

为一场赛事赴一座城 “运动起来”带火暑期游

近日,体育总局、文化和旅游部联合发布“跟着赛事去旅行”2024 暑期全国户外运动赛事目录,包括全国青少年桨板锦标赛、环海南国际公路自行车赛、2024 徒步中国·全国徒步大会等 21 项赛事,旨在推动各地结合户外运动赛事特点,践行“绿水青山就是金山银山”理念,深入推进文旅融合发展。

多地推出赛事主题旅游产品线路,吸引人们前往感受运动魅力、体验当地生活。体育旅游正成为地方推动旅游业高质量发展、展示城市形象的重要窗口。



近年来,安徽歙县持续丰富体育旅游产品和服务供给,激发体育旅游消费,促进“文化+旅游+体育”高质量发展。图为参赛选手在徽州古城篮球争霸赛中竞技。 施亚磊 摄



近日,第十二届全国少数民族传统体育运动会马上项目民族赛马比赛在新疆维吾尔自治区伊犁哈萨克自治州昭苏县举行,吸引不少游客前来观赛。图为骑手们在比赛中挥舞马鞭,骏马疾驰。 杨天民 摄

受亲子群体青睐

7 月上旬,“我要上全运·全民健身·活力中国·社区运动会”2024 年全国东西南北中羽毛球大赛青少年赛(江山分站赛)在浙江省江山市举行,年龄最小的参赛运动员仅 6 岁。此次比赛,组委会还推出了相关赛事旅游活动,不少小选手选择赛后在江山市游玩。

江山市地处浙、闽、赣三省交界,交通便捷,境内有江郎山景区、廿八都古镇、和睦彩陶文化村等,自然风光优美,人文景观多样,旅游资源丰富。近年来,当地举办了一系列体育赛事,积极打造体育旅游目的地。

江山市体育局相关负责人介绍,今年暑期预计有 2000 余名青少年从全国各地到江山市参加羽毛球、体操、空手道等赛事,参赛人员可凭参赛证免费游览江山市各大景区。这些赛事将带动大批亲子游、研学游群体到访江山市。

暑期也是开展户外活动的旺季。日前,800 多组亲子家庭、近 2000 人走进湖南长株潭生态绿心,参加亲子徒步活动,徒步结束后,亲子家庭还走进绿心地区特色创意乡村集市,品尝乡村美食,参与互动游戏。让孩子亲近大自然,锻炼身体,是许

多参与家长的共同愿望,徒步活动也给孩子们留下了深刻印象:“这是我们长株潭三个城市共同的绿色心脏,在这里徒步感觉很奇妙。”

“跟着赛事去旅行”2024 暑期全国户外运动赛事目录中,有不少青少年赛事,包括 2024 年中国青少年(中学生)潜水定向大赛、2024 年全国青少年皮划艇 U 系列联赛、全国青少年 U 系列竞速小轮车冠军赛、锦标赛等,预计将带动大批家庭前往赛事举办地参赛、观赛。为一场赛事赴一座城,正成为亲子游、家庭游的新内容。

激发消费新动能

北京市石景山区日前宣布将以“‘游’暑假”为主题,推出八大主题、350 余场暑期文旅消费季活动和 3 条暑期主题精品旅游线路,其中包括“去运动”主题、“骑趣石景山”主题精品旅游线路。石景山区体育局相关负责人介绍,第五届“8·8”北京体育消费节即将开启,将积极推进群众体育活动进景区、进街区、进商圈、进社区。此外,2024 年 WTT(世界乒乓球职业大联盟)中国大满贯将于 9 月下旬在石景山首钢园开赛,届时,将在八大处公园、万达广场以及社区健身广场等地举办全民乒乓球挑战赛,邀请专业运动员和市民进行街头对战,营

造浓厚的全民运动氛围。同时,在首钢园群明湖举办全民水上挑战赛,通过举办桨板、皮划艇等户外潮流运动,促进首钢园网红打卡地体育消费场景再升级。

体育与旅游“牵手”,直接带动了赛事举办地周边住宿、餐饮、购物等的消费,催生火热的体育旅游经济。

以江苏苏州为例,近年来,苏州积极推动全民健身,还承办了不少重要赛事,鼓励本地居民“走出家门”运动,也吸引外地运动爱好者来苏州参赛、观赛。据统计,在苏州举办的 2023 年苏迪曼杯世界羽毛球混合团体锦标赛,吸引近 10 万观

众现场观赛,票房总收入 3400 万元,带来直接经济效益 3.79 亿元、间接经济效益 8.85 亿元。既能感受酣畅淋漓的赛事魅力,又能欣赏秀美的江南风光,成为苏州体育旅游的独特魅力。

“村 BA”“村超”的举办,让贵州省黔东南苗族侗族自治州台江县、榕江县名声大振。这两个赛事也成为当地拉动消费的重要途径。数据显示,今年“五一”假期,“村 BA”举办地台江县接待游客约 25 万人次;2023 年 5 月中旬至 2024 年 6 月底,“村超”举办地榕江县接待游客 1169 万余人次,实现旅游综合收入超过 130 亿元。

