

附件：

2024 年体育彩票公益金资助项目 宣传典型案例汇编

体育总局

2024 年 10 月

序 言

为贯彻落实《“十四五”体育彩票发展规划》，持续开展体育彩票公益金资助项目宣传示范，鼓励、引导、规范体育彩票公益金资助项目实施单位更好开展体育彩票公益金宣传，今年7月，体育总局办公厅印发通知，开展了2024年度体育彩票公益金资助项目案例征集遴选工作，共收到25个省（区、市）体育行政部门91个案例，涵盖群众体育、竞技体育、青少年体育和其他等4个方面的体育场地设施建设、体育健身器材购置、全民健身活动、青少年体育活动、群众体育组织建设、竞技体育赛事和训练保障、体育科研宣传活动和其他项目等共8种类型。

结合案例推荐和工作实际情况，我们组织专家按照宣传开展效果、覆盖的区域和人群、宣传特色、经验模式可复制推广等为标准对案例进行了综合评价。经过评选，并报总局同意，确定了28个2024年体育彩票公益金资助项目宣传的典型案例。

请各地充分认识体育彩票公益金宣传工作的重要意义，认真学习借鉴典型案例的好经验、好做法，进一步加强体育彩票公益金资助项目宣传，提高体育彩票公益金使用透明度，引导社会关注体育彩票贡献，展现成效，提升公信。

目 录

一、体育场地设施建设

1. “活力绽放 健康启航” 甘肃成县东河体育公园（甘肃）…5
2. 山西省社区全民健身中心（山西）……………11
3. 黄山市歙县紫阳路中国体育彩票主题公园（安徽）…16

二、体育健身器材购置

1. 全民健身体育器材捐赠（云南）……………19

三、全民健身活动

1. “体彩杯” 天津市市民运动会（天津）……………25
2. 第七届广西万村篮球赛暨广西社区运动会（广西）…32
3. “中国体育彩票” 全国新年登高健身大会暨江西省迎新年群众户外登高节活动（江西）……………35
4. “百千万” 省级全民健身系列赛事活动（湖北）…41
5. 吉林省“一市一品” 体育精品赛事（吉林）……………47
6. 公益体彩助力办好上海市民运动会……………55
7. 湖南省第五届社区运动会（湖南）……………59
8. 中国体育彩票“五人制业余足球赛” 活动（云南）……66
9. 陕西省首届三人篮球联赛（陕西）……………73

四、青少年体育运动

1. “中国体育彩票杯”青少年锦标赛（内蒙古）…78

2.以棒垒球为“媒”，体育彩票公益金助力闽台交流合作（福建）……………83

3. “中国体育彩票杯”2023年北京市体育传统项目学校系列比赛（北京）……………89

4.2023-2024年度“奔跑吧·少年”伊春市青少年冰雪赛事（黑龙江）……………93

5.用好体彩公益金 助力青少年冰雪蓬勃发展(辽宁)…98

6.体彩公益金播种安徽青少年足球新希望（安徽）…106

五、竞技体育赛事及训练保障

1.中国体育彩票·粤港澳大湾区系列赛事（广东）…110

2.环青海湖国际公路自行车赛（青海）……………115

3. “中国体育彩票杯”北京市第二届冬季运动会（北京）121

4.重庆马拉松—十年蝶变打造亿级消费新场景……126

5.2024宁夏银川马拉松赛（宁夏）……………130

六、体育科研宣传活动

1.体质测试黔中行（贵州）……………133

2.利用科研资源优势服务群众一体化（新疆）·····	138
----------------------------	-----

七、其他项目类型

1.用好体彩公益金，构建体卫融合惠民服务体系（江苏）···	142
-------------------------------	-----

2.彩票公益金不断赋能沂源革命老区乡村振兴（山东）···	148
------------------------------	-----

一、体育场地设施建设

“活力绽放 健康启航” 甘肃成县东河体育公园

——甘肃省体育局体育彩票公益金资助项目宣传典型案例

一、基本情况

甘肃省成县隶属于甘肃省陇南市，位于甘肃省东南部，面积 1676.54 平方公里，人口 24.16 万人。成县东河公园总投资 1.2 亿元，占地面积 90349.78 m²，位于成县主城区西滨北路、东滨北路滨河带上。其中，东河体育公园占地 34193 m²，总投资 1080 万元。体育公园周边居民区密集，覆盖人群超 12 万余人，公园嵌入城市内部，绿树成荫，花草繁茂，优美的自然环境与现代化的体育设施完美融合，为广大市民提供了一个绝佳的休闲健身地。

成县东河体育公园以体育健身为主要元素，与自然生态融为一体，具有改善生态、美化环境、体育健身、运动休闲、娱乐休憩、防灾避险等多种功能。公园性能分为综合健身区、智能健身区、科学体测健身区、运动场区和沿河健身步道等五大区域；沿河健身区分域又融入了广场舞蹈区、曲艺休闲区、儿童活动区、棋牌活动区、竞速骑行区、特殊人群器材区、综合拓展训练区、有氧健身区及光影之道等综合健身活动区域 10 个，所有健身设施都具有智能功能，群众可根据

运动方式、运动习惯、运动时间自动智能生成运动数据和健康指数等，让人们科学合理选择运动形式。东河体育公园整体从平面立面到空间设计都坚持“以人为本”的开放性原则，能够方便群众就近就便参与体育锻炼，确保人们在尽享体育运动无穷魅力的同时，又能尽览自然生态之美。公园开放一年多来，现已成为成县市民休闲健身的网红打卡目的地，每天来体育公园健身的人数平均超过 1.5 万人次以上，破解了“健身去哪儿”的难题，实现了“15 分钟健身圈”范围覆盖。

二、主要特点

成县东河体育公园项目资金由中国体育彩票公益金资助，甘肃省体育局监制。成县东河体育公园项目被市政府列为陇南市十大民生工程之一，由成县县委、政府负责实施建设。成县东河体育公园属全民健身的综合性公园，设有防滑步道、休闲座椅、休闲广场、健身驿站、雕塑、休闲厅、景墙、笼式足球场、标准篮球场、羽毛球场、网球场、多功能运动场等一系列全民健身休闲娱乐器材组成，共安装智能健身器材 122 台(套)，铺设健身步道 5.5 公里，包括 3000 多平方米的儿童娱乐活动区及 15000 多平米成人健身活动区，安装悬浮地板篮球场 2 块、羽毛球场 5 块、乒乓球场 1 个配置球台 20 副，悬浮地板拼装总面积 4376 平方米，是集健身、休闲、文化旅游、儿童娱乐于一体的综合性体育公园。

成县东河体育公园促进健康生活方式的普及，建成后为

市民提供了便捷、舒适的运动环境，鼓励更多人走出家门，参与体育锻炼，提高身体素质。增强了社区凝聚力，成县东河体育公园内的各种活动和赛事，促进了市民之间的交流与互动，增强了社区的凝聚力和归属感。推动了体育产业发展，成县东河体育公园的建成带动了周边体育用品销售、体育培训等相关产业的发展，为经济增长注入了新的活力。构建了更高水平的全民健身公共服务体系，成县东河体育公园的建成做到了扩大公益性和基础性服务供给，推动全民健身公共服务体系覆盖全民、服务全民、造福全民，不断增强了人民群众的获得感、幸福感、安全感。

三、经验做法

成县东河体育公园项目建设共投入资金 1080 万元，其中，中国体育彩票公益金资助 900 万元，当地政府自筹 180 万元。

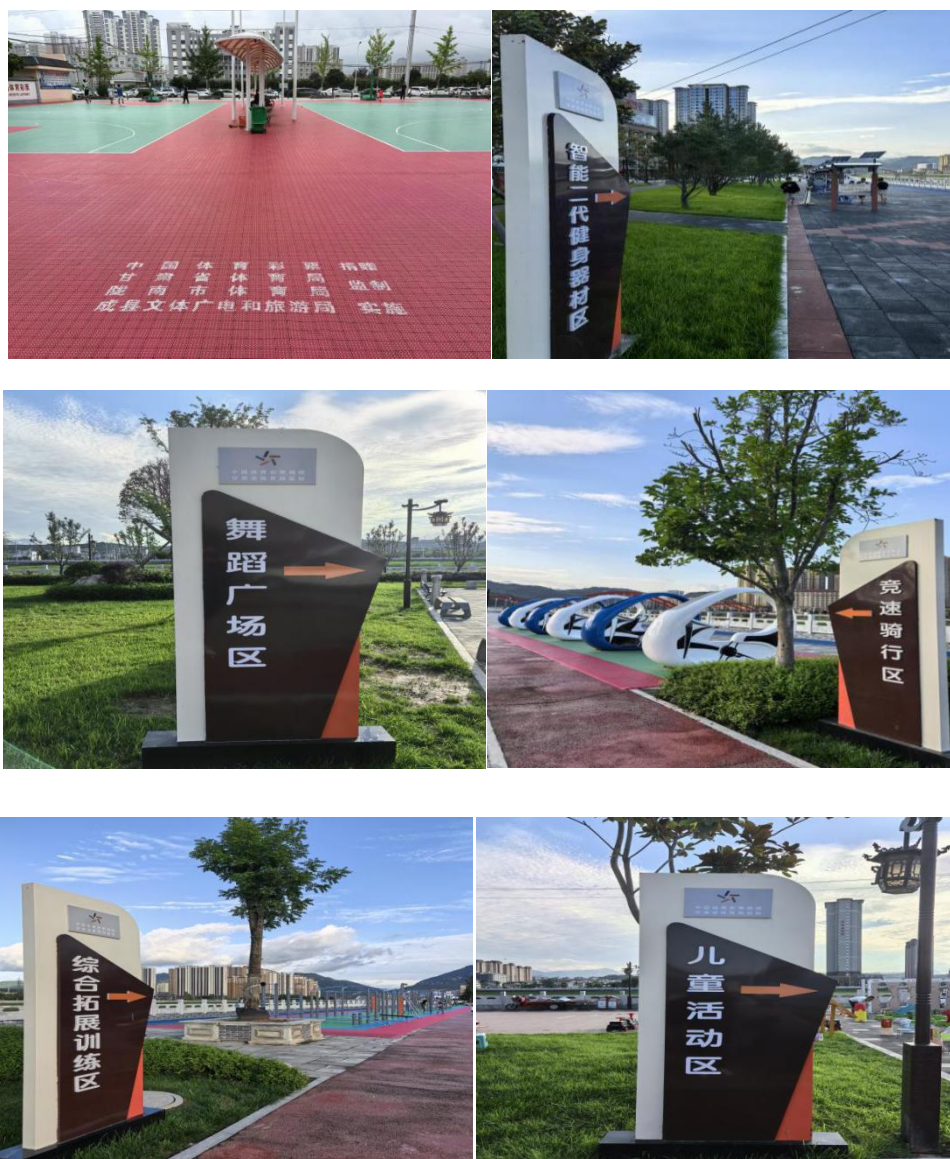
（一）体育公园每个区域的显著位置都设计有中国体育彩票公益金 LOGO 及“中国体育彩票捐赠、甘肃省体育局监制”字样，采用先进的金属 UV 烤漆工艺，不褪色、不变色，经久耐用。在沿河健身区又融入了同样在标识牌的顶端最显著位置嵌入了体育彩票公益金 LOGO 及“中国体育彩票捐赠、甘肃省体育局监制”字样，将中国体育彩票公益金的宣传巧妙的融入到场地环境氛围中，在群众在场地中参与健身活动时，能够很自然而又直观感受到体育彩票的公益性质，不但

大力宣传了体彩“来之于民、用之于民”的发行宗旨，提升了体彩的公益品牌形象，从而提高了中国体育彩票公益金的知名度、美誉度和责任形象，使广大健身群众更加了解、认识、支持并热爱体彩，继而增强广大群众的公益意识和社会责任感，深切感受到来自体育公益事业关心关爱和支持。另外，标注“中国体育彩票捐赠”字样是对彩票公益金使用情况的公开透明展示，有助于消除公众对彩票公益金使用情况的疑虑和误解，着重提升彩票公益金的公信力和影响力。

（二）在悬浮地板运动场地的显著位置，也悄然融入了体育彩票公益宣传 LOGO 和“中国体育彩票捐赠”字样。体育场地是群众日常健身中经常接触到的场所，通过在这些场所标注彩票公益金资助的信息，可以实现对彩票公益理念的广泛传播和深入宣传，这种宣传方式具有持久性和广泛性的特点，让人民群众多方面了解体育彩票公益金在支持体育事业和公益事业方面的积极作用，也会增加购买体育彩票意愿，从而促进体育彩票销售，这种良性循环有助于体育彩票事业的持续健康发展。

（三）在成县东河体育公园墙面显著位置标注有“公益体彩，乐善人生”字样，各类体育赛事及活动命名为“中国体育彩票杯”等，对体彩公益金使用进行大力宣传。依托体育公园设立“成县体育彩票旗舰店”，以筹集更多的体彩公益金更好地支持体育事业的发展。在运动场上，无论参赛的运动

员，还是观看比赛的群众，都能切身感受到体育彩票公益金的投入为群众提供了更多、更好、更丰富的运动方式和生活体验，从而促进正确健康的生活方式，提升群众的整体健康水平和生活质量。在举办的各类体育赛事及活动，场地中出现的体彩宣传会更多的出现在各类人群的朋友圈中，在自媒体高度发达的今天，这样的曝光率，对彩票公益属性的宣传具有广泛而深远的意义。





山西省社区全民健身中心

——山西省体育彩票公益金资助项目宣传典型案例

一、基本情况

为构建更高水平的全民健身公共体育设施服务体系，“十四五”期间山西省体育局每年从省本级体育彩票公益金拨付 800 万元用于项目建设，为每个社区全民健身中心配置约 40 万元健身器材，健身器材由社区自行选择，截至目前共计投资 4000 万元。项目建设具体在全省街道办事处范围内实施，每个街道办事处可建设一个社区全民健身中心，近三年内已配置过的街道办事处不在申报范围内。本项目自立项以来已建成 100 个社区全民健身中心，有效提升了山西省公共体育设施的覆盖率和便利性，已打造成省内公共体育设施的亮点工程。

二、主要特点

（一）社区全民健身中心项目事前经财政厅项目评审中心立项，所有配置器材统一经询价后，由财政厅对器材价格进行统一评审，受赠单位参考器材价格，自主选择。所有配置健身器材不搞一刀切，各社区根据场地情况、健身人群实际情况选择需要器材，填报《全民健身中心项目库器材需求汇总表》。

（二）每年年初向各市体育局印发《关于建立全省社区全民健身中心项目库的通知》，各市体育局根据《山西省社区全民健身中心建设方案》上报申请材料，项目完工验收时要统一印发《器材捐赠协议书》《器材验收单》，明确受赠单位权利与义务，明确拥有捐赠建设器材的社区产权，并承担管理、维护、保养和体现其公益性、社会性的义务；明确器材中标单位严格按照器材生产厂家规定的器材使用年限，按时报废；发现器材损坏，要及时向器材供应商报修；明确社区全民健身中心健身器材的公益性，不得挪作它用，不得改变其用途；明确社区全民健身中心健身器材在使用过程中，如发生人身伤害、财产损失等意外事故，受赠方负全部相关责任。

（三）安装完工后要填报完工台帐电子档案，将项目建设单位，场地名称、场地经纬度、场地简介、实景照片、工作人员指认现场图片等电子信息材料建档保存。做好赛事活动开展，积极开展社区运动会等比赛活动，提高器材使用率。

为进一步加强体育彩票公益金宣传，提升体育彩票公益曝光度，通过在室内和室外社区全民健身中心设置体育彩票告示牌、增加体育彩票标识元素，在室内外社区全民健身中心优化体育彩票标识展示等方式对体育彩票公益金进行宣传，让老百姓切实感受到体育彩票“来之于民、用之于民”的公益属性，提升百姓身边体育彩票公益金投入带来的获得

感、幸福感。

三、经验做法

根据体育设施类别，社区全民健身中心分为三类：室外社区全民健身中心、室内社区全民健身中心、室内外社区全民健身中心。

（一）室外社区全民健身中心——设置体育彩票告示牌

室外社区全民健身中心面积不小于 3000 m²，可建设篮球场、足球场、网球场、乒乓球场、羽毛球场、门球场、健身步道、健身路径、健身广场等体育设施，能够开展 6 个以上全民健身活动项目。

为进一步加强体育彩票公益金使用管理，规范体育彩票公益金宣传，在每个室外社区全民健身中心设置标有“体育彩票公益金资助”的告示牌，同时建立完善的告示牌维护机制。定期检查告示牌的完好性，防止因风吹日晒、人为破坏等因素导致其损坏或字迹模糊。对于陈旧的标识牌，要及时进行更新。让广大百姓了解到体育彩票公益金对体育设施建设和体育活动开展的支持，让社区居民感受到体育彩票公益金对体育事业发展的推动作用。

（二）室内社区全民健身中心——增加体育彩票标识元素

室内全民健身中心可以包括混凝土网架结构、钢架结构、气膜馆等多种形式，室内面积不小于 700 m²，可以是一个场

馆，也可以由多个健身房间组成，建设篮球、足球、气排球、羽毛球、乒乓球、网球、游泳、有氧训练、健身操、瑜伽等体育设施，能够综合开展6个以上全民健身活动项目。

为提升体育彩票公益形象，要求在室内全民健身中心显著位置增加“中国体育彩票”标识元素，展示方式可以采用贴纸、条幅、电子显示屏滚动播放等多种形式，贴纸和条幅要保证质量，不易褪色和损坏；电子显示屏滚动播放可以设置合适的播放频率和停留时间，确保能够看清内容。让体育运动者体会到体育彩票的公益属性，让健身爱好者认识到体彩公益金对健身设施和环境改善的贡献，引导社会舆论对体彩公益的正面关注。

（三）室内外社区全民健身中心——优化体育彩票标识展示

室内外社区全民健身中心要求室内面积不小于300 m²，可以是一个场馆，也可以由多个健身房间组成，参照室内社区全民健身中心建设项目，可综合开展4个以上全民健身活动项目；室外面积不小于1000 m²，参照室外社区全民健身中心建设项目，可开展4个以上全民健身活动项目。

为进一步加强宣传体育彩票公益金，要求室内外社区全民健身中心对体育彩票标识的展示进一步优化，“体育彩票公益金资助”“中国体育彩票捐赠”等宣传语标识牌要根据不同场地的特点来确定显著位置，同时增强标识牌的内容设

计，全方位多渠道宣传推广体育彩票公益金使用的公益形象。



黄山市歙州紫阳路中国体育彩票主题公园

——安徽省体育局体育彩票公益金资助项目宣传典型案例

一、基本情况

歙县隶属于安徽省黄山市，总面积 2122 平方千米。全县辖 15 个镇、13 个乡，常住人口 35.1 万人。歙县体育彩票主题公园占地面积 3000 平方米，总投资 170 万元，其中彩票公益金 60 余万元。体育公园周边居民区密集，覆盖人群超 3 万余人，自开园以来，该主题公园成为了当地居民休闲健身的热门场所，日均人流量达到上千人次。

二、主要特点

在体彩公益金的支持下，2023 年歙县体育彩票主题公园正式建成并投入使用。公园内配备四角亭、休息椅以及爬行隧道、摇摇马、秋千等儿童游乐设施，还安装了 19 件健身器材（含 4 件智能健身器材），满足了不同年龄段、不同运动爱好者的运动休闲需求。同时融入了低碳理念，休憩座椅的椅面采用“绿色环保”的太阳能面板，手机可以直接充电；内置的无线网络覆盖整个公园；公园内增设直饮水设备，满足市民健身休闲饮水需求；智能健身器材让健身者在运动的同时，了解体质测试数据、运动数据等，为健身者提供科学

健身参考，提高了居民的参与度和体验感。此外，公园还设有体育彩票品牌展示区，传播体育彩票的公益性。

三、经验做法

一是体育公园中设有中国体育彩票公益金 LOGO、“中国体育彩票捐赠”和体育彩票吉祥物乐小星形象，展现了体育彩票的公益属性，提高了体育彩票的公益形象，体现了体育彩票的发行宗旨。二是在公园中间位置设置了体育彩票品牌宣传栏，常年开展体育彩票的公益宣传和品牌宣传。通过长时间的展示，无形中宣传了体育彩票公益金的重要作用。三是在紫阳路街道十字路口（公园入口处）设立大型标识“体育彩票主题公园+乐小星”形象，标识采用发光材质，无论白天还是夜晚，体育彩票主题公园成为周边一道靓丽的风景。该主题公园将体育彩票元素与口袋公园景观有机融合，打造了独特的主题氛围，也逐渐成为当地的网红打卡地，对彩票公益属性的宣传具有广泛而深远的意义。



二、体育健身器材购置

全民健身体育器材捐赠

——云南省体育局体育彩票公益金资助项目宣传典型案例

一、基本情况

云南省是拥有少数民族最多的边疆省份，为持续努力让各族群众过上更加美好的生活，进一步贯彻落实全民健身与健康中国国家战略，不断满足人民群众对参与全民健身活动的强烈需求，云南省自 2010 年以来持续实施“七彩云南全民健身工程”，这是以体育彩票公益金为主要资金来源，以建设县（区、市）、乡（镇）、行政村（社区）和自然村相应的公共体育设施为平台，建立基层体育健身组织，提供公共基本体育服务的系统工程，是云南省为全面落实全民健身计划纲要，提升全省国民身体素质的一项民生工程。

