

习近平总书记关切事

中国体育逐梦正当时(下篇)

新华社记者 刘亢 王恒志



游客在北京延庆区国家高山滑雪中心滑雪。
新华社记者 张晨霖 摄



▲2025年7月20日,2025江苏省城市足球联赛第七轮比赛中,常州队球迷在场边加油。
新华社记者 李博 摄

“苏超”爆火背后的体育产业潜能

一项地方业余足球赛事,能掀起多少声浪?

千万级赞助、直播观赛超20亿人次、带动消费达百亿规模、全网话题量超1000亿次……2025江苏省城市足球联赛(“苏超”)从赛场火到商圈,从江苏燎原全国,交出一份惊艳答卷。

距离新赛季开始还有2个多月,已有24家赞助商就位,其中不乏国际知名品牌,赞助总额超过1个亿。江苏省体育产业集团董事长顾晔感慨地说:“一个省级业余赛事被抢着赞助,放在以前想都不敢想,这正是体育消费潜力充分释放的印证。”

这份火爆,源于对总书记嘱托的坚定践行。2020年9月22日,习近平总书记在教育文化卫生体育领域专家代表座谈会上强调,要推动体育产业高质量发展,不断满足体育消费需求。

锚定这一方向,江苏出台30余项政策,安排超11亿元专项发展资金,构建起全方位政策支撑体系,为体育产业发展、“苏超”等赛事落地生根铺路搭桥。

习近平总书记指出,加快建设体育强国,就要坚持以人民为中心的思想,把人民作为发展体育事业的主体。

江苏将这一要求贯穿办赛全程,让“苏超”成为真正属于老百姓的赛事。球迷反映场地太小,就搬进城市最大足球场;群众吐槽停车难,市长在公号留言区直接回复“安排”;球迷专列、文商旅联动优惠……政府与民众实现双向奔赴。

群众体育,点燃的不仅是群众热情,还有消费热潮。“苏超”化身江苏文旅推介会,实现“1元门票带动7.3元周边消费”的杠杆效应,拉动旅游、餐饮、住宿等多业态协同增长,成为名副其实的“消费引擎”。

这一效应并非个例,江苏已形成“跟着赛事去旅行”的新范式,无锡马

拉松单场带动消费超5亿元,39个项目获评“中国体育旅游精品项目”,各种“流量”正转化为“留量”。

如今,“苏超”点燃全民足球热情,“湘超”“赣超”“川超”等赛事百花齐放,形成全国性“城超”热潮。2026年“苏超”新赛季将于4月开赛,“五一”“十一”假期被纳入赛程,这份贴合民众需求的小巧思,彰显着赛事扎根民生的初心。

“后冬奥时代”的区域共兴成绩单

“来奥运场馆边开民宿,这个决定是对的!”每到节假日,北京延庆佛峪口村的民宿老板梁园就忙得脚不沾地。

北京冬奥会早已过去,常住人口不足300人的佛峪口村,2025年接待游客近7000人次,距离不远的国家高山滑雪中心“雪飞燕”,正是客流络绎不绝的核心密码。

习近平总书记在冬奥会筹备过程中就反复叮嘱,“办冬奥不是一锤子买卖,不能办过之后就成了‘寂静的山林’”“赛时需要和赛后利用相结合”。

为破解赛后利用难题,北京冬奥组委联合属地政府和场馆业主,量身定制三版《场馆遗产计划》,让每座冬奥场馆都装上“可持续发展引擎”。

在延庆,“雪飞燕”既承办国际高水平赛事,也向公众开放体验,非雪季更开发徒步、攀岩等山地项目,真正实现四季精彩不断。“游客来了就不想走。”梁园是2023年回国发展的,作为滑雪爱好者,她瞅准了冬奥遗产为京津冀地区发展带来的机遇。

在河北张家口崇礼,28项场馆功能改造搭建起“一场馆一特色”运营体系,冬奥场馆综合利用率达100%。自2024年以来,崇礼连续两年夏季接待游客量超冬季,彻底打破“雪季依赖”。

