

陕西省宝鸡市： 让体育赛事与城市发展“双向奔赴”

■中国城市报记者 胡安华

近日，“千年宝地·一马当先”秦煤集团2024宝鸡马拉松（以下简称2024宝鸡马拉松）鸣枪开赛，来自全国多地的2.6万名选手齐聚“炎帝故里、青铜器之乡”——陕西省宝鸡市，从宝鸡市行政中心广场出发，途经宝鸡大剧院、宝鸡民俗博物馆、宝鸡市体育场、中华石鼓园等多个标志性地点，展开一场关于速度、激情与文化的盛会。

近年来，宝鸡市积极举办各类体育赛事活动超300场，体育精品赛事对商业、旅游等行业的示范带动作用持续增强。宝鸡市通过深入推进体育基础设施建设、申报体育旅游精品项目等，坚持把体育工作作为增强城市影响力、提升城市品质、激发城市活力的重要手段，为自身高质量发展注入了强劲动力。

精品体育赛事活动 缤纷多彩引客来

2024宝鸡马拉松由陕西省体育局、宝鸡市人民政府主办，中国田径协会、陕西省田径协会技术认证，宝鸡市体育局承办。

为了让这场马拉松赛事更加缤纷多彩，组委会精心策划招募了跑团战队、移动K歌手和角色扮演跑者参与比赛，使整个赛道充满了欢乐与活力。此外，“爱心企业”在赛道沿途还设立了多个美食供给点，提供了包括凤阁岭苹果、富硒石头饼、猕猴桃果汁等丰富多样的特色饮食，让选手们在

奔跑的同时，也能品尝到宝鸡的美味。

有参赛选手表示，这是一场马拉松赛事与宝鸡城市发展的“双向奔赴”。通过马拉松这一纽带，宝鸡向外界生动展示了开放包容、活力四射的城市形象，描绘出了一幅全民参与、共享健康的美好生活画卷。

除马拉松赛事外，近年来，宝鸡市按照陕西省体育局等部门的指导意见和发展要求，积极实施精品赛事提标扩面行动，不断提升“百合杯”乒乓球大奖赛等重要赛事品牌价值，持续办好万人迎新10公里精英赛、渭河健身长廊自行车赛（宝鸡站）以及陈仓九龙山半程马拉松、麟游夏季半程马拉松、太白山登山大会等赛事活动。

宝鸡通过不断丰富体育产品供给，扩大“活力之城、动感宝鸡”的知名度和影响力，积极提升特色赛事品牌价值，不断丰富精品赛事供给，发挥精品体育赛事带动作用。



2024宝鸡马拉松比赛过程中，选手经过宝鸡市中华石鼓园等多个标志性地点。

以赛促训 深化体教融合

抓竞技体育，以赛促训效果显著。今年暑期，宝鸡市组织承办了2024年陕西省青少年锦标赛八大项目，具体种类涵盖体操、跳水、田径、游泳、射击（步手枪）、皮划艇静水、赛艇及击剑，为全省青少年展示体育风采搭建了舞台。

此外，宝鸡市通过组织举办2024年“奥运争光”选材运动会暨青少年体育校级联赛，以竞赛成绩为杠杆，充分调动学校抓体育训练的积极性，帮助广大学子形成热爱体育、参与体育、享受体育的好风气；举办2024年“奔跑吧·少年”儿童青少年主题健身活动，深化体教融合。