“十四五”期间，云南省体育局共拨付用于购置全民健身体育器材公益金 2000 万元，由云南省体育彩票管理中心坚持面向全省，以重点向欠发达地区、民族地区、体育器材匮乏的乡镇、社区、学校为原则，综合评估捐赠项目实施的社会效应，兼顾云南体育彩票的营销宣传和品牌建设工作规划，覆盖全省 16 个州市，向 63 个社区、115 个村镇、65 所学校，捐赠价值 1360 余万元，包含全民健身路径、篮球架、乒乓球

桌、小型健身器材等 20 余种全民健身体育器材，其中“公益体彩 快乐操场”活动覆盖全省 180 所学校，共捐赠体育器材 597 万元，“体育冠军校园行”活动覆盖学校 35 所，共捐赠体育器材 35 万元。

“七彩云南全民健身工程”是云南省历史上规模最大、力度最大、百姓受益最大的一项体育“民心工程”，是云南省贯彻全民健身国家战略、实施健康中国行动的重要举措。作为“七彩云南全民健身工程”的重要部分，全民健身体育器材的捐赠行动，进一步推动了云南省全民健身“硬件设施”水平的不断提升，较好地解决了群众“健身去哪儿”的问题，遍布乡镇村、社区的健身路径和“15 分钟健身圈”正惠及更多群众，多样化的健身锻炼用地，改善了运动健身场地不足的状况，为广大人民群众提供运动健身的便利与实惠，帮助大家树立起体育健身意识，养成体育锻炼习惯。

同时，依托老百姓身边的健身场地和体育器材，云南组织贯穿全年的“七彩云南全民健身运动会”，开展常态化的全民健身示范活动，实现“月月有活动，人人能参与”，带动大家积极参与到内容丰富多样的全民健身活动中来，切实增强群众的身体素质，也为乡村振兴发展注入活力。多年来，印有“中国体育彩票援助”字样的“七彩云南全民健身工程”标识伴随着老百姓身边的赛事和活动频频现身，充分发挥了体彩公益金服务社会的公益属性，积极传递了中国体

育彩票“责任为先，公益公信”为核心的品牌价值。

二、主要特点

（一）贯彻落实全民健身战略，公益体彩走入千村万户

为进一步贯彻落实全民健身与健康中国战略，落实《云南省全民健身实施计划（2021—2025年）》等政策要求，围绕“健身去哪儿”的问题，云南省以体育彩票公益金为主要资金来源，将“七彩云南全民健身工程”作为一项系统工程来实施，基于云南多民族的省情特征和乡村振兴的扶持发展，以健身设施建设为基础，以健身组织建设为重点，城乡群众参与健身活动为目的，全力推动建设更高水平的全民健身公共服务体系。

（二）专款专用，确保公益金高效使用

云南省体育局拨付专项经费用于购置全民健身体育器材，为“七彩云南全民健身工程”添砖加瓦。云南省体育彩票管理中心成立了“全民健身体育器材捐赠项目”领导小组，及时制定年度全民健身体育器材捐赠项目方案，提交省体育局审批，并按规定流程办理资助事宜。在省体育局体育经济处的监督指导下，全民健身体育器材的采购纳入云南省体育彩票管理中心预算管理，实行收支两条线管理，确保专款专用，严格按照政府采购要求实施全民健身体育器材采购工作。

所捐赠的全民健身体育器材按照使用范围，与受赠单位签署捐赠协议，在捐赠时取得合法票据。同时，公益金捐赠

的器材采购项目按照《体育彩票公益金资助项目宣传管理办法》要求，制定了规范的标志、文字、标牌，对体育彩票公益金的使用进行宣传，在健身路径的显著位置设置了体育彩票公益金捐赠标牌。

（三）媒体联动，强化体育彩票公益金宣传工作

项目执行期间，云南省体育彩票管理中心积极同《中国体育报》和新华网等央级媒体平台，《春城晚报》、《都市时报》、云南网、云南电视台等云南主流媒体平台进行联动，以视频、新闻推广等形式，对体育彩票公益金支持的全民健身路径捐赠项目进行广泛宣传。

三、经验做法

在全民健身体育器材捐赠过程中，强化公益意识、品牌意识、宣传意识，建立健全评价机制，将宣传工作贯穿于体育彩票公益金使用管理全过程。建立公益金资助项目使用宣传工作报告制度，加强体育彩票公益金统计和分析，定期发布年度体育彩票公益金使用公告及资助项目信息。

（一）强化公益意识

在项目执行过程中，云南省体育彩票管理中心依托全省7700余家体彩实体店的“小窗口”来宣传汇聚公益公信的“大能量”，通过在全省实体店张贴的公益金使用宣传海报、门头LED和店内电视统一播放的公益宣传视频，形成视觉效应，

扩大宣传体育彩票公益金在支持云南全民健身工程方面作出的突出贡献，对体育彩票的公益形象进行广泛传播。

（二）强化宣传意识

2022年，在全国率先开展了“体育彩票公益宣传月”，联动受赠单位和当地教体局，对全民健身体育器材捐赠项目进行重点报道，对全民健身体育器材的使用情况进行回访，持续向媒体大众展示公益金使用情况，充分发挥全媒体矩阵的积极效应，提升品牌传播质量及效能，积极宣传了体彩公益金服务社会的公益属性。

（三）强化品牌意识

2023年，为进一步展示捐赠项目落地实施的社会效应，提升云南体彩品牌建设的社会价值，将全民健身体育器材捐赠活动与云南体彩品牌活动“中国体育彩票彩云嘉年华”有机结合，在大众积极参与公益爱心活动、感受公益体彩带来的快乐之余，用实实在在的捐赠体现中国体育彩票“来之于民，用之于民”的发行宗旨，奏响贴近百姓的“交响乐”，传递公益体彩“好声音”，打造有温度、有情怀、有成效的品牌活动，带动更多人“汇聚微公益”。



三、全民健身活动

“体彩杯”天津市市民运动会

——天津市体育局体育彩票公益金资助项目宣传典型案例

一、基本情况

“体彩杯”天津市市民运动会项目，创办于2010年，已举办了9届。该项目前五届为每年一届，后变更为每两年一届。自创办以来，坚持“以人民为中心”的办赛理念，以群众参与、人民满意为导向，力求为人民群众提供高品质、高规格、高标准的全民健身赛事活动服务供给，是项目设置最多、惠及群众最广的市级综合性群众体育运动会。

运动会由天津市体育局、市体育总会联合主办，局相关直属单位、各区体育部门、各社会组织承办。设项包含三大球三小球等竞赛项目，国际智能体育大会、海河龙舟赛等特色赛事，京津冀赛事、健身大拜年、全民健身日、冰雪运动大会等全市联动活动，多元化的内容，极大地满足了群众多样化的需求，促使参与热情高涨。

二、主要特点

（一）利民普惠，参与广泛

为吸引更多群众参与，为健身爱好者搭建更广泛的展示平台，“体彩杯”天津市市民运动会多措并举满足群众的多

元参赛需求，扩大参与面和社会影响力。

1.精心设置竞赛项目

分别设置“三大球”“三小球”等大众球类项目，龙舟、健身气功、太极拳等民族传统项目；攀岩、冰球、健美等青年人崇尚的项目，广播体操、广场舞、自行车等中老年热衷的运动；跆拳道、空手道、柔道等对抗项目，围棋、象棋、国际象棋等智力运动项目。

2.比赛时间贯穿全年

运动会从1月至12月，实现“月月有比赛”，有的月份达到一月双赛、一月三赛，持续营造全民健身良好氛围，引领带动群众掀起一波又一波全民健身赛事活动热潮。

3.参赛资格门槛降低

本着近民、便民、利民原则，将参赛资格放宽条件、放低门槛，扩大社会参与面。市各委、办、局、人民团体、行业体协、区、事业单位、国有企业、外资企业以及其他社会组织均可组队参赛。凡具有天津市户籍或连续在本市工作、学习、生活满3个月以上，年龄在16岁以上的中外籍人士均可在所在属地单位、所在组织报名参赛。

（二）亮点纷呈，各具特色

1.发挥区域优势，彰显大美天津

利用“山、河、湖、海”优质自然资源，依托市区海河资源、静海团泊湖资源，打造龙舟、自行车等高端群众赛事

特色项目。延续 36 年举办的海河龙舟赛，是全国唯一入选国家级体育旅游精品赛事的龙舟项目。市民运动会龙舟比赛与外企运动会龙舟比赛并行举办，来自各国的中外龙舟队伍于端午节当日竞舟海河，现场约 3 万名观众汇聚海河两岸加油助威，成为文体旅融合发展的品牌活动典范，受到社会普遍关注和好评。公路自行车比赛借助静海环团泊湖独特的自行车赛道资源，充分挖掘拓展群众性自行车赛事活动潜力，全市数百名自行车爱好者穿梭于团泊美景和优良的环湖赛道间，描绘出一幅自然之美、生态之美、运动之美的大美画卷。

2. 按需设立分赛场，基层参与广泛

设置若干预赛分赛区，把比赛送到群众身边，极大激发群众的参与热情。足球、篮球、广场舞等深受群众喜爱的项目均在预赛阶段设置了 5 个以上的分站赛，获得每站相应录取名次的队伍参加总决赛。群众纷纷自发组队，就近、就便报名参赛，提升了群众参赛的体验感和获得感，充分体现了“以人民为中心”的办赛理念。

（三）广泛宣传，全民共享

“体彩杯”天津市市民运动会通过线上线下两端发力，加大宣传，营造良好舆论氛围，全方位宣传全民健身理念、科学健身方法和体育文化，讲好居民身边健身故事。健美健身比赛赛前组织参赛运动员评选了网上人气王，有近 30 万

人次观看了赛事线上直播，同时比赛场景也成为了摄影爱好者艺术创作的舞台。

气排球比赛通过天津市排球运动协会微信视频号和抖音号进行了现场直播，满足了广大气排球爱好者观赛需求，更好地推广普及气排球运动。冰球比赛通过网络直播，将设在蓟州国家冰上项目训练基地的赛场搬到了群众的手机屏幕上。

火爆的龙舟比赛吸引了众多央媒争相报道，赛事在央视新闻联播、央视4套、13套、央视网、央视国际在线、中国新闻网、中新视频等媒体播出，收到很好的社会反响。通过品牌赛事的超高人气，充分体现出了天津独特的城市魅力。

三、经验做法

（一）统一规范，树立形象

该项目高度重视对体彩公益金的宣传工作，多途径、多角度、多层次进行了广泛宣传推广。一是以体彩公益金对运动会进行冠名，全称为“体彩杯”天津市市民运动会。市体育局统一制定印发市民运动会赛事组织标准，对竞赛项目名称进行统一要求。二是对各项比赛背景板、秩序册、成绩册、相关证件等印刷品的视觉元素进行统一设计制作，将体彩公益金标识在醒目位置进行宣传。极富整体性、统一性的设计打造，树立了体育彩票公益金和市民运动会的良好形象。三是邀请中央、市级各级各类媒体，通过电视、平面、网络等

渠道对赛事活动进行广泛报道，体彩公益金和市民运动会的社会影响力逐年扩大，形成品牌。

（二）引领示范，有效带动

“体彩杯”市民运动会的精心筹划和高标准、高质量举办，引领带动了全市群众体育赛事活动的广泛开展。据不完全统计，2023 年全市举办各级各类群众体育赛事活动 5500 余个，直接参与人数近 70 万人，涉及场次达 3 万场，广大人民群众健身意识和健身热情明显增强，有效扩大了全民健身赛事活动服务供给，让广大群众在多样化体育需求的不断满足中获得更大成就感、幸福感，同时，也展现出群众体育事业方兴未艾的澎湃浪潮，为高品质生活创造行动、社会主义现代化大都市建设注入了动力与活力。







第七届广西万村篮球赛暨广西社区运动会

——广西体育局体育彩票公益金资助项目宣传典型案例

一、基本情况

广西万村篮球赛创办于2006年，截至2023年，已连续成功举办7届。2023年万村篮球赛以“迎学青会”为主题，组织全区各行政村和社区参赛，通过乡（镇）、县（市、区）、设区市3级比赛层层选拔，最终各设区市选拔出一支代表本市的冠军队，角逐自治区级年度总冠军。赛事于2023年6月1日正式启动，于11月26日闭幕，历时179天。全区共有111个县（市、区）、1171个乡（镇），来自1万多个村（含行政村、自然村和社区）的4520支参赛队的6.3万多名运动员参赛，累计举办了11967场比赛，现场观众超过3000万人次，带动直接、间接消费达5亿元以上。

二、主要特点

本届万村篮球赛创造了广西单项体育赛事的多个最：一是参赛单位最多，本届广西万村篮球赛有1万多个村（含行政村、自然村和社区）参赛，是广西单项体育赛事参赛单位最多的赛事。二是参加人数最多，有6.3万多名运动员参赛，是广西单项体育赛事的历史之最。三是赛事覆盖地域最广，全区111个县（市、区）、1171个乡（镇）均组织有队伍参赛，形成了全区联动参赛的生动局面，是广西地域覆盖率最

高的单项体育赛事。四是赛程时间最长，赛程经历了乡（镇）级、县（市、区）级、设区市级，以及自治区级总决赛四个层面，累计举办了 11967 场比赛，历时 179 天，是广西赛程最长的单项体育赛事。

在体育彩票公益金的强有力支持下，广西万村篮球赛圆满完赛，得到了人民日报、新华社、中央广播电视总台、光明日报等区内外主流媒体的高度关注。同时，万村篮球赛与体育彩票公益金紧密结合，在每场赛事中都设置了“中国体育彩票 国家公益彩票”等显眼标识和标志。广西广播电视台对开闭幕式进行录播，有 1320 篇新闻报道、2606 个短视频持续刷屏网络。广西广播电视台的全流程节目吸引约 1360 万名观众观看，相关报道及短视频阅读量突破 2 亿次，大大提升了体育彩票公益金的宣传力度。

三、经验做法

体育彩票公益金宣传与赛事宣传报道相结合。一是每场赛事活动的主背景板均要求印制有中国体育彩票 Logo；二是活动现场悬挂有中国体育彩票宣传道旗和横幅，如“公益体彩助力健康中国”“公益体彩惠民生，健康中国有担当”等宣传标语；三是现场配套设置中国体育彩票销售点，群众观看激烈比赛的同时享受即开票的趣味；四是赛事现场设有公益展示区、责任彩票宣传区，宣传理性购彩理念、拒绝非法彩票等健康购彩知识，传递体彩温度，集中体现了体育彩票

公益、公信、责任的品牌形象。同时发动中央驻桂媒体、中国体育报、广西日报、广西广播电视台等主流媒体和全国知名新媒体广泛宣传，百度搜索“第七届广西万村篮球赛”搜索结果共 534 万条，共计 1320 篇新闻报道，提高了体育彩票公益金的曝光度。



“中国体育彩票”全国新年登高健身大会暨江西省 迎新年群众户外登高节活动

——江西省体育局体育彩票公益金资助项目宣传典型案例

一、基本情况

“中国体育彩票”全国新年登高健身大会是国家体育总局每年持续举办的重要主题活动，是每年首项全国性全民健身主题示范活动。江西省靖安县连续5年举办“中国体育彩票”全国新年登高健身大会暨江西省迎新年群众户外登高节活动，共安排体彩公益金152.76万元支持赛会举办，其中2024年安排资金45万元。该活动在体彩公益金的支持下，通过引领全民健身新风尚，成为靖安县开展全民健身活动、发展运动休闲产业、体育+文旅+乡村振兴的年度重要活动之一。

靖安县注重将体彩公益金的宣传贯穿比赛全过程。一是**活动中有展示**。大会题目为“‘中国体育彩票’全国新年登高健身大会”，明确展现出“中国体育彩票”字样。活动背景板及有关宣传资料中，均在显眼位置展示有“中国体育彩票”名称和标识logo。活动现场来自省内20多家俱乐部和周边县市区户外爱好者累计20000余人齐聚靖安，“中国体育彩票”的品牌形象也借助参与者的广泛传播更加深入人心。二

是宣传中有显示。积极协调新闻媒体，对赛事活动进行宣传，央视1套和13套多次播出由靖安县承办的全国新年登高健身大会。2020年靖安新年登高活动还代表江西的“绿水青山”走进了央视1套的元旦“你好2020专题”新闻开场。在各类新闻宣传中均体现了“中国体育彩票”名称以及体育彩票公益金资助本次赛事等宣传信息，有效提升了“中国体育彩票”的美誉度。

二、主要特点

（一）聚焦媒体视角，打开体彩新世界

积极贯彻落实国家体育总局《体育彩票公益金资助项目宣传管理办法》等相关文件精神，严格按照国家体育总局制定发布的《2024全国新年登高健身大会现场工作手册》要求，规范宣传所使用的标志和文字等内容。“中国体育彩票”2024年新年登高健身大会江西主会场活动得到中央驻赣以及省内众多主流媒体关注，引发社会各界广泛瞩目。创意制作的视频在央视新闻频道及多个短视频平台发布，借助微信、抖音等平台的传播力，营造出良好社会氛围和舆论环境。宣传过程中，注重在自媒体、电视、网络等媒介的传播中，全方位、多渠道、多角度宣传推广体彩公益金的资助用途，以及体育彩票责任公益公信的品牌形象。

（二）聚焦公益资助，答好体彩温情卷

全民健身，体彩同行。2024年“中国体育彩票”新年登

高活动群众参与度高，吸引了不同年龄、不同群体人员参与，通过活动将体育彩票的品牌形象传递到更多社会大众。

以本次登高活动为契机，积极开展体彩新春季品牌推广活动，活动现场“中国体育彩票”元素满满，为参与登高活动的人群精心准备了“新年拔头筹”“好彩圈圈乐”等趣味活动；设置了理性购彩风格测试和公益品牌展区，让更多群众了解到中国体育彩票的责任公益公信理念以及体彩公益金使用方向，充分展示体育彩票为提高人民生活品质、提升群众获得感和幸福感作出的积极贡献，彰显“公益体彩 乐善人生”的品牌理念。

三、经验做法

（一）力争多渠道宣传，实现信息全覆盖

为做好体彩公益金宣传，进一步扩大赛事影响力，活动组委会邀请央视新闻媒体记者到赛事活动现场，省内有影响力的江西2套都市现场、中国网、中华网、光明网、今视频、江西新闻等多家媒体进行报道；江西省体育局官方网站、江西省体育局微信公众号对活动进行报道；活动期间，组委会创意拍摄制作精彩视频集锦和新闻短视频，加强赛事宣传推广力度。

（二）增强体彩公益金曝光度，提高公众知晓率

活动组委会高度重视提升体育彩票公益金曝光度的重要意义，在活动中通过多种方式展现体彩公益金宣传。一是

活动中每人颁发了一件印有“全民健身 体彩同行”、“中国体育彩票”LOGO的马甲；二是活动现场的主背景板、广告板等宣传物料中充分突显“中国体育彩票杯”的活动冠名，强调了体育彩票公益金对赛事活动举办的重要意义。

（三）提升品牌知名度，体彩公益在身边

不仅是通过登高活动大力提升体育彩票品牌形象，靖安县还在运动项目“进家庭、进校园、进社区、进公园、进乡村、进景区、进商圈”七进活动中植入体育彩票的融合宣传，将体彩责任公益公信的品牌形象带进千家万户，形成社会广泛知晓、了解体育彩票的公益属性，让受益群体更广泛，让更多市民感受到体彩公益就在自己身边。

（四）强化公益金监管，规范公益金使用

靖安县在体育彩票公益金的使用上，秉持统筹规划、公开透明、定向使用、科学管理、严格监督的原则，严格执行国家相关法律法规以及财务规章制度，确保专款专用。活动结束后，对公益金的使用效果展开客观、全面的评估，作为优化公益金使用决策的重要依据，促使公益金的使用更加精准、高效。

（五）助力体育事业发展，打造体彩特色之路

靖安县每年举办的赛事活动都融入体彩元素，做到将体彩事业与体育事业同安排、同部署、同推进。一是赛事宣传。所有的赛事活动都安排专门版面宣传公益体彩，如环鄱阳湖

国际自行车赛、中国靖安“茶立方”自行车赛、江西省青少年足球联赛、迎新年亲子健身大会、青训足球联赛、社区运动会、全民健身日展示等活动都巧妙植入体彩宣传元素，有力助推体育事业高质量发展。二是场馆宣传。在靖安县所有的体育场馆室内室外都设置体彩的宣传内容，如气排球馆、城南市民健身公园、田径运动场、篮球馆、羽毛球馆等场地都设置宣传牌，有力推动体彩公益深入人心。三是媒体宣传。充分借助各类媒体加大体彩宣传，如借助靖安发布 APP 及公众号、抖音号和靖安全民健身促进中心公众号等平台进行线上线下宣传体彩公益性，有力扩大体彩公益的影响力。

有一种生活叫靖安。“中国体育彩票”2024 年新年登高健身大会江西主会场在靖安的成功举办，不仅为当地群众提供了一个展示自我、挑战自我的平台，为今后类似活动的举办提供了宝贵的借鉴和参考；同时也进一步丰富了“靖安生活年”的活动内涵，为靖安生活注入了更多的活力与精彩，让人们在运动中体验运动的乐趣，感受靖安的自然之美、人文之韵。