“举办冬奥会是推进京津冀协同发展的重要抓手,必须一体谋划、一体实施,实现北京同河北比翼齐飞。”习近平总书记高瞻远瞩。

赛事搭台,产业唱戏,离不开区域协同的硬核支撑。

京张两地携手推出“四季八线 嗨玩京张”主题线路,举办京张全季体育旅游嘉年华,十大重点项目加速落地。张家口打通北京至崇礼、雪场间的交通“微循环”,动态调整列车班次,让游客出行更顺畅;京津冀游泳公开赛连年举办、首届京津冀地区匹克球运动协会及俱乐部邀请赛举行,体育成为人文交流的重要纽带。

32岁的张家口人曲晓彤说“自己赶上了好时候”,酷爱滑雪的他,干了5年滑雪跟拍摄影师,客户群体不断扩大,职业前景向好。他说,京津冀协同发展带来了无数机会,冰雪产业链不断延长,给了他这样的从业者实现自我的可能。

如今的京张大地,“赛事+旅游”“赛事+商业”“赛事+文化”融合业态蓬勃发展。崇礼168超级越野赛创造旅游收入1.68亿元;国家跳台滑雪中心“雪如意”承办电竞赛事,现场非遗剪纸创意作品被国内外选手、观众大量选购;冬奥村变身集住宿、研学、赛训于一体的综合空间。

“加速建设中的京张体育文化旅游带正成为区域共兴的‘黄金纽带’。”北京市社会体育管理中心主任孔宪菲说。

从赛场到民生、从一季到四季,冬奥会遗产持续焕新,绘就京津冀协同共兴新图景;以赛事为桥、以产业为脉,粤港澳全运会为大湾区注入融合共进的活力,让发展同频共振……体育正成为区域协调发展的重要纽带。

“中国制造”的体育强国奋进路

山东德州乐陵,一座鲁北小城,缘何吸引众多国际体育组织负责人纷至沓来?

世界摔跤联合会主席拉洛维奇说,这里有他们最重要的战略合作伙伴。

走进位于乐陵的泰山体育产业集团的企业博物馆,会降温的环保草坪、

能健身的智能公交站、搭载黑科技的碳纤维体操鞍马、斩获德国iF设计奖的竞技自行车……一项项“黑科技”让人目不暇接。

很多人恐怕想不到,这家常年为奥运会、亚运会、单项世锦赛服务的国际赛事“标配”供应商,40多年前还只是一个校用定制小作坊。看着飞速运转的自动化生产线,说起当年从三米房顶赤脚跳下测试训练用垫子质量的往事,集团董事长卞志良感慨,“中国制造”筚路蓝缕、拔节生长,是体育强国建设的生动注脚。

2022年1月4日,习近平总书记在考察北京冬奥会、冬残奥会筹办备赛工作时强调:“建设体育强国,必须实现高水平的体育科技自立自强。”

总书记的要求,为泰山体育干事创业、坚持科技自立自强指明了方向。

卞志良还记得,初入国际市场,才知道“标准”的重要性。“我们柔道垫子送检100多次才通过,体操器材次数更多。”

一次次实验,一点点尝试,通过建设国家级工业设计中心、建立产品检测实验室、聘请全球英才加入科研团队……泰山体育从适应别人的标准,到开始建立自己的标准,如今已有200多项产品通过国际单项体育联合会认证,主持和参与制定90余项国际国内标准。

2020年9月22日,习近平总书记在教育文化卫生体育领域专家代表座谈会上指出,体育“是展示国家文化软实力的重要平台”。这份以科技硬实力铸就的行业底气,让中国体育品牌成为彰显国家文化软实力的坚实载体。

自2000年起,红双喜连续为7届奥运会提供高于国际乒联标准的乒乓器材;自2019年起,安踏成为国际奥委会官方体育服装供应商……从默默无闻到行业标杆,中国体育企业正扬帆出海、逐浪前行,在国际舞台上擦亮中国品牌,让世界听见中国体育的铿锵声音。
新华社北京2月5日电