

（上接第一版）

全民健身线上运动会

设置68个项目，共计150余个赛事活动，各项赛事活动累计报名人数突破1396万人，累计颁发参赛证书327万余份；50余家互联网平台、体育总局系统10个运动项目中心和39个单项协会、10个省市体育部门参与……这是由国家体育总局群体司、中华全国体育总会群体部联合部分运动项目中心、全国性单项体育协会、省(区、市)体育部门和互联网平台共同开展的“全民健身线上运动会”交出的亮眼的成绩单。自2022年4月28日正式启动以来，“全民健身线上运动会”以体育在线服务的方式不断满足人民群众多样化的健身需求，有效助力疫情防控工，极大激发了群众居家健身、追求健康的热情，取得了良好的社会反响。2022年9月25日，该项运动会正式结束所有赛事活动。

社区运动会

在国家体育总局的统筹指导和精心设计上，线上线下相结合，全社会参与、多项目覆盖、多层次联动的社区运动会正在全国各地如火如荼地开展。相比于其他全民健身赛事活动，社区运动会体现了重在基层、重在身边、重在多样、重在特色的特性，鼓励城乡基层社区结合实际组织开展各具特色、形式多样的群众体育赛事活动。社区运动会搭建起群众身边的全民健身活动平台，让更多人参与运动健身，也是推动构建更高层次的全民健身公共服务体系的重要抓手，以此加大全民健身的基层服务供给，可以让广大群众有更多的幸福感、获得感。

公共体育场馆免费低收费开放

体育总局支持公共体育场馆免费或低收费开放。2022年下达场馆免费低收费开放中央资金补助10.8亿元，补助2180个公共体育场馆，提前下达2023年公共体育场馆向社会免费或低收费开放补助资金预算10.8亿元。根据各地报送的信息数据测算，这些场馆覆盖到全国近1400个县级行政区域，场馆核心区免费或低收费开放的场地面积超过2000万平方米，受益人次超过亿。持续推动公共体育场馆开放使用综合试点。在江苏、浙江、湖北、宁夏、辽宁、广西六省(区)持续推进场馆开放使用综合试点工作。在反馈有效数据的65家试点场馆中，50家(76.9%)提供国民体质监测等运动健康服务，60家(92.3%)开展运动促进健康宣传教育，进一步破解群众“健身去哪儿”难题。

社区指导员志愿服务

社会体育指导员是全民健身的宣传者、科学健身的指导者、群众健身活动的组织者、体育场地设施的维护者、健康生活方式的引领者。他们深入一线，利用专业能力，依托体育馆、图书馆、博物馆、科普教育基地等场所，结合课后服务、寒暑假、全民健身日等时机，开设科学健身讲座、健康教育课、健身指导培训，并开展线上线下志愿服务，传递科学健身理念和方法，提升人民群众对科学健身的认知度和参与度。

青少年体育与体教融合

青少年体育赛事活动日益丰富，由国家体育总局公司主办的“奔跑吧·少年”儿童青少年主题健身活动，走进校园、家庭、公园、社区、乡村。第一届中国青少年足球联赛成功举办，赛事打破参赛限制和壁垒，体校、学校、俱乐部梯队、社会培训机构等均可自由参赛。国家体育总局不断完善青少年健康促进体系，围绕健康第一的理念开展体质健康的体育干预行动，实施青少年“健康包”工程，有效促进了青少年健康素质全面提升。

在开开心上好体育课的同时，今年也是“双减”政策落地的一年。学校利用课后服务时间开设了系列兴趣课程，篮球、健美操等体育运动课程，极大地丰富了学生的生活，增强了学生的体质。不仅如此，在学生的作业清单中“体育作业”不再陌生，有的学校还会要求学生学生在假期学习一项新的体育技能。

科学健身助力疫情防控

面对新冠病毒带来的挑战，推动健身战线齐心协力，搭建赛事活动平台，推广科学健身方法，推动健康关口前移，增强广大群众抗病能力，以体育方式推动“人人是自己健康的第一责任人”。

贯穿全年的全民健身赛事活动，不但丰富了群众的精神文化生活，培养了积极向上的生活方式，也提升了广大群众的身体素质。数据显示，截至11月30日，2022年《国家体育锻炼标准》全国达标率90.23%，较2021年的87.97%提高2.26个百分点。