“百千万”省级全民健身系列赛事活动

——湖北省体育局体育彩票公益金资助项目宣传典型案例

一、基本情况

为全面贯彻落实《省人民政府关于加快转变发展方式推进体育强省建设的意见》《湖北省全民健身实施计划(2021-2025年)》文件精神，充分调动各级政府、社会各界、省级各体育类社会团体等单位举办全民健身赛事活动的积极性，广泛开展全民健身赛事活动，打造全民健身赛事活动品牌，扩大全民健身赛事活动影响，满足人民群众日益增长的体育需求，湖北省运用体彩公益金积极举办了“百千万”省级全民健身系列赛事活动。

以“普及全民健身，缔造幸福生活”为主题的“百千万”全民健身赛事活动项目始于2023年1月，完成时间为2023年12月，体彩公益金资助总预算为165万元，当年已全部落实。该系列赛事活动主要依托湖北省体育局科学指导，湖北省社会体育管理中心赛事引导、省级运动项目协会积极组织，开展百场省级及以上赛事活动，营造热烈全民健身氛围，丰富群众体育文化生活，助推湖北体育事业高质量发展。

2023年共完成了街舞、柔力球、跳绳、飞盘等17个项目20场省级全民健身品牌赛事，省内万余名选手参赛；以省级品牌赛事为引领，带动省级项目协会组织开展全民健身

赛事活动 42 场，参与人群 5600 人。湖北体育、湖北日报、学习强国、中国网湖北等多家主流媒体对赛事进行了全方位、多角度的报道。

二、主要特点

（一）提高服务品质，降低参赛门槛

注重赛事活动普及，提高参与广泛度，倡导“中心引领+协会联动+地方配合”的办赛模式，联合多方力量共同参与办赛，通过“三专准入”“八班联动”“三项复盘”的省赛标准化运营，深挖赛事活动市场潜力，提升省级赛事活动品质，让广大参赛群众享受更好的参赛体验。湖北省“百千万”全民健身系列赛事活动参赛对象在面向项目专业运动员基础上，鼓励全省范围内产业行业体协、大型企事业单位，各有关大专院校及中小学，健身俱乐部、广大业余爱好者等群体积极加入，实现全民健身全面覆盖和全民共享。

（二）下沉省赛资源，助力乡村建设

“百千万”全民健身系列赛事活动在全省 17 个市州 80 余个县市区广泛开展，以省级赛事为主线，省级体育项目协会为主导，配套组织教练员、裁判员、社会体育指导员“三员培训”、科学健身指导活动、社会体育项目公益课等形式丰富的全民健身活动，盘活了省级项目协会资源存量，扩大了社会体育项目人才增量，提高了省级赛事服务质量，推进省级赛事资源下沉乡村一线。开展项目既有群众喜闻乐见的门球、毽球、广场舞、跳绳、排舞、地掷球等传统项目，也

有深受年轻人追捧的健身健美、健美操、啦啦操、电子竞技、飞盘、机器人等时尚运动，满足不同年龄、不同职业人群的体育需求，助力构建“一市州多品牌，一县区一特色”的品牌体系，为基层群众提供“月月有赛事、周周有活动、天天能健身”的体育服务，彰显体育助力乡村振兴、服务县域经济高质量发展的综合功能价值。

（三）加强典型宣传，推广体育文化

依托主流媒体、社交媒体、官方媒体，通过“一微两端”、地市级官网，线上 APP，纸媒等多种方式，以体育赛事融合当地文旅特色，充分挖掘百千万全民健身赛事活动中的全民健身故事，宣传全民健身赛事活动中优秀赛事，通过传统媒体权威报道，新媒体热点跟进，积极宣传体育文化内涵，传播体育正能量，展现体育彩票公益形象。通过中国网湖北、中国体育报、新华社及新华网客户端、湖北体育等国家级、省级媒体刊发报道 30 余篇。积极发挥全民健身赛事活动在助力全民健康事业发展、打造城市名片形象、助力经济社会发展的多元功能和综合价值，多渠道多形式提升了“百千万”省级全民健身系列赛事活动和举办地城市知名度和影响力。

三、经验做法

湖北省体育局认真贯彻落实《体育彩票公益金资助项目宣传管理办法》的要求，全面开展体育彩票公益金资助项目宣传工作。以“广泛开展全民健身活动，加快推进体育强国

建设”指示精神为指导，对全省各级体育彩票公益金资助项目宣传工作进行监督指导，开展义务宣传，宣传体育彩票公益形象，努力提升全省人民的健身意识和健康意识，不断加强体彩公益金的宣传力度，积极传播体育正能量。充分利用体彩公益金，广泛开展体育赛事活动、加大体育健身设施建设力度，不断向全社会宣传体育工作、普及科学健身知识。积极向社会公众宣传体育彩票公益性，弘扬健康向上的体育彩票文化，增加体育彩票的受众人群。

在实际工作中，积极督促指导地方体育部门：一是将资助项目宣传工作纳入体育彩票公益金预算、分配、管理、使用全过程，建立体育彩票公益金预算、分配、管理、使用、宣传、督查联席工作机制，并定期研究体育彩票公益金宣传工作。二是负责辖区内体育彩票公益金资助项目宣传管理工作，对辖区内体育彩票公益金资助项目宣传工作进行监督检查。三是牵头组织资助项目实施单位与本级体育彩票销售管理机构建立公益金资助项目宣传工作报告制度。四是应建立彩票公益金支出绩效评价制度，并组织开展公益金资助项目使用宣传工作情况评估，督促项目实施单位和体育彩票销售管理机构制定公益金使用宣传计划和实施方案。

（一）加大公益金资助项目宣传培训力度

加大公益金资助项目宣传工作的培训力度，及时将最新的体育彩票公益金资助项目宣传管理办法以及宣传方式方

法普及到接受体育彩票公益金资助项目的实施单位，使体育彩票公益金资助项目宣传工作在具体的操作和运用上，有统一的规范和执行标准，组织力量对接受体育彩票公益金资助项目的实施单位负责人及相关宣传人员进行培训。

（二）做好体彩和体育宣传工作的融合

体彩公益金是体育事业发展的经济基础，在进行体育宣传工作的同时，将公益金资助项目的相关信息融合在体育宣传工作中，把体育彩票的国家属性、公益属性以及积极践行社会责任取得的社会效益宣传好，努力提升体育彩票发展质量以及影响力。

（三）增加体彩公益金宣传的经费投入

在各级体彩公益金支出预算中，每年安排一定比例资金专项用于开展宣传工作，明确专项资金使用范围及对象，助力各级体育部门进一步宣传扩大体彩宣传渠道、整合体彩宣传资源、增强体彩宣传力度。



吉林省“一市一品”体育精品赛事

——吉林省体育局体育彩票公益金资助项目宣传典型案例

一、基本情况

为全面落实习近平总书记关于体育工作重要论述，紧紧围绕体育强国建设和健康中国建设，吉林省体育局以新发展理念为引领，探索“两山”理念转化新路径，积极推进体育强省建设进程。在体育彩票公益金的支持下，吉林省体育局以户外运动和冰雪为主题，打造吉林省“一市一品”体育精品赛事。

吉林省“一市一品”体育精品赛事旨在挖掘省内绿水青山和冰天雪地体育资源，深入实施户外运动产业发展工程，以城市特色构筑品牌赛事、以品牌赛事带动城市发展，结合体彩公益属性，展示各地自然资源特点、发挥地区既有运动项目优势、树立城市品牌形象、引导社会力量参与。

2023年度17项“一市一品”体育精品赛事贯穿全年，持续发挥体育彩票公益金的公益属性。在赛事举办过程中，通过微信、微博、抖音等自媒体以及主流媒体构建媒体矩阵，大力宣传体育赛事，使得体育彩票公益公信形象深入人心。

在体彩公益金的支持下，现已培养出一批质量优、融合度高、影响范围广的精品赛事IP。2023年打造的17项吉林省“一市一品”体育精品赛事，累积参与人数达13万余人，

通过开展冰上、雪上、水上等户外运动，积极推动运动项目进公园、进景区、进乡村，以体育彩票公益公信形象，不断提升赛事品质和品牌形象，扩大体育彩票公益属性影响范围，形成以体彩公益金为保障，以赛事为媒介，促进全民健身快速发展，更为吉林省旅游万亿级产业攻坚行动和吉林全面发展全方位振兴取得新突破贡献体育力量。

主要赛事有：

（一）第七届东北亚冰雪汽摩嘉年华暨东北亚冰雪汽车拉力赛

以互动性更强、传播力更广、更具商业化运行条件的冰雪汽摩运动为主题，通过“冰雪赛训+冰雪度假”的形式打造综合型冰雪主题节庆活动。赛事活动历时35天，共12项活动，举办地点位于延吉市中心布尔哈通河，极大方便了市民和游客免费观赏，电影特效般的视觉效果使得短视频同城平台和朋友圈几乎被刷屏，创造了每天不少于10万人次的超高流量，极大地增加体育彩票公益形象曝光。在体彩公益金的助力下，赛事现已发展成为赛、训、游、学综合创新模式。随着规模不断扩大，赛事主题和目标也逐步升级为“打造中国冰雪汽摩运动城”、“培育国际冰雪汽摩运动品牌”等。

（二）第22届中国长春净月潭瓦萨国际滑雪节

以“激情瓦萨魅力净月”为主题，吸引了来自美国、瑞典、

芬兰、日本等国家及全国 30 个省、自治区及直辖市超过 700 人参加比赛，其中外籍专业运动员和嘉宾达到 50 人，参赛人数创近年新高。历经 22 年不断创新发展，现已成为省内越野滑雪第一品牌。

长春净月潭瓦萨国际滑雪节通过借助国际、国家及省市等主流媒体及自媒体平台的力量搭建媒体矩阵，从多角度呈现出了中国瓦萨的丰富多彩以及体育爱好者们在冬季中对全民健身活动的热情，有效地探索出一条符合地方特色的“冰雪+体育”发展新路径。

（三）第六届“环长白山”森林自行车赛

赛事为期两天，共分为三个赛段，竞赛路线围绕长白山保护开发区独特自然风景设计，分为自行车公园计时赛、巡护路计时赛以及南景区爬坡计时赛，共吸引来自北京、上海、天津、山东、甘肃以及东北三省等地区 320 名选手参赛。

赛事充分发掘长白山独特的山地户外骑行资源，通过赛事效应带动区域“体旅经济”发展，有效促进旅游和全民健身的创新性发展。同时，以赛事品牌为基础，打造独特的长白山骑行文化，有助于进一步提升区域内全民健身品牌力与影响力，持续推动“体育+旅游”有机融合。

二、主要特点

（一）赛事组织机制

为保证赛事组织的安全性与可持续性，同时保证体育彩票宣传工作有序进行，“一市一品”以吉林省体育局、市（州）或县（区）人民政府为主办单位，相关单位协办，第三方团队市场化运营为主要形式，支持各举办地导入地方体育资源，通过市场化运作手段，积极调动社会资源募集经费和物资，逐步形成社会资源与体彩公益金有机融合，持续发挥公益属性，提升社会效益的新体育赛事产业发展模式。

（二）赛事经费保障

体彩公益金资助“一市一品”精品赛事经费 200 万元。其中：支持省级体育精品赛事 2 项，约 50 万元；支持市级体育精品赛事 15-20 项，约 150 万元。

（三）赛事特色创新

1.体彩公益金促进体育赛事产业发展

依托“一市一品”体育精品赛事，通过体彩公益金扶持赛事项目，引导各市（州）对赛事产业进行深度探索。以体育精品赛事为载体，推动体育与旅游、文化、教育、传媒等多产业相互融合，将体育彩票公益金影响传递至多行业，扩大彩票公益属性宣传范围。同时根据各地特色赛事、特色文化、特色资源，因地制宜地开发竞技培训、体育科普、赛事运营等多维发展模式，全方位宣传体育彩票公益金与全民健身运动重要意义，带动吉林省体育产业发展以及整体经济高质量发展。

2.体彩公益金激发体育赛事市场活力

体彩公益金的注入大力推进了赛事市场化环境建设，营造出良好全民健身环境，提升赛事服务质量及保障机制，同时以优质服务、优质赛事、优质体验突出体彩公益金的公益内涵。赛事使用彩票公益金涵盖赛事申办、策划、安保、宣传、物料等多环节，以体彩公益金为引导，推动社会体育资源有效流入体育赛事市场，赛事举办过程中，全方位的视野设计展出，彰显了“公益体彩·乐善人生”的公益理念，持续提升社会群体和体育组织积极性，激活全民健身及体育市场活力。

3.体彩公益金助力体育精品赛事培养

体彩公益金持续助力体育赛事质量、体育产品质量和体育服务质量的优化与提升。根据各市（州）精品赛事特色，完善体育消费支持政策，适当支持公益性群体运动健身消费，拓宽“全民健身”覆盖范围。推动“体育+”“+体育”融合创新，鼓励各精品赛事衍生新的参与模式，降低参与门槛，增强体育消费黏性，扩大体育消费供给，充分展现了中国体育彩票的社会责任和公益理念，成功提升了人民生活质量和消费模式的变化，并且有针对性地刺激了大众体育消费需求以及全民健身热情。

三、经验做法

（一）保证体育彩票宣传热度

吉林省“一市一品”体育精品赛事通过产业属性吸引社会资源形成集聚，通过竞技属性促进全民健身有序发展。赛事项目以户外运动、冰雪运动为主，根据各类运动项目适宜

开展季节的差异性，优化赛事举办时间，保证系列赛事举办时间贯穿全年，既为运动爱好者提供竞技体验平台，又为体育彩票公益金提供宣传场景，保证体育彩票宣传热情的可持续性。

（二）优化体育彩票宣传渠道

各项赛事通过构建媒体矩阵进行宣传，以赛事为依托对全民健身意义、彩票公益金贡献及影响力做出系统诠释，受到线上线下体育爱好者的密切关注，社会力量对体育赛事及彩票公益金的关注度持续提高，市州举办活动的信心不断增强，全民健身热情不断高涨。各承办体育行政部门通过官媒、自媒体等对赛事进行提前预热，赛中邀请媒体对赛事进行现场报道，并制作赛事精彩集锦和竞赛精彩瞬间等系列短视频，加强对赛事及体育彩票的宣传力度，同时吉林省体育局官媒及官网对赛事做同步宣传。

（三）提升体育彩票宣传曝光

彩票公益金的全方位投入，使得赛事质量有了显著的提升，在比赛过程中，通过多种方式展现体育彩票公益金在全民健身以及赛事举办过程中的重要意义。各系列赛事通过主舞台背景板、道旗、广告板等显著物料增加中国体育彩票 logo 露出，提升了体育彩票公益金资助项目曝光度、知晓率，更体现了彩票公益金在赛事举办以及公益事业等方面的重要作用。





公益体彩助力办好上海市民运动会

——上海市体育局体育彩票公益金资助项目宣传典型案例

一、基本情况

体育彩票公益金资助的上海市民运动会创办于2012年，每四年一届，是上海全民健身的综合性、标志性品牌赛事，也被称为“市民身边的奥运会”。市民运动会以“全民参与、全民运动、全民健康、全民欢乐”为宗旨，是上海市民运动健身、展示自我、崇尚健康、享受快乐的平台。

2024年上海市第四届市民运动会由“竞赛”和“活动”两大版块组成，均由上海市体育局安排体育彩票公益金进行资助。其中，竞赛版块包括比赛类项目（65项）、展演类项目（15项）、达标类项目（2项），活动版块包括市级品牌活动（40个）、区级品牌活动（16个）。上海市第四届市民运动会举办时间基本贯穿2024年全年，覆盖儿童青少年、职工、老年人、妇女、农民、军人、残疾人、来沪务工人员、外国友人等各类人群。共有126支代表团报名参赛，参赛人员来自各区、市级机关、企业集团、驻沪部队、高校等。

市民运动会作为体彩公益金资助的全民健身品牌赛事，十分注重规范各类赛事活动使用体彩的标识和名称，积极宣传和展示体彩形象标识，多渠道加强体彩社会宣传。在市民运动会开幕式的现场布置含有体彩形象标识的背景板，在各

项比赛现场布置含有体彩元素的宣传横幅、海报、易拉宝、道旗等，并在秩序册、成绩册上明确展示体彩标识，在办赛手册设置一定页面空间开展体育彩票宣传。

二、主要特色

贯彻落实国家体育总局《体育彩票公益金资助项目宣传管理办法》文件精神，上海市第四届市民运动会严格落实体彩公益金资助项目标牌设计及安装规范，同时发挥线上媒体优势，推动体彩形象在全媒体传播，联合各区融媒体资源，在微信、微博、抖音、视频号、小程序、APP等平台，结合赛事活动的广泛开展，大力宣传体彩公益形象。

（一）加强业务培训，做好体彩宣传

突出市民运动会“健康上海，人人来赛”的主题与公益体彩的良好形象，市体育局有关处室会同市社体中心、各区体育局等有关单位，以举办培训班的形式，围绕赛事规范、赛事安全、赛事市场化运作、体彩宣传、绩效评估等方面加强对办赛单位的培训。在规范办赛、体彩公益金宣传方面，对体彩标识使用和文字形象展示等进行详细的介绍和解读，确保体彩公益金宣传规范化，提升办赛品质。同时，从体彩公益金宣传的目的意义、方式方法和注意事项等入手，结合具体案例，详细解读赛事活动有关体彩宣传方案的制定和执行，提高体彩公益金宣传能力和水平。

（二）优化现场布置，提升体彩形象

市民运动会各项赛事活动与体彩公益金宣传紧密结合，把体彩公益形象全面融入赛事活动策划、筹备、组织、总结、评估等各方面、各环节。在赛事活动现场全方位展现体彩公益形象，通过布置体彩公益宣传板与图文等方式，展示体彩公益金助力群众体育事业发展的成效，为参赛运动员发放印有体彩标识的赛事活动宣传单，突出体彩“来之于民、用之于民”的公益属性，展现新时代体彩的新气象、新面貌。

三、经验做法

（一）精心办赛助力体彩公益金宣传

把体彩公益金宣传融入市民运动会赛事活动办赛全过程，通过丰富项目设置，完善竞赛体系，扩大赛事覆盖面，使更多市民有机会参与到赛事活动中来。在市民运动会官网及时上传含有体彩元素的精彩资讯，鼓励有影响力的广播、电视、报刊、网站、微信公众号等进行报道，加强赛事活动和体彩公益金宣传的舆论导向。

（二）全面展现公益体彩形象

在市民运动会官网、小程序、秩序册上多渠道展示体彩文字和标识，在各项目比赛现场的背景板、现场广告展现公益体彩的良好形象，从赛事活动报名、参赛到完赛、评奖，时时处处都向市民传递公益彩票的理念，强调体彩提供的资金保障对于构建更高水平全民健身公共服务体系的重要意义。

（三）加强体彩公益金宣传绩效评估

市体育局会同市财政局制定体彩公益金使用管理办法，把体彩公益金宣传作为体彩公益金使用绩效的重要内容，把体彩公益金宣传情况纳入市民运动会赛事活动的总结评估，加强对体彩公益金资助赛事活动的引导和规范管理，梳理总结体彩公益金使用效益情况并向社会公开，确保体彩公益金宣传更加有力、更加有效。



湖南省第五届社区运动会

——湖南省体育局体育彩票公益金资助项目宣传典型案例

一、基本情况

湖南省社区运动会为深入实施全民健身国家战略，全面落实《全民健身计划（2021-2025年）》，进一步丰富群众身边的健身活动，带动社区全民健身活动开展的重要举措，是新发展阶段湖南为构建更高水平的全民健身公共服务体系的重要抓手，也是集中展示、检验湖南省各地全民健身工作特色、展示全民健身成果的平台，也是让广大群众在多样化的体育健身活动中有更多获得感、成就感、幸福感的重要途径。

湖南省第五届社区运动会是由湖南省体育局主办，14市、州体育（教体、文旅广体）局承办，是湖南省规模最大、规格最高、影响最广的社区品牌赛事。赛事持续半年，赛事项目主要分竞技类、科学健身类、趣味类、主题特色类四大板块，涵盖三人篮球、拔河、国家体育锻炼标准达标测试、趣味赛等老少皆宜，社区居民受欢迎的项目。社区运动会已连续举办了多届，第五届社区运动会赛事举办近800场社区比赛，参赛社区近2500个，直接参与人数超20多万人。

社区运动会一直以来得到了体育彩票公益金的大力支持，社区运动会也将体育彩票的宣传贯穿比赛全过程。一是

在活动背景板及活动涉及的宣传资料中，主要位置均展示有“中国体育彩票”标志名称；二是积极协调新闻媒体，对赛事活动进行了宣传报道，在相关赛事新闻的通稿或宣传素材中，均体现了“中国体育彩票”名称以及体育彩票公益金资助等宣传信息，有效扩大了赛事活动影响力。三是通过借助社区活动，衍生开展以体彩为主题的周边活动，提升体彩与大众互动效果，增进体彩美誉度。

二、主要特点

（一）活动覆盖广，实现赛事全省全覆盖，扩大体彩公益金宣传效果

湖南省第五届社区运动会覆盖全省14市州122个县区，深入社区基层，通过社区、区县、市州、省的四级联动，设立了社区组队、县区海选、市州选拔、全省总决赛四级赛事，搭建湖南省最高级别的社区体育展示舞台。运动会以社区家庭为主要参赛主体，作为广大群众家门口的赛事，社区运动会一直是吸引更多居民参与，让更多人展示健身成果，传递健康生活的正能量。社区运动会以“全民参与、全民健身、全民健康、全民幸福”为办赛宗旨，实现赛事全省全覆盖，在全省产生了广泛的影响，让体育活动扎根社区，深入家庭住户，在广大社区营造了浓厚的运动氛围。社区运动在开展过程中与体育彩票公益金深度融合，场场活动体现体育彩票公益金的宣传元素，让体育彩票公益金深入社区深入基层，

