



■ 市民在运动中心体验滑雪

近日,市政府办公厅印发《上海全球著名体育城市建设纲要》(以下简称《纲要》),提出建设全球著名体育城市分“三步走”,确定建设全球著名体育城市的“四梁八柱”。

请来上海市体育局规划产业(法规)处负责人为记者解读,从2015年开始就第一次提出“建设全球体育城市”的概念,到如今明确提出:到2050年,全面建成全球著名体育城市。“三十而立”的这新三十年目标背后,是上海独具一格的体育发展之路。

三个“小目标”

《纲要》提出,到2025年,体育实现全领域、全方位高质量发展,市民参与体育的获得感、幸福感大幅提升,基本建成全球著名体育城市。全民健身普及率有效扩大,经常参加体育锻炼人数比例达到45%以上,人均体育场地面积达到2.6平方米左右。

到2035年,迈向更高水平全球著名体育城市。体育治理体系和治理能力实现现代化,体育发展水平进入全球前列。体育公共服务标准化、均等化、智能化全面实现,体育活动成为人人参与的生活习惯和生活时尚,人均体育场地面积达到3平方米左右,每万人拥有体育健身组织35个。体育产业成为经济支柱性产业,建成具有国际影响力的体育资源配置中心。

到2050年,全面建成全球著名体育城市,形成“一城一都四中心”发展格局。市民身体素养和健康水平、体育综合实力和国际影响力世界领先。

在“一城一都四中心”的发展格局中,“一城”是指,把上海建设成人人运动、人人健康的活力之城;“一都”指建设世界一流的国际体育赛事之都;“四个中心”是要打造辐射全球的体育资源配置中心、全球领先的体育科技创新中心、国际知名的体育消费中心和更具全球影响的体育文化中心。



■ 市民在嘉定足球公园踢球

体育让城市更美好

《上海全球著名体育城市建设纲要》出炉背后

赛事之都 活力之城

“三有”好发展

有场地、有组织、有想法,是实现前两个“小目标”的前提。

首先是运动场地。见缝插针打造“处处可健身”的高品质运动空间是实现人均体育场地面积不断攀升的前提。

放开赛、奋力跑,如今的上海,已经打造出“双环、九廊”等市域线性生态空间,兼顾马拉松、自行车等群众性体育赛事,构建城市绿道系统。而回到你我身边,充分利用屋顶城市空地、闲置厂房、仓储用房、地下室、建筑屋顶等“金角银边”,因地制宜形成多样化、无处不在的健身休闲空间,也让更多人能在屋顶挥汗如雨,享受健身快乐。

在上海环球港的屋顶,小众运动找到了自己的“家”——从类似网球与壁球结合体的板式网球,到传统观念中很少出现在中心城区的攀岩,再到近年来在国内日益兴起的攀岩,这些运动都在“屋顶唱着歌”。据悉,目前,全市共有上海环球港、翔立方体育综合体、三邻桥体育文化园、顽酷运动工厂等12家都市运动中心,并计划到2025年力争实现全市16个区全覆盖,同时试点在全市26个特色产业园区中建设都市运动中心。

“晒运动”“晒健康”,“天天想健身”的现代化生活方式,是市民健康生活的重要组成部分。加强学生体能教育,从小培养健身兴趣,养成健身习惯,让体育成为一种生活方式。

想运动还需要会运动,而上海目前遍布全市、市民身边的体育社会组织将提供全民健身专业指导。

据悉,目前上海有1000多个体育社会组织,每万人拥有22.2个体育组织。未来,这些体育社会组织还将推广主动健康管理模式,指导市民健康吃、科学练、防慢病、治未病。定期开展国民体质监测和健康评价公益服务活动,完善国民体质监测数据库,为市民量身定制健身方案。落实学校体育教育,促进青少年体育素养提升,让每位青少年掌握2项以上运动技能。



■ 市民运动会橄榄球决赛

场外音

双十一到了,一年一度买买买的剁手时间又来了。今年,你在体育消费上花了多少钱?

体育消费是全球著名体育城市建设的重要支撑。着力推动体育消费创新升级,拓展体育消费体验,形成体育消费热点,是加快建成国际知名体育消费中心的关键之一。

上海市体育局规划产业(法规)处负责人给记者讲了两个例子。一个是他前往德国考察时的感触,在德国安联球场,从进门那一刻,浓郁的足球氛围就能让人产生消费冲动——和偶像一样的外套,带着LOGO的餐具,都是参观者的心头好。

另一个就发生在身边。今年上半年,疫情袭来,体育产业遭遇冲击。作为上海知名水上运动中心,美帆俱乐部亦受波及。在淀山湖边搭设帐篷以及野餐区域,美帆俱乐部创新求变,打造全新体育生活方式。逐渐形成热度人流也反哺俱乐部经营,更让不少对帆船运动一无所知的市民在这里与水上运动有了亲密接触。

开发更多舒适、融合、智慧的消费场景也是促进体育消费的重点之一。嵌入文旅科等元素,推动体育特色小镇、体育主题公园等消费场景创新升级。推动夜间体育、假日体育、房车露营等新业态、新模式发展同样也是体育消费的未来趋势。

这几天,四叶草里,体育的舞台大有可为。本届进博会的一大亮点,是首次设置了体育用品及赛事专区。展览面积7300平方米,吸纳国际知名体育赛事、体育品牌、体育科技企业参展,首次参展企业占比超过90%。

有宏愿,有政策,有决心,当大多数的市民都愿意为体育买单,上海形成国际知名体育消费中心值得期待。

辐射长三角

赛事是全球著名体育城市建设的核心要素。《纲要》中,明确提出未来将“充分发挥长三角三省一市各自比较优势,共同申办举办顶级国际综合性赛事和国际单项赛事。”

对此,上海体育学院运动与健康产业协同创新中心常务副主任黄海燕认为,《上海全球著名体育城市建设纲要》的推进落实,包括“国际体育赛事之都”的建造打造,未来始终需放在“长三角一体化发展”的国家战略高度去理解和考量。

长三角一体化办国际大赛其实早有先例,办赛方式也有两种模式:一种是长三角城市大家携手,一起办赛,共同组织;还有一种是,赛事虽然在一个地方,但可以发挥赛事辐射效应,在长三角形成联动。

以刚刚落幕的英雄联盟全球总决赛(S10)为例,在整个比赛周期,长三角观众往来频繁、赛事辐射效应明显。记者采访中发现,赛事举办的一个月间,周末来上海感受赛事气氛已成为苏浙两省观赛粉丝的“固定项目”。

不仅有上海、南京和杭州等长三角主要城市,还包括苏州、宁波等地(市)级城市均举办了大量大型体育赛事。这些宝贵的大型赛事举办经验积累为长三角大型体育赛事一体化发展奠定了基础。

本报记者 厉苒苒

为体育花点钱

◆ 厉苒苒



■ 见缝插针打造屋顶上的运动场