

重庆体彩半年销售额68.82亿元 增幅全国第一

一张彩票背后的文体旅商融合实践



体彩持续支持知名赛事开展,实现经济效益和社会效益的双向奔赴

6月刚结束,市体育彩票管理中心就传来好消息:全市体育彩票1-6月累计实现销售额68.82亿元,同比增长18.59%,高出全国平均增幅15.01个百分点,增幅位居全国第一。从繁华商圈到乡镇角落,从体育赛事到文旅消费,重庆体彩如何做到销售金额一路“开挂”,实现逆势上扬?

“五一”销售额2.5亿元 体彩搭上文旅消费“快车”



重庆体彩将“山水之城”美景融入即开型彩票,让游客以别样的方式打卡魅力重庆



体育彩票充分融入假日经济,吸引众多市民、游客打卡体验

2025年“五一”假期,重庆推出700余项文旅主题活动,接待国内游客1858.31万人次,同比增长10.4%,国内游客花费151.71亿元,同比增长16.3%,交出了一份亮眼的“成绩单”。而在文旅“大戏”当中,体彩悄悄地搭上了文旅经济消费市场的“顶流”快车。据统计,“五一”期间,全市体彩实现销售2.5亿元,同比增加8714万元,增幅53.23%。

为何假日文旅流量能推动体彩销售大幅增长?小长假期间全市体彩销量的快速增长,不仅得益于重庆持续攀升的旅游热度,也与体彩机构在销售渠道、产品游戏、市场营销等方面的一揽子谋划密不可分。

作为本地区体彩销售管理机构,重庆市体育彩票管理中心近年来聚焦春节、端午节,以及“五一”“十一”等节假日消费市场,在销售渠道上重点以提升“便利度”和“体验感”为导向,在全市各大知名景点、旅游休闲街区、商圈、机场高铁站等“流量入口”,精心布局了区别于传统体彩店的新颖销售渠道。从提供多样服务的“体彩健康驿站”到时尚、潮流的体彩形象展示体验中心,再到融合巴渝特色的“体彩+”主题店,这些新型体彩店融入“江崖街洞天”特色消费场景,提供娱乐消费新体验,成为不少游客驻足、体验的“微景点”。

在游戏产品上,除了提供全国体彩在售的绝大多数产品,我市还自主研发设计并上市销售“山水重庆”“巴山蜀

水”主题即开型彩票。这两款特色“即开票”立足于传播城市形象,为体彩销售创新注入了文化驱动力。其中,“巴山蜀水”主题即开票作为重庆体彩贯彻落实《成渝地区双城经济圈建设规划纲要》、与四川体彩协同合作的标志性成果之一,是全国首款以“成渝地区双城经济圈”为主题的即开型彩票。该票共有6个票面,凸显川渝两地极具风情的人文地貌,成为众多游客打卡魅力巴蜀的全新触点。

在市场营销上,重庆体彩积极探索“体彩+文旅”深度合作模式,联动武陵仙女山等重庆知名景区推出“跟着大乐透玩转大重庆”“中国体育彩票·仙女山之夜”等活动,通过“购体彩赠景区门票”“购门票赠体彩兑换券”“半价看演出”等营销举措,带活“避暑经济”,累计拉动消费超千万元。另外,重庆体彩还与重庆市歌剧院、重庆京剧院、重庆杂技艺术团合作开展《音乐厅奇妙夜》沉浸式音乐会、纪念厉慧良先生诞辰100周年演出活动、体彩乐善之夜,以“小票根”撬动消费“大生态”,实现了体育彩票与文旅市场的双向赋能、互利共赢。

体育彩票也融入夜经济的烟火气。重庆连续4年位居“中国十大夜经济影响力城市”榜首,逛夜市、品美食,是市民、游客享受山城夜生活的不二之选。重庆体彩精准捕捉这一城市特色,坚持以直营销售点先行先试,努力实现有繁华夜市的地方就有即开型彩票销售,体彩也因此成为点燃夜间消费热情、增添夜市趣味性的“活力因子”。

