



新版上海市体育赛事影响力评估报告发布

“上艇”为自主品牌打响头炮

在2021年里,有没有哪一项赛事是让你关注得比较多或者印象较深的呢?8月18日,《2021年上海市体育赛事影响力评估报告》发布,在满分为1000分的评估体系中,上海半程马拉松(875分)、国际雪联城市越野滑雪中国巡回赛上海站(858分)、上海赛艇公开赛(841分)得分位列前三名,成为去年申城最具影响力的赛事。

专题撰稿 本报记者 章丽倩

国际标准下思故创新

现实困境下的思故与创新,这可能是2021年上海体育赛事舞台给人留下的较深印象。与疫情前相比,去年这片舞台确实稍显冷落——共举办46项国际国内体育赛事。不过,在疫情有影响、赛事数量减少的客观情况下,它也显露出一股迎难而上、勇于创新的韧劲儿。

在如ATPI000上海网球大师赛、F1中国站等国际大赛受条件限制无法举办的情况下,上海一边与国际相关机构保持紧密沟通,一边积极地承办“冬夏双奥”的奥运资格赛和选拔赛,同时还开始在自主品牌赛事的打造上发力。

当赛艇运动与苏州河相遇,一个崭新的城市自主品牌赛事上海赛艇公开赛(以下简称“上艇”)在2021年一鸣惊人。

不设门票,也没有传统的看台座位席,在城市母亲河苏州河及沿岸的公开空间中,在浦西外白渡桥与浦东陆家嘴堪称顶配的城市景观中,闻讯而至的众多市民既是看风景的人,同时也成了这道体育风景中生动鲜活的一部分——新人报到的“上艇”令人眼前一亮。

“上艇”的创办是上海传承百年赛艇运动文化的新开端,也是串联苏州

河两岸历史文化、展示苏州河水清岸绿治理成果的新载体。它是苏州河整治以来首次举办的封航赛事,交通、水务、海事、水上救生、气象、环保等管理部门共同协作建立沟通协调机制,保障赛事顺利举办,为上海后续举办水上赛事积累经验。

据统计,首届“上艇”共吸引观众2万人次现场观赛,赛事直播观看人次达449.58万,短视频平台累计播放量达2711万。

上海杯象棋大师公开赛是申城在2021年创办的另一项自主品牌赛事。通过线上线下双线办赛,它吸引到包括中国在内的19个国家及地区的134名棋手参赛,搭建了象棋运动国际交流平台。在这次的《2021年上海市体育赛事影响力评估报告》中,该项赛事排在了榜单的第七位。

上海坚持全球视野、世界眼光,对标国际最高标准、最好水平,在充分发掘上海体育特色元素的基础上,打造本土特色体育赛事品牌。根据《上海市体育发展“十四五”规划》中“在办好本市认证知名品牌赛事的基础上,创办三至五项与城市特质相符的自主品牌赛事”的要求,于2021年创办“上艇”和上海杯象棋大师公开赛在此中正起到了先锋作用。



新秀年赢得掌声 亲民为民添亮点

无论是在这份榜单上领跑的上海半程马拉松,还是刚以新秀身份登场便排到榜单第三名的上海赛艇公开赛(以下简称“上艇”),专业选手与业余爱好者聚一堂、路人也能“轧闹猛”助威的共同特征,确实让赛事乐乐的属性更加突出。而在未来,这样的亮点有望被“擦”得更加闪亮。

这份新发布的评估报告,不仅是对过去的梳理和排序,也为上海体育赛事的进一步提升指出了一些细节性的方向。以初出茅庐的“上艇”为例,市民们在对它表达喜爱之情的同时,对它也有着更高标准的期待。

《2021年上海市体育赛事影响力评估报告》所涉及的三项一级指标分别是关注度、专业度和贡献度。在专业度一项中,受访市民群体在给出总体高评价之余,觉得办赛方如果能在赛事区域设计、赛场氛围营造、赛事宣

传推广等细节上再加以加劲就更好了。这与记者在去年赛事现场观众中了解到的情况很是契合。

比如,去年“上艇”办赛时吸引了很多摄影爱好者到场,他们中曾有人感慨:“如果能给普通爱好者也开放一点摄影专区就好了,大家按规定去申请,参与感应该会更好。”还有观众反应,靠近比赛终点的几处桥上都是受市民青睐的观赛打卡点,既然部分桥面在比赛期间会被临时交通管制,那以后在设置官方观赛区时是否可对这些热门点有所考虑。