做好「赛事+」文章

今年 6 月,国家发展改革委等部门印发《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》,提出培育文旅体育消费新场景,拓展文体体育消费空间。“十四五”以来,体育总局、文化和旅游部推介了一系列国庆、春节假期体育旅游精品线路,带动体育旅游经济不断升温,全国各地涌现出一批体旅融合好去处。公园露营、户外徒步、绿道骑行、旷野自驾等体旅关键词,成为在线旅游平台上的搜索热点,露营类景区、山岳类

景区等的热度也随之上升。

无锡马拉松、扬州鉴真半程马拉松、南京浦口马拉松……今年以来,江苏多地举办马拉松赛事,许多人“跟着马拉松来旅游”,这些赛事带动了当地的文旅消费,为当地带来可观的经济收益。如何进一步做好、做足“赛事+”文章,成为许多城市关注的重点。扬州鉴真半程马拉松结束当天,当地就召开“马拉松与赛事经济”扬州体育产业合作与发展恳谈会,探讨城市文旅融合发展路径与模式。

结合当地生态资源、文化底蕴,也成为“赛事+旅游”发展的重要路径。山东临沂既拥有蒙山沂水等自然资源,也有着深厚的红色文化。近年来,临沂举办越野挑战赛、龙舟赛、皮划艇赛等,做活“山水”文章;举办万人徒步行、“城 BA”、马拉松等,擦亮“红色沂蒙”赛事品牌。据统计,今年上半年,临沂共举办各级各类群众性赛事活动 2821 场次,逐渐形成“一区一品”“一镇街一特色”全民健身新局面。(尹婕)

激情奥运 扬威华夏 Visa 华夏巴黎奥运会 主题信用卡限量发行

为扎实做好金融“五篇大文章”,紧抓“金融+体育”融合发展的机遇,华夏银行信用卡于 2024 年中法建交 60 周年及巴黎奥运会之际,携手全球奥林匹克合作伙伴 Visa,限量发行“Visa 华夏巴黎奥运会主题信用卡”。

本次发行“Visa 华夏巴黎奥运会主题信用卡”,以巴黎奥运吉祥物弗里吉帽作为设计主题,为用户提供了境外笔笔 2%,最高 12%的消费返现等高端权益,并且对于在活动期间满足消费条件的新户主卡持卡人,还精心准备了巴黎奥运会纪念品作为开卡礼。

未来,华夏银行信用卡将继续深耕体育金融场景,满足消费者的多样化需求,提升消费体验,助力推动体育事业蓬勃发展,为经济高质量发展提供有力的金融支撑。

(申梦瑶)

姚瑶: 成为优秀主持人的秘诀是 风格多变、核心不变

二十年来,姚瑶一直深耕在主持人领域的最前沿,作为深圳电台知名主持人,她多次荣获深圳广电集团“十佳主持人”“名主持人”“广电之星”等荣誉。

在 20 年的主持生涯中,姚瑶主持过多种类型的节目,包括新闻评论类、人物访谈类、夜话节目、娱乐节目、电影节目甚至体育节目。其中最具代表性的是始于 2006 年的品牌栏目《读家新闻》,它开创了“读新闻以成一家之言”的解读新闻新模式,风格独树一帜,迅速赢得了众多听众的喜爱,多次位列同时段收听率第一,并获得广东省广播电视节目奖一等奖。

姚瑶主持的品牌栏目《每日资讯榜》也颇具特色,她从节目形式和听觉氛围两方面入手,给听众新鲜感。姚瑶把每天的生活资讯,整理出对听众最有价值的十条形成榜单,按照倒叙方式揭晓,增加新闻播报的趣味性;她也在节目中运用“大笑”“弹跳”“一激灵”等音效,烘托听觉氛围,让听众觉得听节目仿佛是在听一场脱口秀,这开拓了新闻脱口秀的新思路,深受听众喜爱。该节目自开播至今已有 20 年,多次位列同时段收听率最高榜。

此外,姚瑶不拘泥于传统节目播方式,不断开拓新节目。2016 年,她创立并主持了全新的互联网创业节目《创客先锋》。在节目筹备初期,姚瑶走访了深圳多家创业企业,并多次与深圳市科创委沟通交流,掌握了大量一手资料。在近百期节目中,她邀请了稳健医疗董事长李建全、乐凯撒披萨创始人陈宁等多位国内知名创业者作为栏目嘉宾,一方面通过与他们在栏目中的生动对话,揭示创业背后的故事和经验;另一方面,借助互联网平台分发,和听众形成深度互动。《创客先锋》在深圳创业圈和青年群体中产生了轰动效应,取得了同时段收听份额第一的好成绩。

驾驭多种类型的节目,并都能获得听众喜爱,核心秘诀是什么?姚瑶认为是自身独一无二的主持风格,以“让听众在轻松愉快的氛围里进入状态”为宗旨,无论是资讯节目、访谈节目,还是夜话节目,她都认真做到真实有趣,且言之有物,如果出错,也懂得自嘲。比如访谈节目,每次她都会跟采访对象说,“咱们千万别端着,听众喜欢活生生的人”“即使碰到紧张了结巴了也不用怕,因为你是最了解自己这份创业项目的,听众分得清紧张和无知”“自嘲一下就过去了,听众反而会觉得你真实可爱”。

虽然节目类型多变,但姚瑶真实亲切幽默的风格不变。正如她所说,“主持人找准并把握好自身风格,这个核心不变的话,听众对你的喜爱就不会变。”

(于焯)