与此同时，体育战线加大科学健身指导供给力度，总局官网开设了“科学健身指导”专栏，设置居家健身科普视频、首批全国优秀科普作品、“不同人群科学运动、科学健身公益推广”视频等栏目，发布权威、正确且内容丰富的健身指导系列作品。全国各地也结合实际情况积极推广科学健身知识和方法。

93个世界冠军，11项世界纪录

2022年，我国运动员共在21个项目上获得93个世界冠军，分别是速度滑冰1个、短道速滑2个、花样滑冰1个、自由式滑雪4个、单板滑雪1个、射击12个、赛艇1个、皮划艇静水1个、举重19个、跆拳道2个、田径4个、游泳1个、跳水21个、花样游泳4个、体操3个、蹦床1个、乒乓球2个、羽毛球2个、象棋2个、国际象棋1个、蹒跚8个，其中，奥运世界冠军51个，非奥运世界冠军42个。射击、举重、游泳项目7人4队11次创11项世界纪录，其中奥运4人4队5次创5项世界纪录，非奥运3人3队6次创6项世界纪录。

新中国成立以来，我国运动员获得世界冠军数达3748个，创世界纪录达1200次。改革开放以来，我国运动员获得世界冠军数达3724个，创世界纪录达1200次。

命名与表彰

2022年全国体育局长会上，国家体育总局宣布命名第一批全民运动健身模范市(区)和全民运动健身模范县(市、区)，共有31个地区被授予荣誉称号。被命名的31个市、县体现了“组织领导坚强有力”“全民健身规划科学完备”“全民健身政策体系健全”“全民健身投入机制健全”“全民健身公共服务完善”“全民健身场地设施充足”“全民健身社会广泛参与”“全民健身激励措施到位”等创新创建，实现了“以创建促引领、以创建促民生”的良好效果。

全国体育局长会上还对2022年度优秀运动员和教练员体育运动奖章获得者进行了表彰，决定授予李冰洁等141名运动员、王爱民等94名教练员2022年度体育运动荣誉奖章，授予张雨霏等110名运动员、崔嘉棠等57名教练员2022年度体育一级奖章。

（上接第一版）

新征程

进入巴黎奥运周期，各项目国家队全面投入备战，在训练比赛中强弱项、补短板，为巴黎奥运会积蓄力量。中国跳水“梦之队”包揽了布达佩斯世锦赛全部13个项目的金牌，再次刷新了世锦赛最佳战绩。在德国柏林跳水世界杯上，“梦之队”包揽了参加的全部8个奥运项目的金牌。

中国乒乓球队不仅在世界乒乓球职业大联盟WTT澳门冠军赛、WTT新加坡大满贯赛、新乡WTT世界杯等大赛中延续稳定表现，更是在成都世乒赛团体赛上，实现了男团十连胜、女团五连胜。

开罗世锦赛，国家步手枪队奥运项目收获4金3铜3银，夺取本次世锦赛的全部8个奥运席位，8个奥运团体斩获5金1银1铜，创、破5项世界纪录，总成绩28金16银15铜，牢牢占据金牌榜、奖牌榜第一位。

中国羽毛球队共计参加了23站各级别赛事，获得46个冠军，其中在世界羽联巡回赛超级100级别以上赛事拿到36个冠军，位居各队之首。世锦赛在一共参加的4个项目中都有奖牌入账，获得2金1银2铜，奖牌和金牌数量位居各队之首。亚锦赛国羽斩获了3金1银2铜。

中国举重队在哥伦比亚世锦赛上，交出19金8银7铜的成绩单。李发彬以175公斤的成绩打破奥运级别男子61公斤级挺举世界纪录，年仅17岁的少年选手裴鑫依在女子64公斤级包揽3金，将该级别3项世界少年纪录刷新。

利物浦世界体操锦标赛上，中国队揽取得3金2银的成绩。男团掉落强敌回廊，第一时间拿到巴黎奥运会入场券；邹敬园在双杠、吊环单项收获一金一银，“邹敬园十字”在吊环项目载入史册；韦筱圆蝉联女子高低杠金牌，为女队备战巴黎报了头名。

新突破

尤金田径世锦赛上，冯彬第一次投掷就投出69.12米，刷新个人职业生涯最好成绩夺得女子铅球冠军。王嘉男则凭借最后一跳8.36米的成绩夺得男子撑竿跳高冠军，成为中国首位夺得世锦赛冠军的选手。朱亚明则在男子三级跳远比赛中收获一枚铜牌，这是中国选手首次在世锦赛男子三级跳远项目上获得奖牌。

