

超半数观众来自上海以外,2025 世界斯诺克·上海大师赛收官 带动文旅消费增长明显

8月3日晚,“上海之夏”国际消费季重点活动之一的2025世界斯诺克·上海大师赛在卢湾体育馆圆满落幕。最后的焦点之战在凯伦·威尔逊和阿里·卡特之间进行。最终,经过20局大战,凯伦·威尔逊以11-9战胜对手,获得冠军,这也是他自2015年夺冠后再度捧杯。而张安达也凭借在与丁俊晖“中国德比”中轰出的一杆147,成功将单杆最高分收入囊中。

在赛后采访中,凯伦·威尔逊表示,10年前在上海大师赛的那次夺冠改变了自己的职业生涯。“当时我的排名在世界50左右,得到了这个冠军之后,我的职业生涯就像起飞了一样,打得越来越好。因此上海对我来说一直是一个福地,是一个非常特殊的地方。”

他也表达了对中国球迷的感谢:“他们非常懂球,我在这里也得到了新的很好听的昵称——囡哥,在翻译的帮助下我学会了写‘囡’字。我现在是多料冠军了,去年也赢得了世锦赛,接下来会开始尝试一些不同的打球方法。”



中国军团阵容强大 现场氛围十分火热

作为国内最高级别的斯诺克赛事之一,今年的世界斯诺克·上海大师赛可谓高潮迭起。

世界排名前16的选手中有5位来自中国,他们与其他4位中国最具实力的选手和4名外卡一起强势集结,在方寸间尽显中国斯诺克实力。

开赛首日,张安达以6-5击败袁思俊,率先赢下德比,此后他虽然憾负丁俊晖,但一杆干净利落的147也让现场观众不虚此行。而肖国栋在战胜雷佩凡后,面对历史交锋处于劣势的情况下,以6-4战胜5号种子约翰·希金斯,为中国军团注入一针强心剂。

而本次赛事2号种子,中国首位、也是亚洲首位世锦赛冠军赵心童更是万众瞩目。赛前接受采访时他坦言,心情有些紧张,但也会尽量发挥出自己最好的水平,还谦虚回应了“中国斯诺克一哥”的头衔:“没有什么一哥不一哥,我们都是普通人,都在努力为中国争取好成绩。”

“当年在打上海大师赛的时候,我还是持外卡出战。那会儿觉得能赢一场或者是能赢几盘球就已经很知足了。现在可能更多去冲击更好的成绩。”首场比赛赢下克里斯·韦克林之后,赵心童心里有了底,也为接下来的比赛开了好头。

随后对战前辈丁俊晖,赵心童以6-1的成绩顺利晋级四强。赛后采访时,赵心童力挺前辈:“他依然具备夺冠实力,哪怕现在或者以后他再拿几个冠军,我觉得也是非常正常的一件事情。中国年轻运动员越来越多,现在的成绩也越来越好,之后我们中国斯诺克运动员肯定会占领世界斯诺克的半边天。”

中国军团此次的集体出击也让上一届上海大师赛冠军特鲁姆普直呼“危险”。“从赵心童世锦赛的表现就能看出,他的赢球看起来毫不费力,这其实是很困难的。现在看来我们英国选手也该努力练习了,不然说不定接力棒就要交到中国手中了。”

“75三杰”之一的奥沙利文也不吝赞誉:“赵心童简直是斯诺克界的费德勒,他可以在职业生涯如此早期的阶段在世锦赛的高压下打出漂亮的球,这本身就说明了他的水平和天赋,他

可以平稳应对高强度的比赛压力。”

此外,不少选手都大赞比赛氛围。丁俊晖在对阵张安达赛后采访时就表示:“我觉得氛围非常好,球迷朋友们对所有球员都非常友好,不光是我这场,其它的场次球迷到场支持自己喜欢的选手也有很多。”

场地的另一边,特鲁姆普正在另一张球台上对阵尼尔·罗伯逊。当张安达打出了147分的战绩后,观众席上传来一阵欢呼,特鲁姆普也第一时间感受到了现场的火热氛围。“我们虽然看不到另一张桌子,但是能看到比分,也能听到观众叫好,现场的氛围好到令人难以置信。球迷们在现场能见证到一位中国本土选手147的精彩表现,这样的事真的妙不可言,无法超越。”

文旅商体展联动 斯诺克上海大师赛 带动消费效果明显

本届赛事不仅是斯诺克顶级较量的赛场,更是在文旅商体展深度融合背景下的一项城中盛事。

今年,比赛首次来到黄浦区久负盛名的卢湾体育馆,凭借周边成熟商圈与便捷交通,打造了极具特色的“体育生活圈”。通过一系列附加高端增值服务的特色产品,将酒店住宿、官方活动、赛事纪念品与现场观赛互相结合,让观众在感受巅峰对决的同时,还能借此探访上海的地标与人文景致,解锁“体旅融合”的一站式体验。

步入赛场,仪式感十足的开场灯光秀,让观众仿佛置身派对之中;比赛间隙,纪念品商店人头攒动、“必胜客”展位前球迷专属套餐持续热销,现场的氛围也极大提升了观众的参与感和观赛热情,展现了赛事期间的综合消费新场景。据统计,赛事七日到场观赛人数再创新高,其中超半数观众来自上海以外地区,赛事纪念品销售额同比增长70%,成为暑期经济新亮点。

英迪格酒店经理方其林告诉记者,本次斯诺克上海大师赛期间,酒店预定量也有明显的上升。因大师赛直接带来的团队入住的数量超过了600间,客房直接收入超过50万元。同时赛事特别推出的“观赛+酒店”套票,销售了74套,收入近10万元,总计客房带来近60万的收入。与



去年同期相比,客房率同期增长了11%。

“酒店餐饮部针对今年的斯诺克上海大师赛还推出了一些联名的下午茶、酒水套餐等,深受入住球员、以及球迷朋友们的喜爱,这些餐饮部带来了接近10万元的收入,所以整体来说给酒店带来70万的收入。这次也有很多忠实球迷,非常热情,就是为了追这些球星而预定了我们的房间,球员和这些球迷,大家都保持了很友好的互动。”

开赛前夜,斯诺克大师们更是登船畅游浦江、欣赏两岸美景;比赛前夕,“火箭”奥沙利文与赛事超级挚友潘晓婷同游上海,漫步申城街头、感受沪上风情,当海派文化与城市景观彼此呼应、别样景致将城市地标与体育形象深度绑定,越来越多的人正在“因一场赛事而爱上一座城市”。

从2007年赛事创立到如今成为“上海之夏”的重要组成部分,世界斯诺克·上海大师赛一路走来,已经成长为球迷心目中重要的城市印记。世界职业比利与斯诺克协会主席福泽盛也感叹上海大师赛的特别之处,在他看来,这项赛事已经形成了独特的品牌。而这场汇聚了全球顶尖斯诺克选手的比赛,不仅是一场体育竞技的盛会,更是一次对赛事经济的深度挖掘与创新实践。

未来,世界斯诺克·上海大师赛将继续依托上海的国际化平台优势,以更科学的赛事布局、更丰富的城市场景和更优质的观众体验,助力上海打造国际一流体育赛事之都,实现体育赛事与城市发展的“双向奔赴”。

晨报记者 王琛

