

體育園何止經濟效益 更可助青年塑正向價值觀

啟德體育園落成啟用後，各類型體育賽事、表演活動陸續上演，從香港國際七人欖球賽到東亞足球錦標賽，場場賽事叫好又叫座，讓啟德體育園成為香港場館的新地標。今年 11 月舉行的第十五屆全運會，香港賽區有多項賽事在體育園內舉行，相信將會吸引大量市民和遊客入場觀賽。不過，除了賽事活動本身所創造的經濟效益，運動員在比賽中所展現的體育精神及人格魅力，不僅能促進全民參與運動及相關消費，也能成為青少年的榜樣，讓他們樹立更加正向積極的價值觀。因此，這些正向的社會效益亦不容忽視，我們在關注啟德體育園所帶來的巨大經濟效應之外，亦可思考如何更好的利用啟德體育園推廣體育運動，甚至建立屬於粵港澳大灣區和本地的賽事品牌。

人們之所以喜愛觀看各類體育賽事，有體育比賽本身的對抗性和不確定性所帶來的刺激感和興奮感。但更多時候更是因為觀眾從運動員身上，見證了一個個永不言棄，堅持不懈的奮鬥故事。青少年能夠以他們為榜樣，產生對體育運動的興趣，在遭遇挫折時可以想起自己的體育偶像會如何面對，自然而然養成更加堅毅不拔的個性。因此，體育賽事能夠為社會帶來的上述正面效益，亦應充分納入政策制定與考量之中。

打造大灣區賽事品牌

另一方面，除了依靠吸引國際級賽事品牌來港之外，香港亦可聯合灣區其他城市攜手打造屬於粵港澳大灣區的國際賽事品牌。事實上，除了代表各項運動最高水平的頂尖賽事，校園體育、社區賽事亦有着巨大的受眾和商業潛力。在日本，每年舉行的全國高中足球錦標賽便有着與日本職業足球聯賽同等的關注度。錦標賽的決賽會在東京國立競技場舉行，約 60000 個座位年年幾乎座無虛席，當地各電視台亦會直播賽事和進行跟蹤報道，極高的關注度也使得各類品牌對賽事和參賽學校進行贊助，有着很高的商業價值。

而近期在內地，亦有一項業餘賽事品牌收穫了極高關注度——這便是江蘇省城市足球聯賽（「蘇超」）。這個城際之間的業餘足球比賽場場爆滿，單場觀賽人數超過 6 萬人，已經逼近中超聯賽的歷史紀錄，展現了賽事的空前熱度。而「蘇超」更促進了各地市民的各類消費。根據近期國家統計局江蘇調查總隊發布的首份蘇超賽事影響力報告，58.9%的江蘇居民表示會因「蘇超」增加體育方面（包括運動、培訓、購買裝備等）的消費；65.5%的江蘇居民表示會因「蘇超」增加文旅方面的消費。

成為強化社區情感紐帶

上述賽事的競技水平可能不算頂尖，但其廣泛的參與度和與本地的聯繫，成為它

們受歡迎的關鍵點。身處的城市，自己的母校，甚至同學、同事都可能成為球隊代表，這些因素成為了產生文化認同、社群共鳴的原因之一，成為強化個體與本地社區情感紐帶。在大灣區一體化發展的背景之下，類似的賽事品牌和體系，亦可成為灣區城市間強烈的情感紐帶與共同話題。

因此，在衡量啟德體育園的價值時，不能只局限於經濟效益。體育園不僅可以成為匯聚國際頂尖賽事的舞台，更是培育正向價值觀的沃土。運動員在賽場上展現的堅韌、永不言棄的拚搏精神，為青少年樹立了生動的榜樣，其潛移默化的社會效益彌足珍貴。未來，可着眼於體育精神的深層次傳承與本地體育文化的培育，積極探索與其他灣區城市協作，打造具有地域特色和情感連結的賽事品牌，讓體育真正成為凝聚社群、激勵人心的重要力量。