郑钦文在全面征战巡回赛的首个赛季四大满贯赛事中都至少闯入第二轮，法网更是挺进16强，最终获得WTA年度最佳新人奖。她也是该奖项设立以来首位获此殊荣的中国球员。中国男网也实现了历史性突破，吴易昺在美团赢得大满贯男单正赛首胜，并最终闯入第三轮，张之臻则成功跻身世界排名前100位。

我国攀岩项目早早启动了杭州亚运会与巴黎奥运会备战，在总共参加的三站世界杯赛上共收获5金3银2铜，涌现了邓丽娟、龙金宝、龙见国等一批优秀选手。

新挑战

新周期新挑战，巴黎奥运会在举重、花游、场地自行车等项目上进行了赛制、规则等方面的调整，提出了新的要求和挑战。

2024年巴黎奥运会田径项目参赛标准，男女百米的达标成绩分别是10秒00秒和11秒07，200米分别为20秒16和22秒57，男女马拉松的达标成绩分别为2小时08分10秒和2小时26分50秒，男女铅球分别为21.50米和18.80米，男女标枪分别为85.50米和64米，男女跳高分别为2.33米、1.97米，撑竿跳高分别为5.82米、4.73米。参赛标准较上个周期明显提高，中国田径获取奥运席位的压力陡然增高。

哥伦比亚世界举重锦标赛，在巴黎奥运周期举重项目奥运级别调整的背景下，征战波哥大平均海拔2600米的高原赛场的中国举重队，通过比赛了解了新周期对手的实力分布，找到了自身备战中存在的问题，将在接下来的备战中继续强化“赢”的能力。

利物浦世界体操锦标赛，新规则对难度和完成情况的认定更加严格，新规则实行的第一年对动作质量的扣分也更加严厉。

东京奥运会上，卢云秀和中棍金宇夺得RS-X级别、被水翼帆板iQFOi取代，这个小项并未在国内大规模开展，难度可想而知。

花样游泳项目，新规则对节目时长和动作编排、技术动作的难度、憋气时长等都有了更明确、更具体的要求，特别是对托举动作提出了更高的要求。巴黎奥运会上，集体项目将在此前的托举自选和自由自选两套节目的基础上，增加技巧自选，也就是此前的托举自选节目的七折。而托举自选并不是中国队的强项，中国花游的姑娘们正努力向更高难度发起挑战。

国际自盟对场地自行车项目实施了多项改革，为推广项目将赛期由冬季改为夏季。另外，中国优势项目女子团体竞速赛在巴黎奥运会上将发生较大调整，由2人2组改为3人3组。中国女子场地自行车队距离组需要进一步提升运动员的竞技水平。

狠抓赛风赛纪

赛风赛纪是体育工作生命线。8月15日，国家体育总局召开全国体育系统赛风赛纪和反兴奋剂警示教育会议，对做好赛风赛纪和反兴奋剂工作再部署再强调再要求。组织开展部分全国体育赛场和省(区、市)运会赛风赛纪与反兴奋剂专项督查工作，对队伍思想教育育、赛场组织管理秩序、比赛规则和程序执行、运动员参赛资格审核、裁判员选派和执裁、违反赛风赛纪问题处置，以及反兴奋剂、防范化解风险等工作内容进行督导检查，以查促改。

冬训砺铁军

面对新周期的困难和挑战，各项目国家队在作风建设、强化体能等方面加大力度，进一步加强队伍的思想建设，严肃赛风赛纪，打造能征善战、作风优良的国字号。

国家田径队冬训的第一课就是军训，不仅磨炼了意志，强化了凝聚力和执行力，也为冬训高质量训练奠定了良好的基础。国家步手枪射击队在西安进行冬训，全队以问题为导向，瞄准荣誉、境界、标准，付出、自

（上接第一版）

迈上新台阶 踏上新征程 直面新挑战

2022年中国体育精彩纷呈呈光荣绽放

新华社北京12月29日电 2022年中国体育精彩纷呈，呈光荣绽放。



2月4日在北京2022年冬奥会开幕式上，运动员在体育馆举行。

本报记者 侯敏哲摄



1月15日，小选手们参加银川市第四届青少年冬季冰雪运动会200米滑冰比赛中。

新华社记者 冯开华摄

2月6日，在2022女足亚洲杯决赛中，中国队以3比2战胜韩国队，夺得冠军。

新华社发(贾韦德·达尔摄)

