

中国短道速滑队备战米兰冬奥会

增强使命感、责任感、荣誉感



1月29日,米兰冬奥会中国体育代表团短道速滑队在国家体育总局冬季运动管理中心综合训练馆冰场进行训练,备战即将到来的米兰冬奥会。图为1月29日,中国短道速滑队选手在训练中。

新华社记者 李明摄

澳网:辛纳晋级男单四强



1月28日,在墨尔本进行的2026年澳大利亚网球公开赛男单四分之一决赛中,意大利选手辛纳3比0战胜美国选手谢尔顿,晋级四强。这是1月28日,辛纳在比赛中回球。

(新华社发)

欧冠:阿森纳胜阿拉木图凯拉特



当地时间1月28日,在英国伦敦举行的2025-2026赛季欧冠联赛阶段第八轮比赛中,英超阿森纳队主场3比2战胜哈萨克斯坦阿拉木图凯拉特队。图为1月28日,阿拉木图凯拉特队球员里卡迪尼奥庆祝进球。

新华社记者 李颖摄

NBA常规赛:猛龙不敌尼克斯



当地时间1月28日,在2025-2026赛季NBA常规赛中,多伦多猛龙队主场92比119不敌纽约尼克斯队。图为尼克斯队球员唐斯(中)在比赛中上篮。

(新华社发)

开新局 见新境

——业内人士谈体育产业“十五五”

新华社记者 李丽 许仕豪

刚过去的“十四五”期间,体育产业涌现诸多新现象,呈现许多新特点。而在“十五五”的开局之年,体育产业从业者普遍认为,国务院办公厅《关于释放体育消费潜力进一步推进体育产业高质量发展的意见》(以下简称“31号文”)等系列政策出台和群众体育热潮涌动,体育产业遇到了新的机会窗口。

近期在懒熊体育举办的第十届体育产业嘉年华上,“开新局、见新境”成为专家及业内人士对体育产业前景的普遍期待。

新需求——从产品到体验

从业内普遍称为“体育产业元年”的2014年起,中国体育产业已走过十多年。相比过去,体育产业的“十五五”开局面临完全不同的产业环境。

懒熊体育创始人韩牧在“见新境”的主旨演讲中表示,当前体育市场需求、用户、场景和技术都发生了很大变化,在体育实物产品已极大丰富后,以创新思维来“创造体验”的能力,将是体育产业的一条“金线”。

他认为,从实体产品到非实体的服务和体验,是中国体育产业未来的增量。例如,马拉松等运动项目的赛事服务和体验已成办赛的核心竞争力,“即使是实体产品,这个趋势依然明显,因此我们看到很多门店从货架变成服务和体验中心,甚至许多品牌亲自下场做比赛”。

如何创造体验?提供优质的情绪价值成为共识。

北京五棵松体育馆是业内公认运营最好的场馆之一。华熙集团董事长赵燕表示,体育赛事带来人流,要留住人流,就要为观众看完比赛后释放情绪打造配套业态,把五棵松变成一个5小时的生活方式体验地。“体育的核心价值之一是提供情绪价值,意味着要有丰富的休闲消费场景支撑。”她说。

韩牧认为,在这个快速变化、网络社交的时代,体育将成为“孤岛”都市人最重要的“情绪供应商”,诸如路跑、滑板、攀岩等时尚运动,正以相同的爱好构建线下的稳固社群。这种因情感链接产生的黏性,同样可以成为一种商业模式。

创造更好体验,新技术加持必不可少。

阿里巴巴集团市场部奥运业务总经理谢龙介绍,阿里巴巴2017年成为国际奥委会顶级赞助商后,阿里云一直在助力奥运会数字化转型。他透露,即将到来的米兰冬奥会由于场馆分散,无论在场馆侧还是转播侧,技术和运营上的挑战都很大,但这也将是首次大规模部署AI的冬奥会。“会在办赛、观赛、参赛这三个方面,全方位应用AI技术,大家很快会体验到。”

新场景——从单一到融合

“苏超”成为本次体育嘉年华的高频词。韩牧认为,“大服务,大体验”时代到来的最直接表现就是赛事遍地开花,赛事经济也因此成为热词。

赛事经济就是让赛事成为多种

消费场景的链接。从“村超”到“苏超”,再到各地“城超”,胜负的激情之外,文体旅商融合场景正在成为越来越主导城市的选择。

韩牧说,“苏超”跑通了三个层面的模式。首先是政府主导、群众主推的赛事合作模式;第二是城市和赛事的联动模式,本质是文旅项目的“苏超”,成功将赛事与城市品牌和地方经济打通;第三是赛事品牌与海量消费者的关系,以前普遍认为群众体育是要花钱的,但“苏超”说明,群众体育IP是可以挣钱的,这是它最重要的意义之一。

首都体育学院党委书记杨海滨表示:“这些年来,从比赛就是比赛,跟消费、跟文旅没太大的关系,到今天这种融合不断加强,资源配置的能力和效率在进一步提高,这个新气象是非常可喜的。”他认为,比赛日经济未来可以变得更好。