广覆盖、高频次的出现在社区居民身边，体育彩票公益金宣传效果大大增强。

（二）项目接地气，赛事高人气，凸显体彩元素

湖南省第五届社区运动会在项目设置上以运动性和趣味性相结合，有趣而富挑战性，注重家庭成员之间的互助合作，注重邻里合作和家庭亲子互动。趣味性强，低门槛的比赛项目，包括通过组织个人队伍、社区队伍、家庭队伍等参与社区海选和选拔赛以及参与到最后总决赛。赛事按照体彩的要求，将体育彩票公益金的标识融入到每场活动当中，在赛场的各个角落可以寻找到体彩的元素，从主持人的口播、赛场的布置、体彩吉祥物、广告牌、体彩的周边活动等。项目低门槛，娱乐性为活动集聚了高人气，参赛者们欢声笑语中参加运动，也在活动中各个环节和细节中，潜移默化接受到了体彩宣传。

（三）将体彩与社区运动融合，创新打造“体彩”潮流社区生活集散地

湖南省第五届社区运动会以“赛事活动办在群众身边”的思路，以赛事为平台和载体，整合社区周边的优势资源，来丰富活动的内容，提升参与者的参赛体验。今年，赛事将继续求新求变，突出社区概念，将社区周边的“吃、喝、玩、乐”融入赛事活动中，并打造以体育彩票公益金为主题的文化区域——社区美好生活市集，在市集里有社区农产品展卖，

有露天营地休憩区，有体育彩票的微光市集体验区和游戏体验互动区，在激烈紧张的比赛之余，为 14 市州选手提供互相交流学、学习和休息的场所。在社区美好市集中汇集体彩的周边产品，以体彩名义打造好玩、好看、以及传统文化产品“Paty 秀”，吸引了参赛者以及体验者、关注等观摩拍照，丰富的社区元素，打造丰富多样的社区与体彩文化“大餐”。

三、经验做法

作为湖南省群众体育赛事名片，它对推动全省全民健身发展，引领地方体育工作全面发展具有重要作用。同时，作为湖南省群众体育重要赛事品牌，社区运动会与体育彩票公益金相得益彰，在扩大赛事规模，扩大赛事影响，提高体彩宣传度方面具有引领示范效果。

（一）提升体育彩票公益金宣传曝光度、知晓率

社区运动会高度重视提升体育彩票公益金的曝光度，通过多种方式展现体育彩票公益金在资助社区运动会中的重要意义。一是在举办的每一场社区运动会的活动中，活动主背景、道旗、A 字板等宣传物料上面都彰显“中国体育彩票”字体和 LOGO，从省级总决赛、地市选拔、以及县区海选等各层级活动均统一彰显“中国体育彩票”的元素；二是在开展各层级社区活动中，有些活动直接冠有“中国体育彩票杯”湖南省第五届社区运动会 XX 活动，在赛事秩序册、成绩册等印刷品显著位置展示“中国体育彩票杯”的赛事冠名曝光，

充分强调体育彩票公益金对赛事举办的重要意义。

（二）媒体齐发声，传播有途径

为做好体育彩票公益金宣传，进一步扩大赛事影响力，社区运动会组委会邀请省内各大新闻媒体加强对活动以及体彩的宣传，在整合媒体矩阵方面，利用湖南日报、湖南卫视、红网、新浪体育等省内省外主流媒体全程关注和报道赛事盛况，活动承办地所在市、县各级媒体均予以了广泛和深度报道，在报道社区运动会素材的同时，又凸显体彩的元素和内涵。此外，通过丰富报道角度，挖掘社区活动内涵，增加了相关体彩曝光内容，加强了宣传推广力度，多角度多渠道的开展体彩文化宣传。

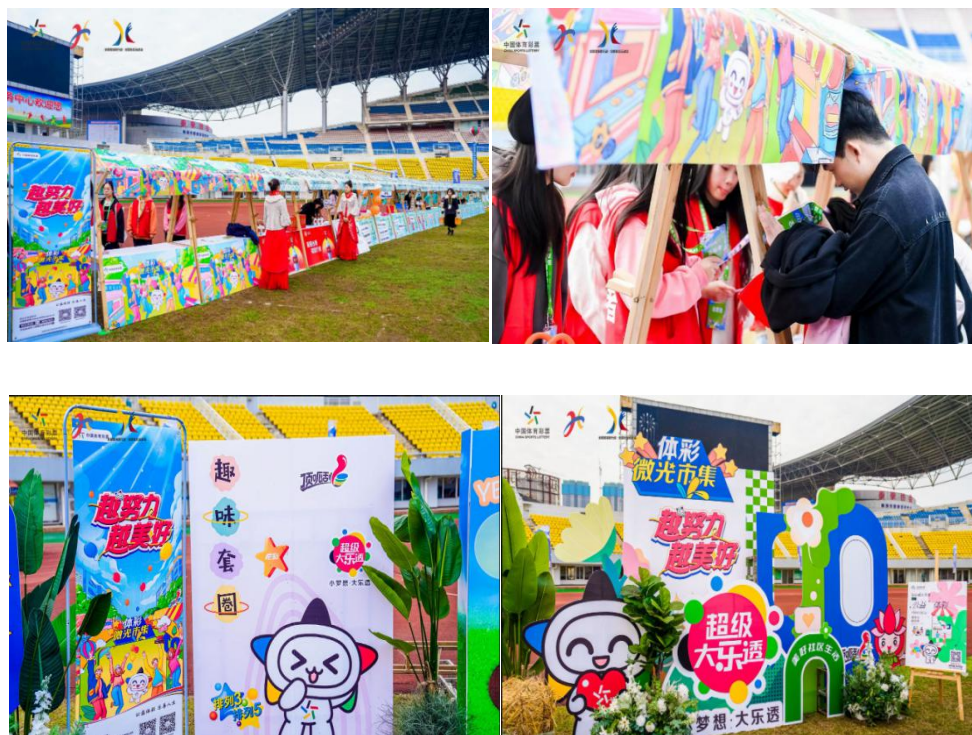
（三）与社区活动相融合，通过举办“体彩”周边活动，加深体彩宣传效应

为提升体彩的价值和宣传效果，社区运动会组委会以社区活动为主导、丰富办赛方式、以活动为主线融入体彩活动，不断释放赛事综合效益，提升体彩的美誉度、关注度、满意度。今年，赛事将继续求新求变，在活动现场设置体彩专区，并将体彩深入融合到活动，例如在社区活动现场，开展体育彩票即开票游戏互动专区、体彩微光市集、体彩社区美好生活等活动，增进大众对体彩的了解，增强活动互动性和体验感，提升体彩的宣传效果。

（四）深入社区基层，扩大体彩品牌宣传覆盖面

通过借助社区运动会活动，开展“进社区、进家庭、进公园、进乡村、进景区、进商圈”等丰富的体彩的周边活动，不断提升体彩品牌形象，将体彩公益公信的品牌形象带进千家万户，让大众广泛知晓社区活动和体彩品牌，了解的公益体彩品牌认知，让受益群体更广泛，让更多的老百姓感受到了体彩公益就在自己身边。

湖南省体育局对体育彩票公益金的使用遵循统筹规划，公开透明、定向使用、科学管理、严格监督的原则，严格执行国家有关法律、法规和财务规章制度，专款专用。社区运动会后对活动进行绩效评估，对公益金的使用效果进行客观、全面的评估，作为优化公益金使用决策的重要依据，推动公益金使用更加精准、有效。





中国体育彩票“五人制业余足球赛”活动

——云南省体育局体育彩票公益金资助项目宣传典型案例

一、基本情况

为了让更多的群体了解中国体育彩票为国家公益事业、体育事业作出的突出贡献，打造云南体彩专属的特色品牌落地活动，云南省通过赛事活动提升中国体育彩票品牌知名度，积极倡导社会大众加入全民健身的行列，在收获运动健康的同时加入助力公益的行动中，进一步扩大中国体育彩票责任公益公信的品牌价值。自 2019 年起，云南省体育彩票管理中心在省内相继开展了四届中国体育彩票“五人制业余足球赛”活动。项目活动举办场地设置在商业区、城市广场、全民健身中心等人流密集的区域，搭建了新颖、趣味性强的笼式五人制球场，让公益性的足球赛事得以真正地融入市民的生活圈。

此项赛事活动让体彩品牌活动与体育运动进行了有效联动，为广大足球爱好者和购彩者打造了亲身参与高水平足球竞赛的平台，吸引着当地社会群众参与其中，同时让现场市民感受到了足球运动阳光健康、激情四射的独特魅力。除了足球比赛外，现场还设置了新兴体育运动“台克球”、桌下足球、射门游戏等活动供社会大众参与，为参与者们带来健

康与快乐。

每场活动举办后在全国、全省、各州（市）媒体发布赛事活动新闻，通过央视及地方电视台发布新闻报道，过亿人次观看过相关新闻报道。另外，活动现场结合了品牌宣传展板、主持人口播推广、即开销售展示区等多种宣传资源，打造包含了品牌宣传、公益宣传、责任彩票宣传等多维度的宣传阵地，彰显国家公益彩票的形象。

二、主要特点及经验做法

在云南省体育局公益金的支持下，中国体育彩票“五人制业余足球赛”活动初显优势，并逐步成为云南全民健身、体彩公益金支持宣传典型项目，是云南体彩推广体育彩票“来之于民 用之于民”的有效窗口，并成为云南体彩持续打造的品牌活动。现场除五人制足球赛外，还设有幸运体验区和公益体彩展示区，参与者在体验运动乐趣的同时，可以加入随手微公益的行列。让参与者感受运动的快乐、了解运动健康知识、加入全民健身行列，通过身体力行的方式，切身体会中国体育彩票公益金在全民健身、体育基础设施建设以及教育普及中发挥的巨大作用，诠释体彩公益初心。

（一）打破固有赛事模式，带动全民健身共参与

中国体育彩票“五人制业余足球赛”活动跳脱体育赛事在专业体育场馆内举行的固有形式，将赛事的场地放在商业

区、城市广场、全民健身中心等人流密集的区域，搭建起新颖、趣味性更强的笼式五人制球场进行比赛，公益性的足球赛事得以真正地融入市民的生活圈，不仅让选手们参与到高品质的竞技平台中，在观众的关注下享受到球星般的待遇，收获驻足观看的人群，也为更多市民展示了足球运动阳光健康、激情四射的独特魅力。除了足球比赛外，现场还设置了新兴体育运动体验活动供市民参与，参与者们带着礼品、健康与快乐“满载而归”，度过了别样的周末时光。此项公益金赛事活动不仅为百姓生活添彩，更是在用群众喜闻乐见的方式倡导一种积极健康的生活方式，满足老百姓对美好生活的向往。

（二）传递责任、公益公信品牌理念，彰显公益属性

通过多年来的持续打造，中国体育彩票“五人制业余足球赛”活动已经成为云南体彩品牌推广的“代表作”。赛事有着覆盖全省、时间跨度长、参与人数众多、影响力广等特点，已然让“五人制业余足球赛”活动成为云南全民健身赛事中一项极具特色的品牌赛事。云南体育正在打造“四季赛事乐园、户外运动天堂、高原训练胜地”三大品牌，赛事活动的举办，展现了云南举办户外体育活动优越的气候条件，赛事从夏季持续到冬季，覆盖全省16个州市，很好地展现了云南“四季赛事乐园、户外运动天堂”的特点。而在每一

个举办地，又将当地的城市风貌、旅游资源、民族文化等内容融入其中。

在大理，民族同胞、外国留学生、女子球队的参与，体现了不同文化间的交流和融合，展现了赛事的包容性；在迪庆，颇具民族特色的地标建筑坛城广场与现代化的足球运动巧妙结合；在德宏，芒市广场上的助威呐喊、锣鼓喧天、热情歌舞，正是这座“网红城市”热情与活力的缩影。五人制足球比赛现场人流量很大，在商场外部精心搭建的五人制笼式足球场上开展足球运动，不仅吸引了当地的市民前来观赛，甚至有外地游客也加入观众队伍当中，为球队加油助威，场上的选手们更是积极参与，精彩场面不断。在赛事间隙，也有不少现场市民和当地的足球小将进入到足球场内，在赛场上亲身体验足球运动，老少同乐，一起“迈开步 动出彩”，感受全民健身的乐趣。

除了精彩的足球竞技外，现场还为体育爱好者提供了新兴体育运动“台克球”的体验和比赛，吸引了当地群众及游客驻足参与。同时，现场还搭建了主题活动快闪店，醒目的中国体育彩票标志搭配明亮的色系成为玩转潮流的“网红打卡地”，体彩工作人员通过游戏互动环节开展责任彩票宣传，积极为市民群众普及体彩公益金的广泛用途，向社会群众宣传体育工作和中国体育彩票“来之于民，用之于民”的发行

宗旨，弘扬健康向上的体育文化，彰显体育彩票的公益属性。

（三）现场互动宣传多样，媒体投放渠道广泛

通过此项赛事活动不仅链接了体彩品牌活动与体育彩票销售实体店的有效联动，还为广大足球爱好者和购彩者打造了亲身参与高水平足球竞赛的平台，吸引着当地社会群众参与其中。结合赛事活动，在全国、全省、各州（市）媒体累计发稿 540 余篇，近 1000 万人浏览过赛事活动新闻；通过央视及地方电视台发布新闻报道，过亿人次观看过相关新闻报道。

同时，活动现场结合了品牌宣传展板、主持人口播推广、即开销售展示区等多种宣传资源，打造包含了品牌宣传、公益宣传、责任彩票宣传等多维度的宣传阵地，彰显国家公益彩票的形象。一是活动前通过实体店进行赛事预热，加强体彩实体店和赛事活动的有效联动，通过实体店信息发布平台展示活动视频、报名海报等画面触发实体店购彩者参与报名和关注。二是增设台克球比赛，赛事活动内容更加丰富，进行现场对阵比赛看点；三是设置足球类游戏互动环节，吸引现场观众或未能直接上场参赛的群体参与到活动中来，参与互动游戏，并对现场销售点拉新引流起到帮助作用；四是现场打造临时品牌宣传活动场景，通过现场展板画面、工作人员介绍等形式对体育彩票的责任公益公信的内容和游戏玩

法进行现场推广普及。

（四）持续打造品牌活动，公益活动获社会认可

2024 年继续投入 200 万元公益金，持续打造中国体育彩票“五人制业余足球赛”活动项目。继续在云南省内大型商圈、户外广场、乡村振兴示范基地等有特点的地标特色地内搭建笼式足球场，为广大足球爱好者和购彩者打造亲身参与足球体验的平台，同时通过足球这项广受大众喜爱的体育活动，弘扬了中国体育彩票作为国家公益彩票的品牌力量，营造出全民乐享健身的氛围。“五人制业余足球赛”不仅仅是一场赛事，更是时尚新潮、活力四射的全民健身嘉年华。支持全民健身事业是中国体育彩票与生俱来的责任与使命，通过这个平台引导着不同年龄的群众积极参与运动锻炼，带动着更多人加入全民健身的行列中，营造出全民乐享健身的氛围，真正发挥了中国体育彩票是“体育事业生命线”的关键作用。



陕西省首届三人篮球联赛

——陕西省体育局体育彩票公益金资助项目宣传典型案例

一、基本情况

陕西省首届三人篮球联赛是认真贯彻落实习近平总书记关于体育的重要论述和指示批示精神的一项重要举措。陕西省首届三人篮球联赛由陕西省体育局主办，市、县(区)、乡镇的分级赛事，由所在市、县(区)、乡镇的体育主管部门和各级行政部门主办，所在地区体育运动中心和篮协承办，延长石油总冠名，体育彩票公益金资助支持。

陕西省首届三人篮球联赛于2023年5月完成了省、市、县(区)、乡镇(社区)四级赛事任务，全省共有3377支队伍参赛、共计19330名运动员，在116个赛区131块场地进行了5105场比赛，现场观赛群众累计达500余万人次。

此次赛事的成功举办，是贯彻落实中办、国办《关于构建更高水平的全民健身公共服务体系的意见》，不仅促进了体育精神的传播，也为群众体育活动的发展提供了新的动力。赛事的持续举办，也将进一步推动体育社会化的进程。同时，也为体育产业与地方经济的融合提供了新的思路和实践案例。

二、主要特点

(一) 宣传推广有力

牢固树立“无宣传不精彩”的理念，精心设计了赛事 LOGO、吉祥物、奖杯、奖牌和系列文创产品，对场地形象设计也做了严格规范，利用赛事活动直播、电视访谈栏目、省市县融媒体中心平台，全方位、多视角、立体式对赛事宣传推介。

从新闻发布会、五大板块启动、市县级决赛到省“决赛之周 冠军之夜”，先后多次组织中省媒体进行集中采访报道，仅专版专题就发了 10 多个，使赛事的知名度越来越大。据不完全统计，先后有 68 家中省主流媒体和 100 余家新媒体平台参与赛事宣传，联赛受众超过 3.1 亿人次，其中直播累积观看人数 424 万人次，广播电视传播量 2.3 亿人次，国家通讯社、报纸受众 782.7 万人次，社交媒体转播量 7000 万人次，为体育彩票公益金宣传搭建了更广阔的展示平台。

（二）综合效益明显

坚持政治、社会、经济、文化四个效益统筹考虑，用力挖掘联赛的多元功能和综合价值。联赛推动了全民健身场地设施、赛事活动、社会组织、服务指导四个体系的加快构建，全省增加了上百块篮球场地，健全了篮球运动管理、人才、训练、竞赛四个体系，培养了一大批篮球社会体育指导员和专门人才，推动了基层篮球社会组织的发展壮大。

实现了群众体育、竞技体育、青少年体育、体育产业、体育文化的有机融合，通过组织家庭亲子挑战赛、巅峰战、三分投篮大赛、技巧挑战赛、小篮球挑战赛，发现了不少优

秀后备人才苗子，激发了青少年的运动热情，弘扬了篮球文化和城市文化，带动了体育产业发展，营造了群众运动健身的浓厚氛围。

促进了体旅文商的融合发展，通过设立篮球运动体验区、体育文化展示区、农副特产和文创产品售卖区互动抽奖等丰富多彩的活动，直接拉动消费 2000 余万元。特别是设立即开型彩票展示区，销售额达 1.9 亿元。陕西省首届三人篮球联赛的成功举办，立足于长远发展策略，以赛事品质为核心，搭建线上线下互动平台以提升赛事整体影响力，不仅成功推广了三人篮球运动，增强了全民健身意识，同时也彰显了体育彩票公益金在支持体育赛事、促进社会和谐发展方面的重要价值。

三、经验做法

（一）显著位置突出体彩元素

陕西省首届三人篮球联赛在赛事的策划与执行过程中，注重将体彩公益金的贡献与价值深度融入赛事宣传，以提升公众对体彩公益事业的认识与支持。联赛的每一场赛事都烙上了体育彩票“公益体彩 乐善人生”的烙印，按体彩标准色及标准背景色执行。

在三人篮球各层级的比赛中，特别是重大节点场次的现场布置中，均在显著的位置设置了体彩公益金展位、道旗、

电子屏幕广告、印刷品等位置印制体育彩票标识，通过多角度、多渠道的宣传活动，有效扩大了体彩公益金的社会影响力。

（二）线上宣传时刻融入体彩内容

结合赛事特色，创新宣传手法，比赛的直播、抖音、视频号视频传播的内容中，均植入体彩元素，进一步增强体彩公益金的宣传效果。积极倡导体彩公益理念，激发社会各界参与体彩公益事业的热情，为推动社会公益事业的发展贡献力量。

（三）现场即开型彩票受热捧

比赛场地的周边，设置即开型体育彩票展示区受到参赛选手和现场观众的热捧，这不仅能够增加赛事的互动性和娱乐性，还让更多人了解体育彩票的公益属性，从而参与到体育彩票的公益活动中来。



四、青少年体育活动

“中国体育彩票杯”青少年锦标赛

——内蒙古体育局体育彩票公益金资助项目宣传典型案例

一、基本情况

内蒙古自治区“中国体育彩票杯”青少年锦标赛是内蒙古自治区体育局认真贯彻落实习近平总书记关于体育的重要论述和指示批示精神的一项重要举措，充分发挥竞赛的杠杆作用，发现和培养更多竞技体育后备人才，为自治区体育“闯新路 进中游”贡献青少年体育力量。

内蒙古自治区体育局每年使用体育彩票公益金安排2000余万元支持青少年体育发展。2024年内蒙古自治区体彩公益金支持青少年体育赛事活动共2465万元，其中用于“中国体育彩票杯”青少年锦标赛1000万元。举办射击、射箭、马术、现代五项、田径（场地赛）、竞走、半程马拉松、武术散打、武术套路、国际式摔跤、柔道、拳击、跆拳道、举重、网球、篮球、曲棍球、排球、乒乓球、羽毛球、橄榄球、沙滩排球、藤球、游泳、自行车、铁人三项、冬季两项、速度滑冰、短道速滑、越野滑雪等30个竞赛项目，参赛教练员、运动员、裁判员共2万余人。