律、学习和坚持七个关口，狠抓体能，不断提高基础能力和综合竞技水平，潜心备战。中国羽毛球队通过军训，磨炼意志品质，为冬训夯实思想和作风基础。

国家游泳队一直持续强化体能训练，针对性地开展体能比武、测试项目围绕游泳项目所需提升的体能和专项能力展开，运动员们在新鲜有趣的测试项目中查漏补缺，不断提升体能水平，促进专项能力的提升。

新一届中国女排成立后，新任主教练蔡斌为队伍打造出一套既符合世界女子排球发展潮流，又继承发扬中国女排快速、全面、多变传统的技战术打法。

2000年出生的羽球小将张殊资与郑雨搭档的女双，成为今年除了国羽头号女双主力陈清晨/贾一凡之外，国羽女双表现最好的组合。“金澄组合”在2022赛季斩获双13亚，世界排名从年初几百名开外提升到目前的第5位。

女子铅球小将宋佳媛，在世锦赛前将个人最好成绩提高到了20.38米，在尤金田径世锦赛上以19.57米的成绩获得第六名。

2022年世界举重锦标赛上，中国17岁小将裴鑫依包揽女子64公斤级三枚金牌，并以抓举105、挺举128、总成绩233公斤大幅刷新二项世界少年纪录，在总成绩上将原纪录提升了11公斤。比赛中裴鑫依六把试举全部把成功，其沉稳霸气的比赛作风，无疑是一颗冉冉升起的新星。

老将坚守

坚守赛场，老将彰显榜样力量。34岁的“双圈大满贯”得主马龙在2022赛季乒兵球国内外大赛中持续稳定发挥。在成都世乒赛团体赛中发挥“定海神针”作用，与队友共同捧起了男团奖杯，帮助中国队实现了男团十连胜。

尤金田径世锦赛上，老将的表现同样非常抢眼。孔庆虹摘得女子铅球银牌，女子竞走老将切阳什姐一人拿下两块铜牌，成为首位在一届田

径世锦赛赢得两枚奖牌的中国选手。30岁的中国女重选手朱明叶，在东京奥运会后选择了坚守，在爱沙尼亚首都塔林举行的2022—2023赛季国际剑联女子重剑世界杯个人赛季争中，朱明叶勇夺铜牌，这也是中国击剑队在新赛季收获的首枚奖牌。

不论在国家队还是在俱乐部，32岁的王珊珊都起到了中流砥柱的作用。女足亚洲杯上，担任队长的王珊珊为队伍打入五粒进球，荣膺最有价值球员。随后，王珊珊在国内比赛中加盟北京女足，根据球队需要既能打前锋，又能打中后卫，帮助北京女足先后夺得了全国锦标赛亚军和女超联赛季军。

“村BA”与“背篓少年”

2022年涌现出来的“村BA”、网球背篓少年等现象级体育事件，充分展现了草根力量所蕴含的强大潜力、活力和张力。

民族网球队少年王发因为与众不同的球包背袋火遍全网，让人感动的是他通过网球队走出大山，鼓励更多少年通过体育改变命运。如今王发的弟弟也拿起球拍，“背篓少年”已变成“背篓兄弟”。

贵州省台江县的乡村篮球比赛向人们展示了乡村篮球的魅力，“村BA”成了火爆网络的热词。乡土情怀和体育魅力以及随着物质生活水平提高人们对体育需求的不断提升，成为推动“村BA”发展的重要动能。

女篮女足顽强拼搏舞蹈人心

2022年对于三分球来说，既有收获，也有反思。中国女篮经受住了重重考验，在2022赛季完成了世界杯预选赛各窗口期的比赛，提前拿到了世界杯正赛资格。中国男排时隔十年重夺亚洲杯冠军，张景胤荣获最有价值球员和最佳主攻。

2022世锦赛，中国女排取得了第六名，拼出了精气神，让大家看到了

新一届中国女排年轻队员们身上的闪光点 and 潜力。夺得世界银牌，每一个人都拼出了全部的能量。面对困难中国女篮始终不放弃，立足于拼，在国际赛场上展现出团结一心、顽强拼搏的精神令人动容。