十五运会吉祥物“大湾区”的火爆出圈,是元隆雅图执行总裁王大为关注的重点。他认为,这也是文体旅融合、线上线下互动的结果。“先是‘大湾区’这个外号被网民叫响,然后很多武校小朋友扮演吉祥物,在网上形成传播热潮,进一步带火了吉祥物IP。再加上许多衍生品造型可爱,例如吐泡泡的功能有减压作用,满足不同需求。”

他预测,大型赛事的特许商品跟潮玩和文创类似,仍有巨大发展空间。

韩牧提出,以“管家思维”提供全套服务,也可创造消费新场景。与会专家还谈到,31号文中提到的

户外、水上,都可成为运动消费新场景。

新人群——从精英到大众

过去的2025年,是传统意义上精英体育的小年,却成为中国群众赛事最火热的一年。

多年从事职业赛事的众辉体育创始人陆浩看到,群众赛事正迎来大爆发,且不像以往仅限于马拉松等一两个运动项目,而是百花齐放。“户外、自行车、匹克球……包括青少年比赛。大众赛事的前景越来越广阔。”

橙狮体育董事长穆晓也认为,“苏超”开启了一个新的赛道。“过去一年,十几个省份举行了不同的‘超’赛,包括‘浙BA’等,2025年可能是重新定义国内体育赛事的一年。”

安踏品牌首席执行官徐阳则提出将品牌“越做越小”,因为运动鞋服已不再是一个综合赛道,而是面对越来越细分的人群。“户外、网球、高尔夫、攀岩……一个大赛道变成了很多条小赛道。每个细分赛道都有自己的专注者,品牌需要足够专注,才能赢得细分赛道的消费者。”他说。

韩牧认为,体育产业需要关注“银发族”人群。截至2024年底,我国60岁及以上老年人口达3.1亿人,麦肯锡发布的《2024年中国消费趋势调研》也提到,中国未来消费应该关注中老年人。

“体育产业需要一次‘适老化’改造,初老人群尤应关注。‘70后’年纪最大的已超过55岁,他们在消费行为上和刻板印象中的老人不同,应关注运动给新一代老年人带来的‘第二人生’。”他说。

(新华社北京1月29日电)

隋文静/韩聪撑起中国花滑夺牌希望

——米兰冬奥会花样滑冰项目前瞻

新华社记者 李嘉 张寒

2026年米兰-科尔蒂纳冬奥会花样滑冰项目将于2月6日打响。复出的北京冬奥会冠军组合隋文静/韩聪将第三次出战冬奥会,捍卫中国双人滑荣誉;男单名将金博洋、女单新秀张瑞阳、冰舞组合王诗玥/柳鑫宇也将在冬奥舞台上全力以赴。

25日在北京闭幕的花滑四大洲锦标赛是中国花滑队出征米兰前的最后一次练兵。隋文静/韩聪凭借稳定的短节目和情感充沛的自由滑摘得银牌,证明了冬奥冠军的实力,但隋文静是在伤病情况下坚持比赛,并非在最佳状态。米兰冬奥会即将开赛,两人的身体和心理状态都需要迅速调整。隋文静表示,自己在冬奥会上曾拿过一次银牌和一次金牌,拥有很多经验去面对可能出现的困难,相信能在米兰发挥出最好水平。

这对老搭档是2018年平昌冬奥会亚军、2022年北京冬奥会冠军,也是两届世锦赛冠军。北京冬奥会

后两人一度远离赛场,但在米兰冬奥周期的最后一年,在中国双人滑遭遇困境的时刻,两位老将克服伤病、体能等重重困难,与时间赛跑,冲向了米兰的冰场。

隋文静坦言,在降体重的过程中,自己失去了肌肉力量的保护与身体的平衡,这带来了心理压力与伤痛。“但这是我的选择,希望我们俩以更好的状态,站上米兰冬奥会赛场。”

谈及米兰冬奥会目标,韩聪表示:“我们的目标是做到奥运冠军之上,超越曾经的韩聪、曾经的隋文静。”

对隋文静、韩聪来说,米兰冬奥会或许将是最艰难的一届奥运会,多年的运动生涯让两人伤病缠身,去年10月底中国杯才回归赛场,国际上的对手们则日渐强大。

东道主意大利组合孔蒂/马奇被视为夺冠热门,他们在本赛季中国杯和日本站分别夺得亚军和冠军;另一对夺冠呼声很高的组合是

世锦赛冠军、日本组合三浦璃来/木原龙一,虽然北京冬奥会上他们仅列第七,但在本周成绩迅速上升,两次夺得世锦赛冠军并获本赛季大奖赛总决赛冠军。

28岁的金博洋也依然在坚守。虽然已经不在巅峰状态,本届冬奥会也难免争夺奖牌,但他仍代表着中国男单最高水平,也仍不服输。他在四大洲锦标赛中获得第六名,跳跃稳定性和体能相比本赛季之前的比赛都稳步上升。

米兰冬奥会将是金博洋的第三届冬奥会,在平昌冬奥会和北京冬奥会上,他分获第四名与第九名。“希望在米兰向大家展现中国冰雪健儿坚韧不放弃的精神。”他说。

参加米兰冬奥会的花滑男单名将中,21岁的世界冠军、美国花滑明星马里宁将展现“四周跳之王”的实力,他的目标就是金牌。日本选手键山优真、佐藤骏,法国选手萧传文、东道主选手格拉萨尔,韩国名将车俊焕等都将为奖牌提供有力争

