

从千篇一律到百花齐放 地方特色激发赛事活力

凸显专属“辨识度”,助推体育经济引擎发动

本报记者 薛原

“

10月中旬,一场特别的T台秀在杭州运动圈被疯狂刷屏——T台模特的服装,将极具杭儿风的13座古城门和充满时尚气息的走秀进行了混搭,让观众在看秀之余,好好重温了一遍杭州的演变史——这就是杭州的“门斗”篮球赛。将地方特色融入体育赛事,让人们在观赛的同时感受地方特色,在体验的过程中领略地方文化……让更多人能够由身到心地体会当地元素带给自己的熏陶。

现如今,全民健身的理念正在向新的阶段推进,需要依托多种类型的赛事来普及和引导。对赛事主办者来说,希望办出声势和品牌,形成集聚效应;还希望拉动大众参与,带来消费市场。凡此种种,这样或那样的需求,产生了多样的办赛理念和模式。

赛事既是引领体育发展的龙头,也是整合多方资源的平台。有的主办方希望赛事的“规格”要高,以明星吸引关注;有的主办者希望举办马拉松、自行车赛,以跟上热点潮流……这些思路都有可取之处,但随着体育观念的变化、办赛主体的多元,主办者也更加重视赛事和自身资源优势的结合,以期让赛事和主办地产生“化学反应”,推进体育与经济社会发展更为自然的融合。

近年来,我省办赛呈现百花齐放的态势,11个地市各有特色:舟山的海洋体育、常山的山地体育、丽水的民族体育、台州的越野体育、杭州的兼具国际范和江南韵味的E时代体育……他们都结合地域文化、融入城市理念、利用地缘优势、吸收本土智慧,即使是同一类别的赛事,也办出了新意,更将体育之花开到越来越广阔的土壤上。

”



1 地理资源丰富,办赛方向多样

办赛讲究天时地利人和,其中“人和”显得至关重要。在台州柴古唐斯体育公司副总裁薛迎春看来,体育赛事中体现出来的本地特色、风土人情,首先是通过人来体现:“我们系列品牌赛事种类繁多,但不变的都是依托本地志愿者、急救员的特点。我们合作比较久、配合也默契,给赛事的举办带来许多便利。”另一方面,在熟悉本地文化的普通民众中,也能催生出地域特色结合体育的创新点,“关于办赛要集思广益,在赛事设置、赛事组织方面,不放过每一个闪光的灵感。”薛迎春提到,通过融合本地文化的赛事,对内,让台州人延续了自己的传统,对外,也让全国人都看到、了解、喜欢台州体育和台州文化。

拿柴古唐斯最经典的临海括苍越野赛来说,在其中加入了许多当地特色的传统文化元素,并将体育与旅游广泛结合起来,沿途都是绮丽的风景线,“古长城”

等名胜与越野者融为一体,形成美妙的体育人文风景线。薛迎春告诉记者,“柴古唐斯”品牌赛事的名称就是起源台州本土方言“柴给你吃”(揍你一顿),这句话原本只是父母教育小孩子时用的俚语,当初用做比赛的品牌使用时也是一种戏称,原本想寓意柴古括苍越野赛强度大、难度高,跑完全程后选手的感觉就犹如被狠揍了一顿。后形容为赛事的难度又高又虐。因比赛极具挑战性柴古的比赛还在户外越野圈被戏称为“拆骨躺尸”,更多代表的是一种身虐心不虐的意境。志愿者方面,也以本地户外爱好者为主的团队,一来可以节省成本,二来他们对自己的家乡有着热爱与了解,在比赛中他们都会尽全力的为选手服务,介绍自己的家乡,希望大家更多时间可以来自台州旅游。

以赛事为媒,将台州本土的文化介绍给国内外的选手们。

“这里包括台州的语言、文化、食物等。”薛迎春介绍,柴古括苍越野就曾邀请被列入文化遗产的“黄沙狮子”在比赛前做表演,还会在一些设计上加入一些台州语音的影子,并在补给上将本地的食物发扬光大——比如台州特色的猪肉饭、小肠卷、梅花糕、黄岩蜜桔、(柴古九峰)咸菜饭团、白水洋馒头、炒米面(柴古括苍)、沙埠的年糕、豆付干、白沙枇杷(柴古沙埠)等等,它们出现在不同的赛事系列里,用另一种方式宣传台州。

无独有偶,舟山的海洋资源与地缘特色得天独厚,其海洋体育因地制宜地顺势发展,海钓、滑泥、沙滩足球、沙滩排球、摩托艇等,不一而足;常山的山地文化优势,也让自行车越野赛在这里受到热捧;而丽水的民族体育特色,生态休闲体育特色和智力运动特色,也在众多赛事中独树一帜,存在感十足。

2 依据地方特色办赛,并非一家之言

这样的办赛思路自然也得到了国家层面的政策支持。国务院《全民健身计划(2016—2020年)》中提到:“支持各地、各行业结合地域文化、农耕文化、旅游休闲、海洋文化等资源,打造具有区域特色、行业特点、影响力大、可持续性强的品牌赛事活动。”在确定了发展体育产业这一战略方向后,秉持“一地一品牌,一地一赛事”的理念,将地方特色与赛事规划有机结合,自然激活了赛事可持续发展的活力。

中国幅员辽阔,自然景观和

资源千差万别,与体育结缘有着五花八门的选择。赛事是彰显地方特色的优质载体和桥梁,因地制宜则有事半功倍之效。如何办赛的门道,可以从“一地一品牌”中得到些有益启示。

对于体育办赛结合地方特色,业内专家对此也作出了分析。杭州师范大学体育与健康学院教授杨明谈到,国家政策鼓励体育消费升级,降低办赛门槛,放宽赛事审批权,但同时赛事数量的增加,其质量必须随之提升:“为了在层出不穷的赛事中脱颖而出,赛事主办方必须做出变化,

地方特色是最好的融合点,当然这需要一些策划与实施的专业性,也需要经济化管理的过程,对体育产业、门类细分也是一次机遇与挑战。”

同时,杨明认为,面对一窝蜂的办赛热潮,其中不乏乱象,有的赛事粗制滥造,有的敷衍了事,真正能持久形成经典品牌赛事的,必须符合市场经营的基本规律,从受众与市场大环境两个方面都要切入。“当社会力量深度参与办赛,那么凸显赛事的地方特色,也符合市场化的基本规律。”

