

全民健身赛事活动有变化

赛事创新驱动全民健身热潮

本报记者 轧学超

随着人民群众生活水平的提高和健康意识的不断增强，健身正在成为广大群众不可或缺的生活方式。赛事活动作为推动全民健身的重要手段，其创新发展对于激发老百姓参与体育活动的热情、丰富群众体育生活具有重要意义。

传统的比赛模式往往较为单一，参与者的热情难以以长久维持。近年来，通过创新比赛形式，例如引入线上线下相结合的竞赛方式、增加互动环节、融入

科技元素等，使得赛事活动更具吸引力和趣味性。很多地方还引入新兴体育项目，如极限运动等，结合地方特色，用开发具有地域文化特色的体育比赛来吸引大家的参与。

在赛事服务升级、特色文化体验、文旅服务等方面，全国各地也在秉持“体育+”的发展理念，进一步加大对赛事创新的支持和投入。随着时代的发展，一些赛事活动还围绕社会热点和实际需求设置比赛项目，如环保主题体育大赛、科技创新体育竞赛等，使参赛者运动健身的同时，积极倡导更

加健康的生活方式。

要实现赛事活动的创新发展并非易事，需要赛事组织者具备敏锐的洞察力，能够及时捕捉社会变化和观念，要有足够的勇气和魄力去打破旧有的模式和观念，还需要社会各界的支持和参与，共同营造鼓励创新的良好氛围。赛事活动的创新发展是时代的需要，也是推动社会进步的重要力量，只有不断创新，才能让全民健身焕发出更加绚烂的光彩，为人民群众提供更好的服务。



选手在沙滩健康跑比赛中。中企体协供图

本报记者 冯蕾

职工体育作为提升职工体质健康、生活品质，增强企业凝聚力的重要手段，正经历着一场前所未有的创新发展变革。

“中国职工体育正在逐步走向世界舞台。”中国企业体育协会(以下简称“中企体协”)相关负责人介绍,2018年,中企体协成功加入世界企业体育联合会,这不仅为中国职工体育打开了一扇通向世界的窗口,也为我们提供了与国际同行交流学习的宝贵机会。

“去年在第四届世界企业运动会上,中国代表团取得了优异的成绩。”协会负责人介绍说,中国中车足球队力克东道主墨西哥企业冠军BOS队,勇夺世界冠军的那一刻,不仅让在场的每一位中国职工为之振奋,更让世界看到了中国职工体育的实力和风采。

今年12月,一场盛大的国际职工体育盛宴将在海南三亚拉开帷幕——2024中国国际职工沙滩运动会。与往届相比,本届运动会不仅正式升级为国际职工沙滩运动会,还吸引了世界企业体育联合会的支持指导,旨在吸引世界各地的运动员参赛,提升赛事的国际影响力。

“我们增设了多个项目,包括沙滩排球、沙滩健康跑、匹克球等,旨在让参赛者能够充分感受到沙滩运动的乐趣。”赛事组委会相关工作人员介绍说,运动会还纳入了智力运动项目,如桥牌、围棋等,为参赛者提供了更多元化的选择。

此外,科技赋能为赛事赋予全新的玩法和内涵。中企体协联合中国卫星导航定位协会等机构,共同推出了“北斗指向”系列定向赛事和活动。截至目前,相关活动已在四川、浙江、江苏、天津、安徽、河北、山东等7个省市举办了13次,累计参与人次超过80000人。“参与者只需进入电子围栏,通过手机完成电子打卡和线上答题,就能享受定向运动的乐趣。”来自深圳的职工王毅兴奋地分享道。

“北斗指向”还可与健步走、跑步、自行车、汽摩等多个体育项目搭载结合。在赋能全民健身活动的同时,也让广大群众切实感受到,大国重器已通过民用方式“飞入寻常百姓家”。

未来,将有更多智能化、个性化的体育产品和服务涌现,为职工提供更多元化、高品质的体育选择。

职工体育走出「国际范儿」

打造全民运动新场景

本报记者 刘昕彤

近日,合肥市第十三届运动会体育舞蹈比赛在合肥市蜀山区天鹅湖万达激情开赛。赛场上裙摆飞扬,舞姿翩翩,观众欢呼喝彩声响彻商场。现场万余名观众和500余名运动员的运动激情瞬间点燃。这是合肥市第十三届运动会“进景区、进街区、进商圈”的生动场景。

