

古城金风吹彩霞 赛事经济开新花

保定力推赛事经济发展,擦亮“奥运冠军之城”名片

□本报记者 周强

打造品牌赛事 推出典型案例

保定市金秋体育嘉年华于10月19日至27日举办,活动包括“一式一集六赛”,期间举办开幕式、体育文化市集和保定市首届匹克球交流赛、京津冀儿童滑板车公开赛总决赛、保定市大众拔河比赛、2024年中国·保定世界功夫跤暨中国式摔跤国际邀请赛、河北省第十四届国防体育运动锦标赛、保定市首届青年环城水系骑游活动六项赛事活动。同时,推出旅游主题线路与文旅惠民举措,参赛选手及嘉宾能享受到免费景区门票、商家优惠等福利,感受保定古今交融的独特魅力。文体旅深度融合,推动地方经济繁荣,成为保定市体育+融合消费的典型案例。

10月13日开赛的涞源七山·太行100山径赛成为保定在太行步道组织商业化户外越野赛事的成功案例。赛事围绕涞源丰富的文旅资源设置比赛路线,起点终点均设在涞源七山景区,沿途串联起国家5A级旅游景区白石山、明代长城、涞源湖景区、国家跳台滑雪训练科研基地等特色景点。有100余家自媒体宣传报道,运动达人100余篇推文、视频,小红书、视频号相关搜索点击率突破1000万次,新浪直播50万人观看,实时在线人数达5000人,关注总人数达100万人。

赛事活动不仅展示了涞源独特的自然风貌和深厚的文化底蕴,也促进了体育旅游的发展,已成为涞源展

“

作为“奥运冠军之城”和全国首批“全国全民运动健身模范市”,保定始终把体育作为现代化品质生活之城的标志性事业,以赛“营”城,高水平打造“赛事之城”,建设体育强市,让群众体育、竞技体育、体育产业不断迸发出新的活力。在刚刚过去的10月份,保定市共组织各级各类赛事活动85场次,其中保定市金秋体育嘉年华和涞源七山·太行100山径赛特色鲜明,引流效果显著,成为众多赛事中最亮眼的成功案例。

”

示对外形象的靓丽名片和拉动文旅发展、经济增长的新引擎。

做好观众引流 转化经济增量

注重赛事活动宣传,扩大社会影响和经济效益。保定市体育局与保定市新闻传媒中心通力合作,统筹广播、电视、报纸、客户端、新媒体平台矩阵等全媒体资源,广泛深入宣传,报道声势如潮,助力保定赛事活动火爆出圈,并在央媒、省媒集中报道重点赛事。提高了城市外向度、知名度、美誉度,收获了保定“大流量”和

“好声音”。

拓展赛事活动受众,从场馆走到群众身边。为贯彻落实省局要求,结合保定市正在全面推广普及的匹克球项目,保定市体育局将适合的赛事活动从传统场馆转移到购物中心、步行街、商场等新场景中,将“三进”拓展为“六进”即进学校、进机关、进社区、进景区、进商超、进企业,此举不仅能够引起周边居民的关注,更能吸引大量游客前来参观和消费。

加强融合协同联动,构建融合消费场景。重大赛事活动前,按照“体育搭台、文化赋能、旅游带动”的总目标,与发改、文旅、商务等部门合作,推动“赛事+节庆会展”“赛事+特色文化”“赛事+商业商贸”,在重大赛事活动中嵌入美食体验、产品展销、非遗民俗文化展示等内容,努力实现“一日参赛、多日停留”“一人参赛、全家旅游”。

引进高水平赛事公司和运营团队,借势发力。以涞源七山·太行100山径赛为例,保定引进了国内知名的崇礼168策划执行团队进行策划实施,该俱乐部在户外越野项目上有较高的知名度,吸引到明星跑团五个、运动MCN机构三家,号召了网红达人、自媒体百余人发布推文、视频,自带流量的宣传受众更加精准、传播更加迅捷,在专业圈内起到了较强的宣传推动作用。

