新质生产力。省科技厅合作处处长胡华林表示，下一步将在项目平台建设、人才培养方面继续跟踪，让合作有实效，从而更好地推动新质生产力的发展。

活动中，院士专家分享了行业科技前沿、产业技术方向和最新研究成果等信息。据初步统计，院士专家与我省有关单位、企业达成初步合作意向48项，提出具体意见建议65条，为我省医药卫生高质量发展贡献了智慧力量。

背《滕王阁序》免票背后的文旅新思路

去年，南昌滕王阁景区背《滕王阁序》免票游玩火爆全网，各种背序短视频广为传播，为滕王阁景区赢得超高人气，助力景区全年游客数量突破400万人次。

这个“五一”假期，南昌再次升级新玩法，推出一篇《滕王阁序》走遍南昌活动，游客在滕王阁景区成功领取通关文牒，即可享受南昌重点景区免门票优惠政策。

这种颇为新奇的“知识变现”，引得无数人跃跃欲试。“五一”期间，滕王阁景区人山人海，景区VR自助背序亭前排起了长长的队伍，“泼天的流量”如期而至。

眼见滕王阁景区的背序活动大受欢迎，各地也纷纷效仿。一时间，“知识变现”似乎成了景区的标配。随着文旅市场竞争白热化，各类营销手段层出不穷，从景区“知识变现”的玩法中，我们能窥见哪些文旅新思路？

背序玩法再升级

早在2021年，滕王阁景区就开展背序免门票活动，引发了广泛关注。2023年，借助短视频裂变传播，滕王阁背序突然火爆出圈，成为现象级文旅创新案例。

许多外地游客携儿带女、搀老扶幼，赶往滕王阁景区挑战通关。4岁萌娃背序一把通关，外卖小哥也加入背序行列且全文无错……社交平台上，背序的经典视频让人印象深刻。2023年4月初，一段山东青岛九中研学团学员集体诵读《滕王阁序》的短视频突然火了。滕王阁基座的台阶上，数百名身着校服的少年整齐排列，齐声诵读王勃在此留下的千古绝唱。

今年的玩法再一次升级，凡未成年学生顺利背诵《滕王阁序》，同行家长也可以免票登阁，此举引得网友直呼：“拼娃的时候到了。”凭借这张通关文牒，不少游客在南昌开启了免票看风景模式。

新奇的玩法对城市文旅加持作用是显著的。去年，南昌收获了流量狂潮，成功跻身网

红旅游城市行列，斩获“2023年中国十大旅游目的地必去城市”殊荣。

“背序免票”带火了滕王阁景区，也引来各地纷纷效仿。在赣州阳明心谷景区，背诵王阳明《回军龙南道中短述》等诗五首中任意三首，即可免票进入。在鹰潭龙虎山景区，6分钟以内背完五章《道德经》，即可免费畅游龙虎山。

不仅在省内，四川广元剑门关、湖南岳阳楼、山东曲阜三孔景区等景区也相继推出背序名人佳作免门票活动，引得不少人前来挑战。

《滕王阁序》在中国文学史上有着重要地位，其对于南昌城的意义更是不言而喻。“背序免票”活动不仅是南昌以文化连接游客、做好文旅融合实践的有益探索，也是弘扬传统文化、传承千年文脉的当代实践。

这背后折射出人们对传统文化的价值认同，也是景区打“文化牌”、拾“文化味”，做好文旅结合文章的一次营销创新。

文旅融合再出圈

吟一首古诗、背一篇古文，即可免费获得一张景区门票。一场人人皆可参与的挑战赛，吸引着无数人跃跃欲试。这一看似简单的玩法，却撬动了千万级别的流量。

从这种“知识变现”的新玩法里，我们能窥见哪些文旅营销和流量突围的新思路？

经营理念迭代。在文旅竞争白热化的当下，单纯靠“看山望水”的单一产品供给已经很难吸引人远道而来，相较于景观包装，情感共鸣被证明才是有效途径。“知识变现”是景区加强与游客情感连接的一种新尝试，通过人们所共知的古诗、古文与游客取得情感连接，用这种文化共鸣为景区赋能吸引力，再借由短视频裂变传播，提升景区的曝光率和话题度，放大景区的文化IP效应，从而实现品牌效应与流量收益的双丰收。

