

特别关注

体育陪你过个健康年

本报记者 王世让

农历新年即将到来，全国各地大力增加春节期间的文化体育活动供给，促进体育消费，让老百姓过一个快乐、健康的中国年。

在冬奥之城北京，为了庆祝北京2022年冬奥会和冬残奥会成功举办一周年和兔年春节的到来，2023北京冰雪消费节于近日拉开帷幕，全市80余家冰雪场地、温泉酒店、户外运动品牌、商业综合体将参与本次冰雪消费节，并推出了优惠活动。家住海淀区的刘亮告诉记者，他们一家三口最近刚去南山滑雪场滑雪，因为领了快乐冰雪季活动发放的优惠券，每张门票优惠了80元。“等春节放假了，我还会带着孩子一起去滑雪，过一个健康快乐的中国年。”

北京今年还有20余家公园推出

了冰雪嘉年华，市属5家有冰雪活动的公园今年均开设网络预约渠道，游客可以提前2至7天在线预约。随着寒假的到来，很多家长带着孩子到公园里参加冰雪嘉年华，滑冰、滑雪、冰车、冰滑梯等冰雪活动让孩子们乐不思归。

作为冬奥后首个滑雪季，张家口滑雪市场也迎来了强劲复苏。为了激发后奥运冰雪运动普及，河北省文化和旅游厅推出了冬季游崇礼“十大冰雪优惠产品包”。目前，崇礼区6大滑雪场已做好迎接春节期间客流再度攀升的准备，崇礼区太舞滑雪场相关负责人任晓强介绍：“现在滑雪场入口处又排起了‘长龙’，太舞滑雪小镇日均游客流量达到2000人，预计春节期间日均客流量将达5000人以上。”

天津今年将继续推出“健身大拜年”活动，今年活动相比往年将更

加丰富，并且通过独具地方传统文化特色的文娱展演、民俗表演以及非物质文化遗产活动，让群众在健身的同时尽情感受天津传统文化。此外，2023年天津市冰雪开冰节已经启动，春节期间将通过组织丰富多彩的群众冰雪活动，带动全民积极投入冰雪运动。

在重庆，由重庆市体育局等部门共同主办的“不夜重庆·体育嘉年华”将在春节期间启动，活动包括开幕式、体育展销、展演互动、线上互动、品牌推广、消费券发放等六大主题，参与企业和品牌将在解放碑步行街上进行展示推广，为广大群众提供优质的体育产品和服务，营造浓烈的全民健身氛围，吸引更多人在春节期间走出家门，参与到全民健身和体育消费活动中来。

山东省体育局在临近春节之

际，为进一步加速旅游需求释放，促进体育与旅游深度融合发展，携手山东省文化和旅游厅联合评选出了“2022年山东省(冬季)体育旅游精品线路”，包含冰雪、骑行和徒步三大主题，“泉城济南”冰雪体育游、“纵情冬日悦享山海”骑行、淄博红叶柿岩山野奇妙游等12条线路入选。

在旅游城市三亚，为迎接春节的到来，拉动当地消费，从1月1日至1月16日，三亚市旅文局联合全市36家体育类商户，开展以“惠动三亚·健康生活”为主题的体育消费券发放活动。活动期间，总计93万元的三亚市体育消费券通过“线上+线下”相结合方式进行发放，分为体育运动、体育培训、体育旅游三大板块，支持潜水、冲浪、篮球馆、羽毛球馆、游泳馆、健身房等体育相关消费。



新赛季，举家出游，体验冰雪运动的越来越多。

王辉摄

互联网平台赋能冰雪运动消费

本报记者 王辉

“冰雪消费地图有效利用了互联网技术，将分散的冰雪目的地信息进行整合归类，添加图文推荐和路线导航能力，完成线下信息的线上数字化呈现，解决消费者去哪里上冰、上雪的难题。”高德地图相关负责人在2022—2023北京冰雪运动消费季启动仪式上这样介绍。

为弘扬北京冬奥精神，推广冰雪运动，丰富改善群众健身和运动休闲方式，激发大众冰雪运动热情，持续提升北京城市体育影响力，日前，在“2022—2023北京冰雪运动消费季”启动仪式上，北京市体育局和高德地图联合推出“2023北京冰雪消费地图”(以下简称：消费地图)。

据悉，本次发布的“消费地图”通过高德地图进行了多维度数字化的呈现，按照滑雪场、滑雪场、冰雪嘉年华、冰上艺术中心等进行分批归类，为广大群众精选推荐了北京市超过100家冰雪运动场地。

