

大庆冰上龙舟赛事品牌培育的模式创新与实践探索

国英男

大庆医学高等专科学校人文社科部, 黑龙江 大庆 163712

摘要: 冰上龙舟作为寒地特色体育项目的典型代表, 兼具竞技性、观赏性和参与性, 是推动“冰天雪地也是金山银山”实践转化的重要载体。本文以大庆冰上龙舟赛事为研究对象, 立足“天然百湖之城”的资源禀赋, 系统梳理赛事发展历程与品牌培育现状, 深入分析品牌辨识度不足、赛事体系单一、市场化程度不高等现实困境。在此基础上, 从文化基因植入、赛事体系构建、市场化运营、人才保障、政策支持五个维度提出“五位一体”的品牌培育模式创新框架, 并结合“冰超”联赛的实践探索进行验证。研究表明, 大庆冰上龙舟赛事品牌培育的核心在于将地域文化基因转化为品牌核心竞争力, 通过构建三级赛事体系、推进标准化建设、创新运营机制, 实现从“年度邀请赛”向“常态化品牌”的转型升级, 为寒地特色体育项目品牌培育提供可复制的实践范式。

关键词: 冰上龙舟; 赛事品牌; 模式创新; 大庆冰超; 寒地体育

DOI: 10.64649/yh.shfzykjc.issn3078-8994.202605019

0 引言

党的二十大报告明确提出“加快建设体育强国”, 习近平总书记多次强调“冰天雪地也是金山银山”, 为寒地冰雪经济发展指明了方向。黑龙江省第十三次党代会将冰雪经济列为四大经济发展新引擎之一, 明确提出打造“冰天雪地也是金山银山”实践地。在此背景下, 大庆市委市政府将冰雪经济作为城市转型发展的重要抓手, 于2025年12月创新推出首届冰雪运动超级联赛(简称“冰超”), 以“冰雪大庆·龙马精神”为主题, 拉开贯穿整个冰雪季的系列文体旅活动帷幕。

冰上龙舟作为传统龙舟运动与寒地冰雪资源有机融合的创新产物, 兼具竞技性、观赏性和参与性, 是寒地特色体育项目的典型代表。大庆素有“天然百湖之城”美誉, 自2019年首次举办“龙腾百湖”迎新年冰上龙舟邀请赛以来, 已连续举办八届赛事, 逐步形成了“世界冰龙看中国、中国冰龙看龙江、龙江冰龙看大庆”的独特体育文化名片。2022年, 该赛事获评中华体育文化优秀节庆项目称号; 2023年, 中国少数民族体育协会冰上龙舟委员会在大庆成立, 标志着大庆在全国冰上龙舟运动发展中的引领地位。

然而, 对照品牌赛事培育的更高要求, 大庆冰上龙舟赛事仍存在品牌辨识度不足、赛事体系单一、市场化程度不高等问题。本文旨在系统分析大庆冰上龙舟赛事品牌培育的现实基础与问题困境, 构建品牌培育模式创新框架, 并结合“冰超”联赛实践探索进行验证, 为寒地特色体育项目品牌培育提供理论参考与实践

借鉴。

1 大庆冰上龙舟赛事品牌培育的现实基础

1.1 独特的资源禀赋

大庆发展冰上龙舟赛事具有得天独厚的自然条件和区位优势。一是冰面资源丰富。大庆素有“天然百湖之城”美誉, 拥有黎明湖、万宝湖等大小湖泊数百个, 水域总面积超300平方公里。冬季漫长, 年均结冰期长达5个月以上, 冰层厚度稳定在50厘米以上, 为冰上龙舟提供了广阔安全的天然冰面, 具有分布广、成本低、可持续性强等优势, 可同时满足专业赛事和群众体验需求。二是赛事场地日臻成熟。万宝湖龙舟冰雪乐园已建成标准化冰上龙舟赛道, 配备专业起点装置、终点计时系统、安全隔离设施和观赛区域, 具备承办国家级赛事条件。连环湖、黎明湖等场地逐步完善, 形成以万宝湖为核心、多点协同的场地格局。三是交通区位优势明显。大庆地处黑龙江西部, 是中心城市, 哈大齐高铁、大广高速、绥满高速等贯通全境, 从哈尔滨乘高铁约1小时可达。萨尔图机场开通至北京、上海、广州等主要城市航线。2026年第八届赛事吸引全国22支队伍参赛, 充分印证了大庆的区位吸引力。

1.2 扎实的赛事基础

大庆拥有丰富而独特的文化资源, 为冰上龙舟赛事品牌培育提供了深厚的文化土壤。一是石油文化底蕴深厚。大庆因油而生, 孕育了以“爱国、创业、求实、奉献”为核心的大庆精神和铁人精神。铁人“有条件要上, 没有条件创造条件也要上”的拼搏精神, 与龙舟运动

