

# 培育体育 IP 品牌 助力打造圆梦之城

## 2024 年“路人王”系列篮球挑战赛成功举办

为全面贯彻落实习近平总书记关于建设“体育强国、健康中国”的相关论述精神,以及省委省政府、唐山市委市政府关于打造“赛事之城、圆梦之城”的工作部署,唐山市在今年十一期间,引进了路人王系列篮球挑战赛活动,并取得了良好的效果。

积极沟通对接,确保赛事落地。路人王赛事创立于 2016 年,是由上海路人王信息科技有限公司打造的国内领先、辐射海外的国产篮球公开赛事品牌。该项赛事面向广大篮球人群公开报名,并使用由 FIBA 国际篮联技术委员会委员曾洪涛博士指导制定的全球首部 1 对 1 篮球规则,经过多年的持续发展,截至 2024 年 9 月,路人王赛事已举办超 3100 场比赛,注册球员超 37 万人,全网关注者超 7000 万,在全国拥有联名球馆超 160 家。

路人王赛事不与传统职业赛事竞争,而是借助传播媒介的变革,将线下赛事和线上内容相结合,广泛发动参与者,从而形成一条规则打底、社区传播、草根造星、商业营收的产业链模式。基于以上特点,结合唐山

新体育中心场馆优势,唐山积极与相关方进行沟通对接,同时引进了“得物”市集,实现了全国首次“路人王”和“得物”双 IP 同步落地,用赛事+商业集市的方式打造唐山有赛事、有潮品集市的体育消费新场景。

做好赛事组织,确保精彩呈现。路人王赛事活动从 10 月 3 日开始,持续到 10 月 7 日,共计 5 天,利用唐山新体育中心馆内馆外场地资源,先后举办了唐山文旅路人王篮球争霸赛,邀请 8 位草根球星上演 26 场激情四射的篮球对决;路人王抖音百分大战,2 位草根明星球员百分单挑;路人王极限竞技场,96 位草根球员进行了 788 场 1V1 对决;路人王青少年篮球赛 1V1 对决,来自全国 U11-U16 的五个年龄组别,完成了 347 场小组赛和 35 场淘汰赛。五天时间累计吸引 2 万多名观众现场观看,线上直播观看人次达 311 万以上,其中在室内举办的路人王抖音百分大战就吸引了近 4500 名篮球爱好者观赛。此外,本次赛事活动还吸引了北京、天津、石家庄、吉林、郑州、济南等 1000 余人次外地青少年选

手参赛,间接拉动了周边住宿、餐饮等消费。

截至 10 月 9 日抖音话题总播放量 4396.6 万以上;图文和视频总播放量 4500 万以上;其中 10 月 4 日赛事话题 # 抖音百分大战李观洋对 YUKKE 登上抖音实时热榜第四;11 位明星球员个人宣发浏览量 308 万,点赞 40.2 万;各平台内容宣发浏览量 4450.4 万;新华网、学习强国、澎湃新闻、中国网、央视网、环球网、中国体育网、北京日报、河北新闻网、上海新闻网、天津都市新闻网等 100 家权威媒体都对本次赛事进行了宣传报道,持续提升了唐山市的城市形象和赛事影响力。

研究商业模式,确保赛事持续。下步,唐山将积极与路人王主办方沟通对接,学习借鉴路人王赛事赛制、传播方式以及商业模式,并结合唐山新体育中心的实际,研究制定符合唐山市民需求的、可持续性的赛事内容,逐步培育唐山本土体育 IP 品牌,更好满足人民群众个性化、多样化、品质化的体育服务消费需求,助力唐山市打造“赛事之城 圆梦之城”。 (周强)

## 激活田径热情 创建赛事名城

### 亚瑟士·田径精英首届石家庄“田径之城”大众挑战赛顺利举行

10 月 3 日至 4 日,省体育局田径中心圆满举办了亚瑟士·田径精英首届石家庄“田径之城”大众挑战赛,拉动经济增长超 1400 万元,在行业和社会引发广泛关注和好评。作为市场办赛、资金自筹的一次成功尝试,本次赛事主要有以下特点:

办赛模式新。本次赛事立足市场化,引入赞助商体系,办赛资金全部自筹,未使用田径中心经费,严格赛事经费管理使用,致力以“体育+”赋能城市经济发展,以赛营城、以赛兴业、以赛惠民,充分激发体育赛事推动经济发展的强大动能。

参与规模大。本次比赛共计吸引了 2001 名选手、2648 人次参加比赛,其中外地选手约 1300 人,为国庆期间全国最大规模的大众赛事。

赛事级别高。为全国首个省级田径协会与行业龙头企业共同主办、首个奥运冠军和全运冠军深度参与的大众赛事、首个国际一线品牌(亚瑟士)冠名赞助的大众赛事,也是全国迄今为止最大规模的大众赛事之一。

