

乒乓球进社区、进公园活动在河南洛阳火热开展——

# 项目推广助力全民健身

本报记者 孙龙飞

“别看他们年纪小，乒乓球基本功都很扎实。”和初中校队的小队员们切磋后，乒乓球世界冠军常晨晨表示。6月6日，一场别开生面的乒乓球进社区活动在河南洛阳展开，当地群众在打球健身之余，还参与了运动健康义诊、参观世乒赛冠军奖杯等活动，收获满满。

乒乓球进社区、进公园活动由住房城乡建设部、国家体育总局共同组织开展，自2023年6月启动以来，推进各地在城市社区、公园中配建乒乓球台等健身设施，完善健身服务功能，带动广大群众就近就便健身。

## 活动接地气，服务更贴心

天气炎热，但洛阳政康苑社区体育公园里人头攒动，人们参与体育活动的热情不减。球台两端，常晨晨和洛阳市东升第二初级中学乒乓球队的队员们竞技交流，引来围观群众阵阵喝彩。“乒乓球台成为小区的‘标配’，几乎人人都能挥上几拍，感受乒乓运动的乐趣。”常晨晨说。

乒乓球的推广普及吸引了广大青少年的参与。与常晨晨切磋球技的队员中，初一学生张益萱颇具实力，在2023年“洛阳球王”乒乓球争霸赛年度总决赛中，他夺得青少年组冠军。这次能和世界冠军切磋球技，张益萱非常兴奋。他说：“中国乒乓球队队员的拼搏精神值得我学习，希望以后也有机会像他们一样为国争光。”

6月6日，在活动现场，世乒赛冠军奖杯展览、运动健康义诊等受到群众欢迎。7座世乒赛冠军奖杯闪闪发光，默默讲述着中国乒

## 核心阅读

乒乓球进社区、进公园活动开展一年来，各地结合老旧小区改造、公园绿地开放共享等工作，完善社区、公园健身服务功能，为群众健身提供了便利，激发了群众健身热情，助力全民健身再上新台阶。

乓球队队员参加世乒赛、为国争光的奋斗历程。75岁的杨庆海退休后坚持打乒乓球，他激动地同奖杯合影，还翻出手机里保存的奖杯资料图片仔细对照。

如今，运动健康是人们关注的焦点。不少市民在活动现场咨询关于运动健康的问题，来自国家体育总局运动医学研究所和体育科学研究所的专家耐心解惑，并提供有针对性的建议。国家体育总局群众体育司有关负责人表示，乒乓球进社区、进公园活动是满足人民群众高品质健身需求的重要抓手。今后将不断丰富活动形式，加大服务力度，继续挖掘更多好经验、好做法，让更多人享受运动的快乐。

## 场地设施全，健身更方便

晚上9点，洛阳政康苑社区体育公园依然

很热闹，还有不少人在健身场地锻炼。该社区通过改造，配建了室外笼式足球场、羽毛球场、乒乓球台、网球场，以及爬梯、秋千等设施，满足居民健身需求。“锻炼之余，还可以去城市书房品味书香，周围6个社区5万多名居民健身休闲有了好去处。”洛龙区全民健身中心主任薄莉说。

洛阳是老工业城市，城区人口密集，体育建设用地紧张，群众身边的体育公共服务资源比较短缺。近两年，当地以社区体育公园建设为重点，着力打通体育基层服务的“最后一公里”。如今，不同面积、功能和服务半径的体育公园以点带面，连接成网，基本覆盖全城。

“通过合理规划，洛阳主城区从‘15分钟健身圈’迈向‘10分钟健身圈’，百姓‘健身去哪儿’不再成问题。”洛阳市体育局局长赵红飞介绍，全市现已建成投入230个体育公园，增加体育场地面积80多万平方米，近两年新增各类健身设施960套。

走进洛阳立雪社区体育公园室内健身中心，各类健身器材一应俱全。在这里办一张年卡只需365元，吸引了更多人运动健身。35岁的许胜利从事体育器材销售，也是乒乓球社会体育指导员，他的感触很深：“这两年打乒乓球的人越来越多，每月能售出近百球拍。”