年轻的“上艇”甫一问世便赢得掌声,不过作为上海自主品牌赛事中的先锋,志在长远的它肯定还需要继续打磨。据了解,很多来自市民的真实反馈都已经被收集起来,并有可能成为帮助“上艇”更好发展的良言建议。

首届“上艇”共吸引观众2万人次现场观赛,赛事直播观看人次达449.58万,短视频平台累计播放量达2711万

2021年上海市体育赛事影响力总得分TOP10

赛事名称	赛事总分(1000分)
上海半程马拉松	875分
国际雪联城市越野滑雪中国巡回赛上海站	858分
上海赛艇公开赛	841分
全国跳水冠军赛暨东京奥运会选拔赛、全运会跳水资格赛	751分
上海10公里精英赛	746分
上海女子半程马拉松赛	680分
上海杯象棋大师公开赛	680分
CTCC中国汽车场地职业联赛	677分
环法中国系列赛	673分
全民绕圈赛·上海临港新片区站	630分
复兴之路·薪火相传	630分
百公里接力赛	630分
MAGIC3上海市青少年三对三超级篮球赛	630分

本报记者 丁荣

一场企业网球赛,吸引了金融企业、上市公司、跨国巨头等行业精英都来参赛,名额一扫而空,“来北外滩打网球!”成为了企业家热衷的选择。第三届白玉兰网球文化节自8月8日在“浦西第一高楼”上海白玉兰广场开幕以来,已成为沪上企业家的“美好运动之旅”,他们在这里以球会友,在挥洒汗水中重燃斗志。

喝咖啡俯瞰赛场 远观赛赋能消费

自从2020年创办至今,白玉兰网球文化节已经连续举办三届。相比以往,今年的网球节注重“飞入寻常百姓家”的理念,在为期三周的时间里,分别设有面向不同年龄、不同层级的青少年网球邀请赛。今年新增的市区网协会长杯赛、致敬温网·白玉兰木拍挑战赛成为两大看点。在上海市网球协会的指导下,各区网协协会会长及负责人参赛,以“行业标杆”带动“全民参与”,扩大网球运动覆盖面,激发全民健身热情。百年网球木拍陈列展、经典木拍网球比赛则以怀旧引领新潮流,诠释体育精神的赓续发展与丰富内涵。

在虹口区体育局指导下,主办方

以球会友育新机 激情挥洒开新局

一场网球节再燃北外滩斗志



在做好疫情防控限制人数同时,别出心裁地利用白玉兰广场建筑优势与商家资源,让拉拉队、后援团在商场里边喝咖啡边俯瞰看赛场,远望江景。“从以往‘近观赛’到今年的‘远观赛’,我们打破了空间限制,既满足市民观赛需求,同时也促进了商场门店的消费。”据上海金港北外滩置业有限公司

副总经理钟雪峰介绍,网球节举办期间,商场的咖啡店、饮品店、餐饮店的消费额和包房预订有明显提升,“远观赛”的新模式拉动了“近消费”。

运动激情燃斗志 打完比赛话商机

今年白玉兰网球文化节的主办单

位是上海白玉兰广场,通过国际化品牌赞助实现了自筹资金;虹口区体育局、上海市网球协会、虹口区网协共同作为指导单位,更体现了“政府搭台,企业唱戏”的理念。“现在办网球节,白玉兰广场的积极性甚至比我们体育部门更高!”让虹口区体育局局长周静感觉惊喜的是,今年网球节的企

业精英联赛十分火爆,短短一周多时间,就吸引了62家企业组队参赛,出现了一票难求的现象。

“哎呀,好球!疫情没有让你的球技生疏!”在上周末的企业精英联赛赛场上,企业家们以球会友,挥洒汗水。比赛结束后,他们来到商场36楼喝咖啡看江景,在320米超高停机坪合影,彼此都格外享受疫情后的见面。

“你最近在忙什么?”“今年的‘下半场’打算怎么‘比’?”挥洒完汗水的企业家们一边喝着咖啡,一边聊起了生意经,在运动荷尔蒙激发下重新燃起了雄心壮志。“下半场”可以来这里!”钟雪峰向企业家们介绍了北外滩的规划远景:这里是世界级的会客厅,将再造一个金融城,还有你们喜欢的网球。经过洽谈,一家大型的远洋航运企业即将选择入驻白玉兰广场。

一场网球节,给疫情之后的北外滩带来了企业家和消费者,拉动了消费,增添了信心,激发了正能量。给钟雪峰留下最深印象的是来参与网球节所有人的笑容,“来到这里的人都很欢乐,这就是一种新的生机。希望更多的朋友来北外滩来打网球,也许这里就是你将来的事业首选。”