

体育赛事赋予城市心跳的动力

首创“上海赛事”品牌认定体系

12月28日下午,上海市体育局召开发布会,发布“上海赛事”品牌认定体系以及《体育赛事服务认证要求》团体标准,上海ATP1000大师赛、上海马拉松、F1中国大奖赛等18项赛事获得首批“上海赛事”品牌认定,这也是全国首个体育赛事品牌认定体系。

“上海赛事”品牌认定体系为“1+3”模式:“1”是指创建一个“上海赛事”品牌,简称“S”品牌,包括一次性举办的赛事和常年举办的赛事两个类别;“3”是指常年举办的赛事,依据赛事特点和城市发展需求分为“P、H、D”三类。当前,“上海赛事”品牌认定工作主要围绕常年举办的赛事展开,并构建三者间互动发展和升降级机制。

本版撰稿 本报记者 李一平

上海体育赛事“金字塔”

体育赛事是上海建设全球著名体育城市的核心要素之一,也是把体育打造成为上海城市“金名片”的重要抓手。近年来,上海体育赛事发展迅速,但在赛事体系构建、赛事本土化特色发掘、赛事品牌影响力提升、赛事赋能上海全球城市建设等方面仍存在提升空间,更科学合理的赛事结构布局、更先进的赛事管理服务思维、更优越的办赛环境已成为上海体育赛事发展的新诉求。

为让更多世界顶级赛事在上海成功举办,让更多专业精品赛事在上海脱颖而出,加快建立与国际体育赛事之都相匹配的体育赛事体系,市体育局结合上海现阶段赛事特点、全球体育赛事格局和国内外相关经验做法,建立“上海赛事”品牌认定体系。

在“上海赛事”品牌认定体系中,

“P”赛事指Premium Events,即顶级赛事,指在上海赛事体系中处于塔尖的赛事,具有全球影响力,对全球范围内的顶级赞助商、主流媒体以及观众有较强吸引力和号召力;“H”赛事指Hallmark Events,即标志性赛事,指能够展现上海城市形象、传播上海城市文化、与上海城市气质相符合、具有一定影响力与知名度的赛事;“D”赛事指Developing Events,即为培育型赛事,指具有较强发展潜力的赛事。

“P、H、D”三类体育赛事就像是上海体育赛事体系的“金字塔”,将在未来逐步形成互动发展,有效丰富赛事供给,完善赛事体系,加快推动上海体育赛事良性发展,从助力体育赛事整体品质提升、进一步提高体育赛事综合效益、提升上海体育赛事管理服务水平三方面推动上海体育赛事高质量发展。



上海市体育局局长徐彬发布“上海赛事”品牌标识

本报记者 李一平 摄

第一批
“上海赛事”
品牌名录

“P”赛事

上海ATP1000大师赛
上海马拉松
F1中国大奖赛
世锦赛-汇丰冠军赛

“H”赛事

钻石联赛-上海站
上海超级杯短道速滑及花样滑冰、队
列滑大奖赛
上海环球马术冠军赛
环崇明岛国际自盟女子公路世界巡回
赛
世界斯诺克上海大师赛
射箭世界杯赛-上海站
上海半程马拉松

“D”赛事

别克LPGA锦标赛
上海赛艇公开赛
世界体育舞蹈大奖赛总决赛
上海10公里精英赛
高校百英里接力赛
上海杯象棋大师公开赛
中国坐标·上海城市定向户外挑战赛

体育代表城市的心跳

“上海赛事”品牌标识揭晓的瞬间,红蓝相间的渐变色线条仿佛代表着上海这座城市的心跳,这也是体育赋予这座城市的活力。

“上海赛事”品牌标识通过不对称的线阵组成主画面,标识上的两个球形将上海标志性建筑东方明珠融入其中,标识造型以16条长短不一的渐变色线条代表上海的16个区,选取魅力紫与竞技蓝作为品牌标识的主要渐变色,贴合魔力之都的城市特点。不同的特色汇聚成上海这一座梦想之城,向国际体育赛事之都的巅

