



2023成渝体育产业联盟暨第五届重庆市体育产业博览会

3月17日—19日,2023成渝体育产业联盟暨第五届重庆市体育产业博览会召开。本届博览会展览面积2万平方米,吸引210余家企业参展。展会3天人流量达5万人次,签约体育项目5个,签约金额达1.24亿元,销售额达810万元。

2023长江商学院·重马站高峰论坛

3月19日,102位长江校友企业家出席了2023长江商学院·重马站高峰论坛,共有重马公司与长江商学院战略合作项目等8个“重马国际消费节”商旅文项目在论坛上集中签约,签约金额达69亿元。

重马火锅马

3月17日—19日,在鲜龙井火锅打造了120桌火锅宴,彰显重庆美食名片与重庆体育名片的“双名盛事”;集合德庄、秦妈等南岸特色火锅餐饮商家开展的“百店火锅惠”,引发重马跑友和市民民热,火锅商家平均翻台率达6次。

MaxMara时装秀

3月25日,国际一线品牌MaxMara在故宫文物南迁纪念馆举办时装秀,将文物与时尚结合,创新展示南岸国际范、中国味、巴蜀韵的城市形象。

春趣南岸·花样消费

3月,协信星光时代广场、万达广场、东原1891等特色商业综合体开展“花样消费”活动现场人气爆棚,凸显“烟火南岸”特色商业消费氛围与魅力。

重马京东购物节

3月15日—3月31日,购物节活动采用线上+线下联合开展,吸引近50家南岸电商企业参与,同时京东重庆特产馆全店商品享9折优惠,预计产值1亿元左右。

川渝媒体南岸行

3月18日,川渝媒体记者走进一棵树观景台、黄桷坪老街、重庆抗战遗址博物馆、重庆开埠遗址公园、重庆国际马戏城等景区景点,感受南山、南滨路沿线山水人文之美。

真金白银——7天实现社零总额6.9亿元

发令枪响,黄金万两。马拉松赛事背后的经济账甚为可观。从过去几届的统计数据来看,重庆马拉松每年拉动区域消费超过3亿元。

今年,南岸区首度尝试举办2023年重马国际消费节,进一步丰富消费场景,延长消费周期,延伸消费链条,让这本经济账变得更有“算头”。

“过去,重马前后也会策划组织一些配套活动,但不具规模、不成体系。”在南岸区相关负责人看来,今年整合全区资源,采取全域联动的方式,举办重马国际消费节,就是要通过品牌效应,规模效应来丰富供给,促成消费集中引爆。

为此,今年的重马国际消费节在举办体育产业博览会、马拉松高峰论坛等专业活动的同时,还联动南岸区174家餐饮企业、22家大中型酒店民宿、16家文旅企业和12家主要商业综合体,构建特色多元的消费场景矩阵。

在消费节的引领和刺激下,一幕幕热闹非凡的消费盛况,在南岸区集中上演——

南山植物园、杜莎夫人蜡像馆、重庆抗战遗址博物馆、长嘉汇海洋乐园、海棠汤都等各大景区推出专属折扣,吸引大量游客前往;

集合德庄、秦妈等南岸特色火锅餐饮商家开展的“百店火锅惠”,引发重马跑友和市民热捧,火锅商家平均翻台率达6次;

南滨路沿线酒店、民宿客房供不应求,多家酒店入住率创下3年新高;

在弹子石老街和龙门浩老街两个国家级夜间文化和旅游消费集聚区发放30万元的满减消费券,引来市民争相领取;

协信星光时代广场、万达广场、东原1891等特色商业综合体开展“花样消费”活动现场人气爆棚,凸显“烟火南岸”特色商业消费氛围与魅力;

线上重马京东购物节活动

口碑形象——南岸新貌的一次惊艳亮相

“南滨路一面是滚滚长江、高楼林立的山城风貌,另一面是连片的开埠特色风貌建筑,现代的时尚与历史的沉淀在这里交织,让人流连忘返。”匈牙利驻重庆总领事馆商务领事邵凯婷在接受媒体采访时说道:“狂欢节将为大众提供一个欢乐的节日,制造欢乐,这对提振国民信心、舒缓情绪和社会的安定和发展都大有裨益。”

