

# 借赛事、融体旅、强设施 激发大众健身运动热情，这些国家有特色

## “邂逅千年波斯”文物精品开展展

本报讯(吴丹 王荣琦)6月30日,“邂逅千年波斯——伊朗文物精品展”在辽宁省旅顺博物馆分馆正式开展。本次展览是东北地区首个波斯文物展,展品为目前唯一一批在海外巡展的波斯瑰宝。

该展览由伊朗文化遗产、旅游和手工业部与中国文物交流中心、大连市文化和旅游局主办。展品来自伊朗礼萨·阿巴斯博物馆、德黑兰大学穆卡达姆博物馆、伊朗玻璃器与陶器博物馆、伊朗地毯博物馆、伊朗国家艺术馆五家博物馆,共计151件/组珍贵文物,涵盖金属器、陶器、玻璃器、波斯地毯等多个门类,系统展示了古代伊朗文明在不同历史时期的物质创造与精神世界。

从阿契美尼德时期“黄金狮首授权环”对纯粹之光的形而上追求,到内沙布尔窑火中淬炼的“库法体陶碗”上匠人的灵动机变,再到内扎米·甘扎维笔下的“爱情故事餐盘”,每一件文物都承载着波斯匠人的精湛技艺与独特审美,也映照出当地的社会生活与民俗风情。

此次展览以文物为媒,让观众得以跨越地域与时空的阻隔,近距离感受波斯文明的独特魅力,也从中窥见古代丝绸之路两大文明往来互鉴的历史印记。

## 从福建泉州到印尼 一曲南音背后的文明交流故事

本报讯(庄利谨)近日,中国—东盟建立对话关系35周年、中国—东盟建立全面战略伙伴关系5周年系列庆祝活动在印度尼西亚首都雅加达举行。在中国驻东盟使团和中国公共外交协会举办的文化开放日活动中,以福建省晋江市南音艺术团为主体组建的泉州文化代表团惊艳亮相。

“南音可以说是此次展演的主线。”晋江市南音艺术团团长陈铭伟告诉记者。步入会场,耳畔便有悠悠南音相随,眼前则是泉州木偶头雕刻、金苍绣、德化白瓷、泉州缠花等非遗手作。雅加达市民平蒂亚在其间流连,衷心感慨:“活动非常精彩,既能观赏地道的曲艺表演,又能领略传统手工艺的匠心,让人近距离感受到中华文明的博大精深。”

“春光明媚,是实好天时。桃红柳绿,茵草如丝……”经典南音曲目《春光明媚》奏响,演出就此拉开帷幕。“我们期待,这曲南音就像一幅画卷,把咱们中国文化展现给全世界。”陈铭伟介绍。曲罢,洞箫独奏、提线木偶、曲艺快板等极具中国风韵、泉州特色的节目接连上演,为观众带来了一场底蕴深厚、韵味独特的中华非遗视听盛宴。

南音,被誉为“中国音乐活化石”。在中国公共外交协会副会长佟晓玲看来,当艺术家们敲响琵琶、吹起洞箫,大家听到的不仅仅是古老的旋律,更是千百年来连接中国与东南亚的海上往来与文化纽带的历史回响。

印尼与中国的跨海往来自古有之,绵延不绝。《宋史》记载,三佛齐(今印尼苏门答腊岛一带)曾多次派使者到访中国。泉州作为宋元中国的世界海洋商贸中心,是必经必居之地。明清以后,随着大量泉州人“过番”下南洋,南音随之漂洋过海,成为海外侨胞寄托乡愁、联结故土的重要精神载体。

如今,南音已然成为两地乡亲沟通交流的桥梁。“演出时,我看到一位印尼观众感动落泪。”陈铭伟透露,当地不少华裔及其他族群的民众,即便不通普通话、不谙闽南语,依旧喜爱南音、主动研习。“他们唱得很好,也渐渐掌握了一些闽南话日常用语。”

在繁忙的展演之余,代表团成员拜访了印尼东方音乐基金会,并参加晋江市南音艺术团·福建南音海外交流中心揭牌活动。据了解,成立于1983年的印尼东方音乐基金会是当地传承、推广南音文化的重要民间力量,吸引了众多当地民众参与其中。

