深圳亚洲杯燃爆龙岗 “有意思”城区品牌强势出圈

龙岗融媒记者 赵薇 文/图

“谢谢深圳！谢谢龙岗！”亚洲顶尖乒乓球运动员满含感激之情的话语，成为深圳亚洲杯期间最温暖的回响。2月19日至23日，第34届国际乒联—亚乒联盟亚洲杯（简称“深圳亚洲杯”）在深圳大运中心体育馆激情上演 。这场亚洲乒坛的顶级盛事，不仅是运动员们在球桌上的巅峰竞技，更是龙岗全力打造“有意思”城区品牌的高光时刻。

5天赛程里，128盘对决扣人心弦，赛场上，运动员们不断挑战极限、实现突破，构成赛事的激昂主旋律；赛场外，一系列精心策划的活动精彩不断，让球迷们领略到龙岗的魅力，彰显出这座城区的蓬勃朝气与热情活力。

深圳亚洲杯公园现场。

5天128盘巅峰对决 龙岗收获盛赞

2月23日晚，深圳大运中心体育馆内灯光璀璨，欢呼声、掌声交织成一曲激昂的乐章，深圳亚洲杯决赛在此举行，王曼昱、王楚钦凭借精湛的球技和顽强的拼搏精神，分别勇夺女单、男单冠军。

深圳亚洲杯赛事吸引男单、女单各32位亚洲顶级运动员参赛，刷新亚洲杯赛事规模。中国乒乓球男队、女队各派出6名选手参赛，女单占据前四席，男单包揽前三甲。

“粉丝球迷从各地赶来深圳龙岗看我们打球，现场的氛围特别好，给了我们很大的鼓舞。”本届赛事男单季军林诗栋难掩激动，表达对球迷与赛场氛围的称赞。卡塔尔乒乓球运动员艾拉·默罕默德也毫不吝啬赞美之词：“这个场馆真的太棒了，观众也特别给力。”

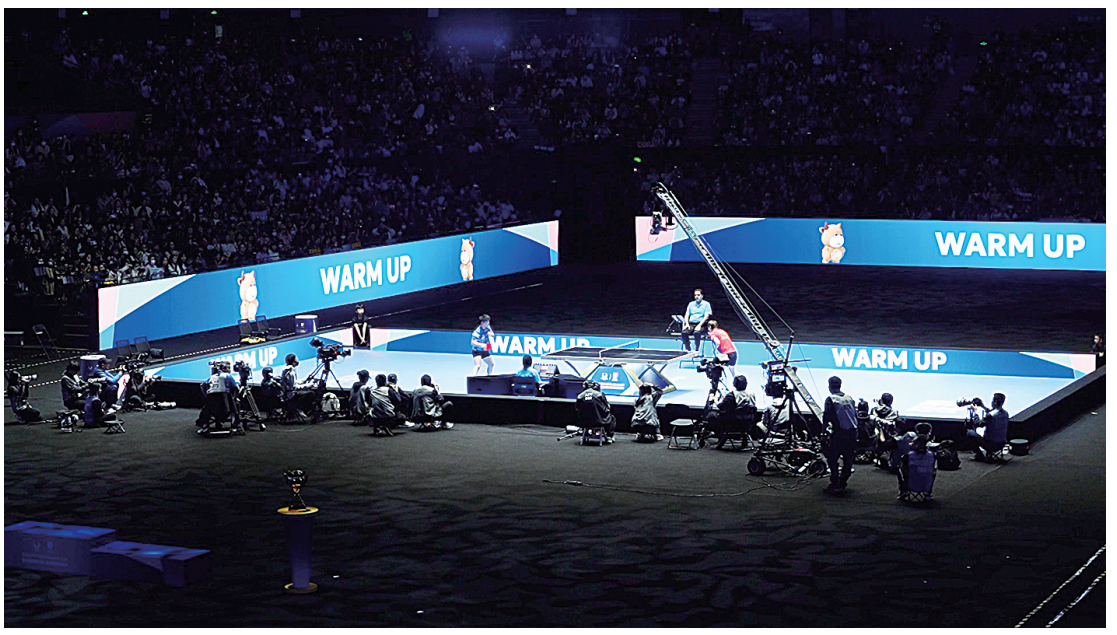
一场大型国际赛事，是对主办城市综合实力的全面检验。为保障赛事顺利进行，深圳市、区两级相关主管部门以及赛事组委会齐心协力、全力以赴。在安全保障方面，制定周全细致的安保方案，从场馆周边的严密巡逻到现场的秩序维护，每个环节严谨把控；在交通组织方面，科学优化周边线路，增加公共交通班次，方便球迷出行；应急处理预案准备充分，确保面对突发情况能迅速响应、妥善解决。

