

定调高质量发展 体育产业部署四大攻坚行动

本报记者 王 辉

2025年是“十四五”规划收官之年,在这一关键节点,体育产业发展备受关注。4月11日召开的2025年全国体育产业工作会议揭示了我国体育经济的增长态势,同时明确了接下来体育产业工作的重点方向。

会议数据显示,我国体育经济呈现多维度增长态势。冰雪经济持续升温:2024—2025冰雪季全国滑雪场累计接待游客2.34亿人次,同比增长15.7%,其中入境游客达75.9万人次,增幅29.9%,直接带动滑雪场内体育及相关消费超360亿元,展现了后冬奥时代冰雪运动强大的消费黏性。户外产业赋能区域发

展:2024中国户外运动产业大会在云南举办期间,4天会期创造直接经济效益4.9亿元,撬动经济总产出约10.5亿元,贡献税收5505万元,有力推动了滇川藏交界的大香格里拉区域协同发展。消费券杠杆效应显现:2024年全国22个省区市发放体育消费券6.4亿元,拉动体育关联消费19.5亿元,形成1比3.05的消费乘数效应,政策工具精准激活了体育内需。

面对如此喜人的发展态势,如何深入贯彻党的二十大以及二十届二中、三中全会精神,全面落实中央经济工作会议和全国体育局长会议的部署,严格按照政府工作报告要求,聚焦冰雪经济、赛事经

济、户外经济以及体育用品的转型升级,全面提振体育消费,成为新时代体育产业工作者面对的重大课题,也是推动体育产业高质量发展、满足人民群众日益增长的健身需求、服务经济社会发展大局的必然要求。

为此,会议明确提出,2025年体育产业工作将从四个方面重点发力:一是抓政策文件研制,凝聚部门合力。面向“十五五”,体育总局加快编制“十五五”体育产业发展规划,推进释放体育消费潜力的政策文件研制,出台发展赛事经济、推进体育器械制造业发展的政策文件。二是抓品牌活动打造,释放消费潜力。开展“乐享精彩赛事 寻味中华美食”

活动,持续推进“跟着赛事去旅行”和“体育赛事进景区、进街区、进商圈”活动,同时办好2025中国户外运动产业大会。三是抓发展平台建设,激发市场活力。做好促进体育消费和赛事经济试点工作,推进高质量户外运动目的地建设,为体育产业发展提供坚实支撑。四是抓基础工作提升,增强发展动力。继续做好体育产业统计工作,深化体育产业人才培养,为产业发展提供数据支持和人才保障。

面向新时期,体育产业正从规模扩张转向质量变革。随着政策红利的持续释放、消费场景的深度融合、数字技术的全面赋能,体育产业将成为经济转型升级的重要引擎。

中国队获室内跳伞世锦赛女子四人造型冠军

本报讯 4月12日,由国际航空联合会主办的第五届室内跳伞世界锦标赛(造型项目)在美国落幕。本届世锦赛共设女子四人造型、公开四人造型、公开八人造型、公开垂直造型4个项目,吸引了来自17个国家和地区的29支队伍参赛。

经过10轮紧张比拼,中国队“四朵金花”龙雅婷、王丽然、莫婉玉、万雅琦在女子四人造型项目中凭借默契配合和精湛技术脱颖而出,成功摘得桂冠。在公开八人造型比赛中,中国队获得第四名。

赛后,龙雅婷激动地说:“这次比赛确实太激烈了!我们凭借超强的团队凝聚力,紧密配合,在教练悉心指导与战术布局下,实现了绝地反击,一举拿下世界冠军。我们始终坚定信念,不放弃,为祖国荣誉而战。夺冠那

一刻,所有的压力和紧张都化为了泪水,我们觉得一切都值得。”

主教练骆娅莉对队员们的表现给予高度评价:“这次比赛我们一路走来确实不容易,但从未放松。最后一轮的绝地反击证明了我们强大的心理素质和拼搏精神。爱拼才会赢,我们做到了!”

中国造型跳伞自开展以来几十年砥砺前行,继2024年在澳门参加室内跳伞世界杯力压英美两国选手首次夺得世界冠军后,又取得四人造型项目世锦赛历史最好成绩。赛后,国家体育总局航空无线电模型运动管理中心、中国航空运动协会收到国际航联跳伞委员会主席阿尔伯特·马汀的邮件祝贺:中国姑娘的优异表现给全世界室内跳伞运动员留下了深刻印象。(冯 蕾)

全国游泳城市系列赛首次游进成都

本报记者 李 博

4月12日,2025年第四届全国游泳城市系列赛(成都站)在西南交通大学(犀浦校区)游泳馆开幕。比赛为期两天,吸引了来自北京、广州、杭州、长春、重庆等地及四川本土的97支青少年、成年俱乐部和队伍的1700余名选手参赛。这是全国游泳城市系列赛举办四年来首次落户四川,也是四川近年来举办的最大规模业余游泳赛事。

全国游泳城市系列赛由国家体育总局游泳运动管理中心主办,本届比赛将先后在深圳、厦门、枣庄、成都、鞍山、遵义、乌鲁木齐、郑州、扬州、青岛进行10站比赛。作为今年第四站赛事,成都站设青少年组和成年组,年龄覆盖7至66岁的游泳爱好者。