体育彩票公益金的宣传贯穿比赛全过程。一是在活动背

景板及活动涉及的宣传资料中，主要位置均展示有“中国体育彩票”标志名称；二是积极协调新闻媒体，对赛事活动进行了宣传报道，有效扩大了赛事活动影响力；三是在相关赛事新闻的通稿或宣传素材中，均体现了“中国体育彩票”名称以及体育彩票公益金资助等宣传信息。

二、主要特点

（一）突出体彩元素，做亮赛事品牌

内蒙古自治区体育局认真贯彻落实国家体育总局《体育彩票公益金资助项目宣传管理办法》等有关文件精神，按照自治区体育局制定并发布的《青少年赛事视觉识别系统》要求，规范宣传所使用的标志和文字等。内蒙古自治区“中国体育彩票杯”青少年XX锦标赛通过媒体宣传、电视、网络等多种手段，全方位多渠道进行宣传推广体育彩票公益金的公益形象。各大媒体高度关注，得到了社会各界的广泛关注，各单项比赛创意拍摄制作视频和赛场新闻短视频，通过微信、抖音等平台发布，营造了良好的社会氛围和舆论环境。

（二）突出部门联动，将宣传工作传递到末端

青少年锦标赛由内蒙古自治区体育局、教育厅联合主办，内蒙古自治区竞技体育训练中心与承办地体育主管部门共同承办，全方面推动各项赛事工作落实到位，赛事举办地遍及全区各盟市及学校。通过赛事的举办，将体育彩票公益金的宣传影响传递到基层单位。

（三）突出体彩公益，做暖赛事服务

赛事服务保障机制，在最大程度上实现了“专业人做好专业的事，志愿者做好服务的事”。赛事使用体育彩票公益金，涵盖赛事申办、策划、安保、食宿、宣传、物料等方面。在比赛现场，不管是赛场的布置、现场秩序的维护、后勤保障的服务，还是运动员的能量补给区，随处可见体彩元素，彰显了“公益体彩乐善人生”的公益理念。

（四）青少年后备人才培养成果显著

近年来，自治区体育局通过一年一度青少年锦标赛的举办，为自治区运动队培养输送了大批的优秀运动员，2022年为自治区各运动队输送326人，2023年输送269人，为各优秀项目队梯队建设做出积极贡献。

三、经验做法

（一）多渠道开展宣传工作

为做好体育彩票公益金宣传，进一步扩大了赛事影响力，青少年锦标赛组委会邀请各大新闻媒体记者亲临赛事活动现场，区内有影响的内蒙古文体娱乐频道、内蒙古足球频道等多家媒体进行新闻报道；内蒙古体育局官方网站、内蒙古体育局微信公众号对每场赛事进行报道；赛事活动期间，组委会创意拍摄制作精彩视频集锦和新闻短视频，加强赛事宣传推广力度。

（二）提升体育彩票公益金曝光度、知晓率

青少年锦标赛组委会高度重视提升体育彩票公益金的曝光度，通过多种方式展现体育彩票公益金在资助青少年锦标赛中的重要意义。一是将赛事整体冠名为“中国体育彩票杯”青少年锦标赛，各单项比赛均统一冠名为内蒙古自治区“中国体育彩票杯”青少年XX锦标赛，在赛事秩序册、成绩册等印刷品显著位置展示“中国体育彩票杯”的赛事冠名曝光；二是在各项目比赛现场的主背景板、广告板等制作物中，充分展现“中国体育彩票杯”的赛事冠名曝光，充分强调体育彩票公益金对赛事举办的重要意义。

（三）提升体彩品牌知名度

通过青少年锦标赛大力推广体彩的公益公信，不断提升品牌形象，积极推广开展运动项目“进家庭、进校园、进社区、进公园、进乡村、进景区、进商圈”的七进活动，将体彩公益公信的品牌形象带进千家万户，形成社会广泛知晓、了解的公益体彩品牌认知，让受益群体更广泛，让更多的老百姓感受到了体彩公益就在自己身边。

（四）强化公益金监管，规范公益金使用

内蒙古自治区体育局对体育彩票公益金的使用遵循统筹规划，公开透明、定向使用、科学管理、严格监督的原则，严格执行国家有关法律、法规和财务规章制度，专款专用。锦标赛后对比赛进行绩效评估，对公益金的使用效果进行客观、全面的评估，作为优化公益金使用决策的重要依据，推

动公益金使用更加精准、有效。



以棒垒球为“媒”，体育彩票公益金助力闽台交流合作

——福建省体育局体育彩票公益金资助项目宣传典型案例

一、基本情况

体育彩票是体育事业、体育产业的重要组成部分，为体育事业发展提供了重要的资金支持。在今年的全国体彩工作会议上，总局高志丹局长指出：体育彩票公益金来之不易，各级体育行政部门一定要统筹好分配、使用、宣传以及评价、统计等各环节的工作，优化资金分配方式，提高资金使用效益，落实公益宣传责任。福建省体育局始终牢牢把握“体育”这一特色，在公益金的使用和宣传上都力求靠近体育、贴近赛事、接近运动，为福建省体育事业高质量发展提供了有力保障。

2023年6月，中共中央、国务院印发了《关于支持福建探索海峡两岸融合发展新路 建设两岸融合发展示范区的意见》，提出广泛开展闽台棒垒球等青少年特色体育项目合作。因此，2024年福建省安排体育彩票公益金2000万元，用于创建闽台棒垒球交流服务体系，以此带动两岸棒垒球等青少年特色体育项目合作，为建设两岸融合发展示范区贡献体育力量。今年以来，福建省体育局按照“边普及、边提高、边交流”的总体思路，全力实施“闽台棒垒球推广工程”，成立了涵盖省、市两级体育系统的领导小组，局领导多次召

开专题会议，会同省台办、省教育厅、省财政厅出台了《福建省闽台棒垒球区域发展中心创建与管理办法》，完成“1+4+10”交流服务体系的挂牌，吸引台湾教练员、运动员共同组建闽台联合队参加全国性赛事，举办了10余场海峡两岸棒垒球赛事。在赛事活动现场展示中国体育彩票标志标识，并组织棒球队员积极参与体育彩票公益宣传活动。

二、主要特点

一是加强主题策划，营造公益金宣传氛围。结合中国体育彩票发行30周年时间节点，策划报道体彩公益金助力福建全民健身、竞技体育、青少年体育、体育产业发展情况，特别是展现公益金助力闽台体育交流的工作情况，新华网、福建日报、东南网等省级以上媒体推出报道，推出《福建：彩票公益金来之于民 用之于民》《福建体彩公益宣传片：精“彩”，就在你好身边》《福建体彩公益金：助力“15分钟健身圈”覆盖城乡》等多篇报道，营造体育彩票“来之于民、用之于民”的公益宣传的浓厚氛围。

二是聚焦精彩赛事，讲好公益金背后故事。聚焦中国棒球联赛、海峡两岸青少年棒球冠军赛、福建省棒球锦标赛等重大赛事活动，邀请新华社、福建日报、福建体育频道等中央及省级媒体参与现场采访报道，推出《体育架起“连心桥”，把“融”字写得更鲜活》《一项以“回家”为目的的运动—

—海峡两岸青少年以棒球为媒“双向奔赴”》等重要文章，生动报道福建省开展闽台体育交流的工作实践。

三是拓宽传播途径，突出公益金宣传实效。充分发挥福建体育融媒体中心作用，通过短视频、图文、海报和电视新闻等融媒体报道方式，对接协调中央、省主要媒体刊发相关宣传报道，并及时做好中央主要媒体重要稿件落地转载推送工作。同时，充分发挥福建体育微信公众号、视频号，省体育局官方网站等平台作用，拓宽公益金宣传传播范围，助推公益金品牌形象塑造。

三、经验做法

（一）依托“1+4+10”棒垒球交流服务体系，宣传体彩公益形象

在全省范围内建设“1+4+10”闽台棒垒球交流服务体系，即设立1个省级闽台区域发展中心，打造4个高水平棒垒球赛事活动基地和每个设区市创建1个闽台棒垒球区域发展中心。通过区域发展中心，吸引台湾棒垒球项目发展人才资源，鼓励引导台湾棒垒球俱乐部、公司、团队或教练员个人参与我省棒垒球项目培训、赛事运营、场馆运营、文化交流等，推动形成棒垒球区域发展中心，普及棒垒球人口，常态化开展两岸青少年体育项目合作交流。在开展交流活动时赠送带有“中国体育彩票”标识和“乐小星”等纪念品，让更多棒

球爱好者了解体彩品牌文化，提升公益体彩的品牌形象和知名度。

（二）推动闽台联合组队，实现两岸棒垒球项目破局

2024年4月，闽台联合组建的福建省海鲨棒球队正式成立，福建省棒球队共有2名台湾职业棒球教练、2名大陆教练、10名台湾运动员、12名大陆运动员，并以闽台联合班底参加中国棒球联赛。两岸联合组建棒球队得到了社会各界的广泛关注，福建电视台、福建日报等省内主要媒体持续跟踪报道，参加了海峡青年论坛，并得到中央电视台报道，相关专家指出：此举让台湾青年和大陆青年融合在一起共同生活和训练，朝着一个共同目标一起奋斗，以棒携手、影响深远。

（三）完善后备人才培养体系，持续推动棒垒球运动普及发展

在全省范围内遴选首批100所棒垒球联动学校，带动棒垒球等青少年特色体育项目合作，预计覆盖人群达22.7万余人。同时，将棒球项目列入可授予等级的省年度青少年锦标赛，并明确列入2026年第十八届福建省运动会正式比赛项目，今年起省锦标赛还将执行省运会计分带牌政策，以赛事为杠杆提升各地人才培养积极性，进一步扩大项目参与人口。积极举办全省青少年棒球公开赛和举办全省青少年棒球联赛，首次举办U12年龄段（小学）全省性棒球赛事。在体彩

公益金的支持下，全省青少年棒垒球交流赛事日渐频繁，全省青少年棒垒球运动发展日渐兴盛。

（四）棒垒球搭台，公益金助力两岸体育交流持续深化

立足福建独特的“五缘”优势，省体育局充分调动地方举办两岸赛事、促进两岸体育交流的积极性，打造地方特色海峡两岸品牌赛事，并特别关注面向台湾群众的体育交流活动，通过精心策划和组织，甄选出海峡两岸青少年棒球交流赛、“嘉庚杯”“敬贤杯”海峡两岸龙舟赛等 25 场赛事列为海峡两岸体育赛事活动。成功举办海峡两岸体育嘉年华开幕式和闽台体育交流展暨“体育力量 中国精神”体育文化展，邀请台湾体育总会、中国信托慈善基金会等共 65 个台湾组织及协会 178 名嘉宾出席，其中台湾青年 115 人，台湾“首来族” 107 人。活动当天在线观看人次达 800.46 万，特别是近 20 家台湾主流媒体对活动进行了专题宣传报道，体育彩票公益形象曝光超 300 万人次。



“中国体育彩票杯”2023年北京市体育传统项目 学校系列比赛

——北京市体育局体育彩票公益金资助项目宣传典型案例

一、基本情况

“中国体育彩票杯”2023年北京市体育传统项目学校系列比赛于2023年4月至11月在北京举行。作为贯彻落实《关于全面加强和改进新时代学校体育工作的行动方案》和《北京市深入推进体教融合实施方案》的具体体现，本次赛事进一步推动了北京全市体育传统校工作的开展，增强了青少年体质，促进了青少年体育运动水平的提升，为发现、选拔、培养体育后备人才奠定基础。

2023年比赛共设置田径、游泳、篮球、排球、棒球、垒球、乒乓球、武术、跆拳道、羽毛球、网球、健美操、定向运动13个项目，参赛的青少年们分别来自25所国家级体育传统校、223所市级体育传统校、以及320所区级体育传统校。通过赛事举办，激励青少年在浓厚的体育氛围中成长，使青少年拥有强健的体魄、永不言败的精神，丰富人生阅历。

二、主要特点

（一）突出冠名，加大曝光

比赛整体冠名为“中国体育彩票杯2023年北京市体育

传统项目学校系列比赛”，各单项比赛均冠名“中国体育彩票杯”。在比赛现场的主背景板、广告板等制作物中展示“中国体育彩票杯”冠名和“中国体育彩票”logo，强调公益金的重要性，强化视觉印象。在赛事秩序册、成绩册等印刷品显著位置展示“中国体育彩票杯”冠名，提高公益金的曝光度。并通过与北京市体育彩票管理中心合作，在部分比赛场次，与现场运动员、教练员和观众进行互动，通过发放印有“中国体育彩票”的纪念品，如扇子、手册等，提升了宣传效果。

（二）多渠道宣传，扩大影响

比赛通过通讯社、平面媒体、网站、自媒体、电台、电视台等多种媒体途径，全方位、多渠道进行宣传推广体育彩票公益金的公益形象。各大媒体高度关注，人民日报、北京日报、北京青年报、新京报、北京广播电视台等 20 余家主流媒体竞相报道系列赛事近百次；网络转发若干，“中国体育彩票”得到进一步宣传。组委会还拍摄制作了 13 个项目的活动视频以及总结视频，“中国体育彩票杯”在视频中多次出镜。通过多渠道宣传，在展示传统校比赛赛场魅力的同时，集中体现体育彩票公益金的公益形象，不仅提升社会各界对公益金用途的认知和支持度，更吸引更多力量参与到青少年体育事业中来。

（三）多方联动，形成合力

利用公益金搭建青少年体育交流平台，通过组织跨校、跨地区的赛事活动，既能增强青少年之间的沟通合作和切磋交流，也为教练员和教师提供学习和交流的机会，同时也为发现、选拔、培养体育后备人才奠定基础。通过与教育部门、体育组织、企业等多方合作，形成强大的支持网络，实现资源共享、优势互补，为青少年体育事业提供更加全面和持久的支持。

三、经验作法

（一）深度挖掘，展现形象

在每一场中国体育彩票杯 2023 年北京市体育传统项目学校系列比赛活动中，安排重点人物采访，如参赛选手、教练、裁判、家长、赛事组织人员等，挖掘正能量新闻点，向大众介绍活动信息的同时，展现体育彩票公益形象。通过拍摄现场精彩图片和录制比赛视频，多维度、深层次地宣传比赛的内涵与价值，全方位展现赛事风貌。随着比赛的开展，不仅让青少年体育赛事走进学校、进入家庭、贯通社区，还将体彩公益公信的品牌形象带入千家万户，形成了广泛的社会认知和认可。

（二）严格监管，规范使用

建立完善的管理制度，确保公益金使用的规范性和有效性，涵盖资金申请、审核、拨付、使用等环节。比赛结束后，通过第三方机构进行独立评估，对公益金支持的青少年体育

赛事活动进行效果评估，及时总结经验。



2023-2024 年度“奔跑吧·少年”伊春市

青少年冰雪赛事

——黑龙江体育局体育彩票公益金资助项目宣传典型案例

一、基本情况

为深入践行习近平总书记“冰天雪地也是金山银山”重要理念，贯彻习近平总书记关于体育重要论述和视察黑龙江省期间重要讲话重要指示精神，伊春市依托得天独厚的冰雪资源，成功举办了由中国体育彩票公益金支持的**2023-2024**年度“奔跑吧·少年”青少年冰雪运动会速度滑冰比赛、高山滑雪比赛等系列赛事活动。

（一）2023-2024 年度“奔跑吧·少年”伊春市青少年速度滑冰比赛

2023-2024“奔跑吧·少年”伊春市青少年冰雪运动会暨速度滑冰比赛，全市8个县（市）、区，173名运动员参加比赛。比赛现场气氛热烈，小运动员们在冰面上风驰电掣，展现出了高超的技艺和顽强的拼搏精神。他们身着专业的滑冰装备，身姿矫健，在寒冷的冬日里挥洒着青春的热情与汗水。每一次冲刺、每一个弯道超越，都赢得了现场观众的阵阵喝彩和加油助威声。

（二）2023-2024“奔跑吧·少年”伊春市青少年冰雪运

动会高山滑雪比赛

2023-2024 “奔跑吧·少年”伊春市青少年冰雪运动会高山滑雪比赛，全市7支代表队近90名运动员参赛，在为期两天的比赛中，运动员在单板回转、双板回转、单板大回转、双板大回转比赛项目中激情竞速，在比赛中挑战自我，突破极限。雪场上，运动员们如同矫健的飞燕，从雪道上疾驰而下，优美的身姿与洁白的雪道相互映衬，构成了一幅充满活力与激情的画卷。

二、主要特点

（一）依托冰雪资源优势，体彩公益金助力推广普及冰雪运动

伊春市地处小兴安岭腹地，作为北方知名的森林生态旅游城市，冰雪旅游一直是“林都”伊春最亮眼的名片之一。伊春的冰雪资源得天独厚，雪质好、雪期长、森林和冰雪交相辉映，让伊春享有“冰雪森林之都”的美誉，加上后冬奥时期，巩固和扩大“带动三亿人参与冰雪运动”成果，带动了全市一大批冰雪爱好者参与冰雪运动。体彩公益金的投入使用，更是为伊春市普及和发展冰雪运动提供了强有力的资金保障，发挥了举足轻重的助推作用。

（二）以赛事活动为载体，充分展示体彩公益性

伊春市举办全市青少年冰雪体育赛事已成为传统，每年都会吸引全市大量青少年参与比赛，举办赛事活动也是对体育彩票公益金最好的宣传，以赛事活动为载体，展示体育彩

票的公益性，体现体彩“来之于民、用之于民”的发行宗旨，让更多人了解到体彩对身边体育赛事活动的支持，树立中国体育彩票惠民生的形象。体彩公益金的投入使用，保障了赛事活动的顺利进行，以此次系列赛为契机，让人们认可体彩，带动更多人参与冰雪运动，进一步夯实群众滑冰基础、推广冰雪运动和冰雪文化，提升冰雪运动的社会影响力，为省和国家选拔和培养更多优秀运动员，实现满足人民群众多层次体育锻炼需求做出更大的贡献。

三、经验做法

（一）加强顶层设计，注重政策支持

伊春市贯彻落实体育总局加强体育供给侧改革要求，充分挖掘资源禀赋，以打造“冰壶之乡”为核心，抓点带面，创新发展冰雪项目新模式，着力推广普及冰雪运动，促进文体旅深度融合，推动伊春冰雪经济高质量发展。出台了《伊春市冰雪经济发展规划（2022—2030年）》《伊春市支持冰雪经济发展若干政策措施（试行）》，充分、合理利用体彩公益金，在打造冰雪产业品牌、开展冰雪赛事交流、孵化冰雪文创设计产业、发展冰雪教育培训产业、冰雪产业人才引进等方面，给予政策和资金支持。同时，开发了一系列冰雪旅游产品和线路，举办了冰雪文化节和演出活动，丰富了冰雪运动的内涵，促进了冰雪经济的繁荣，形成了支持冰雪经济发展的良好氛围。

（二）合理规划赛事活动，确保将体彩公益金用在“刀

刃上”

为确保赛事活动的顺利进行，成立专门的赛事组委会，明确各部门的职责和分工，合理规划赛事活动，列支省级体育彩票公益金专项经费给予保障，把公益金用在重要赛事活动中，确保了赛事的场地租赁、器材购置、裁判费用、运动员补贴等各项费用的落实。同时，公益金使用过程中，严格经费管理，做到专款专用，提高资金使用效益，确保资金安全，确保资金使用的合理性和透明度。

（三）加强宣传推广，将体彩元素融入整个系列赛事活动中

一是突出展示体彩元素。在比赛背景板、宣传条幅、秩序册及活动涉及的资料中，主要位置均展示有“中国体育彩票”logo；二是利用多种渠道进行宣传报道。整合新闻电视、电子报刊、公众号、视频号等渠道，积极链接省级、网络、自媒体等多种媒体资源，对赛事活动进行宣传报道，突出活动的亮点和体彩资助项目公益性质，吸引更多人的关注和参与。

通过利用“线上+线下”结合的宣传方式，广泛宣传冰雪运动的魅力，在赛事新闻稿件或宣传素材中，充分体现“中国体育彩票”名称以及体育彩票公益金资助等宣传元素，最大限度地提升中国体育彩票的曝光度、知晓率。



用好体彩公益金 助力青少年冰雪蓬勃发展

——辽宁省体育局体育彩票公益金资助项目宣传典型案例

一、基本情况

为贯彻落实习近平总书记关于体育强国建设和带动“三亿人参与冰雪运动”重要指示精神，全面贯彻落实《中共中央国务院关于加强青少年体育增强青少年体质的意见》《关于深化体教融合促进青少年健康发展的意见》，推动冰雪体育运动广泛深入开展，抓住承办“十五冬”、打造“双运之城”的历史机遇，辽宁省沈阳市体育局充分利用体育彩票公益金，连续多年大力开展各项青少年冰雪赛事活动，推动辽宁青少年冰雪蓬勃发展。

青少年冰雪赛事活动提升了青少年冰雪竞技水平，扩大了沈阳冰雪运动影响力，丰富了儿童青少年的冰雪运动体验，吸引儿童青少年参与人数超90万人次，经常性参加冰雪健身锻炼儿童青少年人数近10万人。培养了一批冬季项目优秀后备人才，为辽宁省儿童青少年健康成长起到了积极的促进作用。在活动开展过程中，从现场的整体宣传元素到主流媒体的全平台传播，特别是在CCTV、新华社和中国体育报等国家级媒体加持下，辽宁省体彩公益金资助儿童青少年冰雪项目宣传力度持续增强，品牌形象进一步深化。

