

今年是改革开放40周年。在深化改革的浪潮中,浙江体育除了竞技体育、群众体育、体育产业外,体育文化也正“山雨欲来”。昨日,来自全省各个地市的140余名体育工作者以及14家媒体代表在长兴县参加了主题为“让体育更生活”的2018全省体育文化宣传推广展示会。

展示会上,全省9家体育社团、体育媒体、体育产业代表齐聚一堂,畅谈心中的浙江体育文化。代表们沿着体育脉络,解构文化肌理,精取鲜活事例,讲述体育文化故事,让体育文化既有思想的高度又有情感的温度,既有来自现实的考量又不乏充满期待的“诗与远方”,以“接地气”的第一视角和“振士气”的时代之音表达了对体育文化的深刻理解和体悟,让本次展示会成为展现新时代浙江体育文化的“新窗口”。



讲好体育文化故事 传承浙江体育精神

本报记者 陆一帅/文 洪 漩/摄

浙江省体育产业联合会：
文化为桥梁，联合更久远

体育提供健康和快乐,是满足人民群众美好生活向往的重要载体。体育要强、要兴,发展体育产业是重要途径,同时,体育产业也需要体育文化的滋养。体育消费早已超越简单的器物消费,而是一种注重文化品位的生活方式,体育文化对体育产业发展的影响是根本的、深远的。

浙江省体育产业联合会搭建了企业与政府、企业与外部资源之间的行业枢纽,围绕“浙体产业”做强协会品牌,赋能企业发展,塑造行业IP,借助与各类媒体、体育部门合作,推动体育运动文化传播。

1

钱江都市频道：
“体育+”让生活更多彩

体育与文化的深度融合是新时代的新变化,顺应了体育+的发展趋势。在媒体产业结构不断优化的今天,钱江都市频道推进体育与文化等领域的融合发展,使得“体育+文化”成为推动自身转型升级不可或缺的重要力量。

推出《来吧!运动》体育与健康主题系列节目,打造“体育+旅游休闲”线下品牌赛事活动,通过联合省内媒体、体育部门,共同打造体育宣传新阵地,以浙江百姓对于精神文化、健康生活方式的需求为切入点,通过“体育+旅游”、“体育+文化”的结合,增强与观众的交流,让观众有获得感和幸福感,受到广泛好评。

2

大丰体育：
第一把“交椅”，走出中国走向世界

大丰体育坚持改革转型,从“一把椅子”发展成提供文体场馆一体化解决方案的企业,目前已实现覆盖前期策划创意、中期设计建设、后期运营管理的全产业链战略布局。

大丰体育立志提升体育“制造+服务”能力,在文化产业、体育产业、数艺科技等领域,为中国乃至全球的文体事业发展出谋划策,积极响应国家“一带一路”倡议,在场馆及舞台装备海外推广项目上拓展国际市场,以体育为媒,以体育设施配套为介,努力提高引导和创造体育文化的能力,与时俱进地创造体育精神,打造体育文化产品,以体育文化滋养体育事业跨越发展。

3

青田乐园滑雪场：
运动，让冰雪更缤纷

在北京成功申办2022冬奥会的大背景下,青田乐园滑雪场通过不断丰富、完善冰雪运动项目文化,塑造完整丰满的冰雪运动项目形象,提升冰雪运动项目的文化内涵,使冰雪运动项目发展更具生命力和持久力。

与此同时,青田乐园滑雪场积极普及冬季运动知识,弘扬运动健康新理念新风尚,继承发展各地传统冰雪运动文化,举办具有历史渊源和文化内涵的特色冰雪体育文化活动,携手更多城市,共同兴建滑雪场馆,表达了和合共赢、生态共荣的意愿,为实现“3亿人参与冰雪运动”的梦想而携手奋斗。

4

清泉教育：
文武相济，德艺双修

武术是传统文化的重要组成部分,是弘扬中华文明,传递中国哲学、价值观的重要渠道。

清泉武校以“振兴中华武术,走向世界体育”为口号,以“德育为先,文武并进,技能为重”为办学方针,通过民间武术交流,培养优秀武术人才,坚定文化自信、提高文化自觉。通过习武,培育学生养成坚毅、果敢、豁达和尚武崇德的精神,让学生融入哲学、医学、养生、军事、美学等中华文化中,造就了太湖岸边的“清泉教育现象”,为进一步弘扬国粹,打响中国、走向世界打好基础。

5

飞剑科技：
健康水具的倡导者

飞剑运动杯壶是杯壶专业制造商,它插上了“体育”与“慈善”的双翼,逐步实现了从杯壶制造到倡导健康生活方式这一“基因重组”的裂变。

在市场竞争日趋激烈的今天,飞剑科技赋予产品以体育文化和精神内涵,逐渐形成了体育文化的积淀和凝炼,向用户输出“做健康水具”的价值观念、时尚品位,实现差异化、个性化,提升了竞争力。飞剑科技始终认为,用户对飞剑的选择和忠诚不是建立在直接的产品利益上,而是建立在体育文化精神之上,维系他们与品牌长期联系的,是独特的飞剑品牌形象和情感因素。

6

凯普体育：
让公园更体育 让体育更智慧

凯普的智慧体育公园以黑科技为“武器”,利用互联网、物联网、大数据等信息技术“重置”智慧体育公园新密码,把人、自然、体育用智慧的方式连接起来,从而达到互感、互知、互动,让人们共建、共享智慧体育园林环境。

凯普体育坚信,智慧体育将使体育人获得更加个性化、科学化、智慧化的运动体验,真正实现全民健身与全民健康的深度融合。凯普体育插上“互联网+”的翅膀,搭载“物联网”快车,进入转型发展快车道,完成了从无到有形成概念,从概念到理论破题,并开始从理论到实践的破茧,实现了三步跨越。

7

农夫山泉：
运动补水专家

农夫山泉有点甜,耳熟能详的广告语。农夫山泉致力于为生命健康提供产品与服务,向消费者提供天然、健康的饮品,成为最受消费者喜爱的民族品牌之一。

农夫山泉拥有与生俱来的体育基因,不仅是许多优秀运动队伍和知名赛事的合作伙伴,多年来始终讲好“一瓶水”与体育的故事,为宣传体育文化贡献力量,无论是适时的健康理念传达,还是与职业体育运动员、运动群众的深度互动,农夫山泉都用最大诚意将健康饮水观念传递给每一位参与者,用健康的生活方式影响一代国人实现“健康中国”的目标。

8

卡尔美：
源于对足球的热爱

体育文化是一个国家、民族和地区力量的体现和象征,正是秉着这样一种传承体育文化的使命,卡尔美始终将产品品质、舒适度以及潮流时尚元素融入到体育运动服饰当中,为运动爱好者提供“营养素”,展示、传递着卡尔美的深厚内涵与文化,带给消费者与众不同的体验。

目前,卡尔美已为多位国际知名运动员提供专业运动装备,也是国际赛事、知名俱乐部的战略伙伴和赞助商,卡尔美将体育文化注入内心,完成了对运动美学的视觉传达。

9