总局游泳运动管理中心社会活动部相关负责人表示,此次全国游泳城市系列赛(成都站)按照全国游泳比赛的最高标准执行,“希望让青少年感受

到国家级专业赛事的参与感,进一步提高游泳运动在大众中的普及率和参与度。”

青少年组比赛率先开赛,来自成都高新新辰队的陈奕宏还不满8岁,一天内先后参加了50米自由泳、50米仰泳比赛。据四川省游泳协会相关负责人介绍,参加当天青少年组比赛的运动员中60%以上来自四川本地,总人数超600人。“这显示出四川游泳普及程度越来越高,竞技水平也越来越高。”以男子综合一组(7至8岁)50米自由泳为例,参赛的244名选手大多游进40秒大关,不少选手逼近30秒,达到全国三级运动员水平。

作为近年来四川举办的最大规模的业余游泳赛事,近万人次参赛选手及家属到来让赛场周边热闹非凡。相关平台数据显示,赛馆周边2公里范围内住宿一房难求。此外,四川省泳协还会通过微博、微信等方式,对周边吃住行进行推荐,全方位满足大家的需求。

“三个阵地”助推内蒙古体彩创新发展

本报记者 张小可

近日,内蒙古体彩中心责任彩票专项巡讲深入销售一线,在“三个阵地”实体店开展党建培训,引导党员代销者践行共产党员的初心和使命,为购彩者提供更优质的服务。

“三个阵地”建设是内蒙古体彩基于自身发展战略与社会责任担当所规划的重要举措。其核心在于将分布广泛的体彩实体店,全方位、深层次打造成民族团结阵地、红色教育阵地、为民服务阵地。这一工作得到了内蒙古体育局的全力支持。

内蒙古体育局高度重视体彩事业,从党建引领、深化改革、强化管理等多方面给予体彩中心全方位支持,推动体彩融入全区体育事业发展大局。在此背景下,内蒙古体彩中心深化党建与业务融合的探索,大力推进“三个阵地”建设,原计划在2024年内建成民族团结阵地50家、红色教育阵地150家、为民服务阵地390家,实际完成情况远超预期。

内蒙古体彩中心主任李江岭介绍,在内蒙古体育局引领下,内蒙古体彩中心秉持“抓党建融合、促业务发展”的工作思路,致力于把内蒙古体彩店打造成民族团结的堡垒、红色教育的前沿、为民服务的窗口。

在“三个阵地”建设中,各店有着明确且特色鲜明的建设标准。在少数民族聚居区域,内蒙古体彩着重打造一批民族团结示范店,将蒙古马精神等富有地域特色与民族内涵的内容融入其中,成为传播民族文化与团结精神的前沿窗口。如兴安盟体彩着力打造“体彩+蒙古刺绣——草原民族团结主题实体店”,为民族团结进步建设贡献体彩力量。

红色教育阵地肩负着传播红色文

化、赓续红色基因的重要使命。店内精心设置的展板、悬挂的条幅和摆放的红色书籍,都在诉说着红色故事。如鄂尔多斯体彩与当地党史研究等部门紧密合作,在体彩店生动展示当地革命故事与英雄事迹,让购彩者在购彩之余感受红色教育。

为民服务阵地则是深度融合总局体彩中心“体彩+”理念,依据店铺位置和服务对象差异,提供多样化服务。如呼和浩特体彩选派专职管理员任“三个阵地”建设专职工作者,成立党员和青年职工志愿服务队,进而提升阵地精准适配需求的能力。呼伦贝尔的示范店配备了急救药箱、免费饮用水等便民用品,充分展现公益属性。

在推进“三个阵地”建设过程中,内蒙古体彩中心面临诸多挑战。比如体彩店普遍空间有限,如何合理规划布局是关键问题。为此,内蒙古体彩实施了一系列行之有效的举措。

为保证店内上墙和播放的内容符合要求,内蒙古体彩强化与当地相关部门的沟通协作,并积极推进“星级网点”评定工作,为四星级和五星级实体店给予相应补贴,以此激励代销者积极参与。

“在‘三个阵地’建设过程中,从顶层设计到思想统一,从走访调研到面对面交流探讨,从方案不断优化到‘亮晒比’展示,代销者的思想认识得以提高,盟市之间的交流互促得以加深,实体店服务内涵得以拓展。”李江岭说。“三个阵地”建设卓有成效地提升了体彩店的社会形象,极大增强其服务功能,切实成为推动内蒙古社会发展与公益事业进步的关键动力。内蒙古体彩中心将坚定秉持创新理念,深入探索党建工作与业务实践深度融合新路径,推动体育彩票事业高质量发展。



4月13日,一场幼儿软式棒球赛在成都高新区举行,来自高新区6所幼儿园的100余名儿童参与角逐,在运动中乐享周末快乐时光。图为成都高新区石羊第一幼儿园的马明阳在比赛中击球。

