



本报记者 周圆

4月27日,2025年苏迪曼杯世界羽毛球混合团体锦标赛将在厦门凤凰体育馆打响。这是新奥运周期羽毛球项目的第一个世界团体大赛,与之前三届相比,正处于新老交替的国羽这次苏杯之旅将更加艰难,但无论如何,在主场冲击“四连冠”、力争第14次捧起苏迪曼杯是国羽将士不变的目标。

在国羽20人参赛名单中,石宇奇、陈雨菲、陈清晨、贾一凡、黄东萍5人连续5届入选苏迪曼杯名单,被称为苏杯“五朝元老”,让国羽有了更多底气。从2019年到2023年,石宇奇在苏杯扛起了国羽男单的大旗。本届苏杯依然需要世界排名第一的石宇奇在关键时刻站出来。以石宇奇目前的技战术水平来看,如果能保持良好的身体状态,他依旧有能力在苏杯独当一面。陈雨菲尽管还未恢复到最佳状态,但亚锦赛夺冠,让大家看到了她的能力,她仍是国羽女单的“压舱石”。同样扮演“压舱石”作用的还有巴黎奥运会女双冠军组合陈清晨/贾一凡。尽管新周期两人都在和不同的搭档参赛,但一旦“凡尘”合体,依然会爆发出强大的竞争力。国羽混双组合只剩下黄东萍一位经历了两个奥运周期的老将,她表示:“永远不要低估一颗想拿冠军的心,团结的力量才是最强大的!”

本届赛事,国羽新生代球员能否挑起大梁?翁泓阳、陈柏阳、刘毅、蒋振邦、魏雅欣、郭新娃6人首次入选苏杯名单,刘圣书、谭宁、梁伟铿、王昶则要第一次在苏杯中承担责任。作为年轻人,他们期待在苏杯这样的大舞台绽放,也做好了全力冲击的准备。“队伍更有朝气,会带来不一样的激情和氛围。”巴黎奥运会亚军、男双“00后”选手王昶说。目前世界排名第一、“00后”的女双选手刘圣书说:“我们在场上就是‘玩命干’,打出激情和气势。”“我会全力以赴为团队拿下这一分。”世界排名第二的女单“00后”选手王祉怡表示。

从对手方面来说,韩国队是上一届苏杯中国队决赛对手,本届依然是国羽最强劲的对手,他们拥有女单奥运会冠军安洗莹,世锦赛、全英公开赛男双冠军徐承宰,女双世界排名第三的白荷娜/李昭希,混双世锦赛冠军蔡侑玎等名将。除了男单,每个项目都能够与中国队抗衡。上届苏杯半决赛险些把国羽拉下马的日本人,整体实力同样不容小觑。此外,印尼队、马来西亚队等也都有一定竞争力。

新老交替、强敌环伺,国羽在本届苏杯的道路必定会荆棘密布,期待他们能够顽强拼搏、披荆斩棘,再次腾飞。

### 锲而不舍落实中央八项规定精神

## 党建引领聚合力 联学共建促发展

为推动深入贯彻中央八项规定精神学习教育,推动党建与业务深度融合,促进基层党组织的交流与学习,近日,国家体育总局体彩中心党委直属第四党支部、科技公司第二党支部携手反兴奋剂中心党委检查党支部和行政党支部,共同开展了“党建引领聚合力、联学共建促发展”为主题的联学共建特色主题党日活动,开展深入贯彻中央八项规定精神学习教育主题联学。总局体彩中心党员干部表示,通过深入学习中央八项规定精神,有效引导党员干部在日常工作中,坚决整治形式主义、官僚主义,切实改进工作作风,以务实、高效的态度为人民群众服务。

在党建与业务交流环节,党员干部参观了体彩数据中心。反兴奋剂中心党员干部表示,通过参观直观感受到科技赋能体彩事业所取得的创新成果,为后续党建与业务的深度融合提供了生动的实践参考,启发了新的工作思路。