今年，《宝鸡市关于加强青少年体育工作 推进县（区）少儿体校规范化建设实施方案》发布，加快恢复县（区）少儿体校；做好市级体育传统特色学校考核工作，制定出台县



近日，2024宝鸡马拉松鸣枪开赛，来自全国多地的选手尽情在赛道上展现体育风采。

级少儿体校考核办法，不断完善县（区）青少年体育工作考核体系。

为夯实基础，推动竞技体育水平持续提升，宝鸡市还开展了教练员、裁判员培训工作，加强裁判员日常监管，不断帮助提升相关专业人员的业务能力和工作水平。

值得一提的是，为实现竞技运动与全民健身深度融合发展，营造和传播积极向上的社会正能量，宝鸡市多措并举、持续发力，推动全民健身相关活动深入开展。

持续推进文旅商体 融合发展

近年来，宝鸡市体育基础设施建设不断完善、赛事活动持续开展、体育产业不断壮大，文旅商体融合发展步伐逐渐加快。

据了解，2024宝鸡马拉松

通过与宝鸡青铜器博物院及非遗传承人的合作，推出了系列特色衍生文创产品，深受广大选手和游客欢迎。在赛事期间，宝鸡市还举办了金秋菊展等多项活动，丰富了选手和游客的文旅体验。同时，赛事博览会还特设了宝鸡市下辖区县的专属民俗、旅游、文化展位，有助于促进地方经济的交流与

发展。宝鸡市体育局相关负责人表示，借2024宝鸡马拉松的高热度，宝鸡市将继续开展名优特产、文旅资源、体育产品推广展销及美食品鉴等活动，形成“体育赛事吸引人，旅游景点、特色美食留住人”的良好氛围。

接下来，宝鸡市还将积极推进体育赛事“三进”（进景区、进街区、进商圈）活动，实现体育赛事活动和旅游资源、商业资源的深度融合。（图片由2024宝鸡马拉松组委会提供）

《中国户外运动产业发展报告》发布 产业规模扩大 消费潜力释放

■人民日报记者 季芳 李茂颖

在近日举办的2024中国户外运动产业大会上，《中国户外运动产业发展报告（2023—2024）》发布。国家体育总局体育经济司司长杨雪鸪表示：“近两年，中国户外运动产业持续健康发展，产业规模不断扩大，发展质量不断提高，消费潜力不断释放，该产业正成为推动体育产业发展的重要力量。”

2023年以来，我国户外运动消费市场繁荣活跃。“一线及新一线城市的消费能力相对较

高，集中了大量户外运动参与者。”杨雪鸪说。

从消费频次看，80后、90后成为户外运动的主要消费群体，在2023年度户外运动参与群体中的占比分别为37.13%、35.17%。从消费水平看，户外运动爱好者年均消费保持在较高水平，在单个项目上的年均消费在2000至5000元。部分项目保持热度，2024年上半年，骑行、垂钓、滑翔伞、冲浪的订单量同比有所增长。

报告称，冰雪运动在户外

运动产业中继续保持引领态势。2023年7月至2024年6月，我国共举办雪上项目全国性专业赛事29场，2023—2024赛季，我国冰雪运动参与者达2.64亿人次。

水上运动的关注度也持续增长。我国冲浪、桨板项目消费人群超过100万，整体消费规模超过10亿元。

路跑赛事的经济效应进一步释放。2023年全国共举办800人以上规模路跑赛事699场，参赛者超过605万人次，大

型城市马拉松报名人数超20万。据统计，一场大型城市马拉松赛事带动的经济效益十分可观，如2023广州马拉松带动直接经济效益3.45亿元、间接经济效益8.16亿元。

报告称，目前，我国户外运动场地设施不断完善，户外运动装备需求显著提升。全国健身步道15.28万条，长度37.10万公里，全国冰雪运动场地超过2800个；中国户外装备市场规模由2019年的675亿元增长至2023年的872亿元。

城讯

第一届中国匹克球巡回赛北京公开赛落幕

人民日报电（记者李硕）近日，2024第一届中国匹克球巡回赛北京公开赛落幕，200余名运动员在两天时间里进行了公开组和常青组共8个项目的比拼。本站比赛是该赛事今年全部10站比赛中的第七站，第一次设置了常青组混双项目。

匹克球融合了网球、羽毛球和乒乓球等项目的元素，具有容易上手、社交属性强等特点。第一届中国匹克球巡回赛由国家体育总局小球运动管理中心、中国匹克球运动工作委员会主办。