二、主要特点

（一）体教融合，体彩公益金筑牢组织机制保障

体彩公益金投入的儿童青少年冰雪培训营，为冰雪运动初学者提供了专业的教学设备、场地和教练，培养了孩子们对冰雪运动的兴趣。体彩公益金资助举办的儿童青少年冰雪赛事，为有一定冰雪运动训练基础的青少年提供了展示自我、提升运动水平的舞台。体彩公益金支持开展的“校长冰雪行动”滑冰、滑雪培训活动让更多的学校领导关注和重视冰雪运动，为青少年冰雪运动的发展营造了良好的氛围。体彩公益金支持的“冰雪进校园”，让孩子们了解冰雪运动的历史、规则和技巧，加深对冰雪运动的认识和理解。体彩公益金还助力推动冰雪特色学校建设，购置冰雪运动设备、建设冰雪运动场地等，培养出了大批优秀的冰雪运动人才。

（二）经费支持，体彩公益金为发展注入强劲动力

自2018年以来，中央、省、市三级财政累计投入1.12亿元用于冰雪相关领域，在开展冰雪赛事活动、专业人才培养、青少年冰雪运动的发展等方面，体彩公益金发挥了关键作用。在经费的使用过程中，沈阳市注重体彩公益金的宣传，在赛事现场的整体宣传元素中体现体彩元素，让更多人了解体彩公益金对青少年冰雪运动的支持。在赛事现场设置体彩公益金展示区，展示体彩公益金的投入成果和使用情况；在赛事直播和新闻报道中，介绍体彩公益金对赛事的支持作用。

通过这些宣传举措，体彩公益金的知名度和影响力得到了进一步提升，也让更多的人认识到体彩公益金对社会公益事业的重要贡献。

（三）创新举措，体彩公益金彰显冰雪特色魅力

1.推动场地建设，体彩公益金成效显著

沈阳市体育局充分利用体彩公益金，并积极引入社会资金，新建改造各类冰雪活动场地 53 处。其中滑雪训练场 10 处、滑冰场 9 处、冰雪场地及校园自浇冰场 34 处。这些场地的建设，为沈阳市青少年冰雪运动的发展提供了坚实的硬件基础。在商业设施内、自然水域等场地的建设和使用过程中，通过设立体彩宣传区域、展示体彩公益金的投入成果等方式进行宣传，提高体彩公益金的知名度。

2.“冰雪进校园”，体彩公益金助力成效初显

沈阳市组织全市开展中小學生冰雪技能培训及“雪合战”、速度滑冰、冰球等冰雪运动竞赛活动，并主动将冰雪项目纳入学校教育教学内容，沈阳市的“冰雪进校园”工作取得了显著成效。目前全市共有冰雪运动特色学校 81 所，这些学校在冰雪运动教育方面发挥了示范引领作用。学校不仅开设了冰雪运动课程，还组建了冰雪运动社团和校队。孩子们在学校里就能接受专业的冰雪运动训练，参加各种冰雪运动比赛。

3.媒体助力，体彩公益金提升冰雪活动影响力

沈阳市体育局采用多形式，多平台持续拓宽活动宣传报道传播覆盖面。除辽宁省主流媒体报道外，还吸引了 CCTV、新华社、中国体育报等国家级媒体现场采访赛事开展情况。在国家级媒体上进行体育彩票公益金资助项目宣传推广，不断提升体彩公益品牌形象影响力。这些媒体的宣传报道，让更多人了解到沈阳市青少年冰雪运动的发展成果和体彩公益金的重要作用。同时，赛事的整体宣传上均带有体彩元素，部分活动现场设有体彩销售点和宣传区域，进一步提升体彩品牌形象建设。比如，在赛事现场设置体彩销售点，为观众提供购买体育彩票的便利；在宣传区域展示体彩公益金的投入成果和体育彩票的公益属性，让观众在观看赛事的同时，也能了解体彩公益金对社会公益事业的贡献。

三、经验做法

（一）政策引导，明确体彩公益金使用与宣传

出台《关于加快沈阳市冰雪经济和冰雪运动发展的意见》等政策文件，明确了体彩公益金的使用范围、使用方式以及宣传推广要求。如规定，体彩公益金要用于冰雪赛事活动组织、场地设施建设、专业人才培养等方面；要求在赛事现场、场地设施等地方体现体彩元素，进行体彩公益金宣传。目前正在编制的《沈阳市冰雪经济发展行动方案(2024-2028年)》，将进一步推进冰雪经济高质量发展。将继续明确体彩公益金

的重要地位和作用，为沈阳市青少年冰雪运动的持续发展提供政策保障。

（二）创新形式，将体彩公益金宣传融入活动

在儿童青少年冰雪运动组织过程中兼顾普及和提升两个方面。一方面选派专业教练员针对不同水平儿童青少年分期分批开展冰雪知识大讲堂、冰雪技能培训营、冰雪进校园等系列活动，让更多的儿童青少年了解冰雪运动，激发参与热情。在这些活动中，体彩公益金的宣传也得到了充分体现。比如，在冰雪技能培训营中，设置体彩公益金展示区，展示体彩公益金的投入成果；在冰雪进校园活动中，发放体彩公益金宣传资料等。

另一方面，通过承办体育总局、省体育局高水平儿童青少年冰雪赛事，如“振兴杯”沈阳青少年冰球邀请赛、“明日之星”中国青少年滑雪公开赛等精品赛事，为儿童青少年打造赛事展示交流平台，吸引更多儿童青少年参与，提升儿童青少年冰雪运动竞技水平。在这些赛事中，也将体彩公益金的宣传融入其中。比如，在赛事现场设置体彩公益金展示区，展示体彩公益金对赛事的资助情况，让参与者了解体彩公益金的来源和用途。

此外，沈阳市体育局还通过举办“校长冰雪行动”培训活动提高学校领导认识冰雪运动水平，不断提升冰雪运动受

重视程度，推动冰雪运动在学校开展和传播。在这个活动中，同样可以将体彩公益金的宣传融入其中。

（三）多措并举，强化体彩公益金宣传融合

沈阳市体育局在提升冰雪活动及体彩公益金宣传影响力过程中多措并举，打好组合拳。

一是加大场地设施供给，利用体彩公益金及财政资金，推进冰上中心场馆群建设，鼓励各地区和社会力量建冰雪设施及冰雪娱乐场地，结合多种资金类型组合使用，不断提升体彩公益金使用效率。在场地设施建设过程中，可以通过在设施上标注体彩公益金资助字样、在场地周边设置体彩公益金宣传标语等方式进行宣传。比如，在运动设施和健身场地周边设置体育彩票标识等。

二是在持续推进“冰雪进校园”活动和儿童青少年冰雪赛事活动的过程中突出体彩公益金相关元素，拉近了体彩公益金和儿童青少年赛事活动的距离，不断提升体彩公益金的宣传力度和影响力。通过这些活动，让孩子们在参与冰雪运动的同时，也能了解体彩公益金的重要作用，增强对体彩公益金的认识和理解。

三是推进体育彩票销售与文体旅融合，将儿童青少年冰雪赛事活动送进大型商场等文化旅游景点，同时在现场设立体育彩票临时销售点，提升体育彩票影响力，发挥体育彩票在促进文体旅融合中的重要作用。在这个过程中，可以通过

在销售点发放体彩公益金宣传册、举办体彩公益金与文体旅融合的主题活动等方式，加强体彩公益金的宣传。比如，在体育彩票临时销售点发放体彩公益金宣传册，向游客介绍体彩公益金的用途和对冰雪运动的支持，让游客在欣赏冰雪运动文化的同时，也能了解体彩公益金的重要作用。

体彩公益金在沈阳市青少年冰雪运动的发展中发挥了至关重要的作用。通过体教融合打造坚实的组织机制、提供经费保障以及创新举措突出冰雪特色，沈阳市为青少年冰雪运动的发展创造了良好的条件。同时，通过强化政策引导、创新活动形式和推动多措并举，沈阳市加强了体彩公益金的使用和宣传，让更多的人了解到体彩公益金对社会公益事业的重要贡献。相信在体彩公益金的持续支持下，沈阳市青少年冰雪运动将迎来更加辉煌的未来。



体彩公益金播种安徽青少年足球新希望

——安徽省体育局体育彩票公益金资助项目宣传典型案例

一、基本情况

安徽省使用体育彩票公益金致力于培养足球竞技体育后备人才，是贯彻落实国家关于体育强国建设的重要举措。通过体育彩票公益金的支持，为青少年足球训练提供必要经费保障，包括教练员培训、场地设施建设、青少年足球赛事组织等方面，从而提高足球运动的普及率和竞技水平，助力推动足球事业发展，培养更多后备人才。

丰乐镇足球训练基地占地 300 亩，是安徽省内首个足球训练基地，共有 23 块大小不同的足球场，能满足 11 人制、5 人制、8 人制等足球训练及比赛。球场内的天然草皮均配有完善的喷灌装置和排水系统，以适应不同的比赛天气，为美丽、安宁的水乡古镇丰乐增添了“绿”动。基地主要从事体育赛事、职业足球、青少年足球培训等相关体育产业，配套建有综合健身馆、餐饮、住宿等训练及生活设施。建设将以合肥市场为据点，吸收承办安徽全省范围的民间足球赛事和聚众性体育活动，是集训练、赛事等多元化、一体化综合训练基地。

体育彩票公益金投入 3550 万元，统筹用于合肥市 5 个足

球场地设施建设项目，丰乐镇足球训练基地成为了第一批受益体彩公益金的项目。该基地是全国社会足球场地设施建设试点示范项目，采取全免费“吃、住、训”一体化教学模式，对14岁至16岁之间，有足球技术基础和学习意愿的青少年进行集中培训，推动青少年文化学习和体育锻炼协调发展。自建成以来，基地积极对接各级体育赛事，成功承办省市县足球联赛、全国青少年足球联赛（安徽赛区）总决赛等重要比赛，并承担了安徽“村超”的训练与比赛任务。丰乐镇凭借足球训练基地跻身“首批101个全国县域足球典型”名单。这里，已经成为安徽青少年足球新的希望。

二、主要特点

（一）顶层统筹，集结体彩宣传最强阵容

安徽省体育局认真贯彻落实国家体育总局《体育彩票公益金资助项目宣传管理办法》等有关文件精神，结合安徽省体育彩票公益金宣传规划，从《坚守希望》项目策划之初，就报请安徽省财政厅支持，统筹协调全省彩票系统联动宣传。同时，精心制作的短视频内容在央广网、安徽电视台、安徽日报等中央及省市媒体，以及相关单位公众号、视频号等同步推出，形成集束式矩阵宣传，播放量过百万。

（二）深挖内容，力求公益宣传最佳表达

从前期调研到后期制作的每一个环节，安徽省体育彩票管理中心宣传团队联动省级彩票主管部门全程参与、指导，深挖体育彩票公益金的使用及效果，将孩子们对足球运动的喜爱、运营者在项目运作上的困境、公益金在实际使用中的效果有机融合，最终形成了具有广泛传播的宣传作品。

三、经验做法

一是紧跟社会热点，放大宣传效果。体彩公益足球短视频《坚守希望》在欧洲杯期间推出，正值中国足球的困难时期，一部充满朝气、积极向上的少年足球群像正契合了大众对中国足球未来的期望心理，宣传效果积极正面。

二是“好钢用在刀刃上”，提升体彩公益金形象。青少年足球培养是广大中国足球爱好者普遍关心的话题，也是足球事业发展的关键环节，长期受到大众关注。安徽体彩公益金支持青少年足球公益事业发展，通过宣传，在一定程度上让大众看到了安徽足球新的希望。

三是积极“鼓与呼”，推动青少年足球产业发展。通过对丰乐足球训练基地的公益宣传，一个集场地建设和运营、赛事开发以及平台服务、文创以及周边产品的培育等“体育+文化”“体育+旅游”“体育+服务”等跨界产业即将应运而生，也为丰乐镇的发展创造了新的增长点。其中，足球训练基地每年带动村集体增收20万元，该村通过集约土地资

源、发展特色产业、农旅融合等举措，助力走出乡村振兴“新”路子。



五、竞技体育赛事和训练保障

中国体育彩票·粤港澳大湾区系列赛事

——广东省体育局体育彩票公益金资助项目宣传典型案例

一、基本情况

为更好地筹备 2025 年粤港澳大湾区全运会，广东省积极开展粤港澳大湾区系列赛，作为粤港澳三地联合办赛的“热身赛”，系列赛事起到提升促进粤港澳三地的交流与融合，推动三地体育行业资源共享的作用。广东省体育局将体育彩票工作主动融入广东省体育发展大局，充分利用体育资源，借势大湾区系列赛事影响力，指导广东省体育彩票中心、社会体育和训练竞赛中心共同开展体育彩票公益金使用宣传，有效提升了体育彩票的公益形象与价值。项目开展期间，广东全省 1.1 万家体彩实体店循环播放赛事相关宣传视频及片段，覆盖人次超过 9000 万；赛事在人民日报等各平台开展直播近 100 场，累计直播时长超过 500 小时，有近 1 亿人进行观看；全网超 3360 家传播机构发布相关的报道，体育彩票公益形象得到了有效传播，总访问量超过 2 亿人次。

粤港澳大湾区系列赛是落实《粤港澳大湾区发展规划纲要》相关战略部署，共同推进大湾区体育事业和体育产业发展，联合打造一批国际性、区域性品牌赛事的新举措。为贯彻落实《体育彩票公益金资助项目宣传公告管理办法》《国

国家体育总局体育彩票管理中心关于落实体育彩票公益金资助项目宣传工作的通知》要求，广东省体育局指导广东省体育彩票中心、社会体育和训练竞赛中心，共同发力开展粤港澳大湾区系列赛体育彩票公益宣传，较好地向社会公众介绍体彩公益金的筹集使用，让大家知道买彩票的钱都花在哪儿了。

二、主要特点

2022年11月至2023年12月间，粤港澳大湾区系列赛共举办76项次比赛。赛事广泛分布于广州、深圳、珠海等9个大湾区城市和汕头、清远、阳江、韶关等4个“融湾”城市，以及中国香港、澳门特别行政区，主要包括游泳、自行车等35个项目。粤港澳大湾区系列赛秉承“携手大湾区、同心向未来”的理念，赛事全区域覆盖全省多地，吸引了全国各地各级媒体关注。

在赛事宣传中建立协同机制，创建业务沟通群，主动对粤港澳大湾区系列赛的赛事背景板、赛事现场、赛事奖杯、赛事宣传稿件及视频进行设计，与合作方协商在赛事的各个环节显著位置露出“中国体育彩票”标识，较好地实现了30场粤港澳大湾区赛事全部冠名“中国体育彩票”，所有比赛现场均设置有“公益体彩 乐善人生”等体彩宣传标语、所有视频直播的画面均在显著位置展示“中国体育彩票”标识、所有稿件中均有“中国体育彩票”“体彩公益金助力支持”

等传播内容。

三、经验做法

（一）发挥实体店渠道作用，增强广大代销者行业认同感

在体彩实体店及自有媒体对赛事进行宣传，通过全省体彩各大平台及实体店（超 1.5 万家体彩实体店、超 1.1 万家专营店）播放赛事相关宣传视频片段及展示赛事海报，充分展现了广东省体育高质量发展情况，传播画面中的体彩元素露出让代销者充分感受到体彩公益事业所发挥的具体成效，提升代销者行业自豪感。赛事开展期间，相关宣传视频片段及赛事海报覆盖人次超过 9000 万。

（二）整合宣传资源，共同做好赛事传播

充分发挥省、市体彩中心自媒体及合作媒体力量，协同社训中心整合全省电视台、通讯社、政府门户机构、平面媒体、网络媒体、手机客户端、自媒体短视频平台、网络直播、图片直播等多领域共 108 家自媒体及合作媒体传播渠道，明确体彩宣传要求，增加了体彩品牌曝光度，对系列赛赛事及相关活动进行全面深入的推广和宣传，有效扩大了大湾区系列赛影响力，有力提升了体育彩票社会影响力。截至 2023 年 12 月，超过 3360 家传播机构发布了 12901 篇与大湾区系列赛相关的报道，访问量超过 2 亿人次；赛事在人民日报等各平台总直播场次近 100 场，累计直播时长超过 500 小时，



赛事也得到了体彩公益金的大力支持，体彩为马术爱好者提供平台，为广东马术事业添砖加瓦。广东体彩秉持体育彩票“来之于民、用之于民”的发行宗旨，用实际行动践行国家公益彩票的责任和担当，为促进广东体彩高质量发展及广东体育强省建设努力奋斗。



环青海湖国际公路自行车赛

——青海省体育局体育彩票公益金资助项目宣传典型案例

一、基本情况

环青海湖国际公路自行车赛（以下简称“环湖赛”）的举办是青海省委省政府立足省情，依托西部大开发，着眼青海政治经济社会文化发展全局，以发展体育产业为核心，带动青海体育事业全面发展做出的重大决策。经过二十三年的培育和打造，环湖赛始终秉承“绿色、人文、和谐、体验”的赛事主题和“绿色、共享、廉洁、开放”的办赛理念，逐步成长为具有世界眼光、国际标准、中国特色的国际品牌赛事，成为大美青海走向世界的“金名片”。党的十八大以来，环湖赛发展迈出了强劲的步伐，取得了骄人的成绩，2019年10月5日，经国际自行车联盟批准，环湖赛正式升级为UCI职业系列赛（赛事由亚洲最高级别升级为世界级别），并被国家体育总局列为A类赛事和我国最具国际影响力的体育品牌赛事之一。创办以来，赛事对促进自行车运动及其产业发展，推动青海经济社会各项事业进步，深化民族团结和区域合作，建设富裕文明和谐美丽新青海发挥了显著而独特的作用。本届赛事高度重视“农体文旅商”融合发展，通过积极探索新模式，让环湖赛与生态保护、乡村振兴、农畜产品、

文化旅游、商贸流通等融合发展显实效，为青海高质量发展注入了新动能。

二、主要特点

（一）赛事特点及创新点

1.核心理念突出。环湖赛自创办之初就坚持绿色发展理念，始终与全省发展战略深度契合，是青海践行“绿水青山就是金山银山”的具体实践。2019年，UCI竞赛体系调整，赛事从洲际顶级赛事升级为UCI职业系列赛，根据竞赛规则，也为更好服务新时代青海战略大局，赛事回归省内，环湖赛积极主动融入青海省打造生态文明高地、建设产业“四地”发展大局，赛事线路串联高原壮美景色与特有产业资源，成为集中展示青海依托资源优势推动高质量发展的宣传走廊。

2.级别高难度大。环湖赛面向精英级别男子运动员，列入UCI职业系列赛赛历，为中国规模最大、参赛队伍最多、奖金最高的国际公路自行车赛事，具有高海拔、长距离、多爬坡的特点，比赛难度大，队伍能力强，竞赛观赏度高，是具备国际影响的中国特色体育品牌。

3.赛事独创性强。环湖赛从艰难起步，到成功举办二十三届，逐步成长为具有国际影响力、世界水平、中国特色的品牌赛事，是青海省作为经济发展相对滞后地区，经过积极探索，在全国率先走出的体育发展新模式，是我国历史

最久的公路自行车赛事，具有鲜明的区域性、地方性和民族性，为我国体育事业发展中相对稀缺的精品体育资源。

4.创新发展动能足。近年来，环湖赛积极融入并服务于青海省构建生态文明高地及以产业“四地”为核心的绿色低碳现代产业体系之中。本届赛事紧紧围绕《“农体文旅商”产业融合发展试点方案》《品牌赛事引领带动专项行动方案》，深入推动环湖赛“进景区、进街区、进商圈”，激发广大群众“跟着赛事去旅行”的热情，充分彰显了体育赛事带动效益，切实做到了以品牌赛事为引领，以融合发展为抓手，为赛事发展注入了新动能。

（二）体育彩票公益金发挥有力支持作用

自2009年“中国体育彩票”第一次冠名环湖赛开始，中国体育彩票就一路陪伴着环湖赛的成长。近三年，体彩公益金每年为环湖赛投入近1100余万元，成为办赛资金的强有力补充。同时，为推动环湖赛健康可持续发展，环湖赛着力推进市场化改革，逐步提升赛事运作市场化程度，2024第二十三届环湖赛共有赞助商25家。

三、经验做法

（一）环湖赛以强化宣传为手段，全方位增进公众对体育彩票公益属性的了解

赛事现场宣传是扩大赞助品牌知名度的重要途径。中国体育彩票作为环湖赛长期的合作伙伴，今年冠名了第六赛段

西海镇至祁连赛段。赛事将“中国体育彩票”标识与 LOGO 全方位融入开闭幕式舞台、赛事车辆设备、赛道彩旗 A 字板、运动员服装、颁奖区展示、赞助商活动区等所有赛事现场物料，并通过形式多样的“环湖赛嘉年华”等各类活动得到广泛推广。2023 年，中国体育彩票品牌在环湖赛现场观众中获得了 88.4% 的品牌认知度，今年通过多方面、全方位的展示，收获了相较去年更高的品牌认知度。