在党建学习交流环节,反兴奋剂中心党委检查党支部介绍了反兴奋剂中心在党建工作方面的宝贵经验及在业务领域取得的显著成效,着重强调“以零容忍态度守护体育纯洁”的重要意义,彰显了反兴奋剂工作对于捍卫国家荣誉、

弘扬中华体育精神、促进体育事业健康发展的关键作用。体彩中心党委直属第四党支部、科技公司第二党支部分享了体育彩票高质量发展实践,并介绍了体彩中心党委在党建工作中的特色做法与成功经验,突出党建引领在推动体彩高质量发展进程中的核心地位与重要价值。

此次联学共建活动采用“理论+实践”“党建+业务”的模式,将深入贯彻中央八项规定精神学习教育与业务交流相融合,是跨领域党建联学的一次创新尝试。活动使大家更加深刻地理解和把握了习近平总书记关于“拿道德的金牌、风格的金牌、干净的金牌”的重要指示精神,更加坚定了在体育彩票领域牢固树立“安全的销量、健康的销量、负责任的销量”正确政绩观的战略定力,发扬斗争精神,树牢风险意识,守牢安全底线,打造忠诚、干净、担当的干部队伍,以卓有成效的工作推动事业高质量发展和高水平安全,共同为体育强国建设贡献力量。

总局体彩中心党委直属第四党支部、科技公司第二党支部、反兴奋剂中心党委检查党支部和行政党支部的党员、干部共60余人参与本次活动。

(杨天婴 翟羽佳)

## 赛事经济解锁体育产业“流量变现”密码

本报记者 王辉

当青岛世界杯预选赛的呐喊声穿透夜空,当吉林北大湖滑雪场的雪道迎来各大赛事,当浦口马拉松的“春江十里”赛道涌动奔跑热潮,中国体育产业正以赛事为杠杆,撬动经济、文化与民生的多维共振。从北国冰雪到南国热土,这台“永动机”正释放着前所未有的动能。在日前召开的2025年全国体育产业工作会议上,通过与与会代表交流发言与现场采访,记者发现,我国赛事经济的产业链正在持续延伸,逐步成为经济发展的“强心针”。

### 品牌赛事IP:激活城市的经济密码

山东青岛通过一场世界杯预选赛书写了赛事经济的“教科书级案例”。3.7万观众涌入青春足球场,单场赛事直接收益达8000万元,带动酒店入住率飙升至98%,周边商圈营业额增长300%。这场赛事不仅撬动了青岛“体育名城”的品牌价值,更创造了5亿元的综合经济效益。

作为世界田联标牌赛事,浦口马拉松历经九年成长,从区域性尝试跃升为全国标杆。以“奔跑”为纽带,赛道将竞技挑战、文化传承与城市发展深度融合。赛事期间浦口区酒店入住率同比提升120%,文旅消费环比增长近90%,成功解锁城市经济发展的“流量密码”。

### 文旅融合:从速度激情到深度体验

陕西杨凌农科城马拉松创新“体育+农业”模式,设

计四条主题旅游路线,让跑者在24小时内完成从速度激情到农业科普的场景切换。数据显示,参赛选手平均停留2.3天,人均消费达1800元,直接推动当地旅游收入增长37%。

吉林北大湖滑雪场的“冰雪+”产品组合更具想象力:零下20摄氏度的雪道与40摄氏度的温泉形成反差,搭配民族美食与萨满文化,打造出独特的文体旅商融合场景。2024—2025赛季,该雪场接待量突破110万人次,实现“冷资源”向“热经济”的完美转化。

### 全链条延伸:构建赛事经济生态系统

广东佛山南海区的“龙超联赛”通过四级联动赛事体系,将500场龙舟赛事串联成链,覆盖龙舟制造、水上表演等12个产业链条。以“叠滘漂移”为核心的赛事集群,2024年带动相关产业增收超3亿元,成为县域经济新增长极。

