

# “气泡”与“云端”

## 疫情下办赛的变量与增量



资料图

对于全球体育迷来说,2020年本是体育大年,突如其来的新冠肺炎疫情改变了这一切。从东京奥运会推迟,到各大职业联赛停摆,体育界经历了“至暗时刻”。隔离模式下的复赛、线上办赛、拓展赛事场景……疫情下,中国与全球体育人探索着可能的赛事新模式,用对更快更高更强矢志不渝的追求,为世界带来希望。

### “气泡”成办赛新模式

“气泡”办赛,即赛事空场进行,运动员、教练员、裁判员和工作人员集中在一个或几个地方举行赛会制比赛,辅之以频繁的病毒检测,是国内外各大赛事复赛的主要形式。

在国内,具有标志性意义的CBA和中超率先复赛。两大联赛对参赛人员执行严格的健康监测和闭环管理,成为日后各项赛事复赛的样板。而随着疫情形势转好,7月31日,CBA季后赛恢复向球迷售票;中超也于8月22日开始有序有限对观众开放,决赛次回合更有近万名球迷现场观赛。两大联赛实现零感染,为中国体育注入了一针强心剂。

“在满足疫情防控要求前提下,最大可能创造竞赛机会,满足运动员参赛需求,为观众创造高质量赛事产品,‘气泡’办赛是一种好的创新。”北京关键之道体育咨询公司创始人张庆说。

此后,乒乓球世界杯在中国举办,27个国家和地区的116名参赛人员入境,这是疫情以来中国举办的唯一一项国际赛事。中国乒协主席刘国梁说,赛事在重重考验下成功举办,向世界展示了我国疫情防控成果,也为我国进一步恢复举办国际大赛做出探索和创新。

国际体坛中,美国足球大联盟、北美冰球赛事、美国网球公开赛以及美洲杯篮球赛预选赛等都采用了“气泡”模式办赛。然而,运动员感染事件仍时有发生。比如,随着雪季开始,冬季项目已成感染重灾区,在芬兰孔蒂奥拉赫蒂举行的冬季两项本赛季首站世界杯上,已有多个国家的运动员确诊新冠肺炎。

究其原因,主办方制定的防疫措施未被不折不扣地执行,赛事密集、交流频繁、运动员社交不受控制等都是影响因素。在欧洲足坛,很多俱乐部不仅参加国内联赛,还参加欧洲赛事;很多球员不仅代表俱乐部比赛,还代表国家队比赛,增加了病毒传播风险。

### 云直播、线上赛的“解渴”效应

疫情期间,云端渐成体育赛事新落脚点。

北京时间5月17日,一场撑竿跳高“云对决”上演。利用自家庭院或训练场搭建的临时设施,里约奥运会女子撑竿跳高冠军斯特芬迪、两届全美冠军内戈特和英联邦运动会冠军纽曼分别在希腊、美国和加拿大上演隔空对决。这场被称为“终极花

园对抗”的线上赛在世界田联官网吸引了约15万人观看。

F1官方也在疫情期间组织了一场线上虚拟大奖赛。20名选手中有7名现役车手,最终中国车手周冠宇获得季军。

除了赛事“上网”,运动员和队伍也开始在封闭的日子里直播队内比赛、训练。从国羽线上直播与四川队的交流赛,到天津女排直播队内训练课,到张继科与退役国手侯英超的线上对抗赛……屏幕两端,运动员拉近了与粉丝的距离,借助外界反馈对自己备战产生激励、督促效果。同时,观众也在“自由视点”等直播技术应用中获得全新观赛体验。

“体育与新技术的结合,对体育本身很有意义。”北京体育大学副校长张健认为,运动员线上比赛、观众线上观赛的真实性、体验感、参与性等,是值得继续探讨和创新的课题。

### 线上“大比武”促全民健身素养提升

大众体育赛事方面,传统的马拉松、自行车等赛事纷纷转入线上。数据显示,截至10月初,国内线上马拉松活动达368次,参与线上跑步的有5200万人次。

杭州师范大学体育与健康学院教授杨明认为,这种趋势体现了体育赛事在“互联网+”时代不断演进,无缝融入大众生活,从而实现体育生活方式互联网化,“这种模式的意义在于拓展了体育运动空间”。

体育赛事借助互联网向日常生活场景的延伸,以及疫情让健康生活理念更加深入人心,催生了各种线上“大比武”。“云”跳绳比赛、“云”平板支撑挑战、武术“云”挑战,甚至“云运动会”在各地层出不穷。张庆认为,这些比赛的意义不单单是将赛事内容放到云端,还在于提供了一个体育教育平台,一些主办方联手运动专家提供科学健身的视频指导,“对提升普通人的科学健身素养,起到了重要的启蒙作用”。

居家“云竞赛”增多引发消费行为变化,产业新契机随之出现。除了跑步机等传统健身器械零售额增长,《健身环大冒险》等将健身与游戏相结合的体感交互产品也在疫情中觅得商机。上海体育学院教授黄海燕说,互联网健身升温,智能化产品火热,线上线下联动成为新趋势,随之给企业带来更多新商业模式。

“疫情改变了需求,从而改变了供给,供给又会进一步促进健身消费习惯的稳固,这是疫情后值得关注的变化。”黄海燕说。

(新华社)