新华社记者 王曦摄

河北赛事经济首季开门红

体育赋能多领域 “蓄水池”效应尽显

本报记者 张 昕

2025年一季度,河北省体育赛事经济交出亮眼成绩单:全省共举办各类赛事活动1435场,吸引参赛人员及观众超259万人次,直接拉动餐饮、住宿、休闲、购物等消费超43亿元。省内各地探索形成一系列特色做法及典型案例,展现出体育赋能经济发展的强劲动力,为推进赛事经济更好发展积累了宝贵经验。

赛事规模创新高 人气效应持续攀升

一季度,河北各地赛事规模屡创新高。石家庄马拉松参赛人数突破3.5万,改写历史纪录;保定市太行步道自行车越野赛吸引京津冀辽蒙等地3000余名选手参赛,现场观众达5000人;渤海新区黄骅市全国青少年足球邀请赛汇聚70余支球队,7天赛事吸引观众超1万人次;邢台市双棋亲子赛有100余名小棋手参加,带动家长团、观众5000余人参与。这些赛事成为拉动地方消费的流量引擎。数据显示,一季度全省各类赛事参赛人员达45.76万人次,观众213.73万人次,其中省外观众24.13万人次(京津占比超54%)。

体育赛事作为吸引外来消费的强磁场,可以形成对整个产业链的拉动效应。张家口市第一届京张青少年高山滑雪争霸赛期间,万龙滑雪场接待人数超1.5万人次,实现餐饮、住宿等收入1300余万元。廊坊市中国式摔跤比赛3天吸引观众超5万人次,带动餐饮、土特产品销售及周边消费达2000万元。

新兴与多元并进 消费场景全面拓展

新兴赛事的崛起成为一季度新亮点。激光跑、街舞、匹克球等20场新潮赛事,吸引大量年轻人参与,带动运动装备、潮流服饰等消费增长。保定市街舞双

雄争霸赛吸引观众超5万人次,拉动综合消费超2000万元。

赛事场景的多元化创新同样成效显著。体育赛事进景区、进街区、进商圈、进乡村全面铺开,196场景区赛事为景点引流。秦皇岛市借河北省第五届冰雪运动会之机举办体育文化旅游大集,非遗展演与特色美食联动,吸引游客超5万人次;衡水市光电射击赛在商场举办,奥运冠军庞伟现场助阵,带动商场人气和销售额显著增长;石家庄市将王者荣耀全国大赛落地商圈,配套动漫展和购物优惠,客流量同比提升30%。此外,全省乡村赛事达294场,推动乡村旅游和农产品销售,助力乡村全面振兴。

产业融合深化 文化价值双重提升

体育与文旅、商业等的深度融合,正重塑河北消费版图。其中,“体育+文化”的组合拳效应尤为突出。邯郸市首个亚洲太极拳日展演在广府古城景区举办,吸引观众10万余人次,推动文化体验与旅游消费。沧州市龙狮争霸赛结合杂技民俗表演举办50余场,让本土文化借赛事出圈。保定市街舞赛期间同步举办机械舞表演,年轻观众占比达60%,彰显时尚文化活力。廊坊市摔跤赛融合传统舞龙、打铁花非遗展演,让传统文化活起来。

河北通过赛事平台传播传统文化、展示现代活力,实现经济效益与社会效益双赢,一季度赛事经济实现火热开局。从数据看,高水平赛事(国际级2场、国家级18场)的引入,新兴项目的培育,以及“体育+”模式的创新,已经形成拉动消费的乘数效应。

随着天气转暖,河北将持续深化赛事与多产业的融合,释放体育经济的“蓄水池”能量,为群众创造更多参与机会,为地方发展注入更强动能。

浙江开启健康体重『定制模式』

本报讯 日前,浙江省健康体重指导中心揭牌活动在浙大邵逸夫医院大运河院区举办,标志着全国首个由省级卫生行政主管部门批准成立的省级健康体重指导中心正式运行。

活动现场发布了医疗机构体重管理中心设置方案(邵医方案),该方案将为医疗机构建立多学科协同的体重管理中心提供参考,促进体重管理的规范化和同质化水平。方案要求,二级及以上医疗机构应设置相对独立的体重管理门诊诊区,依托临床营养科、普外科、内分泌科、中医科等多学科诊疗资源,成立本机构内体重管理中心。由体重管理中心统筹,协调医疗机构内部各科室,为群众提供综合体重管理服务,逐步实现以体重管理带动慢病管理。此外,基层医疗机构设置体重管理门诊,依托家庭医生签约服务,成立由医师、护士、营养师等组成的服务团队,为辖区内居民提供体重过轻、超重及肥胖的三级预防服务和基本医疗服务。

浙江省卫生健康委相关负责人表示,成立浙江省健康体重指导中心,是希望构建覆盖浙江省体重管理服务网络,改善全省部分人群体重异常状况,提升全民体重管理意识及相关慢性病综合防治能力。希望浙大邵逸夫医院借助在体重管理方面的丰富经验和自身优势,积极发挥省级中心能动作用,开展形式丰富和有效的体重管理举措,全面带动浙江省体重管理领域工作,并推广体重管理的浙江方案。(洪流 毛佳琦)