

业界新潮流 >>>

品尝“文化味” 感受“烟火气”

我省打造“体育+”消费新场景，“跟着赛事去旅行”成为河北新时尚

□本报记者 张月霞

近一段时间以来,我省体育消费热潮不断,在赛事活动的带动下,文体商旅进一步融合,从提升赛事服务质量,到打造别具特色的体育消费新场景,在丰富群众假日时光的同时,也使文体商旅进一步融合,助力赛事流量转化为消费增量。

10月19日,由保定市体育局主办的保定市金秋体育嘉年华暨首届匹克球交流赛在环城水系马拉松大本营开幕,本届金秋体育嘉年华为期9天,期间举办“一式一集七赛”、最强王者电竞交流赛、保定市首届匹克球交流赛、京津冀儿童滑步车公开赛总决赛、保定市首届青年环城水系骑游活动等六项赛事活动,融合竞赛表演、全民健身、体育场馆、体育培训、体育用品等多种业态,旨在推进文化、旅游、商务、农业等多业态融合,打造大众乐享的体育盛会、宣传推介保定的重要窗口。

嘉年华期间,主办方还在体育文化市集设置体育运动体验区、体育文化互动区、体育用品展销区、农副产品展销区、美食展销区和车房联展区六个区域,让参与市民、游客通过游览当地风景、品尝当地美食,感受“文化味”和“烟火气”,享受一场高品质的体育休闲旅游盛宴。

在现场热闹的氛围下,“奥运冠军之城”的生机活力在此具象化:农副产品展销区集中了全市优质农产品,助力乡村振兴。红肉苹果、绿豆杂面、涞源小米……种类繁多的土特产吸引不少游客品尝消费。“能够通过体育嘉年华,把我们产品的名号打出去,感到非常值得。”展销区工作人员向记者展示已售出多半的番茄汁。体育运动赛事与农副产品展销的结合,融合地产品牌与冠军文化,搭建多元消费空间。

在本届嘉年华期间,保定市还推出了旅游主题线路与文旅惠民举措,整合休闲健身、历史文化、生态观光等资源,打造一系列覆盖全域的旅游路线。参赛选手及嘉宾可享受免费景区门票、商家优惠等福利,感受保定古今交融的独特魅力。

在当天开赛的京津冀儿童滑步车公开赛总决赛上,来自全国15个省(自治区、直辖市)的1600名小选

手精神抖擞,同场竞技。小选手翟小霖来自山东聊城,今年6岁半,两岁十个月时他开始接触滑步车,至今已辗转于全国各地十余场赛事。“这是我们第二次来保定参加比赛,上次参赛是在极限运动公园,当时拿了第三名。今天孩子状态还不错,希望他继续加油!”翟小霖的妈妈兴奋地分享了两次打卡保定赛事的感受,“保定特别好,保定人也热情,而且小吃很多,每次和孩子来保定都想留下来多住几天。”

借助赛事活动提升辐射力,带动比赛场馆以及周边的联动发展,并将文旅元素融入其中,创造全新的运动体验场景,使赛事更具多样性和观赏性。这是近来在我省举办的多场赛事活动呈现出的特点。

10月17日,一场独具特色的田径赛事——“飞宇杯”2024年田径分区邀请赛京津冀赛区在邯郸体育中心举行,来自全国17个省市的700余名运动员齐聚邯郸,同场竞技,一较高下。

本次比赛除了设置专业组19个项目外,还新增了大众组别,包括100米、200米、跳高、跳远、铅球、铁饼

等11个比赛项目,为广大田径爱好者提供参加高水平赛事的机会和展示自我的宝贵平台。

比赛期间,主办方还在赛场外的报到处设置了17家商铺和30多家移动摊位,人气异常火爆,各色美食应有尽有,各类文创产品琳琅满目,引得众多运动员和裁判员驻足,为即将开始的比赛积攒了大量人气。来自河北省田径协会的裁判员说:“赛场外的摊位给参赛的运动员和工作人员提供了很大的便利,周围非常热闹,各种美食也很有特点。”

本次比赛为周边带来的人流量明显增加,摊主们的热情非常高涨,效益好的摊位一天的营业额能够接近4000元,对消费的拉动作用非常可观。主办方表示,邯郸有着悠久历史,有娲皇宫、京娘湖等丰富多样的旅游资源。自去年承办了河北省第十六届运动会后,邯郸的体育氛围非常浓厚。举办本次比赛,让运动员们在参加比赛的同时,能够以家庭为单位,品美食,游景点,购特产,实现一日比赛,多日停留,一人参赛,多人消费,让“跟着赛事去旅行”成为新时尚。



■保定市金秋体育嘉年华现场。网络图

探索“企业出海”新途径

运动地材、人造草“出海”主题行业沙龙活动举行

本报讯(记者 张月霞)10月17日,运动地材、人造草“出海”主题行业沙龙活动在石家庄举行。本次活动由中国体育用品业联合会运动地材、人造草专业委员会主办,河北英利奥体育用品有限公司协办,旨在集思广益,深入探究人造草、运动地材企业品牌“出海”的可行性方案、模范样本,为企业提供更多交流机会。有来自人造草、运动地材行业的企业代表、外贸行业专家等参加了本次沙龙。

活动现场,企业代表各抒己见,针对企业目前的外贸情况、出口国家、出海经验以及遇到的困惑和问题等

进行了交流。大家一致认为,中小企业“出海”的普遍难点在于缺少统一的组织方,相较于国外较为成熟的外贸组织体系,国内引领企业“出海”的组织体系建设尚需加强,此外,海运价格不稳定、海外政策、签证等,也是导致企业“出海”陷入困境的客观因素。举办这场“出海”主题沙龙活动十分及时,对企业“抱团”开发海外市场起到了指导和促进作用。

沙龙活动中,联合会相关人员对2025中国体博会筹备情况、中国体博会海外展计划,以及2024年度标准化和认证工作、联合会智库搜集的海外相关市场数

据等情况进行了介绍;大健云仓企业代表进行了“供应链前置-外贸创新的探索与实践”的主题分享;“国际青年”对外文化贸易人才选拔赛组委会负责人进行了“聚国际青年 拓文化贸易”的案例分享。

沙龙活动结束后,全体人员还共同参观了英利奥产业园。

主办方表示,接下来将继续促进运动地材、人造草企业之间的走访互动及沟通交流,围绕“企业出海”的政企交流也将持续推进,以此推动中国体育用品制造业、中国体育用品品牌真正“走出去”。