夺者。

女单仍是中国的薄弱环节,18岁的张瑞阳将在她进入成年组的第一年面临奥运“大考”,正是这位初出茅庐的小将在去年的冬奥资格赛上为中国队拿到了女单参赛名额,此后她又在冬奥会和全国锦标赛中稳定发挥,夺得冬奥入场券。她在四大洲锦标赛上获得第十名,技术风格与艺术表现逐渐成熟,但仍有很多提升空间。展望女单争金格局,新赛季世锦赛冠军刘美贤领衔的美国队将和2024年世锦赛冠军、北京奥运会铜牌得主坂本花织率领的日本队展开激烈竞争。

中国冰舞名将王诗玥/柳鑫宇也将第三次征战冬奥,他们在四大洲锦标赛中获得第九名。美国组合乔克/贝茨、法国组合博德里/西泽龙将向金牌发起冲击。西泽龙是北京冬奥会冰舞冠军,之后一度退役,但在去年找到了新搭档并决定复出。

米兰冬奥会花滑项目将于2月6日开启团体赛争夺,9日至19日进行单项比赛。(新华社北京1月29日电)

73人被终身「禁足」,13家俱乐部被罚金

新华社北京1月29日电(记者肖世尧)29日,公安部、国家体育总局、中国足协在北京联合召开足球行业“假赌黑”问题专项整治行动新闻发布会,通报公安机关依法严肃查处足球领域赌球、假球等违法犯罪情况,以及中国足协对涉案人员和俱乐部的纪律处罚情况。陈戌源、李铁等73人被终身禁止从事足球活动,天津津门虎等13家俱乐部被扣除2026赛季积分并罚款。

中国足协纪律处罚公告称,对经人民法院认定构成犯罪的73人给予终身禁止从事任何与足球有关活动的处罚,其中包括中国足协原党委书记杜兆才、中国足协原主席陈戌源、中国男足国家队原主教练李铁、中国女足国家队原主教练郝伟、中国男足原队员秦升。此外,还对阿尔帕提·米吉提等3人给予禁止从事任何与足球有关的活动五年的处罚。

13家受处罚俱乐部包括2026赛季9家中超俱乐部和4家中甲俱乐部。中超俱乐部中,天津津门虎扣10分并罚款100万元、上海申花扣10分并罚款100万元、青岛海牛扣7分并罚款80万元、武汉三镇扣5分并罚款80万元、山东泰山扣6分并罚款80万元、河南队扣6分并罚款60万元、浙江队扣5分并罚款60万元、上海海港扣5分并罚款40万元、北京国安扣5分并罚款40万元。

中甲俱乐部中,长春亚泰扣4分并罚款20万元、梅州客家扣3分并罚款20万元、苏州东吴扣3分并罚款20万元、宁波队扣3分并罚款20万元。

中国足协负责人强调,中国足协将始终保持严的基调不动摇,以“零容忍”的态度持续惩治足球领域各类违法违规问题。公安部治安管理局负责人表示,将持续会同体育行政部门,保持依法严查、严打高压态势,切实配合推动相关工作走深走实。

「双奥园区」:年接待市民游客超1亿人次

新华社北京1月29日电(记者李春宇)记者在29日举行的北京奥林匹克中心区系列活动新闻推介会上获悉,该园区2025年接待市民游客达1.09亿人次,同比增长约18%,体育、文化、会展、旅游等产业生态日益完善。

北京奥林匹克中心区作为“双奥园区”,拥有国家体育场、国家游泳中心、国家体育馆、国家速滑馆等奥运场馆,以及中国共产党历史展览馆等重要文化类设施。2024年下半年开始,园区陆续拆除边界围栏,多个安检口同步撤销,并增设骑行路线,提升了园区游览的便利性。

“回望2025年,奥林匹克中心区24小时开放,社会道路全面打通,打造了全时开放、全域通达的首都城市公园,从曾经的‘封闭式园区’转型成为‘开放式城市客厅’。”北京奥林匹克中心区管委会主任董健说。

据了解,面向“十五五”,北京奥林匹克中心区明确为城市北部的重要功能片区,着力推动消费业态更新、产业融合发展、城市更新提升以及承载能力提升。2026年伊始,四大洲花样滑冰锦标赛1月22日至25日在国家体育馆举行。来自世界各地的百余名选手在“双奥之城”为冰迷们奉上了一场“花滑盛宴”,每场表演后下起的“娃娃雨”也体现了观众们的热情。

赛场上,冰雪爱好者们跃跃欲试,无论是国家体育场的第十五届“鸟巢”欢乐冰雪季,还是国家速滑馆“冰丝带”的“冰上乐园”,都成为市民游客体验冰雪运动的热门目的地。

董健介绍,马年春节临近,园区还推出了新春文化庙会、非遗主题展等活动,建设“快进慢游”体系,让市民游客共赴冰雪之约、新春之约。