

从田间地头到文化广场

村舞“跳”出乡村经济新赛道

本报记者 赵 萌

从宁夏的村舞交流展示到新疆的群众舞蹈大赛，从贵州的特色斗舞会到河南的村舞文化合作社，村舞近日以多样的形式在乡村大地绽放光彩，丰富村民的精神文化生活，带动乡村经济的蓬勃发展。

宁夏：体育搭台 农产品唱戏

“大地流彩·2025年全国和美乡村村舞交流展示活动”近日在宁夏灵武市梧桐树乡杨洪桥村落幕。这场活动吸引了全国28个省区市的村舞爱好者齐聚一堂，他们用灵动的舞姿展现乡村的独特魅力，同时为当地带来了经济效益。

村舞作为“大地流彩—全国乡村文化振兴在行动”系列活动的重要组成部分，是中国农民体育协会创新推广的“村字号”体育品牌活动代表。活动涵盖“舞出时代风”乡村舞蹈和“舞出中国味”乡村传统体育两个项目，包含广场舞、武术套路、太极拳等多种形式，充分展现了乡村文化的多元性。

为了推动农民体育活动与农产品展销、乡村旅游深度融合，本次村舞活动同期举办了村舞共创营、非遗民族秀、乡土风物集等多元体验项目，吸引了上万人次参与。在梧桐乡野自然生态旅游度假区设置的83个展位，汇集了宁夏22个县市区的300余种特色美食农特产品。游客们在这里不仅可以品尝地道的宁夏特色小吃，还能买到宁夏枸杞、莎妃蜜瓜、沙坝头西瓜等地方特色农产品。这种体育与农产品展销相结合的模式，为宁夏的农产品打开了更广阔的市场，促进了农民增收和乡村经济发展。



2.92亿人参与 1875亿元消费

冰雪经济创新驱动全产业链高质量发展

本报记者 赵 萌文/图

日前，国家体育总局冬季运动管理中心连续第二年发布《大众冰雪消费市场研究报告（2024—2025冰雪季）》（以下简称《报告》）。《报告》从全国居民参与冰雪运动人数、消费规模、产业经营主体等多维度进行统计分析，呈现了我国冰雪运动产业的发展成效。

场地设施：室内滑雪场崛起

截至2025年4月，全国正常营业的滑雪场达865个，较上一冰雪季增加3个。其中，室外滑雪场786个，减少17个，降幅2.1%；室内滑雪场（真雪）79个，增长20个，增幅33.9%，且仍有16个在建。这一变化表明，南方市场对室内滑雪的需求持续释放，室内滑雪场凭借不受季节和地域限制的优势，成为冰雪消费的新增长点。

在国家级滑雪旅游度假区方面，2024—2025冰雪季，26家国家级度假地接待滑雪游客3765万人次，实现收入243亿元，展现出强大的市场吸引力和经济效益。

参与人群：消费意愿增强

2024—2025冰雪季，全国居民冰雪运动参与人数达2.92亿人，参与率20.61%，较上一冰雪季增加约2744万人，参与率提高1.93个百分点。其中，参与“冰雪运动项目”的人数达0.81亿人，增长42%，参与率提高2.16个百分点。

从更广泛的冰雪运动类型看，参与“民俗冰雪活动”的18岁及以上居民人数最多，达1.44亿人，参与率12.87%；其次是“冰雪观赏体验类活动”，参与人数1.12亿人，参与率10.02%；“冰雪运动项目”和“陆地冰雪运动项目”参与人数分别为0.81亿人和0.41亿人。

消费规模：结构多元升级

2024—2025冰雪季，居民参与冰雪运动及带动消费规模超1875亿元，同比增长超25%。全国滑雪

新疆：“我们村的舞”点亮乡村经济

2025年“我们村的舞”群众舞蹈大赛在近日乌鲁木齐市文化公园收官。自4月启动以来，新疆各地掀起了参与热潮，大赛期间直接参与人次超过460万，举办各级赛事近3000场，抖音平台“我们村的舞”话题播放量突破1.5亿次。

伊犁哈萨克自治州各县市乡镇累计举办初赛111场次，740支队伍、近万名群众用舞步展现了村庄的新面貌。随后，各县市及兵团通过12场半决赛的激烈角逐，从159支队伍中选拔出13支队伍、396名选手站上州级决赛舞台。

伊犁哈萨克自治州党委宣传部副部长李向阳表示：“从春到夏，从田间地头到文化广场，各支队伍以舞蹈为纽带，展现了乡村文化的活力，带动了经济增长。”下一步，伊犁将组织获奖优秀节目前往乌鲁木齐参加自治区“我们村的舞”展演活动，进一步扩大活动的影响力，为乡村经济发展注入新动力。