“这是晋江市南音艺术团继菲律宾达沃、塔贡、新加坡、斯里兰卡之后,再次将南音文脉落址海丝重要节点。”陈铭伟期待,随着一个个海外传习交流中心的落地,在泉州国际南音大会唱的舞台上,能见到越来越多的海外南音社团。

舞台之外,跨越山海的文明交流互鉴,时至今日依然在生动延续。中国驻东盟大使王攀指出,2000多年来,正是得益于海上丝绸之路,中国与东南亚国家不仅缔结了深厚的情谊,更编织出绚烂的文明纽带。主管社会文化共同事务的东盟副秘书长山伦表示,期待未来双方能进一步扩大民间往来,让人文交流绽放新光彩。

续举办“神奇的泰拳体验”、世界泰拳拜师礼、泰拳节等活动,把泰拳比赛、传统拳术展示、拜师仪式、训练体验、装备销售和地方旅游、美食推广结合起来。记者曾参加在泰国大城府举行的2025年世界泰拳拜师礼,活动当天吸引超过5000人参加,其中当地民众约3200人,在创造经济收入的同时,带动更多人强身健体。泰国旅游局局长塔佩妮表示,泰国有信心通过举办泰拳赛事和相关活动,把泰拳打造为高质量旅游产品,促进体育与旅游双增长。

## 阿联酋—— 完善体育设施 支持推广运动赛事

在阿联酋迪拜市中心附近的主干道旁,一座占地约1万平方米的充气膜体育馆引人注目。走进这座名为“达禄比体育世界”的场馆,羽毛球、足球、板球等运动项目正热火朝天地进行。“我基本每周都会和朋友一起来打羽毛球,放松休闲的同时也能锻炼身体,而且恒温的场馆让我们在夏天也能轻松运动。”在达禄比体育世界锻炼的当地居民穆罕默德·苏莱曼说。

阿联酋属热带沙漠气候,夏季气温可达40至50摄氏度。炎热的天气让户外运动受到极大限制,室内体育场馆成为当地居民日常运动锻炼的首选。为满足居民对室内体育设施的需求,阿联酋持续增加投入。迪拜体育委员会的数据显示,目前迪拜已拥有专业健身运动中心近500个,各类运动培训学院700余家,可以满足民众多种运动需要。

2023年,阿联酋政府出台“2031国家体育战略”,以进一步促进全民健身运动。阿联酋体育总局局长加尼姆·哈杰里表示:“我们需要加强基础设施建设,支持人才发掘和培养计划,利用先进技术和设施进一步推动阿联酋体育事业发展。”迪拜体育委员会主席曼苏尔·阿勒马克图姆表示,体育在促进民众健康幸福生活方面发挥着重要作用,迪拜将加大体育设施投资,支持推广各项体育运动,促进体育事业可持续发展。

在满足民众日常体育运动需求的同时,完善的体育设施也为迪拜发展赛事经济奠定坚实基础。迪拜每年举办超过百场国际体育赛事和国际训练营等活动,如迪拜赛马世界杯、迪拜网球锦标赛、迪拜沙漠精英赛等。很多选手选择到迪拜进行足球冬训与青训、游泳赛前集训、跳水等项目训练,以及综合体能、康复和赛事备战训练。多支国际足球俱乐部还在迪拜设立基地进行人才选拔和培养。

根据迪拜体育委员会发布的报告,体育产业对迪拜的国内生产总值贡献额已由2014年的60亿阿联酋迪拉姆(1阿联酋迪拉姆约合1.84元人民币),提升到2022年的90亿迪拉姆。根据2025年底发布的《2033年迪拜体育业战略计划》,迪拜计划到2033年将体育产业对国内生产总值的贡献额提升至183亿迪拉姆。迪拜经济和旅游局局长希莱勒·迈利表示,体育运动不仅是民众生活的重要组成部分,还成为带动经济增长的新引擎,有效提升了迪拜的城市知名度。(据6月22日《人民日报》尚凯元 张矜若 任皓宇)

