

构建三级培育体系 借品牌赛事破圈

八闽点燃“体育+旅行”消费新引擎

本报兼职记者 刘小珠

近年来，福建把体育赛事作为培育新消费增长点的重要抓手，通过构建各级党委政府重视、各部门协同有力、省市县三级联动的赛事经济发展新格局，创新建立省、市、县三级重点品牌赛事培育体系，让赛事的辐射带动效应在八闽大地持续释放。

2024年，福建省多部门联合向社会公开发布“跟着赛事去旅行”赛事目录，全年共举行210场赛事，联动281个景区景点。同时，在“全闽乐购”“文旅联万家”“以旧换新”等系列活动中植入体育元素，引人流促消费，为经济社会发展增添活力。

数据显示，2024年福建省共举办各类品牌赛事784项，吸引近370万人次参与，带动消费超40亿元，全省体育消费总规模达1022.07亿元，人均体育消费达2443.38元。

其中，在以马拉松、自行车、越野跑和水上桨板等4个项目为主的省级联赛带动下，福建全省举办相关赛事共161项，吸引人流达119.64万人次，带动消费超17亿元。

值得一提的是，去年福建省还成功引进了世界田联钻石联赛、足球世界杯亚洲区预选赛等国际级高水平品牌赛事。在足球世界杯亚洲区预选赛中，中国队与日本队的比赛现场观赛人数达45336人，创福建省单场比赛观赛人数新纪录，吸引外地球迷超3万人，带动经济收入超1.3亿元。

“体育+”融合发展 赛事赋能城市活力升级

为进一步发挥品牌赛事在推动文旅商体融合发展、扩大文旅商体消费的积极作用，2025年，福建省多部门再次联合印发了关于《实施“十、百、千”八闽名赛培育工程，发展赛事经济、提振赛事消费》的通知。

2025年“十、百、千”八闽名赛培育工程赛事目录，着力打造10项有国际影响力的品牌赛事、100项有全国影响力的品牌赛事，全年举办品牌赛事超过1000项。

2025福州国际龙舟邀请赛、建发厦门马拉松、苏迪曼杯羽毛球团体混合锦标赛以及第二届“王文教”杯羽毛球系列赛事等多项具有国际影响力的品牌赛事在福建轮番上演，不仅掀起全民健身热潮，更以“体育+”模式释放多元消费潜力，推动赛事经济与城市活力深度融合。

以厦门马拉松赛事为例。每年比赛期间，来自世界各地的跑者和家属齐聚厦门，除了参与比赛，还会游览当地的名胜古迹，品尝特色美食，入住酒店民宿，为厦门带来了可观的旅游收入。2025厦门马拉松吸引了来自全球46个国家和地区的3.5万名跑者参赛，为厦门带来超11亿元经济效益。

作为大众广泛参与的体育赛事，厦门马拉松不仅为旅游、餐饮、住宿等行业创造显著的衍生价值，也为企业提供了展示品牌的绝佳平台。

据悉，自2009年特步成为厦马顶级战略合作伙伴后，借厦马平台发布新品、开展行业交流、收集跑者需求，在路跑装备领域品牌影响力持续攀升，成为中国赞助马拉松赛事最多的运动品牌。

目前厦门有超过300家体育用品制造企业，包括特步、安踏在内的6家国产知名运动品牌，将总部、研发中心、运营中心设在厦门。这些品牌紧抓马拉松赛

事带来的市场机遇，不断加大科技研发投入，推动产品创新与升级。如今，厦门已发展成为中国运动鞋、服装、运动眼镜、户外用品的主要出口基地。同时，也是亚洲最大的健身器材出口基地。

传承文化 搭建桥梁 赛事助力区域协同发展

品牌赛事不仅是竞技角逐的舞台，更是一座城市向世界展示形象的重要窗口。一场成功的赛事，能让外界更深入地了解城市的文化底蕴、风貌特色和发展活力。

在福建，品牌赛事已然成为撬动多元发展的强劲杠杆。赛事主办方以体育为核心，串联起展销、文旅、商业等资源，举办体育用品展销会、体育文化节等各类配套活动。这种“体育+旅游+文化+商业”的多元融合发展模式，不仅延伸了赛事产业链条，更催生出沉浸式观赛、赛事主题旅游等新业态，为区域经济注入全新动能。