随着动感的音乐声响起,绚丽的灯光照亮商场中庭,选手们身着五颜六色的体育舞蹈服装翩翩起舞。商场中庭附近的楼梯、走廊满是围观的市民,观众们热情似火,呐喊声此起彼伏,现场气氛格外热烈。

陪伴孩子来参赛的市民张女士说,“这是第一次带孩子来商场参加这么大型的体育赛事,比赛场地选择在商场,既能在观众面前展示舞蹈,锻炼孩子成长,又能参赛、逛街、吃饭‘一站式’打卡,一举多得。”在赛事的加持下,商场人气爆棚,客流量和销售额与同期相比都有了明显上涨。

合肥市第十三届运动会共设置群众部和青少部2大别部73个大项,分别创新性地在13个县(市)区、开发区的景区、街区、商圈因地制宜举办。群众部登山比赛在巢湖银屏山风景区举办,让群众体验山野赛道感受自然风光;青少部定向比赛在瑶海区青年创意田园景区举办,打卡广阔田园坐标;青少部滑板比赛在包河区合柴1972文化街区举行,潮流赛事与文化街区牵手邂逅;群众部广场舞比赛在庐阳区淮河路步行街举办,超过3万名市民现场驻足观看,端午龙舟赛点燃少菱湖

景区热情……一场场赛事活动因地制宜办在群众身边,与景区、街区、商圈融为一体,为市民群众参与运动带去新场景。

自国家体育总局、商务部、文化和旅游部共同开展“体育赛事进景区、进街区、进商圈”活动以来,合肥市积极推动体育赛事进景区、进街区、进商圈,不断加大高质量体育赛事活动供给。截至7月上旬,合肥市第十三届运动会已成功开展55项赛事活动有近半的体育项目落在了景区、商圈和街区,共有15000多名运动员直接参赛,吸引超过18万市民观众现场观赛。

赛事相关负责人表示,相较于以往在体育馆、体育场内办赛,今年的运动会将运动场搬到了市民身边,带进了商圈,走入了景区,与广大人民群众零距离接触,有效地发挥了体育赛事综合效益,进一步促进体育与商务、文旅深度融合,将赛事活动带来的“流量”转换为经济的“增量”,为持续扩大消费贡献体育、商贸流通、文化和旅游力量。当前,合肥正以创建第二批全民运动健身模范市为目标,加快建设体育强市,广泛开展全民健身活动,深入推动体育赛事“三进”,全力构建更高水平的全民健身公共服务体系,不断满足人民群众对运动健身和健康生活的新期盼、新需求。



“云上赛事”呈现勃勃生机

本报记者 傅潇雯

首届“国家奥体杯”陆上赛艇线上运动会自6月中旬开幕以来,吸引了来自全国的健身爱好者,线上线下参赛人数已逾千人。云端的赛艇赛事,既能为传统体育提供全新接口,将虚拟现实技术融入体育赛事,使赛艇运动更接地气,让更多人了解此项运动的魅力,又能把赛事活动办到群众身边,推动了全民健身和全民健康的深度融合。

云赛事打破了时间、空间的束缚,降低了参赛门槛,最大限度地贴近群众,实现了全民、全域、全时参赛。各地结合自身特色和资源,打造了不同风格、特点的云赛事,带动了更多群众加入到全民健身的行列中来。

甘肃省第三届全民健身线上运动会目前正在火热开展,比赛将在线上持续至10月。运动会结合甘肃当地人文特色,引入“线上走长城”活动,涵盖健步、跑步、骑行、AI运动等多个项目,组织开展

形式多样、内容丰富的赛事活动,让全年龄段参与健身锻炼成为常态。

江苏省第五届网络全民健身运动会同样火热进行中,设置武术、足球、瑜伽、亲子微运动等33个竞赛项目。据了解,此项赛事自2020年推出以来已成功举办4届,在江苏省掀起一波全民“云”健身的热潮。据统计,运动会累计参与人次近1777万,关注人次近9697万。本届运动会在往年基础上优化升级,增设云周边板块,进一步丰富网络全民健身运动会的内涵,营造浓厚的全民健身氛围。

云赛事不仅限于传统的大众体育项目,也把一些小众的运动项目带到人们身边。如今,社区线上比赛、线上亲子比赛、线上健身PK……一些更贴近人们生活的赛事不断涌现,丰富着人们的体育生活,在线上拉近人们的距离,有些因体育而线上结缘的“搭子”更是从线上走到线下。云上群众赛事的创新性、渗透性、覆盖广,正在发挥着其特有的多元功能和综合价值。

景区扩大赛事“朋友圈”