峰迈进。

“上海赛事”品牌标识的核心设计理念是“心跳”。所有体育的共性是心跳:疯狂助威的球迷、激情指挥的教练、尽情庆祝的选手、不断冲刺的伙伴……他们用自己的能量为上海注入活力,是这座城市的独特心跳。以代表心跳的视觉符号,作为“上海赛事”品牌标识的创意出发点,这个符号不仅代表心跳,更是城市活力的体现。

渐变色系的阵线如同心跳跳动的轨迹,将上海这座城市的动感形象树

立起来。当各种体育赛事的基因与动感的上海相融,这座城市的一切都随着体育梦想注入,如音符般跳动起来,将魔都的活力带给全世界。

“PHD”标识底纹均由上海市花白玉兰花瓣组成。“P”释义为成熟之果,色彩为金色,代表权威、荣誉、品质,以“金色的果实”表达赛事高规格以及全球巨大的影响力,是至高荣誉的品质象征;“H”释义为盛放之花,色彩为蓝色,代表魅力、活力、能量,以“盛开的花朵”展现赛事的标志性和独特性,彰显体育赛事为城市注入活力;“D”释义为含苞之蕾,色彩为玫粉,代表热情、潜力、信心,以“待放的花蕾”寓意赛事的潜力和广阔前景,表达对赛事未来发展充满信心与期待。



这次推出“上海赛事”品牌认定体系,参照了全球体育城市赛事认定的标准体系,市体育局从确认指标和预估指标两大方面制定了“上海赛事”品牌认定评价维度,遵循自愿申请、统一评审、客观公正、公开透明、动态管理的基本原则。

“上海赛事”品牌认定标准包括赛事能级、办赛者资质、赛事规模、财务状况、城市曝光五个一级指标,其中赛事能级主要从赛事等级、运动项目的会员国数量、参赛运动员的竞技水平、赛事延续性等维度认定;办赛者资质主要从主办方和承办方等维度认定;赛事规模分别从参赛国家数量和受众

引导更多赛事良性发展

规模等维度认定;财务状况主要从投入规模和收入规模两个维度认定;城市曝光主要从媒体曝光计划、赞助商品牌等维度展开认定。在综合赛事各项指标得分和“上海赛事”品牌评审小组的专家意见后,最终确定了第一批“上海赛事”品牌名录。

品牌认定标准的出台,既是对目前上海现有的品牌赛事进行规范化的管理,让优者更优,也是向更多上海本土的品牌赛事提出了要求,继续扶持

具有上海特色的体育赛事做大做强。

在本次发布的首批“上海赛事”品牌认定的赛事中,黄浦体育局签约运营的世界体育舞蹈大奖赛总决赛被评为“D”类赛事,这项在上海已经举办超过10年的老牌体育舞蹈赛事有了“新称谓”。“对我们黄浦体育局来说,这次获评既是认可,也是勉励。”经过这次发布,参加授牌仪式的黄浦区体育局副局长潘敏虹对未来区内赛事也有了更详细的规划。在首批获评的“上海赛

事”品牌认定的赛事里,不少“D”级、“H”级的赛事都是由社会机构为办赛主体,而目前区级的品牌体育赛事也有着成长为“上海赛事”品牌的潜力。

“从区体育局的角度来看,我们一方面可以加大本区赛事的培养力度,一方面也可以参照标准,做好上海马拉松、上海赛艇公开赛这样和我们区域有关的赛事的服务工作。”

当天的会上还发布了《体育赛事服务认证要求》团体标准,填补了国内体育赛事在服务认证方面的空白,具有“国内领先、国际一流”水平。这也意味着,上海自主品牌赛事今后不仅可申评“上海赛事”,还可申请“上海品牌”认证。