最具活力的“体育之夏”——法国网球公开赛、勒芒24小时耐力赛,以及即将开赛的环法自行车赛等国际赛事接踵而至。

体育正成为越来越多法国人日常生活的重要组成部分。2024年巴黎奥运会的举办,让法国民众对体育运动,特别是法国优势项目的参与度进一步提高。法国体育部在《巴黎奥运会一周年遗产评估报告》中表示,巴黎奥运会不仅提升了法国民众对体育的关注度,还推动体育设施建设、学校体育改革和全民健身政策的落地,为建设“体育国家”注入持续动力。

根据民调机构益普索集团今年年初发布的调查数据,过去10年间,法国人每周用于运动的时间几乎翻了一番,从2015年的每周2小时12分钟增加到2025年的每周4小时12分钟,七成受访民众表示有参加体育运动的习惯。保持身体健康、改善心理状态、拓展社会交往,成为法国民众参与体育活动的主要动力。

长期以来,缺乏运动和久坐一直是影响法国民众特别是上班族和青少年身体健康的重要因素。为此,法国政府近年来不断加强体育推广力度,推进《国家运动健康战略(2025—2030)》,希望通过推广运动改善国民健康状况。

在校层面,法国已全面推广“小学生每日30分钟体育活动”计划,并持续推进“初中生每周增加两小时体育活动”项目。新增体育活动不占用原有体育课程时间,而是由政府出资、联合地方体育协会共同组织,为学生提供足球、田径、游泳、攀岩等多样化运动体验,重点鼓励女学生和残疾青少年参与体育运动。

法国政府还鼓励企业将体育活动纳入员工健康管理。例如,法国电力集团、法国邮政集团等大型企业均设有员工运动项目,通过组织跑步俱乐部、骑行活动、健身课程和健康挑战赛等方式,鼓励员工利用工作间隙开展锻炼。政府则通过税收和社会保障优惠政策,为企业开展相关活动提供支持。不少企业还通过员工福利委员会为职工及其子女提供体育俱乐部会费补贴,帮助更多家庭降低

参与体育运动的成本。法国经济学家朱利安·洛吉耶表示,体育创造了大量无法直接以货币衡量的价值,这些积极效应显著提升了社会福祉。

## 泰国—— 促进体旅融合 吸引游客积极参与

在泰国的普吉岛、华欣等一些热门旅游目的地,设置了丰富的体育项目,比起以观光为主的传统旅游,“体育+旅游”吸引了不少国内民众和国外游客参与。近年来,泰国政府通过与地方旅游业者合作,推出多个专项体育活动,在带动全民健身、增强民众体质的同时,促进旅游业发展。

清迈马拉松就是“体育+旅游”的有益尝试。这项赛事起初旨在吸引外国游客和国际跑步爱好者,近来越来越多的本地居民也参与其中。清迈地方政府和本地企业都鼓励员工参与,并提供训练支持,这进一步提高本地居民运动的积极性。当地酒店也为客人提供赛后后勤保障服务,包括行李寄存、运动补给订购等。主办方还会为参赛者提供美食、按摩等服务,丰富参赛者的体验。

阿松柴是清迈一家旅馆的老板,他说,很多泰国人都在清迈马拉松的激励下,从旁观者成为参与者。他和同行每周都组织集体训练,按照清迈马拉松的路线晨跑。“大家互相鼓励,带动周围越来越多的人运动。”阿松柴说。

除了清迈马拉松,泰国还大力推广传统体育项目泰拳。泰国政府在2024年批准了“泰拳软实力项目”,拨款2.7565亿泰铢(1元人民币约合4.86泰铢),用于泰拳知识体系建设、人才培养、赛事举办、海内外宣传和标准认证等,预计为泰国带来约23.34亿泰铢的收益,并推动泰拳运动触达全球190个国家和地区。目前,泰国全国有超过5000家泰拳训练营和拳馆,外国游客可通过非移民教育类签证,在获得认证的泰拳机构进行最长90天并可延期的系统训练。