本报记者 刘昕彤

在江苏盐城燕舞集团大洋湾景区内,古朴庄严的盐渻古镇9号楼“学养堂”里有人在立定跳远、有人绕杆跑、有人扔实心球……近日,国家体育锻炼标准达标赛盐城站走进大洋湾景区,古老的建筑因为一项体育赛事焕发出新活力。

“知道这个比赛放在景区里,特意带着儿子一起来,就想在比赛之后带他玩一下。没想到比赛就在这个古建筑中,在跑步的时候别有一番意义,也了解了很多关于这所古建筑的历史,主办方很用心,给了我们一次难忘的参赛体验。”参赛选手李欢说。

据了解,古色古香的盐渻古镇共有37栋古建筑,其中22栋是从原址搬迁到大洋湾,于2019年按照原貌修复建成的,包括17栋徽派民居和5栋山西四合院。在这里,300多名参赛选手不仅可以享受运动的乐趣,还可以泡茶、看戏、体验盐城的市井文化,大洋湾也有丰富的自然人文风光满足参赛者的多元化运动需求。体育赛事是体现体育

多元价值和功能的重要载体,也是体育融入经济社会发展大局的重要途径。

不久前,盐城大洋湾景区启动了“跟着赛事游盐城”促消费系列活动暨“体育赛事进景区、进街区、进商圈”活动,同时在景区的龙舟基地举办了盐城市第六届龙舟赛、2024中华龙舟大赛江苏盐城站两场赛事。在此次国家体育锻炼标准达标赛“三进”活动中,大洋湾景区也为活动安全保驾护航,并提供了一系列服务。

近年来,体育不断扩大“朋友圈”,和各行各业融合发展已成为推动地方经济发展的重要力量。为文旅行业注入了新的活力,促进了旅游业的转型升级。据悉,大洋湾从建设初期就规划了一系列高标准、国际化的体育场所,为各类体育赛事提供了坚实的硬件支撑,如龙舟基地、沙滩排球、滑板基地和全国青少年高尔夫培训基地等场所都已投入商业运营,同时积极探索体育与旅游深度融合的发展路径,努力探索“体育+旅游”的新模式。

赛事进商圈更贴近百姓

本报记者 顾宁

去商圈除了逛商场、买东西、吃美食还能做什么?现在,越来越多的赛事活动选择将在商圈举行,让市民在闲逛之余还能观看一场体育赛事。

随着“开赛”口令响起,数百名少年在上海市宝山区宝杨宝龙广场火热开跳,2024年中国城市青少年跳绳公开赛(宝山站)暨宝山区第五届运动会跳绳比赛正在这里进行。在超过8个小时的赛程里,宝龙广场中庭人山人海,参赛选手、随行家长及现场观众超过两千人。本次赛事项目设置丰富,个人项目、团体项目、速度类、花样类、大师赛,很好满足了广大青少年的参赛需求。作为家门口的全国级跳绳比赛,选手的家长笑称“参赛体验感拉满,以前总觉得大赛很远,现在参赛就像逛街一样,大大提升了孩子运动的积极性。”

据了解,此次比赛积极响应国家体育总局、商务部、文化和旅游部联合发布的《关于开展“体育赛事进景区、进街区、进商圈”活动的通知》,探索培育文旅体商结合的品牌赛事IP,因地

制宜,将赛场设置在上海市宝山区一线商圈,除了满足参赛者和观赛者对健康、活力、激情的追求,同时激发对周边经济的拉动效应,发挥赛事的溢出价值。

日前,在山东济南印象城,一场攀岩比赛火热进行。山东省第十四届全民健身运动会攀岩比赛暨济南潮流体育运动会中小学攀岩联赛上,参赛者在赛道上奋力向上,突破自我。恰逢周末,不少过路的市民驻足观赏比赛,看到参赛者们努力地攀登,有些观众不禁攥着拳头为他们加油助威。山东省攀岩协会相关负责人表示,“通过比赛进商圈,让更多人了解攀岩项目,爱上攀岩爱上体育。更重要的是结合商圈办赛事,可以给商场增加人流量,把周边的商家带动起来,未来我们将进行更多的尝试和探索。”

此次比赛走进商场,在主办方看来也是进一步提升攀岩项目知名度的一个好机会,让更多人看到攀岩运动的潮流与时尚。相关负责人表示,相比以往在体育中心之类的场地进行比赛,这次立足于商圈,选手们吃住都很方便,赛事的宣传效果也很好。



体育赛事进商圈