中国女足亚洲杯勇夺冠军。从东京奥运会失利到重新登上亚洲之巅，中国女足在淘汰赛中一次次经历逆境取胜的过程，凭借顽强拼搏的精神和过硬的比赛作风，“铿锵玫瑰”再次绽放。

米兰冬奥会备战

伴随着北京冬奥会的结束，中国冰雪正式进入“米兰周期”的备战。国家体育总局按照“收缩战线，突出重点、精兵备赛、梯次安排”的原则，全力做好米兰周期各项备战备赛工作。

2月24日，距离北京冬奥会闭幕式刚刚过去4天，越野滑雪运动员王强就出现在芬兰赫尔辛基的赛场上；中国男、女冰球队双双在世锦赛中以全胜战绩升级、升级，赢得开门红；钢架雪车新赛季欧洲杯挪威利勒哈默尔两站比赛中，朱海峰连续两天连下两金鼓舞士气；宁忠岩战胜压力，新赛季每站世界杯都有奖牌入账；以锻铸新人为主要任务的新一届短道速滑集训队，多次登上领奖台，李文龙、林孝埈、张楚桐等成长为中国短道速滑新的中坚力量。

“带动三亿人参与冰雪运动”成现实

在“带动三亿人参与冰雪运动”的愿景变为现实后，2022年，群众冰雪运动得到持续发展。

第九届全国大众冰雪季拉开序幕，各地开展各具特色、群众喜闻乐见的冰雪赛事和活动，群众冰雪运动形成全国联动。冬奥场馆对外开放，让更多群众可以亲身体验到“冬奥冰”“冬奥雪”。冰雪健儿投身到推广冰雪运动的行列中，呼吁更多人参与冰雪运动。全国大众欢乐冰雪周继续进行，带动更多群众参与体验。冰雪大篷车继续开进全国各地，来到百姓身边。冬奥会后的第一个赛季已经开启，国内各大滑雪场软硬件升级改造，吸引更多冰雪爱好者的到来。通过“夏轮冬冰”扩大滑冰和轮滑人口，为滑冰运动提供后备人才储备。

短道速滑、速度滑冰集结组队

9月26日，由张晶担任主教练的新一届短道速滑国家集训队在北京成立，队伍包括17名运动员、13名教练员，这是米兰周期中国冰雪的首支国家队集训队。10月21日，短道速滑国家队从北京启程，开启新赛季征程。在已经结束的三站世界杯和四大洲锦标赛中，中国队获得2金3银2铜共7枚奖牌。

9月30日，由22名男运动员和12名女运动员组成的速度滑冰国家队集训队成立，李琰任主教练兼领队。11月5日出征新赛季比赛以来，速度滑冰国家队在四站世界杯和四大洲锦标赛中已经获得3金3银3铜共枚奖牌。

体育消费

多地密集派发体育消费券，成为拉动体育消费的一大方式。上海计划2022—2023年总计发放4000万元，专项组织开展体育消费券配送，支持700多家各类体育场馆向市民优惠开放；2022年，河北省安排发放体育消费券500万元，对群众在指定场馆进行健身运动消费进行补贴，补贴比例最高50%；四川天府新区文和会展局连续三轮发放10000余张体育消费券，活动惠及超过2.4万余市民；河南发放2022年度总额为600万元的体育健身优惠券，湖北分两轮四批次发放1亿元“惠动湖北”体育消费券。

“双十一”作为网络平台购物节的代表，由天猫提供的数据显示，今年“双十一”跑步服装销量同比增长去年首小时增长45.2%，露营同比增长115%，骑行同比增长89.7%，滑雪同比增长61.9%，轮滑滑板同比增长147%，新兴运动同比增长142%，登山装备同比增长81.2%。

“双十一”作为网络平台购物节的代表，由天猫提供的数据显示，今年“双十一”跑步服装销量同比增长去年首小时增长45.2%，露营同比增长115%，骑行同比增长89.7%，滑雪同比增长61.9%，轮滑滑板同比增长147%，新兴运动同比增长142%，登山装备同比增长81.2%。

“一墩”难求

北京冬奥会开幕前后，冬奥会吉祥物“冰墩墩”火了。在很多奥运特许商品店里，“冰墩墩”的摆件早已卖光下架。

大年初五，很多人凌晨就来到北京王府井的特许商品旗舰店门口排队等候购买手办盲盒和毛绒玩具，但仍然有人“冻成”“冰墩墩”，也没抢到“冰墩墩”。“一墩”难求被戏称为网络上的流行语，也成为北京冬奥会特许商品在国内火热的生动缩影。

