



吸纳了 106375 名体育爱好者积极参与。而今年“约战普陀”将围绕第三届市民运动会主题，继续扩大赛事内容，在原先篮球、羽毛球、乒乓球、游泳、智力运动的基础上，增设城市定向赛。

“除了系列赛之外，我们每年也有其他一些具有特色的比赛，如登高赛、迎新跑等。”据吴昊透露，今年普陀区体育局还将联手上海市电竞协会一起举办上海全民电竞锦标赛，“我们希望借此进一步优化‘约战普陀’的年龄结构，让更多青年人参赛”。

可以说，在“约战普陀”的赛场上，仪式感最终带来了归属感。而普陀区不满于此，普陀区体育局局长顾薇玲表示：“我们将进一步把‘约战普陀’的仪式感转换为市民群众的获得感和幸福感。”

例如，在今年的游泳系列赛中，将添加赛会纪录；在乒羽项目上，也会增设种子选手。“这样做也是为了让参赛者取得过的好成绩有一个延续性，鼓励他们每年都报名参赛。”吴昊说，此外普陀区还将上线“运动分”的小程序，“鼓励大家来打卡运动”。

据介绍，“运动分”由上海市普陀区体育局主导的全民健身数字化平台设置。平台秉承“让运动生活充满活力”和“共建共享共赢”的核心理念，以游戏化积分激励的方式，为广大市民提供消费券、运动社交、赛事、培训服务。吴昊进一步说明，从市民角度，运动分可以兑换赛事周边和优惠券之外，也可以自我总结一年的运动成果，“老百姓有了获得感和幸福感”。从政府的角度，一来年末可以参评“积分达人”，“更为重要的是，我们也可以更加准确分析市民的运动习惯，如哪些运动、哪个场子，哪个时间段，是比较受欢迎的，这对我们之后设施

“约战普陀”的颁奖典礼充满仪式感。



的开放，赛事的规划都是一个很好的数据支撑”。

一机在手，服务直通

195 场赛事，推动 10 万余人次共同参与；健身、剑道、咏春拳等 26 项体育配送服务共计 210 课时，参与人数达 5100 人，同比增长 25%；完成有效体质监测数据 10314 例，达标率 98%。黄浦用这样一组数据，为 2019 年全民健身活动画上圆满的句号。

作为国际化大都市中心城区，黄浦区在 2019 年也成功打造了“黄浦我来赛”这一区级群众体育赛事活动品牌。

“我们当时也借鉴了做得比较好的外区经验。”黄浦区体育局副局长潘敏虹告诉《新民周刊》，2017 年底调任黄浦区体育局分管全民健身工作后，她迅速开展了全区全民健身相关的走访调研，“之前我发现黄浦区全民健身的赛事很多，种类也不少，但缺少一个归口，或者说一个拳头产品”。

为进一步打造黄浦区全民健身整体形象，潘敏虹深感需要有一个核心 IP 品牌，“至少一说出去就能让老百姓记住”。

据介绍，“我来赛”取自沪语“我来噻”的谐音，朗朗上口，容易传播；而品牌 Logo 的设计，灵感来源于黄浦地图，红色代表黄浦区是中国共产党诞生地的红色的基因，白色的 S 形，是蜿蜒的黄浦江，也是运动人形，又是英文“Sport”首字母和“赛”字的拼音首字母。

“这样的 Logo 既是体育的，又具有文化内涵，可以说把海派文化和体育精神有机地结合了起来。”自 2020 年起，黄浦体育局要把全民健身所涉及的赛事、培训、体质监测都纳入“黄浦我来赛”这一新的体系，打造具有黄浦地域特点的全民健身品牌，提升影响力，为广大体育爱好者搭建从参与体育运动到走上赛场的舞台，让参与者提升了体育技能，结交了好友，提升了获得感，真正实现让黄浦区公共体育服务惠及更广大人群。

“可以说，我们这个品牌不光有赛事，其内涵更为丰富了。”潘敏虹深知，唯有所有市民都真正打心底把这个舞台当成自己的舞台，这样的全民健身赛事才是成功的。

作为“黄浦我来赛”品牌建设的延伸，今年初“黄浦·我来赛”小程序完成开发、正式上线，具备赛事服务、培训健身、体质监测、新闻热点、体育社交、健康数据与积分管理等功能。用潘敏虹的话来说，真正做到了提供“一机在手，服务直通”的全新体育服务，成为市民健身的掌上通。