“同舟共济、齐心协力”的团队精神高度契合。将石油文化植入赛事，能够赋予其独特精神内核，唤起市民情感共鸣，使赛事成为弘扬城市精神的重要载体。二是冬捕渔猎文化源远流长。杜尔伯特蒙古族自治县拥有悠久的冬捕传统，冰雪渔猎那达慕已连续举办多届，“祭湖醒网”仪式蕴含着敬畏自然、感恩馈赠、祈福丰收的丰富文化内涵。该仪式与冰上龙舟赛事有机融合，可形成独具特色的赛前开场仪式，打造“龙舟竞渡+冬捕体验”的复合产品，既传承了传统文化，又增强了赛事的仪式感和观赏性。三是工业遗产资源丰富。大庆作为重要石油工业基地，拥有铁人王进喜纪念馆、大庆油田历史陈列馆、石油科技馆等丰富工业遗产。这些资源可与赛事联动开发“观赛+工业研学”特色产品，为赛事注入教育内涵和文化厚度，实现体育赛事与工业文化的有机融合。

1.3 有力的组织保障

一是政府高度重视。大庆市委市政府将冰雪经济作为城市转型发展的重要抓手，将冰上龙舟赛事纳入“冰超”联赛核心赛事体系。2025年12月启动的首届“冰超”联赛，涵盖了冰雪排球、雪地足球、冰上龙舟等七大板块赛事活动，冰上龙舟被定位为“冰超”的特色标杆项目。市政府在赛事经费保障、部门协调联动、安全应急管理等方面给予了强有力的支持，为赛事的顺利举办提供了坚实的组织保障。

二是行业协会支撑有力。2023年12月，中国少数民族体育协会冰上龙舟委员会在大庆成立，这是我国首个冰上龙舟委员会，秘书处设在大庆市龙舟协会。委员会的成立标志着大庆在全国冰上龙舟运动发展中确立了引领地位，为赛事的专业化、标准化、国际化发展提供了行业指导和技术支持。委员会汇聚了全国冰上龙舟领域的专家学者和资深从业者，可为大庆冰上龙舟赛事提供权威的规则解读、技术培训和赛事认证。

2 大庆冰上龙舟赛事品牌培育的现实困境

2.1 品牌辨识度有待提升

与南方传统龙舟赛相比，大庆冰上龙舟赛的差异化特色尚未充分彰显。一是文化基因挖掘不够深入，石油文化、冬捕文化等地域特色元素与赛事的融合不够紧密。二是视觉形象系统尚未建立，赛事Logo、吉祥物、奖牌等视觉符号缺乏系统设计。三是品牌传播缺乏系统规划，学者研究指出大庆对本土特色体育赛事品牌的宣传力度不足^[1]。

2.2 赛事体系尚不完善

目前赛事以年度邀请赛为主，体系较为单一。一是缺乏层次分明的赛事矩阵，专业赛事、群众赛事、青少年赛事之间的衔接不够顺畅。二是赛事时间跨度短，主要集中在元旦前后，未能实现贯穿整个冰雪季的常态化运营。三是赛事标准化程度不高，竞赛规程、器材标准等方面的规范化建设有待加强。

2.3 市场化运营机制不健全

当前赛事主要依靠政府投入，市场化程度较低。一是赞助体系不完善，商业赞助以单一冠名赞助为主。二是衍生产品开发不足，门票、体验项目、文创产品等尚未形成成熟的商业模式。三是自我造血能力弱，赛事运营对政府资金的依赖程度较高。

2.4 后备人才培养体系缺失

一是校园普及程度不高，冰上龙舟运动在中小学的普及率较低。二是青训体系尚未建立，缺乏系统的选材、训练、输送机制。三是专业人才短缺，教练员、裁判员数量有限，专业水平有待提升^[2]。

3 大庆冰上龙舟赛事品牌培育的模式创新

针对上述困境，本文提出“五位一体”的品牌培育模式创新框架。

3.1 文化基因植入：塑造差异化品牌内核

一是深挖石油文化基因。将大庆精神、铁人精神与龙舟精神有机融合，打造“铁人龙舟”的品牌形象。二是嫁接冬捕文化元素。将杜尔伯特冰雪渔猎那达慕的“祭湖醒网”仪式与冰上龙舟赛前仪式融合，形成独具特色的开场仪式。三是彰显蒙古族风情。在赛事开闭幕式、文艺表演等环节融入蒙古族歌舞、服饰等元素，打造“龙舟竞渡+民族风情”的特色体验。