10月20日，国际奥委会发布《北京冬奥会市场营销报告》，其中特别称赞了“冰墩墩”相关的特许商品。报告显示，从毛绒玩具、手办、钥匙扣到徽章等，“冰墩墩”销量占到北京冬奥会全部特许商品销量的69%。在冬奥会期间，“冰墩墩”吉祥物毛绒玩具销量为140万只。截至今年5月，“冰墩墩”吉祥物毛绒玩具的销量达到520万只。

国牌崛起

今年8月，安踏、李宁、特步、361度等国产品牌陆续发布2022年上半年业绩报告，国内体育品牌顶住了压力，销售收入均有所提升。尤其是安踏在国内市场的营收首次超越耐克，李宁的营收首次超越阿迪达斯。

8月25日，安踏发布2022年上半年业绩报告，共实现营业收入259.65亿元，和去年同期相比增长13.8%，实现净利润35.9亿元。安踏上半年的营收，已经超越耐克和阿迪达斯在中国市场的营收，首次坐上国内体育鞋服市场第一的宝座。

李宁在8月12日发布的上半年业绩报告显示，营收同比增长21.7%至124.09亿元，净利润同比上升11.6%至21.89亿元。对比2020年上半年61.8亿元的营收，李宁在短短两年的时间里实现了营收翻倍。

2022年，大量体彩代销者学会了自我营销，走出家门揽客。很多体彩代销者主动变身直播网红，在网络上拍摄短视频介绍自己的体彩店，为体彩事业业，吸引新用户群体。

2022年，大量体彩代销者主动参与公益活动，慰问养老院，援助偏远地区小学，很多体彩店变身城市服务点，为路人和城市工作者提供饮水和休息，提供紧急救助。在公益形象推广之下，体彩店再次走进更多人的生活，树立了良好的体彩形象。

户外运动

城市骑行、掷飞盘、划浆板……一些“小而美”的户外运动今年开始流行起来。

2022年，马蜂窝发布的体育旅游主题报告显示，骑行成为越来越多的

年轻人旅游出行的方式。“618”期间，京东商城平台上，自行车零配件成交额同比增长100%，骑行穿戴装备成交额同比增长80%；整个骑行品类预售订单额同比增长240%，在中高端品类中，尤其是成品自行车的销量猛增。据有关部门统计，截至2022年上半年，成都市自行车骑行总公里数达到1.7844亿公里。

8月6日，首届中国飞盘联赛在西安举行，吸引了近400人参赛。在一项运动中同时满足娱乐、社交、健身、减压等多方面需求，飞盘具备了这些属性。

携程发布的《2022年国庆假期旅游总结报告》显示，在周边游趋势带动下，不少亲水目的地的浆板、皮划艇、帆船等水上运动项目颇受游客欢迎。据迪卡侬相关负责人介绍，浆板今年销量增长高达145%，相关的配件类产品销量增长超过200%。

露营装备

今年以来，露营一直在旅游经济“逆势增长”的风口上。以帐篷等户外装备为主导的上市公司牧高笛，其营收、利润规模近两年持续增长，2022年前三季度营业收入超过去年全年，达到1.58亿元；户外品牌骆驼在“双十一”期间，旗下露营装备全销量同比增长380%，其中，基础装备类目下的天幕、帐篷，增速最为明显，分别为1300%和220%。

多种露营相关产品相比去年同期都实现了翻倍的增长。京东大数据显示，露营装备销售增长97%，露营家电销售增长152%，露营厨具销售增长214%，露营桌椅销售增长234%。

此外，近三年线上露营装备在户外运动市场的消费金额占比逐年上升，中国品牌占据市场超过八成份额，新品牌不断涌入。

区域协调发展

长三角一体化发展、京津冀协同发展、粤港澳大湾区建设……2022年，随着国家深入实施区域重大战略、区域协调发展战略，体育赛事作为体育产业的重要组成部分，正在成为跨区域体育产业联动发展的重要抓手，所在区域的体育部门也在积极探索跨区域办赛模式。

