

## 附件

# 2023 年上海体育消费节典型案例

## （排序不分先后）

**一、首届长三角共青森林体育嘉年华暨 2023 易跑 · 森林越野半程马拉松。**链接长三角区域，打造“体育运动+绿色生态+亲子互动+消费体验”的综合性体育消费场景。[报送单位：杨浦区体育局]

**二、2023 徐汇区体育消费嘉年华。**与区域商圈深度联动，打造商旅文体集聚的综合性体育消费场景，拉动相关消费效应明显。  
[报送单位：徐汇区体育局]

**三、2023 射箭世界杯（上海站）。**充分运用顶级赛事 IP，同步开展文化交流、系列赛事活动，发挥赛事溢出效应，拉动区域相关消费。[报送单位：浦东新区区委宣传部（文体旅游局）]

**四、2023 “半马苏河”运动生活节。**充分展示城市历史文脉与河滨风光，推广“小而美”体育项目，满足不同年龄段的运动需求，激活公共体育空间效能，提振水岸经济。[报送单位：普陀区体育局]

**五、奉贤区动感单车狂欢夜。**体育行政部门支持赋能，与商业街区合作，为属地健身企业创造展示平台，拉动夜间消费。[报送单位：奉贤区体育局]

**六、月浦顽酷乡村。**将运动健康与乡村振兴相结合，发展户外运动产业，深化农体文旅融合，打造体育休闲度假目的地。[报送单位：上海月浦顽酷旅游文化有限公司]

**七、宝山体育中心汽车后备箱潮流夜市。**创新公共体育场馆运营模式，通过汽车后备箱创新消费场景，融合体育、文创、美食、音乐等元素，打造体育潮流生活集市。[报送单位：上海宝山体育中心管理有限公司]

**八、得物足球嘉年华。**聚焦国潮原创、运动体育、户外经济等 Z 世代关注的消费热点，加强消费跨界联动，培育新兴消费模式。[报送单位：上海识装信息科技有限公司]

**九、2023 IWF 上海国际健身展。**锚定“大体育+大健康”主题，深化 B2B 采购模式，打造“专业运动健身领域”全球采购商贸平台。[报送单位：上海德纳展览服务有限公司]

**十、以“冷”运动带动“热”经济。**依托零碳冰壶俱乐部和四季冰雪滑雪馆，充分利用网络媒体的优势，吸引人流客群，打造网红打卡地。[报送单位：上海冰城文化发展有限公司]

**十一、“四季露跑” Camp Run 运动汇。**集成“露营”及“路跑”概念，结合运动竞技、社交娱乐、文化体验，打造都市户外“微度假运动生活”体验场景。[报送单位：上海鸿鲸体育发展有限公司]

**十二、2023 亚洲（夏季）运动用品与时尚展。**聚焦户外运动

生活的体育热点品类，与户外咖啡节及精酿啤酒节等体验活动融合推广，联动周边商圈，创新展览模式，打造运动和时尚的嘉年华。〔报送单位：慕尼黑展览（上海）有限公司〕