陕西社区运动会则将赛事经济的触角延伸至基层“毛细血管”。延安延川县的社区趣味运动会吸引3200名居民参与,同步举办的农产品展销会推动红枣、苹果销售额同比增长41%。这种“体育下乡”模式,不仅激活了农村消费市场,更让全民健身理念扎根黄土。

### 制度创新:为赛事经济注入发展动能

山东省通过建立赛事申报、认证、评估和奖补机制,为高质量发展提供制度样本。2024年举办千人以

上赛事525场,实现直接经济效益83.41亿元。其核心在于量化赛事等级、参与人数等指标作为奖补依据,构建“政府引导、市场主导、社会参与”的良性循环。

陕西的“一票双享”机制则展现跨产业协同的魔力。世界斯诺克西安大奖赛推出的门票与景区联票模式,使赛事门票销售增长28%,旅游收入增加1.2亿元,实现“1+1>2”的产业乘数效应。

### 未来展望:重塑区域发展逻辑

随着十五运会筹备推进,广东构建“体育+文旅+商业+科技”四维模型,计划将赛事流量转化为50亿元经济增量。从广州南沙网球挑战赛“体育+科技”,到揭阳龙舟赛的“体育+民俗”,多维融合正在重塑赛事经济边界。

杭州亚运会场馆赛后运营提前布局,效果已初见成效。黄龙体育中心通过“赛事+演艺+会展”多元模式,预计2025年场馆利用率提升40%,带动周边经济效益增长20亿元,形成“永不落幕的赛事经济”。

当体育遇见经济,当赛事邂逅城市,这场跨越产业边界的化学反应正在重塑区域发展逻辑。从青岛的国际赛事矩阵到吉林的冰雪经济样本,从浦口马拉松标牌赛事到西安的社区运动会,赛事经济这台“永动机”正以融合为笔、创新为墨,书写着中国式现代化的生动注脚。未来,当更多城市读懂赛事经济的“流量密码”,体育产业必将绽放出更加绚烂的经济之花。

## 一场武术赛事真人秀“文化突围”的背后

本报记者 卢苇

两个半月,全网话题总曝光量达6.11亿,迅速登上优酷男性爱看榜第一名,10个话题冲上微博热搜榜,爆款视频单条阅读量逾千万,新建官方视频号涨粉11万,官方公众号点赞互动量成百倍增长,行业内外好评如潮……

这是由国家体育总局武术运动管理中心主办,海澜飞马水城、天之翼文化传媒联合出品的《中国武术王中王》节目给出的亮眼数据。节目火爆出圈的背后,是总局武术中心、中国武协努力探索武术赛事市场化运作模式、打造具有广泛影响力品牌赛事平台、推动新时代武术创造性转化、创新性发展的新尝试、新实践。

### 传统武术赛事综艺化

将传统的武术赛事进行综艺化是武术中心、中国武协的一次大胆尝试。总局武术中心主任张玉萍表示,“武术所蕴含的匡扶正义、爱国爱民、德艺兼修的品质能够体现中国人对个人与国家关系的整体观、系统观,以及和平、和谐等价值观。但这样一个既古老又现代的运动,在信息化、数据化的时代,需要研究怎么能够提高它的吸引力,特别是对年轻人。”

正是出于这样的考量,武术中心在国家体育总局的指导下,坚持“守正创新”原则,于2024年12月29日在网络平台推出了首档国家级武术赛事真人秀《中国武术王中王》。该节目以真人秀形式,由赵文卓、赵长军、徐向东等武英级运动员担任导师团,对来自全国26支专业队的100多位参赛选手进行武术基本功、文武双全测试等环节的考核。

从2024年12月29日上线,到2025年3月2日第一季完播,两个半月的时间里,《中国武术王中王》好评如潮。不少观众都表示“看得过瘾”“太短了看不够”“下一季什么时候开始”……“过去大家从影视作品和小说里看到的武术有些是脱离实际的,加上一些‘假大师’对武术造成了不好的影响。《中国武术王中王》这样的节目能够振奋人心,激发大家的民族气节、爱国情怀和文化自信,起到了非常好的正面引导作用。”张玉萍说。