9月8日，第二届长三角体育节在江苏无锡开幕，面向长三角地区全体运动爱好者，将持续举办到12月底。第二届(第二届)京张全季体育旅游嘉年华于7月16日在北京张家口崇礼区启动。本届嘉年华围绕冬奥场馆赛后利用、重点推出了一批特色鲜明、影响广泛、覆盖“全域、全季、全民”的赛事活动。3月，广东省体育局和广东省教育厅联合印发的《关于深化体教融合 促进青少年健康发展的实施意见》提出，广东将构建粤港澳大湾区青少年体育发展机制，协同港澳建立粤港澳大湾区青少年比赛联合办赛机制。据悉，目前广东已从高尔夫、自行车、网球、棒球等市场化程度高的项目入手，打造粤港澳大湾区赛事品牌。

示范基地

5月，2021年国家体育产业基地评选结果获得国家体育总局的命名和认定，新一批9个国家体育产业示范基地、19个国家体育产业示范单位和15个国家体育产业示范项目成为体育产业“国家队”新成员。

国家体育产业基地包含：国家体育产业示范基地，按行政区划，以县、市、区或县城集群为单位；国家体育产业示范单位，以体育产业重点领域的知名企业或组织机构为单位；国家体育产业示范项目则以持续运营的优秀体育产业活动或赛事项目为单位。截至目前，全国范围内已累计有79个示范基地、141家示范单位和109个示范项目。

国家体育总局办公厅、文化和旅游部办公厅于12月初联合发布通知，公示2022年国家体育旅游示范基地名单，全国共14家单位入选。入选单位包括河北省张家口富龙四季小镇、黑龙江省牡丹江市镜泊湖风景区、浙江省杭州千岛湖景区等，涉及户外运动、冰雪运动、水上运动等多种运动体验项目。

智慧升级

健身器材厂商在智能健身产品研发方面不断推新，室外多功能健身房、景观健身凉亭、智慧体育公园等爆品不断涌现。智能化的升级让健身产品的功能更加丰富，使健身器材产品更聚焦细分市场。智能化赋能，越来越多的健身器材具备了“健身指导”功能，在记录健身数据的过程中提升健身趣味性，能够满足不同年龄阶段的用户对运动强度的需求。

除了传统的智能跑步机，具备智能交互功能的家用健身产品类别也越来越丰富，魔镜、智能哑铃、智能瑜伽垫、智能蹦床等产品近年市场火热起来。大数据的应用助力健身器材更加科学高效，近两年的健身器材市场，聚焦亚健康人群、老年人群体的运动康复相关产品越来越多，以往只能在商用健身场景看到的脊柱康复类产品和气阻类产品开始在室外公共健身场所亮相。

产品制造业的智慧化转型不仅体现在产品，生产端的智慧化升级也在不断推进。

责任体彩

全国的责任体彩建设，在体育总局体彩中心的带领下，经过几年的实践和尝试，正在越发系统化、越发体系化。10月14日，体育总局体育彩票管理中心联合31个省市体彩中心正式发布《中国体育彩票2021年社会责任报告》，报告指出，体彩公益金支撑了近年来中国体育彩票事业建设成果。随后全国各省市的体彩责任报告也陆续出台，形成了一个非常完善的责任报告体系。而这种体系建设的成功，不但督促了全国各地体彩机构持续建设责任体彩，更重要的是向社会展示了“一个完整完善的责任体系汇报机制，可以让全社会直接监督检查体彩的工作，建立健全了一个更加公开透明公信的体彩形象”。

体彩助力复工复产

2022年，全国体彩店在多重困难挑战下开启求生存、求发展之路。在四川等地，体彩店通过流动开票销售的方式，帮助代销者获得经济效益，增加收入。很多省市区也纷纷调整即开票，在各种活动和市场中进行销售，代销者在体彩中心的支持下，走进了集贸市场，走进了夜市商场超市，一步步地拓展了渠道，增加了用户。

与此同时，广大体彩代销者学会了自我营销，走出家门揽客。很多体彩代销者主动变身直播网红，在网络上拍摄短视频介绍自己的体彩店，为体彩事业业，吸引新用户群体。

2022年，大量体彩代销者主动参与公益活动，慰问养老院，援助偏远地区小学，很多体彩店变身城市服务点，为路人和城市工作者提供饮水和休息，提供紧急救助。在公益形象推广之下，体彩店再次走进更多人的生活，树立了良好的体彩形象。