力帆创始人尹明善撰文说,今年举办“重庆马拉松国际消费节”,这是个好主题:“上一次来南岸是3年前的事了,如今南岸的变化非常大,尤其是众多新增的文化项目,让南滨路、南山等重庆名片更具文化内涵。”四川日报传媒新闻中心体育工作室总监薛剑说:

“今年重马国际消费节期间,南岸收到了各界人士的频频点赞。城市形象和口碑,正是今年南岸举办重马国际消费节的又一大收获。”

重马国际消费节期间,南岸区举办了重马火锅马、城市音乐人选拔大赛、南山露营音乐节、MaxMara时尚秀等一系列极具参与性的节会活动,

同时举办了重马消费直播秀、川渝主流媒体南岸行、“做一天南岸人”体验等一系列推广活动,让更多的人以更深入更丰富的方式认识南岸、了解南岸、传播南岸。

同时,南岸区还集中发布和推广了独具南岸颜值气质的



弹子石老街吃火锅,体验戏曲文化。 摄/郭旭

创新思路——文旅商体深度融合的路径探索

从重庆马拉松,到重马国际消费节;从过去单一的体育赛事举办,到跨领域、跨部门的深度融合组织,考验着南岸区各部门的协调和执行能力。

“从各部门方案的整合,到落地执行的统筹,都经过了反复的论证和协调。”南岸区相关负责人坦言,文旅商体融合不仅是口号上、思路上的融合,更需要内容上、执行上的融合支撑。

重马国际消费节的顺利举办,为南岸文旅商体高质量发展提供了参考借鉴和经验支撑。

厚重的人文历史、特色的旅游资源、突出的商业优势,以及丰富的品牌赛事资源和办赛经验,正是南岸实施文旅商体融合最大的底气所在。

当前,南岸区正以文化为旅游注魂,以商业为文旅聚力,



上新长江索道旁,市民品尝美食,欣赏重庆夜景。 摄/郭旭

坚定信心——在国际消费中心城市建设中彰显南岸作为

当前,重庆明确把成渝地区双城经济圈建设作为市委“一号工程”和全市工作总抓手总牵引,其中,以培育建设国际消费中心城市为引领,打造国际消费目的地,是重庆推动成渝地区双城经济圈建设的“十大行动”之一。

重马国际消费节的举办,正是南岸区贯彻落实“一号工程”要求,运用自身优势,抢抓发展机遇,以一城之光为“双城”添彩的实践之举。

作为本届重马国际消费节的主阵地,南滨路、南坪商圈、南山等区域,也是南岸区当前提升消费品质、打造国际消费目的地的核心承载区域。

南岸区的高品质消费版图,正在加速绘制成型——

南滨路,在营造高品质消费空间、打造城市消费品牌,建设一批人文气息浓厚的特色商业区域的同时,将重点擦亮“国家级夜间文化和旅游消费集聚区”和“两江四岸夜间经济核心



重庆国际马戏城。 摄/张坤妮

“重马国际消费节”首秀给南岸区带来了什么?

3月24日,依托2023年重马国际消费节,南岸区首次创新推出的“看重庆、来南岸——2023年重马国际消费节”活动正式落下帷幕。南岸区大力整合全区上千家商旅文体资源,集中举办重庆体博会、重马火锅美食节、重庆马拉松跑精英论坛等一系列丰富多彩的节会活动,吸引了一大批市内外消费者吃在南岸、住在南岸、购在南岸、游在南岸,掀起了开春以来南岸消费的一个“小高潮”。

从一场半天的金牌赛事,到持续半个月的全民盛宴,重马国际消费节的首秀尝试,到底给南岸区带来了什么?我们对此展开了深度探访。



2023长安汽车重庆马拉松开跑现场。 摄/齐岚森



龙门浩老街。 摄/黄祖伟



来三毛印记咖啡馆感受一场三毛式的文艺浪漫。 摄/李昱彦



南山植物园樱花盛开。 摄/李昱彦



看重庆,来南岸,吃火锅。 摄/龙帆