福建深厚的文化底蕴在赛事舞台上焕发新生。通过赛事转播、社交媒体裂变传播，福建的茶文化、海丝文化等特色IP跨越地域界限，从闽地走向全国、迈向世界，显著提升了福建的文化软实力。

品牌赛事不仅是福建区域协同发展的“黏合剂”，更成为推动两岸融合发展的重要桥梁。福建省内各地立足特色资源，打造差异化赛事品牌，形成优势互补的协同发展格局。泉州南少林武术大赛、宁德“茶BA”等特色赛事不仅成为展示地域文化的“金名片”，更促进了区域间的人员往来、产业协作与文化交流，让体育赛事成为串联山海福建的重要纽带。

与此同时，福建持续发挥区位优势，积极搭建两岸交流平台。着力打造的赛事品牌“同心杯”闽港澳台篮球邀请赛、海峡两岸棒球文化节以及龙舟竞渡、舞龙舞狮等中华优秀传统文化活动相继成功举办，不仅让两岸同胞共同感受到同根同源的文化魅力，深化了情感共鸣与文化认同，也为两岸关系和平发展注入更多温暖力量，让血脉相连的情谊在体育竞技中愈发深厚。



甘肃青少年科技体育竞赛临夏启幕

本报讯 近日，由甘肃省体育局、省教育厅、省科协、团省委、省妇联联合主办的2025年“飞向明天 驾驭未来”甘肃省科技体育系列赛事活动启动赛——“奔跑吧 少年”儿童青少年主题健身活动暨第二十六届“飞向北京·飞向太空”甘肃省青少年科技体育航空航天模型无人机教育竞赛在临夏市拉开帷幕。

此次竞赛吸引来自全省13个市州的318支代表队共5007名运动员、教练员、领队参加。在为期4天的赛程中，他们围绕3个大项、33个小项共6588项次比赛展开角逐。

飞机模型组的比赛中，小运动员手执心爱的飞机模型，发令枪响后，一道道优美的弧线在体育场上空升腾而起。无人机组赛场上，选手们化身“消防”队员，通过遥控飞行，使无人机在规定路线完成“取水”“灭火”“返航”任务。无人机足球可谓是此次比赛的“明星项目”，队员们3人一组，在网围起来的模拟空间内操作无人机“闪转腾挪”，越过层层防守带球冲向对手的“球门”。

据了解，“飞向明天 驾驭未来”甘肃省青少年科技体育系列赛

事是甘肃省体育局牵头联合各厅局打造，甘肃省航空运动学校、甘肃省航空运动协会、甘肃省无线电定向运动协会推动举办的品牌赛事，在各部门和地方政府的大力支持下，赛事自2007年首次举办以来，已连续举办15年，规模不断扩大，影响持续攀升。经过长期办赛推广，目前，无人机、机器人、定向越野、无线电测向、航空模型等项目已逐步成为陇原青少年熟知和喜爱的项目，科技创新、健体益智、体教融合、全面发展等理念日益成为赛事提质升级、优化供给的新动能。随着赛事规模日益扩大，参赛人数屡次打破全国纪录，甘肃当前青少年科技体育赛事活动年参与人次超20万，“飞向明天 驾驭未来”“波跃陇原 打卡甘肃”甘肃省青少年科技体育系列赛事已发展成为全省乃至全国有品质、有规模、有影响的青少年科技体育赛事IP，为推进西部体育强省建设作出了积极贡献。赛事自带的巨大“流量”导入效应，为各地体育消费，文旅和经济社会发展带去了可喜的“增量”，“体育+文化+旅游”的发展模式取得了显著成效。