2023年6月，住房城乡建设部办公厅、国家体育总局办公厅印发通知，组织开展乒乓球进社区、进公园活动，指导各地结合老旧小区改造、公园绿地开放共享等工作，完善社区、公园健身服务功能。截至2023年12月底，各地有8489个老旧小区开展相关活动，累计新增各类健身设施74590个，其中乒乓球台11944

张，极大方便了群众健身。

## 赛事有特色，生活更多彩

最近，2024年“洛阳球王”乒乓球争霸赛正在进行第二季海选赛的争夺。在新源嘉苑社区比赛现场，参赛选手身手敏捷，小小银球来回跳跃，比赛氛围紧张热烈。“今年大家的参赛热情和技术水平都提高了，裁判工作更不能马虎。”国家一级裁判员吴捷说。

这项乒乓球赛事去年首次举办，为期3个月的比赛吸引了8000多名选手参加，赛事参与性强、覆盖面广，在当地赢得了好口碑。今年，赛事全面升级，共设4个赛季，赛程10个月，每赛季设15场周海选赛、1场赛季决赛，年底还将进行年度总决赛，参赛人数预计超过2万。

群众赛事注重参与性，不仅帮助人们强身健体，还成为促进邻里关系的桥梁。41岁的市民刘兴智打乒乓球不过3年，健康状况明显好转。今年，他拉着邻居一起训练、参赛，业余生活充实快乐。

多年来，洛阳持续举办全民健身运动会，以及元旦长跑比赛、门球邀请赛、冬泳比赛等富有特色的全民健身品牌赛事。这些赛事活动不仅成为当地群众竞技交流的平台，还吸引了大量外地体育爱好者前来参赛、旅游，助力经济发展。

赵红飞表示，要以开展乒乓球进社区、进公园活动为契机，加快构建更高水平的全民健身公共服务体系，把高水平赛事、高品质健身服务送到群众身边，推动洛阳体育事业高质量发展。

## 团体坛观澜

基层体育活动的火热开展，得益于深厚的群众基础。实践证明，举办群众赛事，发挥好“体育+”作用，需要因地制宜，瞄准人们的需求

越来越多的人选择在旅行中融入体育元素。三五好友相聚，或是观看一场精彩比赛，或是尝试特色运动项目，在欣赏山水风光与体验民俗风情的同时，享受运动快乐。文体旅融合已成为不少地方发展的新机遇，如何让体育更好助力经济社会发展，仍需进一步探索。

广西马山山山连绵、地势陡峭，经过合理适度开发，建成了攀岩特色体育小镇；海南万宁水质清澈，适合开展冲浪，吸引了各地的冲浪爱好者……利用当地自然资源条件开展特色项目，体育成为推介当地旅游资源的媒介，体旅融合发展有了抓手。

端午假期，多地开展了精彩的赛龙舟活动。广东澄海上演龙舟漂漂游；湖南南县女子龙舟队飞桨逐浪；福建三溪龙舟夜渡人气旺……浪花四溅，龙舟竞渡勇争先。不只龙舟，还有飒爽的英歌、欢乐的那达慕……各地民俗文化与传统项目的融合吸引越来越多的人参与其中，传统体育项目焕发新的生机，悠久的历史与生生不息的体育精神相得益彰。

基层体育活动的火热开展，得益于深厚的群众基础。品牌赛事的持续发力，为当地群众的生活添彩增色。贵州榕江的群众对足球运动热爱至深，随着“村超”走进大众视野，乡村赛事影响力持续扩大。自“村超”举办以来，榕江县新增就业岗位3000余个，帮助1万余人实现就近就业。乡村足球不仅带给人们运动的快乐，更为经济社会发展注入了新动力。

实践证明，举办群众赛事，发挥好“体育+”作用，需要因地制宜，瞄准人们的需求，拓宽体育消费场景，优化体育公共服务，促进良性循环。随着体育活动与当地民俗文化、自然风景深度融合，丰富的赛事活动助力全民健身蓬勃开展，大众的健身需求得到进一步满足，体育带给人们的快乐将越来越多。