赛事活动现场是提升消费者对品牌认可度的关键环节。本届赛事“夏日骑遇季”嘉年华活动在西宁市城东区吾悦广场开幕，中国体育彩票作为环湖赛长期合作伙伴亮相现场。在现场设立了体育彩票展示区，通过搭建凉棚、展示横幅展板、分发折页、打卡集章等方式，进行体彩品牌推广、理性购彩、彩票公益金使用等内容的宣传，让大家更直观的了解体彩的公益属性。在现场进行了中国体育彩票 30 年主题展，通过展示体彩 30 年发展历程、体彩吉祥物乐小星和相关周边的方式、“说出你与体彩 30 年的故事”活动等，宣传体育彩票公益公信负责的品牌形象，诠释公益体彩乐善人生的理念。本届赛事在西宁市重点商业街区举办为期 3 天的环湖赛嘉年华活动，在互助、贵德、祁连、门源举办了赛段嘉年华，嘉年华现场设有中国体育彩票知识问答活动，活动现场人群涌动，气氛火爆，参与者争相抢答，互动环节高潮迭起。赛段展示区均设有中国体育彩票品牌展示区，同时还有

即开型体育彩票销售。在 2023 年的环湖赛中，现场观众对于品牌购买倾向高达 82.3%，推荐他人购买倾向高达 82.5%，这表明中国体育彩票品牌在赛事中获得了相当可观的客户忠诚度。今年通过丰富多彩的现场活动，一定能进一步扩大品牌影响力，提升消费者的品牌认同感。

（二）环湖赛始终秉持以民为本，益民利民的发展理念，切实保障体育彩票公益金“来之于民，用之于民”

本届环湖赛中国体育彩票冠名了第六赛段（西海镇至祁连赛段），赛程达 205.6 公里。在赛段终点处，体育彩票展示区前人头攒动，一旁伫立着体彩 30 年公益历程展示板，向围观群众讲述着体彩公益金数字背后的一个个公益善举，现场许多群众通过环湖赛的平台再次走进体彩、了解体彩。赛事现场随处可见中国体育彩票倾力支持的身影，这让“公益体彩 乐善人生”不再只是一句简单的口号，也让更多群众了解认识了公益体彩阳光、乐观的品牌个性。





“中国体育彩票杯”北京市第二届冬季运动会

——北京市体育局体育彩票公益金资助项目宣传典型案例

一、基本情况

“中国体育彩票杯”北京市第二届冬季运动会是北京市全面贯彻落实习近平总书记对北京和对体育工作指示精神的一次重要实际举措。北京市第二届冬季运动会由北京市人民政府主办，北京市体育局、北京市体育总会、北京市教育委员会联合承办，是北京冬奥会和冬残奥会后，北京市举办的最高级别的大型综合性冬季运动会，赛事由青少年竞技组和群众组两大部分组成。本届市冬运会开幕式于2023年11月27日上午在国家体育馆举行，约2500人参加。

本届市冬运会为体育彩票公益金部分资助开展的体育项目，使用体育彩票公益金金额为585万元，主要用于赛事的竞赛组织、开幕式、服务保障、宣传推广等方面工作。本届市冬运会由青少年竞技组和群众组两部分组成，其中青少年竞技组设有冰球、冰壶、花样滑冰、短道速滑、滑雪共4个大项6个分项，共产生80枚金牌；群众组设有冰球、冰壶、短道速滑、花样滑冰队列滑、越野滑雪、冰上龙舟六个竞技项目和雪地足球、雪垒、雪橇和冰蹴球四个趣味项目，将赛事打造成多层次、多样化的全民健身赛事体系“龙头”。共有来自全市16个区和经开区、燕山地区的近2000名运动

员和教练员参与其中，激发了市民对冰雪运动的热情，提高了他们的参与度和获得感。

二、主要特点

（一）突出体彩元素，注重品牌塑造

本届市冬运会认真贯彻落实体育总局《体育彩票公益金资助项目宣传管理办法》和北京市《体育彩票公益金资助项目宣传管理办法》等文件精神，按照国家体育总局制定并发布的《中国体育彩票品牌视觉识别管理手册》要求，规范宣传所使用的标志和文字等要素，在官方印刷品、现场背景板、广告板等制作物中全方位露出赛事冠名，通过本届市冬运会大力推广体彩的公益公信，不断提升品牌形象。

（二）全面宣传报道，扩大赛事影响

本届市冬运会通过媒体报道、电视转播、网络直播等多种手段，全方位多渠道进行宣传推广，大力传播体育彩票公益金的公益形象。各大媒体高度关注，新华社、中国体育报、北京日报等主流媒体积极报道；北京广播电视台体育频道对开幕式和青少年竞技组冰球甲组决赛进行信号制作和电视转播，得到了市民的广泛关注；组委会拍摄制作精彩赛事集锦和赛场短视频随手拍，通过微信、抖音、新浪微博等平台发布；全项目全场次的网络图片直播为赛事营造了良好的社会氛围和舆论环境，体育彩票的公益形象也在此次报道中得到充分展现。

三、经验作法

（一）多渠道、全媒体宣传推广方式

1.网站宣传。北京市体育局网站和北京市体育竞赛管理和国际交流中心网站均设计制作“中国体育彩票杯”北京市第二届冬季运动会专题网页，并在新媒体平台开设话题，及时有效发挥新媒体及网站平台的窗口作用，大力宣传体育彩票公益金的公益形象。

2.媒体报道。赛事组委会邀请各大新闻媒体记者亲临赛事活动现场，新华社、中国体育报、中国青年报、工人日报、北京日报、北京晚报、北京青年报、新京报、北京新闻广播、北京体育广播、BRTV 新闻频道、BRTV 体育休闲频道等多家媒体进行新闻报道，展示市冬运会赛场魅力的同时，大力宣传体育彩票公益金的公益形象。

3.新媒体平台。组委会拍摄制作精彩赛事集锦 5 部和赛场短视频随手拍 20 部，通过微信、抖音、新浪微博等平台发布，得到了社会各界的广泛关注。

4.网络直播。为加强赛事宣传推广力度，满足参赛运动员、家长和社会各界观看青少年竞技组比赛实况和回放的需求，在赛事活动期间青少年竞技组比赛累计开展了 6 个场次的网络视频直播，分别在北京竞技场微信视频号、北京竞技场官方抖音号进行播出，直播观看量累计 53.7 万人次，得到各方的一致好评。

5.电视转播。邀请北京广播电视台体育休闲频道对北京市第二届冬季运动会开幕式和青少年竞技组冰球甲组决赛进行信号制作和电视转播。其中，冰球甲组决赛电视收视率为0.06，网络平台点击观看人数达到20余万。北京市第二届冬季运动会开幕式于11月30日在北京广播电视台体育休闲频道进行录播，进一步扩大了赛事影响力，为体育彩票公益金宣传搭建了更广阔的展示平台。

（二）提升体育彩票公益金曝光度、知晓率的做法

在本届市冬运会筹办举办工作中，组委会高度重视提升体育彩票公益金的曝光度和知晓率，通过多种方式展现体育彩票公益金在北京市第二届冬季运动会中的重要意义，具体做法包括：一是将本届市冬运会整体冠名为“中国体育彩票杯”北京市第二届冬季运动会。在赛事总秩序册、单项秩序册、总成绩册、单项成绩册等印刷品显著位置展示“中国体育彩票杯”的赛事冠名曝光；二是在各项目比赛现场的主背景板、广告板等制作物中，充分展现“中国体育彩票杯”的赛事冠名曝光；三是在赛事电视转播、网络直播等对外宣传工作中，规范使用“中国体育彩票杯”北京市第二届冬季运动会赛事名称，充分强调体育彩票公益金对赛事举办的重要意义等。



北京竞技场

直播回放

“中国体育彩票”北京市第二届冬季运动会花样滑冰比赛（青少年组）

2023年9月17日

“中国体育彩票”北京市第二届冬季运动会花样滑冰比赛（青少年组）

2023年9月16日

“中国体育彩票”北京市第二届冬季运动会花样滑冰比赛（青少年组）

2023年9月15日

“中国体育彩票”北京市第二届冬季运动会短道速滑比赛（青少年组）

2023年9月9日

“中国体育彩票”北京市第二届冬季运动会短道速滑比赛（青少年组）

2023年9月8日

“中国体育彩票”北京市第二届冬季运动会短道速滑比赛（青少年组）

2023年9月7日

北京市第二届冬季运动会（青少年竞技组）

主办单位：北京市人民政府
承办单位：北京市体育局、北京市教育委员会

专题首页

竞赛项目

成绩发布

精彩瞬间

北京市第二届冬季运动会（青少年竞技组）赛程表

北京市第二届冬季运动会（青少年竞技组）成绩表

125

重庆马拉松——十年蝶变打造亿级消费新场景

——重庆市体育局体育彩票公益金资助项目宣传典型案例

一、基本情况

“体育强则中国强，国运兴则体育兴。”习近平总书记高度重视体育强国建设，他强调，体育是提高人民健康水平的重要手段，也是实现中国梦的重要内容，能为中华民族伟大复兴提供凝心聚气的强大精神力量。

重庆马拉松是重庆市体育局、南岸区政府落实习近平总书记关于体育的重要论述和指示批示精神的一项重要举措，得到了体彩公益金的大力支持。作为中国西部第一个马拉松全程赛事，“重庆马拉松赛”自2012年成功升级为国际赛事以来，经历了十余年的沉淀和发展，已经成为国际金标、中国金牌“双金赛事”，与北京马拉松、广州马拉松、武汉马拉松并列为中国马拉松“四大满贯”。数据显示，该赛事累计吸引了来自全球50多个国家和地区的近30万跑友线下参赛，超10万人线上“云跑”，是重庆全民健身活动中最具特色、最具影响力的品牌赛事，更是重庆一张靓丽的体育名片和城市名片。值得一提的是，近两年，重马以赛事为契机开展“重马国际消费节”，大力整合商旅文体资源，将成渝体育产业联盟暨重庆市体育产业博览会（简称“体博会”）、

重马商学院圆桌会议纳入其中，打造出亿级消费新场景。据统计，“重马国际消费节”共计拉动消费零售收入 68.7 亿元，文化旅游收入 31.2 亿元，为重庆经济发展贡献了力量。

重庆马拉松的“蝶变”离不开体彩公益金的大力支持：十余年共使用体彩公益金近 3000 万元；重马品牌影响力的不断提升和相关消费场景的打造也持续有力地宣传了体彩公益金和体彩公益品牌：赛事开展期间，体彩品牌的多维度呈现、大规模曝光，以及体彩相关品牌落地活动的开展，让越来越多的人了解到了体育彩票“来之于民 用之于民”的发行宗旨。

二、主要特点

（一）整合线上线下，体彩宣传全面铺开

一是线下活动充分融入体彩元素。在重马赛事、体博会等重马国际消费节活动开展期间，无论是线下 LED 屏幕、主背景板、A 字板等线下宣传物料，还是电子海报、宣传视频等线上物料，均展示有体彩标识与体彩元素，充分强调了体彩公益金对赛事成功举办发挥的重要作用。

二是线上宣传全面曝光体彩品牌。围绕重马赛事、体博会等，人民日报客户端、新华网、重庆发布、重庆卫视、重庆文体娱乐频道等近 40 个媒体平台对赛事进行了同步直播，中央驻渝媒体、市级媒体、四川媒体等各级媒体参与报道，“重庆马拉松”等相关话题入围抖音同城热榜，小红书话题

阅读量突破百万次。视频和文字、传统媒体和新媒体相结合的宣传矩阵，不仅提升了赛事的影响力，更提升了体彩品牌曝光度和美誉度，增强了群众对体彩公益金用途的认知。

（二）延伸宣传触角，体彩形象持续提升

宣传不只是停留在赛事阶段。依托“重马”，体彩公益金的宣传触角被充分延伸：在成渝体育产业联盟暨重庆市体育产业博览会开展期间，中国体育彩票设置有独立展台，并开设体彩公益金宣传专区，重庆体彩也借势开展了体彩公益品牌推广活动，让市民朋友在逛展时走近中国体育彩票、深入了解体彩公益金用途；组织开展“中国体育彩票·重马俱乐部运动健康公益讲堂”，让重马跑友们拥抱健康的同时，也对体彩公益属性有了更多了解；创新开展“体育赛事进景区、进街区、进商圈暨中国体育彩票社会运动会”活动，助推全民健身事业发展，传播体彩公益金相关知识，提升体彩公益形象。

三、经验做法

（一）规范使用资金，形成良性循环

规范使用体彩公益金，为赛事在内的重马国际消费节的策划、举办、安保、食宿、宣传、物料、服务等方面提供保障，真正发挥体彩公益金在推广全民健身、助力“重马”品牌打造等方面的实际效益，同时利用活动本身反哺体彩公益金宣传，进而形成良性循环。

（二）依托赛事影响，拓宽宣传场景

随着“重马”赛事品牌的持续成长，体博会在内的“重马国际消费节”新场景不断衍生。依托新场景，体育彩票的宣传有了更加广阔的平台。充分发挥这些平台在宣传方面的作用，实现了体彩品牌和体彩公益更为广泛的传播。

（三）创新互动形式，提升宣传效益

在依托“重马”赛事开展体彩公益金宣传的过程中，在利用传统方式进行曝光的基础上，不断丰富互动形式，如开展互动游戏，指派工作人员面对面发放体彩宣传品、介绍体彩公益金的用途等等，让宣传不止停留在表面，更加深入人心。

宁夏银川马拉松赛

——宁夏体育局体育彩票公益金资助项目宣传典型案例

一、基本情况

2024 宁夏银川马拉松赛以“寻梦塞上湖城，畅跑大美银川”为主题，紧紧围绕“提升城市品质、带动产业发展、建设健康银川”发展目标，助推“体育、文化、旅游、商业”融合发展，助力体旅融合，彰显城市魅力。宁夏银川马拉松赛由体育彩票公益金资助，赛事分为马拉松、半程马拉松和欢乐跑三个项目，共吸引来自 12 个国家和地区的 43738 人报名，21637 名跑者参赛，区外 11215 人。

二、主要特点

本次赛事中国体育彩票品牌宣传贯穿比赛全过程。一是在活动背景板及活动涉及的宣传资料中，主要位置均展示有“中国体育彩票”标志。二是积极协调新闻媒体，对赛事活动进行了宣传报道，有效扩大了赛事活动影响力。三是在相关赛事新闻的通稿或宣传素材中，均体现了“中国体育彩票”名称以及体育彩票公益金资助等宣传信息。

三、经验做法

本次赛事加大彩票宣传、主题推广，凸显体彩公益属性。

一是资金支持。充分发挥彩票公益金引领带动作用，通过自治区本级体育彩票公益金安排 100 万元，银川市政府投入 378 万元，吸引社会力量支持赞助 379 万元，加大资金整

合力度，保障赛事顺利举办。

二是氛围营造。比赛现场，在活动主背景、舞台背景侧耳、体彩宣传背景、起点主背景、终点主背景、拱门、A板、道旗、物资领取处、媒体采访处、活动直播口播、媒体宣传、活动推广等，大力宣传体育彩票公益金公益形象。同时还组织由宁夏体彩中心工作人员、代销者、利益相关者等组成体彩公益跑团，着统一服装，携带体彩大旗参加活动，进行体育彩票公益形象宣传。

三是主题展示。宁夏体育彩票管理中心借此契机，开展了中国体育彩票品牌主题展暨“520 皆是浪漫”品牌推广活动。布局“发展历程”“感恩有你”“公益、责任彩票”“体育精神”“超级大乐透 520”“30 年公益大回馈”六个模块，全面展示了体彩的发展历程、公益贡献和品牌形象。

四是互动活动。比赛现场，通过扫描二维码关注宁夏体育局公众号或宁夏体彩服务号，免费领取精美小礼品；在粉色拍照打卡区拍照并发朋友圈，可获得 2 元超级大乐透彩票等互动活动，增强了参与者的体验度和好感度。





六、体育科研宣传活动

体质测试黔中行

——贵州省体育局体育彩票公益金资助项目宣传典型案例

一、基本情况

国家的发展和民族的振兴都离不开国民综合素质的提高，国民体质的强弱，是每个人身体健康的问题，更是关系到一个国家前途命运的战略性问题。为贯彻落实全民健身国家战略，激发全民健身热情，增强人民体质，促进健康中国建设。贵州省体育局为全面了解本省的体质状况，在全省范围内开展“体质测试黔中行”，以此来促进全民健身事业的发展，提高人民群众的健康素质和生活质量。

贵州省体育科学研究所的科研人员携带体质测试仪器设备进区县、进乡村、进社区、进企业、进学校，对群众的身体形态、身体功能、身体素质等多个方面进行综合评估，并在活动期间开展科普知识宣传活动，通过现场挂放展板，发放宣传手册、科学健身书籍等方式，使本项活动更加广泛普及，以达到良好的宣传科学健身效果。“体质测试黔中行”工作的开展为贵州省全面了解国民体质状况提供了重要的数据支持。通过对测试结果的分析研究，制定更加科学、有效的全民健身政策和措施，促进人民群众的健康素质和生

活质量的提高。同时，也为贵州省体育事业的发展提供了有力支撑和科学依据。

二、主要特点

“体质测试黔中行”主要包括身体形态、素质、机能等，测试项目有身高、体重、身体成分、纵跳、握力、反应时、闭眼单脚站立、俯卧撑、一分钟仰卧起坐、肺活量、体成分等。不仅能反应人体的身体素质状况，还能了解身体成分等与健康相关的指标。单人完成整个测试过程大约需半小时，通过测试，测试者可以全面了解自己的身体状况，为采取合适的锻炼和营养措施提供依据。“体质测试黔中行”可以帮助测试者了解自身的身体素质与身体状况，及早发现潜在的健康问题，预防疾病的发生。通过测试结果，得知健康水平和疾病倾向，及时采取措施改善生活习惯和加强锻炼，以降低患病风险，推动疾病关口前移，降低慢性病发生率。通过体质测试，有效了解自身体质状况及体质变化规律，并根据健身指导师开出的个性化运动处方，选择适合自己的运动，制定合适的锻炼计划。这对于提高身体素质和保持健康具有重要意义。

体质测试作为评估人体健康状况和适应能力的重要手段，“体质测试黔中行”在贵州省体育局的领导下，贵州省体育科学研究所负责具体组织实施工作，以保证体质测试工作全面、有序地展开。经费保障是体质测试工作顺利开展

重要基础，贵州省体育局每年使用体育彩票公益金 15 万元支持“体质测试黔中行”，将资金用于购买测试器材组织测试活动等，在测试过程的活动背景板及活动涉及的宣传资料中，均展示有“中国体育彩票”标志名称。

“体质测试黔中行”测试流程规范、严谨，通过合理安排测试的顺序和时间间隔，确保测试过程有序进行。测试场地符合测试要求，确保安全；测试器材均为与国家常态化国民体质监测器材一致，并严格按照说明书进行操作，以保证测试结果的客观准确。测试人员已接受全面培训，熟悉测试流程和操作规范，以确保测试工作的顺利进行。

三、经验做法

（一）全方位推广宣传

1.线下活动。2023 年体质测试黔中行活动共计开展 9 次，2024 年已分别在兴义市、清镇市、息烽县开展了 3 次活动，自 2018 年正式开展活动以来已经在省内二十多个区县为约 4000 多人提供了体质测试服务。体质测试黔中行活动中覆盖人群广泛。测试对象涵盖了全省范围内的 20-69 岁的人群，包括不同性别、年龄、职业和地区的人群，在不同人群钟大力宣传体育彩票公益金的公益形象。

2.网站宣传。“体质测试黔中行”在贵州省体育局官网进行新闻报道，及时有效发挥新媒体及网站平台的窗口作用，展示贵州省体育局将牢记“体育为民”初心，积极开展体质

测试活动的同时，大力宣传体育彩票公益金的公益形象。

3.媒体报道。贵州省体育科学研究所邀请各大新闻媒体记者亲临测试现场，贵州网络广播电视台、澎湃新闻、百度新闻、网易号、搜狐新闻、体育中国等多家媒体进行新闻报道，展示“体质测试黔中行”真正把测试带到群众身边的同时，大力宣传体育彩票公益金的公益形象。

（二）提升体育彩票公益金曝光度

“体质测试黔中行”把测试带到群众身边，为群众提供便利的测试服务。上门服务的方式也使得更多的人能够参与到测试工作中来，扩大了活动的覆盖面和影响力。在开展活动期间，认真落实《体育彩票公益金资助项目宣传公告管理办法》（体经规字〔2023〕10号）文件要求，主动展示体育彩票标识，并要求工作人员口头主动向群众和媒体告知体育彩票公益金使用数额及用途，提高了体彩公益金使用透明度，助力参与的群众了解体育彩票公益属性。