3.2 赛事体系构建：形成梯次发展格局

一是做强专业赛事，以迎新年冰上龙舟邀请赛为核心，争取承办国家级、区域性锦标赛。二是做大群众赛事，依托“冰超”平台常态化举办职工赛、社区赛、企业团建赛。三是做深青少年赛事，持续办好中学生冰上龙舟联赛，逐步拓展小学组、高校组。四是推进标准化建设，制定竞赛规程、器材标准等规范性文件。

3.3 市场化运营：增强自我造血能力

一是构建分级赞助体系，建立冠名赞助商、战略合作伙伴、官方供应商、赛事支持单位四级赞助体系。二是开发衍生产品，开发赛事门票、冰上龙舟体验项目、技能培训课程、主题文创产品等。三是创新运营模式，探索组建赛事运

营公司,逐步实现从“政府输血”向“自我造血”转变。

3.4 人才保障:夯实可持续发展根基

一是推进校园普及,将冰上龙舟纳入中小学冰雪体育课程,持续开展“赏冰乐雪”“百万青少年上冰雪”系列活动。二是建设青训网络,依托万宝湖龙舟冰雪乐园建设市级青训基地,在有条件的区县布局青训网点。三是加强专业培养,定期举办教练员、裁判员培训班,建立市级人才库。

3.5 政策支持:构建长效保障机制

一是完善组织领导,建立由市政府分管领导牵头的冰上龙舟赛事发展联席会议制度。二是加大资金扶持,设立冰上龙舟赛事发展专项资金。三是完善场地设施,按照国际赛事标准建设标准化赛场,推动场地常态化运营。

4 实践探索与初步成效

大庆市以“冰超”联赛为平台,积极推进冰上龙舟赛事品牌培育的模式创新。一是赛事品牌影响力持续提升,2026年第八届迎新年冰上龙舟赛吸引了22支顶尖队伍参赛,赛事获评中华体育文化优秀节庆项目称号。二是“体育+”融合不断深化,将冰上龙舟赛事与冰雪旅游、民俗文化深度融合,串联起专业赛事、民俗体验、文旅消费的全链条^[3]。三是群众参与日益广泛,持续开展“赏冰乐雪”“百万青少年上冰雪”

系列活动,冰上龙舟成为全民健身的重要载体。四是文化传承创新发展,2026年1月启动“冰上龙舟游边疆”活动,从北极漠河启程至东极抚远,完成为期15天的冰雪文化探寻之旅^[4]。

5 结语

本文以大庆冰上龙舟赛事为研究对象,系统分析了品牌培育的现实基础与问题困境,构建了“五位一体”的品牌培育模式创新框架。研究表明,大庆冰上龙舟赛事品牌培育具备独特的资源禀赋、深厚的文化积淀、扎实的赛事基础和有力的组织保障,但也面临品牌辨识度不足、赛事体系单一、市场化程度不高、后备人才培养缺失等现实困境。“五位一体”的品牌培育模式,即文化基因植入、赛事体系构建、市场化运营、人才保障、政策支持五个维度的系统推进,是破解上述困境的有效路径。大庆市以“冰超”联赛为平台的实践探索表明,通过将地域文化基因转化为品牌核心竞争力,构建三级赛事体系,推进“体育+”融合发展,冰上龙舟赛事品牌培育取得了初步成效。

建议大庆市进一步加快制定冰上龙舟赛事品牌发展规划,深化“冰超”联赛平台建设,持续推进“体育+”融合发展,加大政策扶持力度,将冰上龙舟赛事打造成为大庆冬季城市名片和寒地特色体育项目的标志性品牌,为资源型城市转型注入新动能。

参考文献:

- [1] 包春峰.大庆地区体育赛事品牌传播研究[J].大庆社会科学,2016(4):86-87.
- [2] 李智鹏等.黑龙江省冰上龙舟运动发展的SWOT分析[J].冰雪运动,2020(6):25-28.
- [3] 大庆:做好“体育+”大文章奏响民族团结最强音[N].大庆网,2025-07-07.
- [4] 他们要从中国北极划到东极,用的还是DIY龙舟[N].新华网,2026-01-18.
- [5] 隋超等.我国冰上龙舟发展对策的研究[J].冰雪运动,2020(6):37-41.
- [6] 黑龙江省人民政府.黑龙江省冰雪经济发展规划(2022-2030年)[Z].2022.

作者简介: 国英男(1988.11—),男,汉族,黑龙江省延寿县,副教授,硕士研究生,研究方向:体育教学、体育人文社会学。

项目信息: 大庆市哲学社会科学规划项目研究成果,项目批准号:(DSGB2026018)。