贵州：“斗舞会”创新方式拉动消费需求

“在抖音上刷到的贵州斗舞会，特意从重庆开车来现场感受，搞得真不错，比在抖音上看更有氛围感！”重庆游客王宁对贵州斗舞会赞不绝口。

余庆县教育体育局相关负责人介绍，近年来，余庆县积极打造特色文化品牌“贵州斗舞会”，以“斗舞会+烟花舞龙表演+露天DJ”等创新方式，融入余庆高矮人舞、钱杆舞、花灯戏等非遗文化元素，吸引了大量游客前来观赏体验。这不仅拉动了余庆景区景点旅游、烟花、余庆干净茶等产业的发展，还使得游客对餐饮、住宿等消费需求日渐增大。

据统计，“贵州斗舞会”开办以来，吸引各地游客197.25万人，接待过夜游客30.71万人次，同比增长1.83%，实现人均花费1085.16元，同比增长2.73%。这一系列数据证明了“斗舞会”对贵州乡村经济的强大带动作用。

河南：“村舞”文化合作社走出市场新路子

自2020年以来，汝州市深入挖掘整理流行的“铁圪塔”舞、大铜器舞等原始舞蹈资料，将其融入现代的“打铁梨花”舞、铜器舞、龙鼓舞中，并结合群众喜欢的广场舞、交谊舞、戏曲舞、独舞等，形成了独具汝州特色的村舞文化。

近年来，汝州市积极组织村与村之间、乡与乡之间的村舞交流活动，每年达670场次，市级展演交流24场次，地市级、省级展演交流8场次。通过这些活动，汝州“村舞”积累了丰富的资源，为走向市场奠定了基础。

目前，汝州市已有8个类别的88支“村舞文化合作社”在市场中备受青睐，前景可观。每年创收130多万元。其中，汝州市南关铜器舞蹈文化合作社发展成员180余人，每年商演收入20多万元；汝州市米庙镇安庄村龙鼓舞文化合作社40多名队员，自2024年5月至10月已创收17.3万余元；汝州市西东铁梨花文化合作社每年商演收入16万元；汝州市北刘村舞蹈文化合作社每年收入3万余元。汝州村舞文化呈现出自立、自强、可持续发展的良好态势。

各地村舞活动蓬勃开展，既展现乡村美景与文化底蕴，又丰富消费场景，在《促进农产品消费实施方案》等政策助力下，为农产品市场繁荣筑牢根基，推动乡村经济腾飞。未来，村舞将持续释放活力，成为乡村经济发展的强劲动力。

从赛道到产业的生态革命 骑游赛事驱动文体旅深度融合

本报记者 王 辉

河北省张家口市万全区日前迎来一场特殊盛会——中国自行车运动骑游大会（草系列）万全站的比赛。近千名骑手沿着63.4公里特色赛道飞驰，赛道串联起明代卫所遗址、草原生态区与乡村旅游带，赛道外秧歌队与舞龙舞狮的热闹场景与骑手们的速度激情形成强烈反差。这场骑游盛会火爆的背后，折射出中国自行车运动赛事正在经历一场由单一赛事向“文体旅商”深度融合的生态革命。

赛道重构：从竞技场到文化展演厅

过去传统自行车运动赛事的赛道设计往往聚焦于难度系数与竞技公平性，而新一代骑游赛事的赛道规划正经历从“技术导向”到“文化叙事”的范式转变。在青海举办的第二十四届环大美青海国际公路自行车赛中，骑手在竞速过程中可直观感受青海湖生态保护成果与多民族文化交融。

此次张家口万全站的赛道设计更具历史纵深感，赛事特别设置“卫所文化体验

段”，骑手需穿越明代夯土城墙遗址，在颠簸的古城砖路上感受历史脉动。这种将物质文化遗产转化为可体验的动态场景的做法，使赛事成为移动的文化展演厅。数据显示，参与万全站的骑手中，大多数人都表示因赛事首次深入了解了明代卫所制度，这种文化认知的转化效率远超传统博物馆参观模式。

产业共振：从赛事经济到生态价值链

如今骑游赛事的产业赋能效应正突破传统赛事经济的边界，形成“赛事引流—消费转化—产业升级”的闭环。在2025年大运河自行车系列赛淮安盱眙站中，赛事组委会与天泉湖旅游度假区深度合作，推出“骑游套餐”，参赛者可凭号码布免费游览铁山寺国家森林公园，住宿餐饮享受协议价。这种设计使赛事期间度假区酒店入住率大幅提升，远超同期平均水平。

更深刻的变革发生在制造业领域。环青赛组委会与东风日产达成“赛事+新能源”合作，探索低碳交通与赛事场景的深度融合。赛事期间，100辆搭载智能能耗监测系统的保障用车实时采集碳排放数据，这些数据不