参赛阵容强。巩立姣客串裁判员,在第七届全国运动会打破女子 4×400 米接力亚洲纪录的河北队原班人马时隔 31 年再聚首,众多河北田径名将名宿、省队选手大面积参与,全国锦标赛冠军、品牌赞助选手亲自参赛,裁判阵容、竞赛设备、直播团队比肩全国田径锦标赛。

赛事体验好。赛事组织专业、志愿者热情、场地条件、包装氛围、参赛包、明星选手、直播和照片、场外商业等种种要素加持,让赛事赢得了观众和参赛选手的一致好评,很多人在赛后采访、直播评论:“是全国迄今为止最好的大众赛事”等,还有选手特意发了感谢信。

传播范围广。中国体育报专版报道赛事情况,国家体育总局官网宣传,新体育、学习强国、河北日报、河北

广播电视台、长城网、河北体育等单位及媒体全方面报道;长城网、田径精英抖音、田径精英赛事资讯全程直播,直播观看量约 350 万人次;赛事所设图片直播访问量超过十万,约为全国大奖赛级别比赛类似工作的 2-3 倍;参赛人群大面积自发传播视频及图片内容,“田径之城”“石家庄大众挑战赛”等话题发布量及传播度程度强,仅抖音平台即实现内容发布数百条,为同期其他赛事的近 10 倍。

带动经济效果明显。23 个省份田径爱好者参加,1300 余人来自外地,在家人、朋友的陪伴下来到石家庄,“陪伴者”人数甚至远超参赛选手,住宿、餐饮需求强烈,周边游玩需求高涨。据不完全统计,为期两天的比赛拉动交通、住宿、餐饮、商超等消费约 1441 万元,极大提高了城市知名度、美誉度。

赛事的圆满举办,离不开局党组积极推行体育赛事拉动经济增长的深度谋划和有力保障,同时也得益于以优化赛事水平、提升人群参与、变赛事流量为经济增量的创新与探索。

找准赛事定位。精准定位设项,不仅考虑到专业队运动员、大众田径爱好者,还考虑到体育特长生、高考四项考生的训练需求,最大限度拓宽参赛选手年龄的覆盖面。深挖地域资源,基于石家庄优秀的田径传统和省会优势,将石家庄作为“田径之城”大众挑战赛的首站。

精心谋划落实。提高组织能力,由具有丰富赛事经验的田径精英赛事公司共同主办,让曾服务世锦赛、亚运会、全运会等赛事田径比赛的深圳菲普莱体育发展有限公司参与,亚瑟士冠名赞助,以及奥体中心高标准的专业赛场,以专业标准运营大众赛事。丰富赛事内涵,巩立姣、田子重、胡麟鹏等明星运动员参与赛事,以世界和全国冠军的荣耀传递体育的力量;教练员李梅素、张存彪、李梅菊,运动员王少杰、李亚轩、徐鑫丰等

以不同方式参与比赛,展现河北田径荣耀发展奋进史;设计名宿老匠牵手青少年选手上场、比拼环节,传承河北体育精神。提升参赛幸福感,设置现场播报、运动员展示及颁奖环节,引进专业摄影摄像,发布选手及观众精彩照片;精心准备包含文化衫、运动饮料、旅游宣传页、代金券在内的超值参赛包,开通会展中心地铁站至奥体中心免费接驳车,会场设立救护站、免费进行赛后恢复等等,让观众和选手真正体验赛事方的用心、贴心和暖心。

多方联动惠民。推出优惠举措,为最大限度拉动经济增长,积极寻求与单位、企业合作方式,与河北文旅厅、正定文旅多次沟通协作,在场外展销文创产品、场内播放旅游视频推介美食美景、对裁判员、运动员、志愿者给予景区门票八折优惠;设田径精英服务站,发放亚瑟士代金券 13.24 万元,满减代金券 20 万元,对接石家庄本地品牌西吧客食品有限公司,提供 20 万元代金券,此外还有康比特、清旭尔然等商家积极参与,涵盖运动装备、运动能量产品、餐饮等领域,拉动经济消费共计约 1441 万元。

广泛宣传发动。充分利用媒体力量,组织赛事宣传工作对接会,邀请河北日报、河北广播电视台、长城网等媒体参加,共同商议赛事宣传方式方法;广泛宣传赛事信息,精心制作宣传短片、赛事花絮和图文信息,在抖音、微博、快手、微信、视频号等平台发布,充分扩充赛事流量;积极动员地市力量,向各地市发送诚邀参加大众挑战赛的函,发动属地内体校、中小学、俱乐部及协会力量,吸引社会关注度,从而激活田径热情,吸引外地参赛人口,打造田径赛事名城。

接下来,田径中心将继续深入落实局党组的部署,学习兄弟单位先进做法,不断探索和完善河北赛事经济刺激大众消费模式,争取竞技、经济双丰收。

(周强)