本版责编：塔怀阳 唐天奕 高 信

# 举办群众赛事贵在因地制宜

王 博

## 亚洲壁球团体锦标赛在辽宁大连开赛

据新华社大连6月12日电（记者蔡拥军、张博群）第二十二届亚洲壁球团体锦标赛12日在辽宁大连开赛，本届赛事吸引了来自15个国家和地区的近200名选手参赛。

本届赛事为期5天，设男子团体、女子团体两个项目，将通过小组赛、交叉赛和排位赛共计近300场比赛，决出队伍排名。

国家体育总局小球运动管理中心主任贺

凤翔说，本届赛事为亚洲壁球运动员提供了一个竞技交流的平台。壁球被列入2028年洛杉矶奥运会比赛项目，为该项目在国内的发展提供了契机，我国正着手组建一支年轻队伍备战洛杉矶奥运会。

本届亚洲壁球团体锦标赛由亚洲壁球协会、国家体育总局小球运动管理中心、辽宁省体育局和大连市人民政府共同主办。

## 江西将构建城市社区“15分钟健身圈”

本报南昌6月12日电（记者朱磊）记者从江西省政府办公厅获悉：为进一步优化全省全民健身公共服务，促进体育消费扩容升级，江西发布《关于优化全民健身公共服务促进体育消费扩容升级的行动方案》（以下简称《方案》）。

《方案》提出，开展全民健身设施现状调查，建立动态更新的全民健身设施数据库。组织编制全省体育场地设施布局规划，强化

全民健身场地设施用地保障。建立省级全民健身设施补短板项目库，每年储备一批全民健身设施补短板项目。推进全民健身场地设施建设，补齐健身设施短板，提升全民健身场地设施覆盖率。充分利用城市空置场所等可用空间，新建或改扩建贴近社区、方便可达的全民健身场地设施，推动构建城市社区“15分钟健身圈”。

# 洋河股份：加强文化赋能 讲好品牌故事

江苏洋河酒厂股份有限公司（简称“洋河股份”）历史文化底蕴深厚，拥有“洋河”“双沟”两个“中华老字号”、两处国家工业遗产和一个全国重点文物保护单位。洋河股份位于江苏省宿迁白酒店区，背靠“三河两湖一湿地”，酿酒环境得天独厚，助力企业生产优质产品，讲好品牌故事。



## 匠心酿造、创新赋能，推动品牌高质量发展

匠心酿造，追求卓越。作为中国白酒行业的杰出代表，洋河股份大力弘扬企业梦想文化，举办“梦之蓝公益助学行动”“梦之蓝·敬我最尊敬的人”等社会公益活动，成立梦之蓝公益基金、梦之蓝公益研究院等，与中国航天基金会携手开展公益活动，鼓励更多人勇于追求梦想、成就卓越。

洋河股份坚定推进“双名酒、多品牌、多品类”发展战略，坚持可持续发展，用品质创新、匠心经营，助力业绩稳步增长。通过构建强有力的品牌体系与与时俱进的品牌营销策略，洋河品牌影响力不断提升。无论是传承经典，还是突破创新，洋河始终坚定以消费者为中心，不遗余力打磨洋河精品。持续升级的产品品质与推陈出新的精品，为洋河业绩稳步增长夯实基础。

## 搭建平台载体，传承弘扬中华优秀传统文化

从携手《经典咏流传》节目品味文化经典，到同《国家宝

藏》节目一起见证千年国宝焕发时代新彩，洋河股份坚持传承弘扬中华优秀传统文化。此次与新一季《诗画中国》节目携手，旨在带动更多人传承弘扬中华优秀传统文化，助力中华优秀传统文化绽放新的时代光彩。未来，洋河股份将继续践行社会责任，广邀四海宾朋，携手为推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展贡献力量。

## 布局海外市场，助力白酒品牌“走出去”

与世界共舞，向梦想出发。洋河股份坚持打造卓越产品、卓越品牌，坚定推进市场化、专业化、数字化、绿色化、国际化发展。

一直以来，洋河股份致力于让白酒品牌成为飘香世界的“中国名片”，始终以前瞻眼光和国际视野，布局海外市场，深度参与国际大型会展活动，产品相继亮相G20杭州峰会、第三届世界互联网大会、第三届“一带一路”国际合作高峰论坛智库专题论坛、上海合作组织撒马尔罕峰会等活动。如今，洋河股份白酒产品已出口63个国家和地区。

数据来源：洋河股份