下一步，将坚持党建引领、服务于民，紧跟科学健身前沿，不断提升服务水平，充分强调体育彩票公益金对赛事举办的重要意义，从而推动全民健身以及全民健康事业迈上新台阶。



- 信息发布** 贵州省体育局开展“体质测试”中行
- 近日，贵州省体育局在贵阳市贵安新区开展了“体质测试”中行活动。省体育局工作人员携便携式心肺功能测试仪，深入社区、企事业单位、学校等场所，为市民提供免费体质测试服务。通过此次活动，旨在提高市民对体质健康的关注度，引导大家养成科学健身习惯。
- 贵州省体育局 2024-07-03
- 信息发布** 贵州省体育局“体质测试”中行走进乡村
- 12月16日，贵州省体育局“体质测试”中行活动走进铜仁市玉屏侗族自治县，为当地村民提供免费体质测试服务。此次活动旨在普及科学健身知识，提高农村居民体质健康水平。
- 贵州省体育局 2022-12-23
- 信息发布** 贵州省体育局开展体质测试“中行”活动
- 为响应全民健身号召，贵州省体育局近日在全省范围内开展了“体质测试”中行活动。本次活动旨在通过科学测试，帮助市民了解自己的身体状况，从而有针对性地参与体育锻炼，提升健康水平。
- 贵州省体育局 2020-12-17
- 信息发布** 贵州省体育局在黔西开展“体质测试”中行活动
- 2023年3月1日至3日，贵州省体育局“体质测试”中行活动在黔西市开展。此次活动旨在普及科学健身知识，提高市民体质健康水平。通过此次活动，市民可以了解自己的身体状况，从而有针对性地参与体育锻炼，提升健康水平。
- 贵州省体育局 2023-03-09

利用科研资源优势服务群众一体化

——新疆体育局体育彩票公益金资助项目宣传典型案例

一、基本情况

为喜迎中华人民共和国成立 75 周年，新疆体育局结合系列庆祝活动广泛开展了各类全民健身活动。新疆体育科学研究所（以下简称：新疆体育科研所）利用自身科研优势积极响应新疆体育局号召，深入贯彻落实中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于新时代进一步加强科学技术普及工作的意见》，与新疆体育彩票中心合作承办体育科普进社区、进学校、进乡村活动，助力体育强区、科技强区建设。

新疆体育科研所属于新疆体育局下属公益一类事业单位，主要职能为开展体育科学研究、促进体育事业发展、课题研究、体育运动领域科学理论研究、违禁药物检验检测技术支出服务。

随着全民健身和全民健康的深度融合，怎样健身科学，什么运动有益健康，广大群众迫切需要广泛、权威的体育科普知识指导。新疆体育科研所为了提高新疆全民体育科学素质，体育科普事业发展，全年计划开展 12 次不同形式的体育科普知识指导、体质测试评估、健康指导系列活动，同时，通过活动向全疆群众大力宣传体育彩票“公益体彩 乐善人生”理念。

截至 7 月，已完成各类科普活动 7 场次，参加人数 1685

余人次。常态化开展的体育科普活动收到了参与群众的热烈反响和积极反馈的同时拓展了科普活动渠道、丰富和完善了体育科普内容、培养了体育科普队伍。今年8月底将在伊犁州承办体育总局“2024年体育科普援疆示范活动”，预计直接参与和网上参与的人群超过去年的30万人次。

二、主要特点

近年来，新疆体育科研所不断总结体育科普宣传活动经验，逐步形成了组织灵活、吸引力强、目标明确的活动模式，取得了较好效果。同时，不断加大科研基础设施设备投入，充分利用科研资源服务竞技体育、群众体育、全民健身事业发展，不断加大体育科普宣传力度，2020至2024年间，共投入资金1083万元，其中：中央专项彩票公益金支持683万元，用于购买全身健康扫描系统、化学发光免疫分析仪、人体成分分析仪等科研检测仪器设备；自治区本级彩票公益金支持400万元，用于保障生理生化研究、运动康复、全民科学健身指导等工作。

突出责任彩票属性，传播健康生活理念。每次活动都将责任彩票宣传作为学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育的具体体现，紧扣“公益”主题。通过宣传展板、宣传折页、科学健康知识问答互动等形式，宣传体育彩票公益责任形象。通过各种全民健身科普活动开展体彩公益宣传和品牌认知度推广。通过公益活动，传播公益体彩的品牌价值，形成品牌融合的协同机制。使公众对公益体彩的品牌核心有了更深远的认知，将品牌影响力转化为对产品、

渠道的拉动作用。

三、经验做法

近年来，新疆体育科研所坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻落实党的二十大和二十届二中全会精神，坚决贯彻落实习近平总书记关于新疆工作的重要讲话和重要指示批示精神，完整准确全面贯彻新时代党的治疆方略，坚持把铸牢中华民族共同体意识作为新疆体育工作的主线，深入推进体育文化润疆，有形有感有效铸牢中华民族共同体意识，在中国式现代化进程中更好建设美丽新疆。

一是依托新疆体育彩票管理中心已建立的 16 家商业综合体展示体验中心开展科普活动，即向群众呈现出和传统彩票店不同的消费氛围，同时也在提升彩票品牌传播与认知，强化公益公信形象，增加社会认知度，拓展新购彩群体等方面都具有重要意义。

二是新疆体育科研所利用科研优势和体育彩票品牌优势进社区、与运动队相结合、体育科普援疆等项目开展群体性国民体质监测活动，走进基层群众，贴近基层群众，打好群众根基，为各个社区老百姓进行国民体质检测工作，在工作中发挥科研保障优势、宣传体育彩票，提升科研保障效率。

习近平总书记指出，“在推进科技创新和科技成果转化上同时发力”；强调“科技成果只有同国家需要、人民要求、市场需求相结合，完成从科学研究、实验开发、推广应用的三级跳，才能真正实现创新价值、实现创新驱动发展”。随着新疆群众体育工作的深入推进，新疆各族群众对体育，特

别是参加体育锻炼的热情不断提升。同时，群众对怎样科学健身，什么运动更有益健康等问题上表现出了迫切关注。缺少广泛、权威的体育科普知识指导途径问题日益突出。对于体育科学而言，通过系统研究不同运动项目对人体的影响，将研究成果转化到全民健身当中，最终为促进全民健康水平做出贡献是新时代赋予的责任使命，常态化体育科普活动是推广应用的关键环节。



七、其他项目类型

用好体彩公益金，构建体卫融合惠民服务体系

——江苏省体育局体育彩票公益金资助项目宣传典型案例

一、基本情况

体卫融合是体育和医疗与卫生系统以主动健康为协同治理目标，通过项目和活动进行资源连接，以卫生预防、健康促进、健身指导、运动干预为实施内容，协同实现对全周期全人群疾病预防、健康管理、保健康复的健康促进新模式，对于保障群众身体健康，促进体育康复消费具有重要意义。

“体卫融合”促进市民健康创新探索实践是江苏常州在全省打造的体育基本公共服务体系的一张靓丽名片。在体卫融合创新方面，常州市高位部署、高点谋划、高效推动，市体育局每年使用体育彩票公益金安排 2800 余万元支持全民健身事业发展，其中支持体卫融合等民生实事共 500 余万元。充分利用体育彩票公益金，围绕体卫融合网络建设、慢病运动防治、运动健康宣讲、青少年脊柱健康公益筛查等在全省率先创新探索，并持续运行，取得了诸多富有成效的创新实践成果。截至 2023 年底，常州市共为市民提供包括运动损伤诊疗及康复治疗、慢病运动干预、脊柱侧弯运动矫治、国民体质测定、运动健身健康管理、赛事医疗保障、运动健康科普等各项体育康复服务超过 110 万人次。

常州市体育局在创新探索实践体卫融合中坚持将体育彩票公益金的宣传贯穿惠民活动全过程。一是在民生实事活动背景板及相关纸质和视频宣传资料中，在显著位置展示“中国体育彩票”标志，体现体彩公益金元素；二是积极与“中吴网”“化龙巷”等媒体合作，加强前期的宣传和活动现场的宣传报道，有效提升了活动知名度和影响力；三是在相关活动新闻的通稿或宣传素材中，均体现了“中国体育彩票”名称以及体育彩票公益金资助等宣传信息。

二、主要特点

（一）构建三级运动防治慢病服务体系，服务横向到边

在体卫融合发展中，常州市坚持以政府投入为引导，每年约投入体育彩票公益金 300 万元左右，逐步构建出运动防治慢病三级服务体系：省运动促进健康中心、社区卫生门诊部、社区健身实践基地三者互为补充，医生、护士、体能教练、康复治疗师、社会体育指导员各司其职，开展运动健身、体质体能测评、慢病运动健康促进等服务，2019 年 3 月至 2023 年 12 月，服务网络累计为高血压、糖尿病、高脂血症、高尿酸及超重肥胖等慢病人群提供体育运动干预近 10.6 万人次。在运动防止慢病招募宣传材料及各类活动现场均有显著的中国体育彩票字样和体育彩票公益金宣传标识，通过活动的开展，及时将体育彩票公益性质的宣传和体育康复服务延伸到基层社区和广大参与者。

（二）部门合作促进青少年健康成长，助力宣传效果

在促进青少年体育康复方面，由常州市政府牵头，教育局与体育局联合挂牌市级脊柱侧弯防控中心，每年投入体育彩票公益金 200 万，用于开展脊柱健康公益筛查服务，由市体育局组织专业团队进校园，为常州市 128 所中小学约 5 万余名学生进行脊柱健康公益普查，对有需求的学生进行集中体育运动纠正指导和治疗服务。在学校公益筛查现场均悬挂带有“中国体育彩票”和“公益”等标识和字样的宣传横幅，在周末及寒暑假开设脊柱健康训练营，每期训练营都张贴印有体育彩票的横幅，确保随处可见体彩元素。2020 年至 2023 年底，共免费开展脊柱健康公益筛查约 23 万名学生，接诊脊柱侧弯及姿势异常患者 1728 人，共计开展脊柱及姿势运动干预 17400 余人次。通过筛查和干预活动开展，向学校、学生及家长宣传了体彩公益理念，彰显了体彩公益属性，极大提升了宣传效果。

（三）扎实推进健康知识科普和宣讲工作，宣传纵向到底

市体育局组建由常州市体育医院专科医生、常州大学教授、体能教练等 30 余人组成的专家讲师团，每年进驻全市各基层社区、公园商圈等开展义诊和讲课活动 50 余场，2020 年至 2023 年底，累计开展 220 余场，覆盖全市 24000 人次。宣讲以科学生活方式、运动处方、常见运动损伤康复为主题，

以理论与实操结合为特色，将科学、严谨、实用的健康知识和运动促进健康的理念播撒，帮助市民百姓更好地理解 and 享受运动带来的快乐与健康，成为健康生活的倡导者和实践者。宣讲活动现场悬挂的横幅、制作的背景版和宣传海报，以及宣讲的课件材料中都会体现中国体育彩票和体彩公益金元素，宣讲中穿插趣味活动，向市民发放公益体彩的宣传材料和小礼品，将公益体彩的品牌形象带进社区、送到家庭，充分展现公益体彩就在群众身边。

三、经验做法

（一）强化资源整合，优化惠民服务供给

常州市在推动体卫融合过程中，注重与多部门、多领域的跨界合作，强化资源整合。与医疗机构、教育部门、社区服务机构等建立紧密的合作关系，形成资源共享、优势互补的良好局面。通过体育彩票公益金的投入，搭建起体育与医疗、教育、社区之间的桥梁，实现了资源的互联互通，在体育科普、老年人健康管理、青少年健康、职业病诊疗等各领域提升市民的健康水平和生活质量。

（二）强化资金引导，促进体育产业创新

常州市在体卫融合项目中，充分利用体育彩票公益金的杠杆作用，通过精准投入和有效引导，成功撬动了体育康复消费市场的发展。公益金的投入不仅直接支持了体育康复服务项目的开展，还通过示范效应和带动效应，激发了市民对

体育康复服务的需求和热情。同时，也为常州市的体育产业发展注入了新的动力，推动了体育产业与医疗、教育等领域的深度融合和协同发展。

（三）做好服务宣传，体现体彩公益属性

常州市在推进体卫融合探索实践中，坚持服务与宣传并重，在开展好各项民生实事，做好各项服务保障的同时，加强工作宣传力度，积极主动对接媒体资源，用好本地宣传渠道，扩大影响力和知名度，在宣传中将体育彩票公益属性放在首位，全方位展示体彩公益金资助，让参与者第一时间关注到中国体育彩票字样，不断提升体彩的品牌形象。

（四）注重评估与反馈，优化资金使用效益

在公益金资助的项目运行过程中，市体育局建立完善的评估机制，定期对项目的实施效果、服务质量、资源利用等方面进行评估。通过收集市民的反馈意见，及时了解服务中存在的问题和不足，并据此进行针对性的改进和优化。这种持续优化的做法不仅确保了项目的质量和效果，也提高了市民对资金使用的满意度和信任度。



中国体育彩票 常有健康 “运动防治慢病” 招募令

常州市重点打造“常有健康”“常有善育”“常有颐养”等六大民生名片。“常有健康”之“运动防治慢病”项目连续四年被评为常州市民生实事项目，由常州市体育医疗研究所（江苏省运动促进健康中心）承担实施，惠及千余人，88.09%的参与者体检指标和运动能力有明显改善。体彩彩票公益金支持，面向全社会进行招募！

招募时间：2024年1月10日起，招满即止

招募对象	高血压	超重
	高血糖	肥胖
	高血脂	骨质疏松症
	高尿酸	肌无力
	需要提高体质的人群	

服务项目

- 两次医学体检 + 运动能力评估
- 为期三个月科学运动干预课程
- 三个月后的身体指标分析报告

体彩彩票公益金支持

- 享受四个月300元运动装备补贴
- 享受价值1000元的运动礼包



彩票公益金不断赋能沂源革命老区乡村振兴

——山东省体育局体育彩票公益金资助项目宣传典型案例

一、基本情况

沂源地区属于山东沂蒙革命老区，在战争时期为民族独立和解放做出了巨大的贡献，党和国家也始终没有忘记老区人民，不断从资金和建设项目上支持老区快速发展。近年来，以体彩公益金为重要组成部分的中央专项彩票公益金不断投入，助推乡村振兴、添彩乡村幸福生活，在建设生产性公益设施、发展特色产业、整治农村人居环境等方面，都发挥着举足轻重的作用。2021年，在淄博沂源，中央专项彩票公益金投入5000万元支持欠发达革命老区乡村振兴示范区建设，完成了沂源县鲁村镇“智慧果园”“幸福家园民生综合体”“鲁韵乡情·品质民生”“智慧鲁村数字化平台”四个项目的建设实施。这些项目的实施，助力农民走上致富路，农村生态环境不断改善，乡村振兴使革命老区旧貌换新颜。

二、主要特点

（一）公益金赋能数字农业，引领智慧果园农业科技

沂源地区海拔高，昼夜温差大，光热资源充足，适合“沂源红”富硒苹果的生长，随着152.4万元中央专项彩票公益金以及其他各项资金的陆续到位，徐家庄村等7个村借此打

造了数字化智慧果园，带动全镇乃至全县的产业结构调整，并将在未来辐射带动 20 万亩老果园转型升级。在位于鲁村镇山东华盛的 300 多亩智慧果园中，园区监控室的大屏上，空气温度、土壤湿度等数据一目了然，只需通过系统操作，漫山遍野的果树就能得到全方位的精细化管理。这片智慧化果园拥有虫情监测系统、空气湿度温度监测系统、土壤温度湿度监测系统，改变了过去凭经验的传统种植模式。通过这套系统，使果园的管理也比原来更加精细化，更加省人工，也提高了果品质量。

（二）“沂源红”在老区绽放，托起乡村老人幸福晚年

近年来，针对农村老龄化、空巢化，以及农村老人管护养老和儿童照料等民生问题，鲁村镇借助 2400.94 万元中央专项彩票公益金，建成 9 处“沂源红”幸福家园民生综合体和 1 处民生市集，配套建设了长者食堂、文体活动室、便民澡堂、书画阅览室等功能齐全的民生综合体，整个鲁村镇转变成文化氛围厚重、幸福指数高的品质民生示范区。项目投入使用后，解决了全镇 1200 余名 60 岁老人吃饭问题，以及 190 余名儿童课后管护问题。在姬家村，每天中午十一点半，这里的长者食堂便成了村里最热闹的地方，老人们三三两两结伴而来，营养丰富的免费午餐让他们的老年生活更加方便了，托起乡村老人们的幸福晚年。

（三）人居环境综合提升，绘出品质民生新画卷

改善农村人居环境，事关农民群众健康，事关美丽乡村建设，是实施乡村振兴战略的重点任务。1975.4 万元彩票公益金助力鲁村镇打造了覆盖 10 个村的品质民生示范区，这些示范区的建成，丰富了群众文化生活，改善了村庄人居环境，大大提高了村民生活品质。地处大山深处的小黄庄村近年来变化不断，原本随处可见的柴堆、粪堆、垃圾堆等，仿佛在一夜之间消失不见，曾经污水横流、坑洼不平的土路也全部被平坦顺直的柏油大道代替。2022 年，彩票公益金为沂源县小黄庄村投入了 260 余万元，修了一条约 4000 米长的路，道路铺了沥青，还建了一号码头、活动广场，这个项目改善了小黄庄村原先的垃圾成堆、道路狭窄不好通行的面貌。

（四）“智慧鲁村”数字化平台，推动乡村治理智能化

此外，480.3 万元中央专项彩票公益金的投入，助力鲁村镇基层治理体系优化升级，使鲁村镇建成了“智慧鲁村”暨“一网三联”社会治理数字化平台，可以运用大数据、云计算、区块链等前沿技术推动乡村治理模式智能化，提高工作效率，方便村民办事，将村集体中普遍存在的参与度低、凝聚力差、工作开展效率低等现实问题化解，探索出乡村治理的新模式。

三、经验做法

（一）夯实制度基础，规范宣传内容和标准

为了加强山东省体育彩票公益金项目宣传工作，省体育

局先后印发了《关于促进我省体育彩票工作健康发展稳定发展的若干意见》《山东省体彩公益金项目体彩宣传实施办法》《山东省体育局体育彩票公益金资助项目宣传管理办法实施细则》等，针对公益金资助的各类项目宣传提出了要求，除了全民健身工程的宣标识配备、字体喷绘、主题标识牌的规范外，增加了各类体育活动组织、竞技体育赛事、体育产业发展等方面的内容，对活动的冠名、现场的布置都提出了明确要求，进一步具体、清晰、明确地规范了公益金资助项目的宣传规范，提升了宣传力度。

（二）加强组织领导，落实资助项目宣传责任

体育彩票公益金资助项目宣传得以顺利开展并取得一定成效，得益于各级体育部门、体彩中心全员和广大体育爱好者共同努力。不断加强宣传工作领导，督促指导各级体育行政部门落实宣传责任，建立健全宣传工作管理机制，不定期调度资助项目宣传工作开展情况。山东体育彩票管理中心是山东省体育彩票公益金宣传的中坚力量，要充分发挥省体彩中心机构设置的资源优势，要求各市县体彩分中心与各市县体育行政部门建立有效沟通，各市县体育行政部门牵头搭建体彩分中心与项目使用单位的联系，及时全面地获取宣传素材、典型案例，共同挖掘资助项目宣传亮点，推动宣传工作进入常态化。建立宣传工作日常考核机制，根据《山东省体育彩票宣传工作管理办法》，省体彩中心每季度对分中心

的体彩专版和分中心宣传人员发稿情况进行综合考评通报，提升宣传人员的工作积极性和责任意识。

（三）设立专项宣传经费，建立全媒体宣传矩阵

在全媒体时代下，要充分整合主流媒体和网络自媒体力量，才能宣传好、推介好体彩公益金的社会贡献，进一步提升体彩公益金的影响力。通过安排宣传专项经费，与多家媒体建立长期合作，形成联动，保障曝光频次和宣传效果。对于影响力较大、规模较大、公益属性明显的典型资助项目，在活动开展期间或项目建成初期，瞄准项目特色，制造宣传亮点，利用稿件、视频、音频等形式，覆盖网站、报纸、客户端、电视、广播、短视频平台等多种渠道密集传播。借助赛事活动、公益资助、场地设施建设、训练保障等事项的宣传，不断扩大体彩公益金资助项目的宣传渗透力，让社会公众切身感受到体彩公益金在支持体育事业、改善民生等方面的实际成果，切实感受到公益体彩惠民就在身边，使体彩公益公信、责任担当的形象更加深入人心。

（四）注重传统延伸，不断挖掘宣传亮点

借助各类体彩公益金支持举办的竞技体育、群众体育赛事等，如全民登山比赛、广场舞争霸赛、够级挑战赛、女子门球赛、武术套路锦标赛等，通过冠名冠杯、现场宣传、媒体宣传等多种方式开展体彩公益金宣传，积极利用电视新闻报道、稿件、短视频等形式在多平台传播，展示体彩公益金

在支持竞技体育、群众体育等方面的实际成果，着力宣传体育彩票为推动本省体育事业和全民健身发展所做的贡献。每年推出“公益体彩在身边系列”“体彩公益金巡礼”等系列报道，深度挖掘省内公益金资助项目宣传素材，打造山东特色延伸公益内涵，突出省内优秀、典型公益金资助项目宣传亮点，如潍坊高密夏庄镇王家官庄村乡村振兴体育健身工程，青岛“全国足球发展重点城市”建设，淄博沂源县鲁村镇乡村振兴项目等，邀请主流媒体进行实地采访，以媒体视角深入挖掘公益金使用项目中的亮点做法、典型人物、特色故事，以新闻报道、专题电视节目、快剪短视频等多种形式进行全媒体、全渠道传播，扩大体彩公益金资助项目的社会影响力。通过对这些资助项目的宣传报道，让百姓感知，公益体彩不仅助力群众体育赛事蓬勃发展、竞技体育硕果累累，还为乡村振兴、推动社会发展贡献力量，让社会民众更全面地了解体彩公益金的用途，真正体现了“人人参与、人人受益”的公益属性。



