

# 世巡赛是贯穿整个赛季的故事

## ——专访国际滑联首席商务及营销官李皎

新华社记者 李东宁 曾爱博 采访

2024—2025赛季国际滑联短道速滑世界巡回赛北京站12月8日在首都体育馆落幕。新上任的国际滑联首席商务及营销官李皎在比赛期间接受记者采访时表示，短道速滑项目是国际滑联改革的“排头兵”，本赛季新推出的世巡赛由世界杯升级而来，努力呈现激动人心的赛事，开展内容丰富的商业运营，从而让整个赛季更有“故事性”。

### 精彩赛事吸引年轻群体

今年6月，国际滑联提出了“2030前景计划”，旨在通过改革创新，更好地服务运动员，让比赛更精彩、更贴近年轻群体。

“国际滑联主要负责短道速滑、速度滑冰、花样滑冰、队列滑这四个项目。为了让比赛更新颖，我们改革的第一步就选择了短道速滑，因为这也是年轻人很喜欢的运动，拥有很大的发展潜力。”李皎说。

从世界杯升级到世巡赛，每赛季6站比赛，最终的水晶球奖不仅设置男子、女子个人奖项，还增设了团体奖项。李皎说：“世巡赛强调‘队伍’的概

念，选手们都拧成一股绳，为了同一个目标而努力，这对运动员是一种激励。”

与世界杯相比，世巡赛的另一大变化是每位选手可以报满三项，而原来只能报两项。李皎认为，参加三项比赛对于运动员的体能是很大的挑战，但是同时也意味着顶尖运动员在同一个项目上短兵相接的机会更多了，比赛的观赏性更强，也更具有故事性。

“通过赛事和文化传播持续扩大冰迷群体是我们的主要目标，其中青少年是关注重点，他们代表着希望和未来。”李皎说。

### 赛事文化提升商业价值

在世巡赛上，每支参赛队伍都将各自国家和地区的文化融入队伍标识和队服设计，例如“中国龙队”“韩国白虎队”“美国鹰队”“荷兰狮队”。

李皎介绍，确定队伍标识是一个非常漫长的过程，国际滑联为每支参赛队伍准备了三个备选标识，充分考虑各自的历史文化，经过多次协商，最终共同确定队伍标识和队服设计。

“各支队伍特色鲜明的标识，不仅增加了赛事话题性，吸引众多冰迷的目光，更为特许商品开发提供了一个新的渠道和途径。”李皎说。

在北京站的比赛中，李皎惊喜地发现冰迷对短道速滑项目非常了解。她说：“我开始以为中国观众主要关注中国运动员，但是我们发现很多冰迷都能叫出荷兰、韩国等其他队伍选手的名字，甚至是他们的昵称。冰迷们的支持对于国际滑联和短道速滑项目而言，都是巨大的财富。”

李皎表示，本次赛事宣传在传统媒体以高水平推广的基础上，大量应用社交媒体和短视频进行传播，无论是内容丰富度还是影响力等方面都有进一步的提升，共同推动冰雪运动普及。

### “双奥遗产”成为宝贵财富

承办本站世巡赛的首都体育馆是“双奥场馆”，在2008年北京奥运会时承办排球比赛，也是2022年北京冬奥会短道速滑和花样滑冰比赛的举办地。

在6日的混合团体接力四分之一决赛中，加拿大队打破了此前由韩国队保持的该项目世界纪录。而上周在国家速滑馆“冰丝带”举办的国际滑联速度滑冰世界杯北京站的比赛中，美国选手斯托尔兹刷新了男子500米和男子1000米两项场地纪录。

“对于运动员来说，再次回到奥运场馆比赛是非常有意义的一件事情，这样的经历激动人心。”李皎表示，“双奥遗产”不仅包含场馆等硬件

设施，还包括人才软实力，北京在赛事组织、媒体运营、后勤保障等方面做得非常出色，希望未来有更多赛事可以落户“双奥之城”。

据了解，国际滑联目前与国家体育总局冬季运动管理中心共同推动裁判员、工作人员的培养。“本站世巡赛有多位中国裁判在与外籍裁判的合作中不断积累经验，对于中国冰雪运动发展有很强的推动作用。”李皎说。

本站比赛，主场作战的“中国龙队”收获了男子500米、混合团体接力、男子5000米接力三枚金牌。李皎表示，中国运动员的优异表现点燃了现场观众们的热情，期待看到中国队在接下来的比赛中再创佳绩。



12月7日，中国选手孙龙在比赛结束后庆祝。  
新华社记者 鞠焕宗 摄

12月7日，参赛选手在比赛中。  
新华社记者 鞠焕宗 摄

12月8日，冠军中国队（中）、亚军韩国队（左）和季军荷兰队在颁奖仪式上合影。  
新华社记者 鞠焕宗 摄