

2020年即将过去,我省的体育赛事在今年种类多元化趋势显著,展示出了巨大潜力。虽然受到疫情影响,但品牌赛事的举办打造并没有停歇,文化礼堂运动会、首届生态运动会、杭州马拉松、冰雪运动嘉年华,一系列品牌赛事活动在原有基础上不断创新,寻求新亮点。

在众多的品牌赛事中,生态运动会的举办展示着我省五水共治的成效,杭马成为我省首个拿下“双金+”的品牌赛事,以杭州马拉松、横店马拉松、女排世俱杯、钱塘江国际冲浪对抗赛、WTCR世界房车竞标赛等国际大赛为引领的体育竞赛体系也已经形成,一批品牌赛事正在成为浙江的“金名片”。



2020

关键词之五: 体育舞台

打造品牌赛事 提升城市活力

本报记者 李笑莹

争创新：品牌赛事举办呈现新亮点

“清零行动”“争分夺秒”……今年5月初,杭州江干万象城冰纷万象滑冰场出现激烈的拼争局面,浙江省第四届冰雪运动嘉年华在此举行。作为我省的品牌赛事活动之一,疫情之下,本届嘉年华站数与往年相比虽有所减少,但不同主题、不同风格的冰雪赛事让大家过足“雪瘾”,除了以往冰雪嘉年华的传统游戏和流程,还结合“抗疫”“亲子”等主题准备了诸多惊喜,为抗疫战士们送上最暖的关怀,致敬“最美逆行者”。

9月,在浙江省生态运动会丽水站现场,虽然飘着秋雨,但参赛选手依旧激情高涨。作为今年我省最大规模的赛事以及展示绿水青山美丽浙江和五水共治成效的品牌赛事,生态运动会有着独到的风格和特色。运动会比赛场地以山水为台,竞赛项目设置以普遍开展的涉山涉水类户外项目为主,涵盖游泳、龙舟、垂钓、马拉松、越野赛等15个项目。“体育+”成为生态运动会的标配,通过特色体育赛事带动举办地城市的休闲旅游产业融合发展,打造“体育+文化+旅游”的新模式和新经济,促进地方可持续发展。

今年11月,杭州马拉松开跑,万名跑者从杭城中心地标武林广场出发,跑向杭州市奥林匹克体育中心。作为我国五个“双金+”赛事之一,数字马拉松成为了今年的重头戏。赛事研发了国内首创的数字化赛事指挥和管理系统,把语音传达首次升级为可视化实时数据呈现,包括跑者的亲朋好友、普通观众都可以通过二维码查看到部分比赛数据。

不论是“体育+”的加持还是科技的赋能,体育赛事的创新发展展示出了不少新亮点,成为展示我省体育赛事发展的窗口。当下,我省正以营造绿色环境、发展绿色经济为中心,加强生态省建设为主要载体,全面建设绿色浙江。在这一大背景下,体育赛事的创新举办将带动人流、促进消费、提升城市形象,促进社会和谐,成为推动社会经济健康持续发展的新引擎。

接地气：群众性特色体育赛事越办越红火

“村里每人配备一把礼堂钥匙,方便开展体育活动,也提高了文化礼堂的利用率。”“爱乒”俱乐部成员严锡表示,村里的赛事很有“氛围”,每次比赛都像一场小型世乒赛,报名踊跃、观赛热情,文化礼堂已然成为当地村民的体育乐园。事实上,体育赛事进农村文化礼堂的案例在我省不在少数,这也得益于文化礼堂中体育场地的建设。到2022年,我省将用三年时间实现体育服务覆盖全省所有的农村文化礼堂,构建起惠及全省、功能齐全、服务能力不断增强的农村公共体育服务体系。

今年,还有许多体育赛事纷纷在乡村举办,并以此借赛事促进乡村脱贫攻坚,实现乡村振兴。德清县以举办TNF100莫干山国际越野跑挑战赛、凯乐石莫干山跑山赛、侠客国度国际障碍挑战赛为契机,充分利用莫干山名胜风景区得天独厚的自然风光和户外资源,加快打造辐射长三角的体育旅游目的地;新昌县挖掘“唐诗之路”文化内涵,将唐诗文化植入全民运动、全域户外的乡村振兴之中,走出一条户外运动助力“诗画浙江大花园”建设之路;淳安千岛湖通过连续举办公开水域游泳赛、环千岛湖自行车赛,有效地将千岛湖秀丽风景和历史人文底蕴宣传推介出去,快速提升了千岛湖的知名度和美誉度。未来,“一市多品牌”“一县一特色”将成为浙江省体育赛事发展的基本标志。

云上赛：线上赛事满足疫情期间锻炼需求

在“战疫”的同时,浙江开展的“居家健身运动汇”“客厅挑战赛”等公益活动,打造了一场全民参与、趣味互动、公益捐助、融媒推广的“居家健身运动汇”。同时,乐刻运动发起“攻坚克难,宅家也爱做运动”视频话题,累计收到健身教练自主研发的原创公益教学视频2.9万条,点击量达6.4亿次。一时间,云健身成为大家枯燥的宅家生活中难得的“调味料”。同时为了满足广大运动爱好者的健身需求,浙江在体育赛事的举办方面也采用了线上赛事的办法。

今年6月,“2020跑向杭州”线上系列赛正式上线,跑友们只需支付宝里搜索“体育服务”,进入后点击“运动大富翁”,便可参与到活动中。每天步行或跑步完成5000步,即可打卡解锁临安地标,直至终点杭州。此外,浙江马拉松线上系列赛也相继举办。线上赛事的举办一方面满足了跑友们的健身需求,一方面也为防护疫情做出了贡献。

随着生态运动会、杭州马拉松等品牌体育赛事在全省各地如雨后春笋般展现,其带来的好处也是显而易见的,不仅拉动了群众体育消费,提升了群众健身意识,更能提高办赛城市知名度、美誉度和综合竞争力。2020年,我省21项赛事被国际、央视直播,72项赛事设有网络直播。WTCR世界房车锦标赛·中国宁波站在全球122个电视频道播出,以15种语言播出覆盖160个国家和地区,全球超过5亿人观看。

“品牌赛事意味着知名度、专业度、贡献度都可以达到一定的水平,能够吸引更多社会力量参与其中,激发市场活力。在我省,培育好品牌体育赛事正是这项工作的重要举措,也是推动我省体育竞赛表演业跨越式发展、实现从‘赛事大省’向‘赛事强省’转变的重要抓手。”省体科所体育产业研究中心相关负责人说。