节目制作方相关负责人张力则称之为“祛魅”与“赋能”的双向突破。“从文化传承层面来看,民间想象与专业武术体系间存在着鸿沟。武术受仙侠文化和影视作品的影响,在大众的认知中被赋予了诸多虚无缥缈的色彩。这种偏离武术本质的认知,削弱了武术的功能价值和正能量,亟需激浊扬清、正本清源。从社会层面来看,部分文化现象对青少年产生了不良影响,亟需正向引领。”他认为,只有深入挖掘武术的内涵、精髓,并将其融入日常生活,让大众既练就武艺,又遵循武德,体悟武魂,才能推动武术广泛传播,构建起更多元的大众武术认知体系。

(下转第二版)



本报记者 丰佳佳

户外运动正成为人民群众休闲生活的新选择,持续增长的户外运动产业正成为中国经济增长的新引擎。国家体育总局办公厅日前公布的体育领域国家级“专精特新”小巨人企业名单(2024年)中,多家户外运动装备研发生产相关企业入选。从露营用品、自行车配件,到钓鱼用具、防割服,再到水上运动科技产品、智能运动相机,丰富的细分品类不仅展现了我国户外运动产品供给能力不断提升,也体现了户外装备制造行业在强链补链、构建高水平产业体系方面的努力。

科技创新能够催生新产业、新模式、新动能,推动了体育制造业不断向高端化、智能化、绿色化发展。深圳是中国科技创新的前沿阵地,众多科技企业在此孵化,成为新

## 户外运动装备设施供给更丰富更优质

### ——国家级“专精特新”小巨人体育企业系列报道之二

技术、新产品的摇篮。体育领域已然成为深圳互联网巨头和创业公司竞速的热门赛道。本次公布的体育领域小巨人企业名单中,深圳有18家企业入围,业务涉及体育赛事医疗保障、运动康复设备研发、虚拟赛车运动装备、户外运动相机制造、滑板车生产、智能穿戴设备研发生产、水上运动科技产品研发生产、无人机制造以及无人机飞行与编队表演等多个细分领域,多家企业的业务聚焦户外运动产业链。普渡智能科技研发生产的电动水翼冲浪板和水下助推器市场份额占比超过40%,是该细分领域的隐形冠军。鳍源科技则在水下运动拍摄、直播设备研发生产方

面有所建树,还在海洋工程、应急救援、生态监测等多个领域突破了水下关键技术壁垒,为推动水下人工智能技术的发展作出贡献。乐骑智能科技则在智能电动滑板车、平衡车和酷玩类产品领域大显身手,产品远销全球30多个国家和地区。

体育领域小巨人企业名单中,自行车整车及配件制造、骑行装备相关企业超过10家,当下的骑行热潮不仅让众多国产自行车老牌企业焕发“第二春”,也为产业链上下游的新产品、新技术、新材料、新工艺以及智能化研发应用注入强心剂。在轻量化材料领域深耕的厦门鸿基伟业在碳纤维

自行车车圈、轮组等核心部件上突破行业瓶颈,自主研发的碳纤维自行车车圈全球市场占有率达20%,其产品被环法等公路自行车赛的顶级车队采用,展现中国制造的硬实力。宁波巨隆机械是自行车零部件行业名副其实的“小巨人”,专业生产脚踏、车头碗、中轴及中轴组件、液锻等自行车配件产品,该公司生产的脚踏全球市场占有率达40%以上,远销100多个国家和地区。唐山金亨通过持续加大研发投入,制造出国内首款碳纤维助力自行车车架,成功跻身国际自行车行业高端市场,公司研发的轻量型公路车、碳纤维助力轮椅等产品远销加拿大、荷兰、波兰等国。兰溪轮峰是目前国内最大自行车链轮曲柄生产和出口企业,其市场份额占国内的50%,全球的25%,是首个拥有该项产品研发制造专利的中国企业。(下转第二版)