

国家体育总局将加大供给满足群众参与体育运动、进行体育消费的需求 公共体育场馆价格不高于市场价70%

9月18日,国家体育总局副局长周进强等出席国务院新闻办公室举行的“推动高质量发展”系列主题新闻发布会,就我国体育健康事业高质量发展的相关问题进行回应。



6月11日,西藏队选手昂次在比赛中。当日,第一届全国全民健身大赛(西南区)押加项目在西藏拉萨开赛。
新华社发

1 竞技体育注重基础大项和“三大球”提升

深化竞技体育改革的总体思路是:坚持开门、开放办竞技体育,推动竞技体育举国体制与市场机制更充分结合,更加重视发挥市场机制作用,加快形成政府、社会、市场、个人等多元主体共同参与、开放共赢、充满活力的竞技体育管理体制和运行机制。

具体工作包括三个方面:一是坚持高点定位,更加注重发挥竞技体育综合价值和独特功能,对标世界体育强国,在巩固优势项目的同时,更加注重基础大项和“三大球”水平的提升,以竞技体育高质量发展和优异成绩带动群众体育、青少年体育和体育

产业的快速发展。

二是坚持高位引领。研究制定新时期的奥运争光计划,进一步完善顶层设计,建立能够更好服务竞技体育高质量发展、更加系统完备的竞技体育政策体系,提升竞技体育治理能力和治理水平。

三是坚持高效统筹。统筹夏季项目与冬季项目、优势项目与落后项目、东部地区和西部地区,并根据不同项目特点实行分类管理,推动符合条件的项目走职业化道路,新兴项目积极调动社会力量办体育,进一步优化资源配置、项目结构布局 and 地区发展格局,推动竞技体育协调均衡发展。

2 加强场地设施供给缓解“一位难求”

近年来,随着经济社会的发展,特别是全民健身上升为国家战略之后,人民群众参与体育运动、进行体育消费的热情不断高涨,体育消费的黏性也不断增强,越来越多的运动项目走入了百姓当中。但是,目前仍然存在发展不平衡不充分的问题,下一阶段,将重点加大三方面的供给,满足消费需求。

首先,加强场地设施的供给。一方面,将充分发挥中央预算内投资引领、撬动、示范的作用,广泛动员社会力量,加大体育场地设施建设,进一步开展公共体育场馆免费低收费开放,为人民群众参加体育运动提供便利;另一方面,将鼓励体育场馆进行智能化升级改造,鼓励群众“错峰”运动,充分利用新技术、新科技提高体育场馆

的利用率。

其次,加强体育产品的供给。在制造业方面,将加快新技术、新材料在体育用品领域的应用,推动体育制造业转型升级,打造智能装备、智慧场馆,更多地让智能化应用在产品 and 消费场景上。在服务业方面,加大体育赛事的供给,提供多层次、多样化、个性化的体育服务,更好满足人民群众的需求。

最后,加强政策措施的供给。国家体育总局将进一步加强与国家发展改革委、工业和信息化部、商务部以及文化和旅游部的沟通协调,研制出台体育用品转型升级、户外运动高质量目的地等政策措施,不断打通政策堵点和难点,优化发展环境,激发市场活力。

3 中央资金补助不再限于大型场馆

体育总局高度重视体育场馆向社会开放工作,积极会同有关部门提升公共体育场馆的利用率和服务水平。

具体来说,在资金使用方面,完善了中央资金补助支出方向,扩大了公共体育场馆补助范围,将补助依据由原来的座位数调整为综合考虑各地区符合条件的场馆数量、健身场地开放面积、健身场地年接待人次等因素,补助不再限于大型场馆,广受群众欢迎、符合条件的中小型场馆、全民健身中心也纳入了补助范围。

在场馆服务方面,制定了公共体育场馆基本公共服务规范、免费低收费开放服务评价指引等配套政策文件,就场馆开放、服务内容等提出一系列

细化量化的要求,明确场馆低收费,价格方面一般不高于当地市场价格的70%,对老年人、残疾人、学生、军人、消防救援人员和公益性的群众体育赛事活动提供更优惠的服务,要求收费标准一般不超过市场价格的半价等要求。

“十四五”以来,每年安排10亿元左右资金支持公共体育场馆向社会免费或低收费开放,补助的场馆由原来的每年1000多个增加到现在的3000多个。据统计,2024年共有符合条件的3050个公共体育场馆向社会免费或低收费开放,这些场馆覆盖到全国近1600个县级行政区域,场馆核心区免费或低收费开放的场地面积超过了2500万平方米,受益人次我们预计将超过5亿。

4 大力支持“村超”“村BA”等群众性赛事

赛事活动是带动全民健身事业发展的催化剂。近年来,国家体育总局多措并举,综合施策,主要做了以下工作:

首先,是以全运会群众赛事、全民健身大赛、社区运动会引领全民健身赛事活动供给。今年我们按照“既为群众提供全国性赛事活动平台,又把赛事活动办在群众身边”的思路,创新举办了第一届全国全民健身大赛,共分7个赛区,努力打造群众选择、群众参与、群众组织、群众受益的群众身边的全国性全民健身赛事活动,让健身爱好者更有获得感和幸福感。

其次是全年按时间顺序开展元旦新年登高、新春全民健身大拜年、5月“行走大运河”、6

月纪念毛泽东同志题词“发展体育运动、增强人民体质”群众健身活动、8月全民健身日、9月农民丰收节、10月“九九重阳”老年人体育健身展示活动、12月大众冰雪季等全民健身主题活动,强化品牌建设,其中2024年首次启动全国全民健身大拜年活动,多地把全民健身活动融入节庆的整体设计。

再就是加大“三大球”和冰雪项目推广普及力度。加大对“村超”“村BA”“村VA”等老百姓喜闻乐见的群众性赛事支持宣传和培育力度,进一步巩固和扩大“带动三亿人参与冰雪运动”的成果,以全国大众冰雪季等品牌活动为引领示范,促进群众对冰雪运动的掌握和提高。

5 破解瓶颈制约,进一步丰富赛事消费场景

体育赛事对体育经济的带动作用是非常巨大的,国家体育总局会同商务部、文化和旅游部共同开展了“体育赛事进景区、进街区、进商圈”的活动,开展了“跟着赛事去旅行”活动,这两项活动在全社会乃至旅游市场上都掀起了热潮,取得了很好的社会效果。

接下来国家体育总局将做好三方面工作:一是打好政策牌。国家体育总局将出台更多政策措施,释放政策红利,研究制定和赛事有关政策,破解瓶

颈制约,进一步丰富赛事消费的场景。二是打好活动牌。国家体育总局将继续会同相关部门推动刚才提到的“跟着赛事去旅行”“体育赛事进景区、进街区、进商圈”活动,使它的效益更加显著。三是打好宣传牌。将总结各地开展这类赛事经济和赛事消费的好经验、好做法,加强宣传推广,国家体育总局已经印发了第一批赛事经济的实践案例,还将印发第二批实践案例,推动和引导赛事经济更好发展。

(据《南方都市报》)