

田地拔河、泥塘摸鱼、扁担挑水……当稻田的金浪撞上动感的节拍,当新鲜的农产遇见热闹的市集,一场属于秋日的丰收狂欢今天在台州仙居上演。作为浙江省第五届体育大会创新设置的5个体育嘉年华之一,丰收体育嘉年华可谓是最“接地气”的体育派对之一。

突破传统场馆边界,创新将赛事深度融入绿水青山间,构建“一步一景一赛事”的沉浸式体验是本次赛事的最大亮点。在田间地头比力气、拼速度;在天台山瀑布前,瑜伽选手展现着曼妙身姿;在临海白沙湾的沙滩上,沙滩腰旗橄榄球赛也比得如火如荼。创新,成为本届五体会的完美注脚。



“柴古唐斯”越野赛



五体会沙滩体育嘉年华



五体会瑜伽赛场搬到了山水间

创新“三轮驱动”办赛 成就五体会多项“历届之最”

作为覆盖全省的4年一届的体育嘉年华,落户台州的浙江省第五届体育大会以“开放、创新、融合、共享”为办赛理念,凭借30个竞技项目与5个体育嘉年华的创新模式,成为浙江构建更高水平全民健身公共服务体系的生动实践。

“为了突破专业限制,本届体育大会首创‘全民竞技+专业分级’双轨模式,首次设立公开组别,号召全民参与赛事。”台州市体育事业发展中心党组成员、二级调研员颜建荣表示,比赛项

目既有群众耳熟能详的传统项目,又融入跳绳、气排球等地方特色项目,同时创新引入匹克球、电子竞技、定向运动等新兴时尚项目,形成“传统+特色+新兴”的立体化赛事体系,满足不同人群的参与需求。这才有了“10岁女娃和65岁大爷隔网相对”“男选手和女选手同台PK”的有趣场景。

“台州以创新引领体育事业高质量发展,通过构建‘赛事宣传、氛围营造、文化融合’三轮驱动模式,全面推动省第五届体育大会的承办

与宣传推广工作。”颜建荣告诉记者,除了赛制创新,各项比赛举办期间,台州还组织包括央媒、省媒在内的60余家媒体联动报道,聚焦“非遗+体育”深度融合、“跟着赛事游台州”文旅配套等特色内容,成功打造“方言打call省五体会”“最特别的点火仪式”等10余条爆款内容,截至目前,相关话题全网累计浏览量已突破6亿。实现了主流媒体报道覆盖面、融媒体传播影响力、破亿话题数量三大突破,在历届体育大会中创下新纪录。

持续扩大“国字号”阵容

产业品牌创出新高度

在9月12日开幕的2025中国体育文化博览会与体育旅游博览会上,台州作为全国仅三个受邀参展的地级市之一,一举包揽“国庆户外精品线路”“中华体育文化优秀项目”和“中国体育旅游精品项目”三大类别奖项,并以4个项目入选成为获奖数量最多的城市,其中“天之阔”无动力滑翔线路、临海黄沙狮子、“千年府城·自在临海”体育旅游线路和温岭黄金海岸跑山赛均获推介。加上此前已经获评的“海之险”“山之骏”2条户外运动线路,台州体育旅游版图得到了进一步深化,彰显出台州体育文旅资源的优质与多元。

创新,是台州体育人孜孜以求的发展动力。2024年,台州率全省之先让体育产业发展大会在地市一级落地。一开席就是饕餮大餐:招商签约项目45个,合作总投资约80亿元。会上,台州市人民政府还与国家奥林匹克体育中心、国家体育总局基金管理中心、中国体育报业总社有限公司、浙江省体育局签订战略合作协议。聚焦体育新质生产力、竞技体育项目引育、全民健身服务体系构建、国家国际级品牌赛事培育、体育文化精品打造等重点领域、关键环节,积极探索合作新项目、新模式、新路径,为台州体育产业转型升级和体育事业高质量发展提供有力支持。台州市体育事业发展中心党组书记、主任张海星表示:“接下来,我们将进一步深化体育文旅融合,推动政府、市场和社会资源对接与合作,加快优质项目签约落地,持续培育本土精品项目,不断提升台州品牌的知名度和影响力。”

深化“体育+”文章 开辟多元体育消费新场景

7月15日,“浙BA”台州赛区的比赛在临海市体育馆揭幕。赛场内,球员们每一次抢断、每一记远投都引起全场观众的呐喊欢呼;赛场外,同步启动的“热血浙BA,潮玩文旅趴台州·追光”市集上人潮涌动、乐声四起,吆喝声和支付音交织,是另一番热闹景况。

“我陪他看球,他陪我夜游。”来自台州黄岩的孙女士分享了当天与男友的行程,开赛前在追光市集尽享“舌尖上的台州”,看完比赛直接“转场”特意为赛事延长亮化时间的台州府城文化旅游区,逛宋韵瓦子集吃宵夜,看球赛与夜生活无缝衔接。“场内打得火热,场外逛得尽兴。”临海市文广旅体局副局长汪贵介绍,仅揭幕战当晚,市集就吸引了约3.6万人次,撬动了超800万元消费。

如今,赛事搭台、文旅唱戏、消费联动的“体旅融合”

新模式已经成为台州各大赛场标配。在玉环,办在商圈里的首届“全民星”三分球联赛火爆异常,“篮”不住的“赛势”不仅体现在场上的精彩进球,更是撬动周边商家销售和篮球市集消费达692.7万元,餐饮、运动品牌店、健身房等多家门店客流量增长20%以上;在三门,长三角跆拳道嘉年华不仅带来了一波冲锋衣消费热潮,还与红色教育、国际交流、旅游体验深度融合,直接经济总收益超500万元;在临海,JUMPKIDZ少年括苍障碍挑战赛直接带飞乡村农货300%销量,形成“一日比赛、多日停留,一人参赛、全家旅游”的体育消费模式;在五体会乒乓球比赛配套的“岭上市集”上,温



“浙BA”赛场带火消费

岭通过“体育+美食”,让2万多人参与、欣赏精彩赛事之余,同步体验地道的当地美食文化;跳绳比赛期间,黄岩策划推出官河游船、黄岩博物馆游览等活动,发放黄岩石窟旅游门票近500张,共带动经济消费达200万元……据了解,自开赛以来,五体会19个比赛项目及相关配套活动直接拉动消费额超1.2亿元。

通讯员 葛佳宁 本报记者 钟桦

「顶龙」体育的创新之路