今后,保定市还将全力办好保定马拉松、中国·保定国际空竹运动会等IP赛事,为“这么近、那么美、周末到河北”贡献保定体育力量。

狮城闻狮吼 赛事浪推舟

沧州体育赛事新场景:“进景区、进街区、进商圈”

□本报记者 张月霞

开展体育赛事“三进”活动,不仅能够带动商圈经济“热”起来,还能使景区经济“活”起来、街区经济“强”起来,真正让赛事“流量”变为消费“能量”和经济“增量”。

在发展赛事经济过程中,沧州市积极推进体育赛事“进景区、进街区、进商圈”活动,发挥体育赛事综合效益,进一步促进体育与商务、文旅等业态的深度融合,充分释放消费潜力。

11月16日,“动感狮城·活力街区”2024沧州市首届社区运动会在沧州市运河区第十中学成功举办,共吸引500多名市民参赛,参与人数达800余人。比赛分为比赛项目和体验项目,比赛项目有运河同舟乐、狮城乾坤转、沧海勇破浪、狮悦冲关乐、沧海连体情、狮威山河力。体验项目有狮舞飞盘乐、狮城投壶韵。

“虽然我是沧州本地人,但是第一次来这里。比赛结束后,我打算在周边游玩一番,沧州铁狮子、清风楼、博物馆等。对我来说这是另一种形式的体育与文化、旅游结合,对我是种特别难忘的经历。”参赛选手杨先生表示。

“我以前从来没有参与过这样的趣味比赛,感觉很新鲜。这次能够亲身参与,真是太有意思啦!”参加了“运河同舟乐”项目的小王笑着表示。

活动中还有12家商家共同参与展出,据了解,“动感狮城·活力街区”2024沧州市首届社区运动会积极推动体育赛事“进景区、进街区、进商圈”,不仅搭建起邻里沟通的桥梁,激发了市民参与全民健身的热情,同时也积极挖掘体育消费潜力。活动期间,在沧州的社区、城市商圈、校园、体育场馆等地也继续开展更多场次的赛事活动,以活动的覆盖面和影响力,深度挖掘体育消费年轻化、多元化潜能,加快发展赛事经济步伐。

同时,“赛事经济新模式,体育开拓新蓝海”——2024京津冀赛事经济座谈会也同步进行。此次座谈会特邀北京大学教授、河北体育学院教授,以及北京知名路跑赛事运营专家等,深入探讨赛事经济新模式,为体育发展开拓新的发展空间。

今年以来,沧州市体育局围绕“文武沧州、跃动狮城”精品体育赛事和“沧海武韵、魅力狮城”武术系列赛事2大主题品牌,大力培育赛事消费新业态。第十一届中国·沧州国际武术大赛吸纳了沧州银行、沧州移动等社会力量参与;同步举办了沧州武术文化博览会

和武术舞台剧,吸引了5万余人参观、观看;配套打造了3条特色旅游线路,推出了“跟着赛事去旅行”专项优惠措施,树立了“赛事+经济”新样板。沧州雄狮全年举办了15场主场赛事,大量外地球迷来沧看比赛、品美食、游景点,现场观众每场近万人,球迷经济成为体育消费的重要力量。第三届大运河女子半程马拉松、河间驴火节“瀛洲欢乐跑”、环金沙湾自行车赛、吴桥人保大运河半程马拉松赛等大型赛事期间,充分融入非遗、杂技、购物、旅游、农产品展销等内容,显著促进了全市赛事经济的发展。

下一步,该市将持续把发展赛事经济作为体育的重点工作和头号任务抓实抓好。着力提升办赛保障水平,大力改造提升体育基础设施,不断改进宣传工作,紧抓安全工作不放松,以高水平安全护航高质量发展;全面提升赛事品质,充分利用沧州独特的滨海资源、大运河文化带资源和武术资源,对赛事进行全面谋划,突出武术赛事、户外赛事、中超赛事,继续培育好“文武沧州 跃动狮城”群众系列赛事和“沧海武韵、魅力狮城”精品武术赛事等两大赛事品牌;不断丰富赛事消费场景,加强体育、文旅、商务、农业农村等部门间的沟通联系,推动赛事进景区、进街区、进商圈、进乡村,提高赛事引流能力。