（冯欣 张恺）

校园武术试点学校师资培训班佛山举办

本报讯 2025年校园武术试点学校（广东省）师资培训班日前在佛山高明开班。来自广东省各地的211名教师与武术教练员齐聚一堂，以武会友，共同开启为期5天的校园武术实践新篇。

此次培训旨在进一步贯彻落实国家体育总局关于加强青少年体育工作的重要部署要求，推动武术在校园的普及与发展，提升教师的武术教学水平，为校园武术工作筑牢根基。

广东省武协相关负责人表示，近年来，国家将武术纳入《义务教育体育与健康课程标准》，广东省更将“武术特色学校”建设纳入教育质量考核。本次培训紧扣这一战略需求，聚焦锻造校园武术“领航者”。通过系统培训，提升学员武术教学能力，助力武术成为校园文化建设的“硬核力量”。

此次培训采用理论与实践相

结合的方式，培训内容丰富多样，涵盖了武术教学法、青少年运动心理学、校园赛事组织实务、校园武术大课间教学场景、分组设计课程方案等多个方面。核心技术内容以地方特色拳种为基础，结合广东南拳段位制技术编制的洪拳操、蔡李佛拳操、咏春拳操以及白眉拳操，做到易教、易学、易练，做到在校园中快速推广普及，并确保武术教学标准化与武术文化传承的一致性。

近年来，广东开展了多期校园武术师资培训班，近700多所中小学校共计3114名师资通过培训推广和普及了武术项目，为武术进校园提供骨干力量，为体教融合走出了一条具有广东特色的可持续发展路径，广东武术进校园实现飞跃式发展。

本次培训班由国家体育总局武术运动管理中心主办，广东省武术协会承办。

（黄心豪）

中外大学生汇聚蓉城骑行迎世运

本报讯

近日，以“骑行蓉欧青春无界”为主题的2025蓉欧国际大学生山地自行车挑战赛在四川省成都市青白江区福洪镇正式启动。本次赛事获中国自行车运动协会、成都市体育局指导，吸引新加坡国立大学、法国北方高等商学院、北京体育大学、四川大学、西南科技大学、贵州大学等55所国内外高校的近500名大学生同台竞技，为成都打造“骑跑运动之都”体育品牌再添新活力。

比赛所用赛道依托四川省山地自行车训练基地，对原有赛道进行提档升级，80%为非铺装路面，垂直落差高达80米，巧妙串联技术性极强的泵道系统，具有很强的挑战性、竞技性、观赏性，对选手的控车技巧、体能分配和临场反应提出严峻考验。

据了解，借助TREK杯第19届亚洲山地自行车锦标赛、全国山地自行车冠军赛等高级别赛事的办赛经验，青白江区福洪镇持续放大2025蓉欧国际大学生山地自行车挑战赛的综合效益。赛事期间，接地气的“山野集市”人潮涌动，展销的桃子、杏子、彩色小番茄等特色农副产品深受游客欢迎。参赛运动员充当农产品“推荐官”，走进桃园参与油桃采摘，积极向周边游客、参赛运动员宣传推广，以暖心行动高效助力乡村振兴建设。

今年8月，2025成都世运会将开幕。为营造“全民参与、共享世运”的良好氛围，本次活动现场还设置了飞盘、曲棍球、台球、射箭等世运会体验项目，成都世运会吉祥物“蜀宝”“锦仔”亮相赛事主会场萌翻全场，生动诠释了“运动无限气象万千”的良好氛围。此外，主会场的体育文化展也十分吸睛，2008年奥运火炬、2023年成都大运火炬等展品吸引了运动员、游客参观打卡。

（李 博）



鲁 彩

在竞争日益激烈的今天，品牌推广要想脱颖而出，打造差异化竞争优势，本土化策略和落地传播尤为关键。近年来，山东潍坊体彩深入挖掘地域文化符号，聚焦本土活动资源，将公益体彩品牌推广与城市IP、地方文旅活动、特色体育赛事、地域民俗文化等进行深度融合，积极探索品牌宣传方式，通过定制化的内容呈现，实现与大众的有效沟通和情感共鸣，用心打造公益体彩品牌，书写了一份颇具地域特色的“潍坊答卷”。