为提升“体育+旅游”的吸引力,泰国持

随着美加墨世界杯等赛事热度升温,全民运动热潮在世界多国兴起,越来越多民众走出家门,积极参与自己喜爱的体育运动。世界卫生组织建议,成年人每周应进行150分钟中等强度或75分钟高强度的体育活动以促进身体健康。为持续激发大众健身运动热情,多国因地制宜推出配套举措:法国发挥赛事效应、落实国家运动健康战略,泰国依托本土传统体育项目走出体旅旅游融合发展之路,阿联酋积极完善全域体育设施、大力培育赛事经济。各国多措并举推动全民健身走深走实,释放体育惠及民众、赋能经济的多元价值。

法国——  
借力赛事红利 推进运动健康战略

当前,法国民众在看美加墨世界杯、为“高卢雄鸡”呐喊助威的同时,也迎来一年中

泡泡玛特2025年财报数据显示,公司全年营收达371.2亿元,其中海外收入占比超过四成;蜜雪集团公布的财报显示,2025年蜜雪冰城中国内地以外的门店达4467家,分布在十几个不同的国家和地区。

硬科技“新款”——中国智造日益受到欢

迎。国产品牌电子产品成为外国游客“中国购”的热门品类。安徽省税收数据显示,2025年,境外旅客办理离境退税的电子产品中,57%以上是以华为手机为代表的国产智能设备。

老字号“特别款”——中华文化“焕新”出海。近年来,我国老字号品牌不断创新,以更加年轻、开放的方式融入消费场景,吸引外国游客将“中国风”打包进行李箱。《中华老字号年度发展报告(2025)》显示,2024年,中华

老字号企业实现营业收入超2万亿元,海外营收超过500亿元。

三类“新特产”各展所长,背后是中国企业整体实力的持续增强。“2025中国企业500强”榜单显示,我国千亿元规模企业增至267家,15家企业营业收入突破万亿元。

中国品牌“走出去”,离不开政策“扶一程”。“十五五”规划纲要提出,“强化品牌引领、标准升级、新技术应用,稳定大宗消费,促进消费品更新换代,满足多层次消费需求。”与此同时,免签扩容、离境退税、支付便利等政策接续助力,为外国游客来华消费、中国企业出海发展创造了更多良好条件。国家税务总局数据显示,2025年,办理离境退税的境外旅客数量同比增长305%,退税商品销售额同比增长95.9%。

外国游客行李箱里的“特产清单”,既因中国制造而丰富,又因中国品牌而更加亮眼。(据6月26日《人民日报》申佳平 方经纶)

从茶叶到茶饮,从熊猫玩偶到IP文创,从丝绸瓷器到智能科技……近年来,外国游客的来华“必买清单”不断“上新”。

数据显示,2025年入境外国游客3517万人次,同比增长30.6%,入境游客总花费同比增长39.2%。清单之变,成为观察中国品牌发展的窗口。

新消费“爆款”——中国设计登上世界舞台。在上海,山下有松等国货时尚品牌门店外,常能见到拖着行李箱的外籍游客排队等候。同时,中国新消费品牌正加速走向全球。



位于巴黎20区的奈洛·瓦莱蒂游泳馆为1924年巴黎奥运会专门修建,该游泳馆也是2024年巴黎奥运会运动员训练基地之一,并在赛后继续向公众开放,因为当地民众在该游泳馆游泳健身。尚凯元 摄



文明因交流而多彩  
文明因互鉴而丰富

- 世卫组织建议成年人每周开展150分钟中等强度或75分钟高强度体育活动
- 法国民众周运动时长从2015年2小时12分钟增至2025年4小时12分钟,七成受访民众坚持运动
- 泰拳运动触达全球190个国家和地区,2025年世界泰拳拜师礼活动参与人数超5000人
- 阿联酋拥有近500个专业健身运动中心、700余家运动培训学院,迪拜每年举办超百场国际体育赛事及训练营