体育消费带动关联产业增收 体彩公益金撬动全民健身经济账

今年4月18日,由体彩公益金支持开展的2025重庆体育科技嘉年华在渝中区开幕。现场设置60多个展示互动单元,AI启蒙系统、智能骑行平台、运动处方跑步机、人机对战机器人等体育科技新场景、新玩法、新产品,吸引众多市民前往贺龙广场和大田湾体育场,沉浸式体验了“体育+科技”魅力,感知了智慧健康生活图景。

这是体彩公益金利用科技赋能,助力实现全民健身和全民健康融合发展的代表性活动之一。

全民健身与国家发展、民众生活紧密相连,也成为驱动经济内循环和消费升级的重要力量。据国家《2023年全民健身监测报告》显示,体育消费每增加1元,可联动带动相关产业增收7.8元。

在重庆,紧密围绕满足人民群众日益增长的体育需求,构建更高水平的全民健身公共服务体系,体彩公益金发挥着不可替代的作用。

据了解,体彩公益金按照规定比例从体育彩票发行销售收入中提取,全民健身事业是其使用的重点方向。6月30日,由市财政局、市民政局、市体育局联合发布的《2024重庆市彩票公益金筹集分配和市级彩票公益金使用情况公告》显示,仅市本级层面,2024年,就有超过6700万元体彩公益金用于体育公园、健身步道、智慧健身长廊、乡镇健身广场等全民健身场地设施项目建设,以及市级体育场馆运行及低收费免费开放补助。

在体彩公益金的持续助力下,重庆全民健身场地供给得到了极大提升。央视网发布的《中国生活体育城市观察报告》资料显示,截至2024年,重庆城市“15分钟健身圈”覆盖率已达100%,全市体育场地面积总量突破8500万平方米,人均体育场地面积超过2.6平方米,基本形成覆盖市、区县、街道(乡镇)、社区(行政村)的四级全民健身场地设施网络。

全民健身赛事活动接地气、聚人气,已成为激发全民参与运动热情,提振体育、休闲健康消费的重要抓手,其中,体彩也发挥了实实在在的作用。《2024重庆市彩票公益金筹集分配和市级彩票公益金使用情况公告》显示,仅2024年用于群众体育项目全民健身赛事活动的市本级体彩公益金就达到了3526万元。除此之外,重庆体彩还发挥主观能动性,自主开展诸如“迈开步 动出彩”“社区运动会”“体彩民间棋王争霸赛”等主题的“体彩+全民健身”品牌活动,吸引了超百万人次直接参与。

随着全民健身场地设施持续完善、赛事活动如火如荼、体育科技赋能升级,重庆市民参与体育运动的意识和意愿进一步得到增强,体育相关消费呈现上升趋势。来自重庆市税务局的增值税发票数据显示,今年1-4月,重庆体育资讯、体育健康服务销售收入同比分别增加29.2%、15.5%,体育用品制造销售收入同比增加4.2%。



体彩公益金利用科技赋能,助力实现全民健身和全民健康融合发展

从“销售终端”到“城市IP” 重庆体彩高质量发展的底层逻辑

如何在抓住现有大好局面的前提下,继续推动体彩高质量发展?

“通过主动融入国际消费中心城市建设和区域经济发展大局,打造集运动娱乐、消费体验、公益参与于一体的复合场景,成功激活城市公共空间活力。”西南大学经济管理学院副院长黄庆教授认为,重庆体彩以“体育+公益+消费”的创新模式,持续释放消费者消费潜能,实现了经济效益和社会效益的双向奔赴。

重庆工商大学成渝地区双城经济圈建设研究院研究员莫远明表示,从城市IP来看,重庆正由“网红”向“长红”转变,国际消费中心城市建设进一步深化,商文旅体展融合成效显著,体彩与相关行业发展彼此加持,相互成就。重庆社零总额近年来持续处于全国前三(其中2025年1-4月高居第一),展示了超大城市的消费底气,也为重庆体彩的发展奠定了坚实的基础。“当全市体彩发展成果转化为推动全民健身等民生福祉的实际行动,有力推动形成了‘随手可公益、人人皆受益’的社会氛围。”莫远明表示,除此外,体彩购买者在购买时也释放了自己的情绪价值。通过购彩者价值传递,能进一步提振体彩消费,从而带动服务消费的发展。下一步,重庆要大力发展入境消费,让市外、国外更多的游客来重庆消费,促进体彩、文旅等服务消费高质量发展。

