

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”

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



●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

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?

据了解,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型销售渠道。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,联动武隆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设备建设,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%,全市体育场地总面积突破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华教授认为,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,商文旅体展融合发展成效显著,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,是重庆体彩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、体育事业发展战略深度融合”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体彩贡献。”据市体彩中心负责人介绍,这五大任务就是坚持党建统领,构建党建引领业务高质量发展新格局;提升体彩责任感知度和社会信用度,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;充分发挥体育彩票公益金的撬动作用,激活体教融合发展的乘数效应,共创竞技体育新高度;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。

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、“骑跑中国”骑跑两项全民系列赛等。除此之外,重庆还自主开展了诸如重庆马拉松、成渝双城登高楼大赛、“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”。

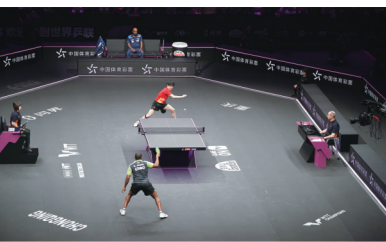
以2025年WTT重庆冠军赛为例。数据显示,比赛期间累计超116万人次的观赛游客涌入山城,强力辐射“吃、住、行、游、购、娱”全链条,直接带动消费总额突破12亿元。而作为活动支持方,体彩品牌依托赛事构建的超级流量场,获得了数亿次的高质量曝光。

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,也让越来越多的人走近、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。



●体彩助力WTT重庆冠军赛举办,把流量变成品牌“增量”