游客体验升级。滕王阁景区发出的背序通关挑战赛，不再是钞票换门票、金钱买情怀的交易，而是用自己的知识储备来赢得景区“硬通货”，用文化PK赛的形式包装传统景区售票模式。这种“旅游+文化”的创意设计，巧妙之处在于其蕴含的参与性、互动性和挑战性，吸引着无数人前来尝试。这种自带话题感的活动没有门槛，人人皆可参与，通过自己的知识储备打一场文旅通关游戏，游客在这种强烈的文化交互体验中收获了精神欢愉，为景区积累了口碑。

实现文旅双赢。以文塑旅、以旅彰文，文与旅从来都是相伴相生、融为一体。只有文与旅两个价值支点强起来，才有可能在流量争夺战中保持不败。“知识变现”核心在于抓住了文



▲游客在智能背序亭背诵《滕王阁序》

▶滕王阁景区



化这一突破口。吟一首诗、背一篇序，既弘扬了传统文化，也增强了景区文化品牌，让人们通过一首诗，记住一个景区；通过一篇序，奔赴一个景区。

当传统文化被更多人关注，并转化为触发旅游行为的“情绪开关”，旅游也就找到了更深层次的价值依托。

“长红”之路再突破

“知识变现”为当下文旅营销创新和流量比拼提供了一个新思路。在文旅市场日渐进入存量竞争的阶段，各地如何出新出奇，适应不断迭代的文旅融合新模式、新“打法”，是摆在各地文旅主体面前的现实难题。

近年来，淄博烧烤、哈尔滨冰雪游、天水麻辣烫、王婆说媒、背书热等出圈走红，引爆文旅市场。这些文旅爆款暗含的基本思路“打法”，对我们把握文旅产业演进方向、理解文旅流量逻辑，具有启发意义。

强化参与感和体验感。从“世界那么大，我想去看看”到“一场说走就走的旅行”，情绪似乎正成为文旅行为的“触发器”，不仅影响着消费者的决策，还重塑着人们的旅行方式。有学者认为，旅游本质上是一种情感体验过程，旅游的终极目标是获得愉悦的路途体验。说

白了，能不能抓住游客的心，满足极致的情感体验，决定了景区在融合之路上能走多远。

从“特种兵”旅游到City walk，在琢磨年轻人兴趣点这条路上，南昌可谓用意颇深。背一篇序文，游一座城市，这种深度参与的挑战通关游戏，通过情景化的体验唤醒游客文化记忆，以此找到了一条情感连接路径。游客凭借“知识变现”获得一张通关文牒，巧妙设计的趣味通关奏响了情感共鸣，在无形中完成了一场口碑接力，也让南昌在全国文旅市场“花式内卷”的浪潮中开辟新区、不落俗套、脱颖而出。

注重内容打造提升。文旅由“网红”到“长红”，一个重要的指标在于能否提供优质的内容服务。只有产品业态富有新意，文旅IP才有培育的空间，口碑接力才能形成。不难见到，许多文旅项目往往违背了旅游的核心诉求，没有站在消费者的角度策划设计，其结果是投入了巨资结果建造一堆徒有其表的“人造景观”，最终门庭冷落。

内容始终是文旅的生命线，内容创新活力有多强，文旅的价值增量就有多大。纵观近年南昌文旅，无论是烟花晚会、系列主场活动、打造城市慢行精品线路，还是此次背序游南昌活动，实际上都是产品思维下的内容二次打造和产品形态“上新”。正是这种新意，才让南昌的

“长红”之路延续至今。

构建全域旅游格局。在文旅市场越来越强调创新模式玩法、提升文旅能级的当下，文旅品牌建设靠景区单点突破已经很难突破流量天花板，唯有要素互联，通过产品组合带来流量叠加效应，才能赋予文旅带来更大的想象空间。在这一逻辑下，文旅较量正日渐转向更高阶的全域产品组合、关联产业融合的比拼，以此实现消费场景的升级和文旅模式的更新。

推出背序游南昌活动，目的之一就是强化景区间流量互通，平衡地区热力度。利用热门景区的热度向非热门景区引流，调和城区和外围区县间的旅游热度，其深远目的在于构建流量均衡、全域皆热的文旅格局，这也是南昌致力于强化板块联系、赋能文旅融合提质向新的具体举措。

此举收效如何，数字可作佐证：据携程数据显示，“五一”当天，南昌酒店预订同比增长41%，入境酒店预订同比增长58%，旅游订单增长率位列省会城市第一名；4月30日至5月5日，南昌西站到达发送旅客143.4万人次，创同期历史新高。

一串串数字证明，深挖景区的文化价值，打通文旅项目与消费者的情感连接是文旅突破的一条可行路径。 郭素娟 叶自旺/文 (图片由南昌市文化广电旅游局提供)



南昌国际咖啡文化活动现场