“共建才能共享,共生才能共荣。”在市体彩中心负责人看来,全市体彩事业的快速发展,是重庆体育立足经济社会和体育事业发展大局,与城市发展同频共振的结果。下一步,重庆体彩将充分抓住当前“态势好、基础好、机遇好”的有利条件,对照市委、市政府对全市经济社会发展各项工作提出的“西部领先、全国进位和重庆辨识度”的总体要求,以及全市体育“11234”工作思路,紧扣“体彩事业新发展理念与城市发展、体育事业发展深度融合”的核心逻辑,着力构建责任彩票与城市战略深度融合的创新范式,探索具有“重庆辨识度”的体彩高质量发展路径,力争形成更多现代化体彩建设重大标志性成果。

“为了实现这一目标,我们计划协同推进五大任务,为重庆消费市场注入新动能、为满足人民美好生活需要作出更大贡献。”据市体彩中心负责人介绍,这五大任务就是坚持党建引领,构建党建引领业务高质量发展新格局;提升体彩责任感和社会信任度,打造责任彩票新高地;以“体彩+城市IP”推动体育与城市精神、城市文化、城市特色深度融合,探索文化融合新场景;充分发挥体彩公益金的撬动作用,激活体彩融合发展乘数效应,共创竞技体育新高地;推动体彩事业实现数字化、智能化变革,激活数智发展新动能。

彭光瑞 唐国利 图片由重庆体彩提供

赛事营销数亿次曝光 将WTT流量变成体彩品牌“增量”

今年3月11日至3月16日,2025年世界乒乓球职业大联盟(WTT)重庆冠军赛举办,成为落地重庆的又一项国际重大赛事。

WTT重庆冠军赛吸引到全球顶尖选手参赛,不仅显著提升重庆国际影响力,更为重庆吸引了一大波“粉丝”。同时,赛事还强化了重庆“体育之都”的形象,推动“体育+文旅”产业融合,成为展示城市活力的重要窗口。

近年来,重庆成为了多项高规格热门赛事的举办地,除了WTT重庆冠军赛之外,还有中国杯世界花样滑冰大奖赛、“一带一路”田径邀请赛、“骑行中国”骑行两项全民系列赛等。除此之外,重庆还自主开展了诸如重庆马拉松、成渝双城登高大赛、“跟着赛事去旅行”等一系列极具影响力和重庆辨识度的品牌赛事活动。

这些赛事活动巧妙串联起体育与山水人文,撬动千万级甚至亿级消费市场,作为体育产业的有机组成部分,借势赛事经济,体彩也乘势而为。据了解,在为诸多赛事活动提供



体彩助力WTT重庆冠军赛举办,把流量变成品牌“增量”

支持的同时,重庆体彩积极探索出“互嵌式”品牌推广新路径:体彩公益宣传标识巧妙地融入赛场内外的视觉系统,品牌推广区成为观众停留的热点,线上线下互动活动与赛事进程紧密交织……这种深度嵌入,在带动体彩市

场销售的同时,更实现了体彩品牌影响力从量变到质变的“关键一跃”。以2025年WTT重庆冠军赛为例,数据显示,比赛期间累计超116万人次的观赛游客涌入山城,强力辐射“吃、住、行、游、购、娱”全链条,直接带

动消费总额突破12亿元。而作为活动支持方,体彩品牌依托赛事构建的超级流量场,获得了数亿次的高质量曝光。

体彩与城市赛事的“长情陪伴”,同样在重庆马拉松的历程中写下动人篇章。据悉,自重马诞生伊始,体育彩票便与其结下不解之缘,累计投入超3000万元公益金支持赛事开展。十余年来,重马不仅见证了全球近30万跑者的超越,更以其强大的辐射力催生出“重马国际消费节”这一融合性品牌,仅2024年就累计拉动消费零售收入68.7亿元,实现文旅收入31.2亿元。

每年赛事期间,体彩品牌的多维度呈现以及相关营销宣传活动的开展,也越来越多人走近、了解体育彩票。值得一提的是,《重庆马拉松——十年蝶变打造亿级消费新场景》案例还因此入选国家体育总局发布的2024年度全国体育彩票公益金资助项目宣传典型案例。