文化赋能 让公益形象“飞”起来

潍坊是世界风筝之都，风筝是这座城市的代表性符号。每年4月在潍坊举办的国际风筝会吸引全世界的目光，“万物皆可飞”的奇观屡次登上热搜。潍坊体彩已连续三年参加潍坊国际风筝会，特殊定制的“乐小星”大风箏亮相风筝会惊艳“出圈”，同时现场组织开展体彩品牌落地推广活动，以亲近自然、潮流休闲的场景增加与购彩者的互动。在这个活动中，公益品牌不再是抽象的概念，而是可感知、可触摸的可视化城市文化符号，浪漫有趣的生动画面也引发观众更深刻的情感共鸣，不仅记住了体彩的

公益形象，也强化了对城市文化的认同感。

跨界融合 让公益体验“热”起来

潍坊体彩不断探索品牌跨界融合。2024年6月，潍坊首家风筝主题品牌宣传店建成开业，门店位于杨家埠民俗大观园景区附近，将青春梦想与风筝非遗文化巧妙融合在一起。体彩品牌元素利用立体空间亮化呈现，活泼可爱的“乐小星”和精美靓丽的风筝元素点缀在店内的不同角落，在风筝主题店，不仅可以欣赏风筝艺术墙、了解风筝文化，店里还组织开展非遗风筝扎制主题活动，体彩店从销售终端升级为社交场所，吸引了大量年轻群体关注。

潍坊体彩充分利用本地体育赛事资源，结合潍坊市体育旅游消费季等一系列重点特色赛事开展品牌宣传推广活动，例如世界风筝都乐跑嘉年华、潍坊市龙舟大赛、“齐鲁天路”潍坊市自行车赛、潍坊马拉松等，将责任彩票宣

“彩”鸢追梦“益”线牵 ——体彩品牌推广的“潍坊密码”

传融入特色品牌赛事场景，通过游戏互动、产品体验、公益展示、节目表演等多种形式，让品牌宣传不再是单向输出，而是互动体验。

生动表达 让公益传播“乐”起来

如何让公益品牌吸引年轻人？答案是用年轻人的语言讲故事。在国际风筝会上，“乐小星”人偶和巨型风筝的组合，年轻人争相拍照打卡，自发在社交媒体传播，形成裂变效应，“幸运打卡点”“拍照打卡送风筝”成为年轻人“圈粉”的对象。

5月2日举行的2025“文山潍水”昌邑半程马拉松活动中，潍坊体彩通过在参赛包赠送大乐透“幸运彩票包”的形式拉近与跑者的距离。2025寿光半程马拉松活动中，潍坊体彩开展线上扫码赠票活动，市民争相参与，现场气氛火爆，当日恰逢母亲节，寿光体彩办还精心准备了气球、艾草香包等小礼品免费送给观众，有效提升了品牌好感

度。潍坊体彩把赛事流量转化为线下消费，也实现了从线上关注到线下体验的闭环。

2024年国庆节期间，潍坊体彩将“嗨Fun体彩之夜”活动融入潍坊日报社主办的“潍坊好奇乐透生活节”之中，并将潍坊方言融入活动主题，同时现场为大家免费发放500份蛋糕祝福祖国生日快乐。共同打造热点话题，开展短视频线上推广，累计曝光人次突破60万。

在去年的大乐透派奖活动期间，潍坊体彩策划拍摄了“乐透潍坊”系列短视频，通过介绍潍坊肉火烧、朝天锅等美食，挖掘地域特色美食文化符号，增加了品牌流量和曝光度。

三维共振，四维融合。体彩品牌推广的“潍坊密码”，本质上是“如何让公益品牌更有温度”的实践探索，把公益品牌结合城市特色IP，不断创新融合共生共长，体彩故事才能讲得更加动人。