值得一提的是，此次“消费地图”的最大亮点是，在去年消费地图基础上，新增了国家速滑馆(冰丝带)、国体9号冰上运动中心(国家体育馆冰球馆)、冰立方冰上运动中心、国家高山滑雪中心等冬奥场馆，以及第二届首钢园冰雪汇(首钢滑雪大跳台)、金海湖碧波岛冰雪世界等冰雪嘉年华活动。

为了让广大消费者安心参与冬季运动，消费者抵达人选“消费地图”中推荐的运动场所时，可以看

到由北京市体育局和高德地图联合颁布的“高德指南 冰雪消费地图”挂牌。同时，作为本次“北京冰雪运动消费季”的联合推荐单位，高德打车还将为活动提供专属打车补贴，全方位支持和倡导市民进行冬季运动和锻炼。北京市民前往“高德指南”冰雪专区推荐的冰雪目的地时，都可以通过线下扫描挂牌二维码的方式领取打车补贴。

“乐冰雪客户端致力于打造体育运动及冰雪旅游智慧出行的用户优选平台，为用户提供线上票务及圈层交互的服务，目前已成长为全国冰雪垂类头部电商OTA平台。”据张家口乐冰雪体育发展有限公司总经理姬婧介绍，该平台服务范围包括河北滑雪大区、吉林滑雪大区、北京滑雪大区、新疆滑雪大区等全国重点滑雪市场的大中型雪场，以及成渝西南地区、粤港澳大湾区、长三角地区等新兴滑雪市场的室内外冰雪运动场馆。“2003年我们将推出‘中国·崇礼六山联滑产品’。该产品是集万龙、密苑云顶、太舞、富龙、翠云山银河、多乐美地六大滑雪场共同打造，由中国银行冠名的联滑产品。作为国内首个具备真正滑雪大区联滑意义的产品，通过一卡联滑域内六大雪场颠覆了传统滑雪运动消费场景，开启冬季地域资源有序拓展的大幕，是中国滑雪产业从雪场‘单打独斗’走向‘国际滑雪大区集群发展模式’的探索。”

本报记者 杨天婴

日前，浙江警方侦破一起“涉案6000万、侵犯国际足联知识产权案”的新闻吸引了很多人的关注。

根据公安部相关内容得知，世界杯期间，杭州市公安局萧山区分局打击二部民警在工作中发现，辖区一家企业受权在中国生产、销售的卡塔尔世界杯吉祥物手办“拉伊卜”被仿冒。萧山警方立即抽调精干警力组成专案组，迅速查明案情并锁定相关嫌疑人。在广东警方的协助下一举抓获罗某等4名犯罪嫌疑人，捣毁生产包装窝点1处、代理商窝点1处，缴获大量山寨“拉伊卜”手办以及配件、包装盒等涉案财物。经查，2022年10月以来，犯罪嫌疑人罗某等通过网络经销平台订购配件，自行组装包装后，招募代理大肆销售获利。目前，罗某等4名犯罪嫌疑人已被依法采取刑事强制措施。

众所周知，足球世界杯是世界

本报记者 张小可

山东日照人均体育消费由2019年的1864.13元增长到2021年的2179.21元；江苏省人均体育消费由2019年的2442元增长到2021年的2626元；深圳市2021年人均体育消费为3492.21元，相较2019年上升1%……近期，多地发布《居民体育消费调查报告》，通过数据对比可以看出：近三年来，居民人均体育消费呈现稳步增长态势。

培训消费支出快速提升

《2021年成都市居民体育消费调查报告》显示，2021年成都居民人均体育消费支出2518.6元，其中人均体育教育培训消费为312.3元，在体育消费总支出中占比为12.4%。2021年绍兴市居民人均体育消费为2859.4元，其中体育教育培训支出为220.8元，在体育消费总支出中占比为7.7%。2021年山东日照市人均体育消费为2179.21元，其中体育教育培训消费支出增幅最大，同比增长40.34%。

2021年7月底，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》。随着“双减”政策的出台，学校体育教育活动和体育培训迎来新的发展契机，培训消费在居民体育消费中的所占比例在快速提升。

软硬件完善刺激体育消费

2021年绍兴市居民人均体育消费为2859.4元，较2020年人均体育消费2574.93元增长11%。

绍兴市居民体育消费增幅提升，与城市体育发展建设有关。据了解，绍兴将承办2022年杭州亚运会篮球、排球、棒球、垒球、攀岩5个项目的相关赛事和足球训练项目，是杭州外承办亚运会赛事最多的城市。场馆设施的完善相应带动居民体育消费。