随着美加墨世界杯等赛事热度升温,全民运动热潮在世界多国兴起,越来越多民众走出家门,积极参与自己喜爱的体育运动。世界卫生组织建议,成年人每周应进行150分钟中等强度或75分钟高强度的体育活动以促进身体健康。为持续激发大众健身运动热情,多国因地制宜推出配套举措:法国发挥赛事效应、落实国家运动健康战略,泰国依托本土传统体育项目走出体旅旅游融合发展之路,阿联酋积极完善全域体育设施、大力培育赛事经济。各国多措并举推动全民健身走深走实,释放体育惠及民众、赋能经济的多元价值。

## 法国—— 借力赛事红利 推进运动健康战略

当前,法国民众在看美加墨世界杯、为“高卢雄鸡”呐喊助威的同时,也迎来一年中

# 外国游客的来华“必买清单”不断“上新” “新特产”何以圈粉外国游客



从茶叶到茶饮,从熊猫玩偶到IP文创,从丝绸瓷器到智能科技……近年来,外国游客的来华“必买清单”不断“上新”。

数据显示,2025年入境外国游客3517万人次,同比增长30.6%,入境游客总花费同比增长39.2%。清单之变,成为观察中国品牌发展的窗口。

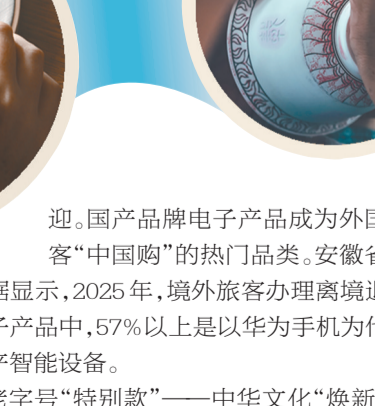
新消费“爆款”——中国设计登上世界舞台。在上海,山下有松等国货时尚品牌门店外,常能见到拖着行李箱的外籍游客排队等候。同时,中国新消费品牌正加速走向全球。



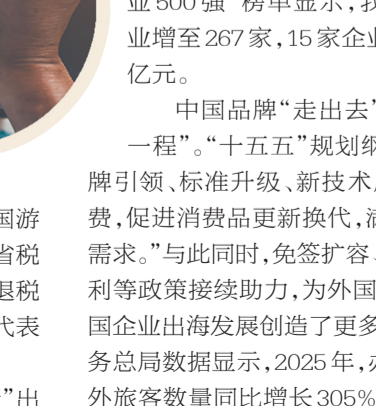
泡泡玛特2025年财报数据显示,公司全年营收达371.2亿元,其中海外收入占比超过四成;蜜雪集团公布的财报显示,2025年蜜雪冰城中国内地以外的门店达4467家,分布在十几个不同的国家和地区。



硬科技“新款”——中国智造日益受到欢



迎。国产品牌电子产品成为外国游客“中国购”的热门品类。安徽省税收数据显示,2025年,境外旅客办理离境退税的电子产品中,57%以上是以华为手机为代表的国产智能设备。



老字号“特别款”——中华文化“焕新”出海。近年来,我国老字号品牌不断创新,以更加年轻、开放的方式融入消费场景,吸引外国游客将“中国风”打包进行李箱。《中华老字号年度发展报告(2025)》显示,2024年,中华

老字号企业实现营业收入超2万亿元,海外营收超过500亿元。

三类“新特产”各展所长,背后是中国企业整体实力的持续增强。“2025中国企业500强”榜单显示,我国千亿元规模企业增至267家,15家企业营业收入突破万亿元。

中国品牌“走出去”,离不开政策“扶一程”。“十五五”规划纲要提出,“强化品牌引领、标准升级、新技术应用,稳定大宗消费,促进消费品更新换代,满足多层次消费需求。”与此同时,免签扩容、离境退税、支付便利等政策接续助力,为外国游客来华消费、中国企业出海发展创造了更多良好条件。国家税务总局数据显示,2025年,办理离境退税的境外旅客数量同比增长305%,退税商品销售额同比增长95.9%。

外国游客行李箱里的“特产清单”,既因中国制造而丰富,又因中国品牌而更加亮眼。(据6月26日《人民日报》申佳平 方经纶)