赛事裁判感慨地说：“工作人员配合默契、热情周到，志愿者们积极主动，他们的辛勤付出让赛事组织工作十分顺畅。”一位资深媒体人评价道：“这次的场馆设施和赛事规模在亚洲堪称一流，相信通过这次亚洲杯，会吸引更多球迷关注赛事，也会让大家对龙岗有全新的认识。”

赛事搭台文旅唱戏 龙岗尽显热情与活力

“跟着赛事去旅行”，成为赛事期间龙岗最热门的话题。来自世界各地的观众因亚洲杯齐聚龙岗，而龙岗也以十足的热情张开怀抱迎接他们。龙岗各大酒店、交通枢纽、大街小巷的大屏幕上，反复播放着“欢迎世界各国球迷”的字样，简单的话语传递出最真挚的情感，这种双向奔赴的热情，让整个城区都沉浸在欢乐的氛围之中。

深圳中海凯骊酒店。



比赛现场。

赛事开打前，深圳大运天地中央广场完成华丽“变身”，摇身一变成亚洲杯公园，并向大众开放。这里设有超24平方米户外大屏的第二现场直播区，实时转播比赛精彩瞬间，不少网友在社交媒体分享观赛感受，直呼“震撼”“热血”。此外，官方特许商品区摆满各类纪念好物，非遗手作区展示龙岗传统文化魅力，公园市集汇聚特色小吃与创意手工艺品，互动游戏打卡点充满趣味与欢乐，为球迷在观赛之余增添许多欢乐与新奇体验。据统计，大运天地赛期人流量近70万。截至2月22日，亚洲杯公园人流量近13万人次，日均1.8万人次。

为方便外地球迷前来观赛，龙岗专门为广大球迷梳理推荐38家酒店，推出凭门票预定享门市价八折优惠、入住酒店送欢迎礼、可提前办理入住及延迟退房等贴心服务，还协调部分酒店提供场馆接驳巴士。

深圳中海凯骊酒店前厅部经理宿永生表示：“赛事期间，酒店入住率大幅提升，住客餐饮消费也明显增加，餐厅等营业额显著提高。这次深圳亚洲杯赛事，为酒店行业带来实实在在的经济效益。”

以赛事为引擎 龙岗“有意思”品牌加速启航

“深圳亚洲杯乒乓球赛的举办，为龙岗开年发展带来良好开端。接下来，我们还会举办一系列优质赛事，比如全国游泳冠军赛、十五运会及残特奥会等，让‘有意思’成为深入人心的龙岗城区品牌。”龙岗区文化广电旅游体育局相关负责人表示，这些大型赛事不仅在线上引发广泛关注与热烈讨论，在线下更是带动交通、餐饮、住宿、购物、娱乐等相关产业链的发展，成功将赛事流量转化为经济增量。

在今年1月召开的区七届四次党代会上，龙岗区提出，将奋力打造“有意思、有商机、有得住、有品质”的现代化城区典范，“有意思”三年行动方案（2025—2027年）正式对外公布，同时明确32项重点任务。这是龙岗“有意思”概念的首次亮相。

龙岗区提出，计划用三年时间，实现一年“上新”引流量、两年“出圈”成现象、三年“爆款”塑品牌，让龙岗“有意思”成为现象级城区建设与管理品牌，推动“有意思”成为城区高质量发展的驱动力和竞争力，使龙岗成为向往到深圳创业、生活的年轻人首选地。

三年行动同步规划多个数据目标。一年“上新”引流量：2025年，实施“有意思”项目不少于20个，引办高品质文体旅游活动100场，吸引约2000万人次到龙岗观赛观演、休闲旅游，初步形成“有意思”城区印象；两年“出圈”成现象：2026年，“有意思”IP成型，打造爆款活动、演艺空间、网红场景30个，引办高品质文体旅游活动120场，吸引约2200万人次到龙岗休闲旅游，“有意思”城区形象获得广泛认可；三年“爆款”塑品牌：2027年，集中推出精品项目、龙头项目15个，引办高品质文体旅游活动130场，吸引约2500万人次到龙岗休闲旅游，使龙岗“有意思”成为现象级城区建设与管理品牌。