其次，绍兴市也在“打造国际赛事目的地”方面下足功夫。以“水陆国际双马”为龙头，举办女排俱乐部世界锦标赛、曹娥江国际摩托艇公开赛、中外名校赛艇挑战赛、国际传统武术比赛等一系列品牌赛事，为绍兴市居民提供体育赛事氛围。

运动排名升降有原因

2021年成都居民人均体育消费支出2518.6元，与2020年相比增长9.6%。在经常性参与的运动排名上，2020年前五的项目分别为跑步、篮球、游泳、户外运动、足球；2021前五的项目是跑步、羽毛球、篮球、游泳、山地户外。

羽毛球运动的排名提升快，既与成都申办2024年汤尤杯大背景有关，更与成都近年来在促进羽毛球运动普及与提高上所付出的努力有关。据成都市羽毛球协会统计，2021年成都长期进行羽毛球健身的人数超过50万人，羽毛球青少年俱乐部70余家，常年接受羽毛球培训的青少年2万余人，羽毛球项目传统学校30个。

产业集装箱

重庆市体育产业政策大讲堂结课

本报讯 近日，由重庆市体育局主办、北京国体世纪质量认证中心承办的“2022年重庆市体育产业政策大讲堂”系列课程全部完成上线并播放，大讲堂正式收官。

“2022年重庆市体育产业政策大讲堂”自去年11月21日首期课程上线以来，共计播出6节视频课程，累计观看量达2000余人次，来自重庆市及下辖各区县体育部门、体育协会、体育学院、体育事业单位及体育企业等相关单位人员参加了培训。

此次大讲堂培训课程深入结合重庆市各级体育部门和市场主体实际情况，全

方位多维度设计培训课程，邀请行业专家和产业负责人，深入介绍了我国体育产业发展趋势与方向，同时对如何推动体育产业高质量发展给出解题思路。

“重庆市体育产业政策大讲堂”是该市体育局充分发挥体育产业在服务经济增长、助力构建新发展格局、促进体育事业发展而进行的培训活动。未来该市体育局还将持续推动该项工作，打造体育产业高质量发展格局，助力建设体育强市，充分发挥体育产业在重庆市经济转型升级中的重要作用。(王辉)

2022年冬奥会、世界杯打击侵权假冒行为 保护知识产权在路上

第一大商业体育赛事，知识产权范围内的版权产品一直是其中最赚钱的业务之一。国际足联通过授权生产和销售世界杯吉祥物和纪念品，获得巨额的经济回报，可以说，知识产权是国际体育组织最有价值的无形资产。

记者在采访中得知，此次中国企业杭州孚德品牌管理有限公司是继2014年和2018年世界杯之后第三次获得国际足联授权，成为大中华地区授权商，拿到了世界杯吉祥物手办、毛绒玩具、服饰和口罩等多个品类的授权。此前2022年北京冬奥会有“一墩难求”，此次世界杯吉祥物“拉伊卜”及周边产品销售也非常火爆，销量远超前两届世界杯的总和。据了解，从世界杯倒计时100天推出产品之后，市场上就出现了盗版产品，随后逐渐增加。杭州孚德品牌管理有限公司与国际足联进行了沟通，作为版权方的国际足联委派律师前往杭州与当地警方进行了报案。

随后，在中国警方的精密部署和全力侦破下，2022年12月14日，第一批造假者浮出水面并被逮捕，据初步计算，涉案金额超过6000万元，中国警方以及有关部门在此次保护知识产权行动中的快捷高效获得国内国际广泛好评。

杭州孚德品牌管理有限公司相关负责人郭志浩全程参与此次事件，他对此感触很深“中国是高度重视知识产权保护的国家，尤其在体育文创行业里，比如冬奥会冰墩墩，比如中超俱乐部的吉祥物，这些版权都是付出巨大经济成本，以及长时间积累才创造的价值，在有效的知识产权保护下，一方面可以让体育版权不断升级，建立健康的体育产业模式，同时也会让体育爱好者享受到更高品质的正版产品。因此这次中国警方重拳整治世界杯盗版产品行动，将会极大推动中国体育版权产业发展，甚至对整个体育产业而言都有很大意义。”

近年来，中国体育产业的快速发展离不开知识产权保护所做的贡献。2021年相关部门就打击奥运侵权行为出台了多项文件；2022年初，在冰墩墩异常火爆的情况下，也是国家多部门组成专项小组打击侵权假冒行为，保证了版权方的合法权利。最近几年中国体育版权产品行业发展迅速，不止是冬奥会、世界杯这样的大型国际赛事，国内体育赛事的相关版权产品也有巨大市场发展空间。版权产品销售是体育产业里面面向消费者领域最重要的基础业务，具有很大的普及型和推广性，它的发展也会带动体育产业表演业、制造业的发展。