

燕赵好山水 户外在河北

2023 河北省体育旅游示范基地、精品线路出炉

本报讯(记者 张月霞)燕赵好山水,户外在河北。日前,河北省体育局会同河北省文化和旅游厅组织开展的2023年“河北省体育旅游示范基地”和“河北省体育旅游精品线路”申报认定工作顺利结束,共评定出2023年河北省体育旅游示范基地6家、河北省体育旅游精品线路3条。

此次评选工作经单位自愿申报、市体育局初审及推荐、省级专家评审、社会公示等程序,共评定出2023年河北省体育旅游示范基地6家,分别是石家庄西部长青休博城、石家庄无极山体育产业园、张家口库伦淖尔旅游度假区、唐山揽月湾旅游景区、张家口海坨山谷旅游度假区、廊坊文安鲁能生态区;评定出2023年河北省体育旅游精品线路3条,分别是:丰宁低空飞行马术骑乘体育旅游线路、蔚县八百里庄堡骑行体育旅游线路、临城登山探洞休闲体育旅游线路。

2023年“河北省体育旅游示范基地”和“河北省体育旅游精品线路”评定工作,涵盖了张家口、石家庄、唐山、廊坊、邢台以及承德等地市,汇聚了冰雪、山地、草原、河湖等自然生态资源,以及红色文化、满蒙风情等文化资源,涉及冰雪运动、山地运动、水上运动、航空运动、汽摩运动、房车露营、拓展训练、马术骑乘等领域,充分展现了河北省丰富的体育旅游和体育文化资源。

2023年,河北省体育局印发了《河北省体育产业品



■体育旅游示范基地:石家庄西部长青休博城。网络照片

牌建设三年行动计划(2023-2025)),重点围绕健身休闲、竞赛表演、体育培训等体育本体业态,提出构建以“冀体优品”为总领,“河北休闲体育品牌”“河北体育赛事品牌”“河北体育培训品牌”“河北体育用品制造品牌”四大品牌为支撑的“1+4”品牌体系。并明确13个重点项目,全力推动河北体育产业区域公用品牌建设工作。本

次评定的河北省体育旅游示范基地和精品线路是“冀体优品”品牌体系的重要组成部分。2024年,河北省体育局将持续巩固体育旅游示范基地、精品线路等品牌评选工作,陆续启动星级户外运动营地、青少年体育研学示范基地、自主品牌赛事、星级健身场馆、星级体育服务综合体等体育产业品牌的评选培育工作。

大力推进体育产业品牌建设

首批“冀体优品”系列品牌出炉

本报讯(记者 张月霞)日前,河北省体育局印发了河北省星级户外运动营地等4项(第二批)河北省体育产业品牌建设评定管理办法及标准,公布了河北省品牌户外运动俱乐部(机构)、河北省AAAA级体育赛事运营机构、河北省AAAA级体育技能培训机构、河北省体育用品制造创新示范企业等首批四类13个“冀体优品”品牌名单。

具体名单为:河北省品牌户外运动俱乐部(机构):西港(秦皇岛)航海体育文化发展有限公司、河北盛唐园林科技股份有限公司、廊坊艾力枫社体育俱乐部有限公司;河北省AAAA级体育赛事运营机构:河北快马体育科技有限公司、河北野人体育文化发展有限公司、唐山瑞跑体育文化传播有限公司;河北省AAAA级体育技能培训机构:河北万拓体育产业集团有限公司;河北省体育用品制造创新示范企业:河北英利奥体育用品有限公司、河北鸣仁橡胶制品有限公司、河北威尔特体育用品有限公司、三河市桂宇星体育用品有限公司、佳美体育产业有限公司、河北杰帝奇体育用品有限公司。

除了确立首批四类13个“冀体优品”品牌名单外,2024年,河北省体育局将陆续启动星级户外运动营地、青少年体育研学示范基地、自主品牌赛事、星级健身场馆、星级体育服务综合体等体育产业品牌的评选培育工作,持续

巩固培育体育旅游示范基地(精品项目)等品牌评选工作。到2025年,力争形成一批影响力大、带动作用强的体育产业品牌,多层次、高质量的“冀体优品”品牌体系基本形成,品牌示范引领作用显著增强,体育产业供需结构升级迈上更高台阶。

对标《河北省体育产业品牌建设三年行动计划(2023-2025)》工作任务,河北省体育局不断加快推进河北省体育产业品牌建设步伐。组建体育产业品牌建设评定办法及标准制定专家小组,以标准化建设为牵引,制定了河北省品牌户外运动俱乐部(机构)等12个品牌项目19个管理办法及标准文件,分别对相关项目的申报条件、申报程序、管理机制、评选指标等进行了规定,为之后的项目评(认)定工作规范化实施提供了依据。

为充分调动“冀体优品”品牌建设主体的积极性,河北省体育局还出台了《河北省体育产业品牌建设支持措施》,安排专项资金,加大扶持力度,鼓励各市体育部门积极创建国家级、省级体育产业品牌,推动资源要素向品牌项目有效集聚。

河北省体育局还统一“冀体优品”视觉体系,打造“冀体优品”形象标识,并制定《“冀体优品”品牌视觉识别形象手册》,明确和规范了“冀体优品”形象标识的使用。

横看成岭侧成峰

2022年全国体育产业总规模达33008亿元

本报讯(记者 张月霞)近日,国家体育总局与国家统计局发布了2022年全国体育产业总规模与增加值数据。2022年全国体育产业总规模(总产出)为33008亿元,增加值总量为13092亿元。其中,体育服务业总产值为17779亿元,体育用品及相关产品制造为14259亿元,体育场地设施建设为970亿元。与上年相比,体育产业总产出增长5.9%,增加值增速6.9%。

从内部构成看,体育服务业增加值为9180亿元,占体育产业增加值70.1%,比上年提高0.1个百分点。体育用品及相关产品制造增加值为3686亿元,占体育产业增加值28.2%,比上年提高0.2个百分点。体育场地设施建设增加值为226亿元,占体育产业增加值1.7%,比上年下降0.2个百分点。

在当年疫情反复出现和冲击的情况下,体育产业作为受影响大的行业之一,依然能保持相对较高的增速,显示了朝阳产业所具有的增长潜能和韧性。中央财经大学体育经济研究中心主任王裕雄表示:“除产业自身的规律外,各级政府部门、社会组织和市场主体所付出的努力也很重要。各地不断出台各类助企纾困政策之外,在消费端通过体育消费券的发放以及体育消费试点城市工作的推进也起到了很好的作用。”

从增长速度看,体育产业实现较快增长。与上年相比,除了体育管理活动增加值增长16.3%外,体育竞赛表演活动增加值增长11.7%,体育传媒与信息服务增加值增长11.3%。

“冬奥会的成功举办是最大亮点,赛事引发了非常高的关注,对冰雪运动产业发展带来潜在影响,赛事的无形资产,特别是吉祥物等特许商品的市场开发上都取得了成功。”王裕雄表示,疫情的冲击倒逼了互联网体育加快发展,一些现象级公司的出现、健身博主直播健身受追捧等,在很大程度上验证了人们线上健身需求的行为特点,带动了数字体育的发展。