产业集群箱

上半年体育用品出口额超149亿美元

幅下跌0.81%，总体保持稳定。

在严峻的国际贸易环境下，体育用品出口顶住多重压力，运行稳健，充分显示出我国体育用品强大的国际竞争力和抗风险能力。

上半年，体育用品主要品类出口涨跌互现。健身器材和跑步机成为最重要的支撑力量，分别实现出口27.80亿美元、6.98亿美元，同比增长19.63%、12.75%。运动服、运动鞋、人造草则出现较大幅度下跌，跌幅均超过10%；轮滑滑板出口也出现1.86%的下滑。在2024年体育用品出口额排名前十位的国家中，今年上半年对美国出口44.65亿美元，较去年同期下降3.68%。对英国、德国、荷兰、加拿大出口实现较大幅度增长，出口额分别为6.27亿美元、6.22亿美元、4.77亿美元、5.00亿美元，同比增长分别为13.16%、21.28%、9.07%、18.45%；对日本、韩国出口保持相对稳定，分别微幅下滑0.11%、2.5%；对俄罗斯、澳大利亚、马来西亚出口出现大幅度下降。

总体上看，今年上半年出口市场结构出现一定的变化，对美国出口规模有所下降，对西欧主要市场如英国、德国、荷兰出口大

出主队信仰，可获得专属勋章，收集NFT球星卡。电视应用咪视界即将上线体育模式，选择“我的主队”，更有为球迷量身定制的专属观赛空间，提供喜爱主队服务，包括实时比赛播放、深度数据分析、球队与球员资讯以及精准的比赛预测。目前，英超赛季包早鸟已独家首发，会员将有机会解锁英超之旅。“呼叫我的球搭子”英超狂欢派对对于8月16日18:30昆明首站开嗨。“英超名宿中国行”活动同步开启，传奇球星空降上海、昆明活动现场。线上和线下的结合，专属服务的推出，将让球迷在看球上更愿意消费和投入，更高品质的观赛服务也将带来更高的收入回报。

本赛季的英超转播，AI智能解说功能将结合比赛进程自动生成多种风格的解说，AI观赛助手提供全方位观赛贴身服务，实现个性化赛事推荐及管理，AI播报功能让数智人化身“足球解说员”，解锁多风格解说体验，还有高阶数据助力精准分析赛事走向。在AI球星点亮功能的加持下，屏幕前的观众可在咪咕视频APP上点选喜爱的球员，还能一键追踪球星的超燃动态。AI赛点识别精准抓取争议判罚、读秒绝杀等高能瞬间，快速定位不容错过的赛场炸点。还有更多黑科技将陆续解锁，让球迷尽享赛场每一刻精彩。

8月16日凌晨3点，英超揭幕战利物浦VS伯恩茅斯一触即发。而作为中国体育产业发展的重要力量及足球转播版权的领军人物，咪咕将为大家拿出一份什么样的饕餮盛宴，值得关注。

仅用于赛事碳中和认证，更成为车企研发新能源商用车的重要参考。这种“赛事—技术—产品”的转化链条，正在重塑体育产业与先进制造业的协同关系。

制度创新：从行政主导到市场驱动

政策层面的突破为文体旅融合提供了制度保障。青海省实施的《环大美青海国际公路自行车赛高质量发展三年行动方案》，明确提出“政府主导+市场运作+科学高效+标准规范”的办赛机制，将赛事资源评估、商业开发等核心环节交由市场主体运作。这种改革使环青海赛的商业赞助收入占比近年来有了较大提升，形成了可持续的造血机制。

在山西晋城，体育部门推出的“赛事积分制”更具创新性。运动员参与晋城举办的太行一号公路骑游赛、围棋公开赛、羽毛球林丹杯等不同项目可累积积分，积分兑换景区门票、住宿折扣等权益。这种跨项目、跨产业的激励体系，使单个赛事的参与率大幅提升，更构建起城市级的文体旅消费生态。

从青海湖畔的生态骑行到太行山区的文化穿越，中国骑游赛事正在证明，当体育超越竞技本身，当赛道延伸为文化走廊，当骑手转化为城市代言人，一场静悄悄的产业革命已在中国大地上蓬勃展开。

幅度提升，东亚日、韩市场稳中略有下滑，而东南亚市场剧烈震荡，对马来西亚、越南、新加坡等主要国家出口出现大幅度下滑，分别达到24.70%、9.76%、30.13%。同时，从出口数据可以看出，进入本年度，对美国、德国、荷兰等国出口力度明显加大，出口规模大幅度增长，二季度增长幅度进一步提升，说明体育用品出口企业更加重视欧洲市场，通过调整优化出口市场结构，对冲美国市场风险。

顶住压力显韧性，优化结构破困局。《报告》指出，上半年跌宕起伏的出口环境对体育用品企业是一场严峻的考验，一、二季度出口超预期的稳定表现说明体育用品出口经受住了这次剧烈冲击，也再次证明了我体育用品的国际竞争力。上半年体育用品出口实现1.56%的增幅，低于我国货物贸易出口7.2%的增长速度，主要原因在于美国市场份额过高，对美国出口减少拉低了出口增速，但对欧洲市场出口的扩大一定程度上弥补了不足。

如何合理调整供应链结构、优化出口市场结构是摆在体育用品企业面前的艰巨任务。