社会科学与教育 2026年第9期
ISSN: 3079-4420

全民健身视域下新兴群众体育赛事的推广机制探析

姜思岐，贺新家*，向颖，吴佳勋
武汉工程大学体育部，湖北武汉，中国
*通讯作者

【摘要】全民健身高质量发展背景下，飞盘、匹克球等新兴户外运动赛事蓬勃兴起，是丰富群众体育业态、完善公共体育供给、推动地方文体旅深度融合的重要载体。国内新兴群众体育赛事尚处在培育阶段，普遍面临受众圈层固化、多元主体协同不足、场地产业资源薄弱、分层赛事体系缺失、市场化推广滞后等困境。本文以2025年湖北省飞盘公开赛为实证样本，运用文献资料法、半结构化访谈法、参与观察法，结合赛事一手参赛与运营数据，依托SFIC协同治理模型剖析赛事推广矛盾及其背后的共性成因。构建“资源赋能—统筹引领—制度规范—联动落地”四维多元协同推广机制，提出分人群、分场景差异化推广路径，为破解小众体育赛事推广难题、推动国内同类新兴群众体育赛事高质量常态化发展提供理论支撑与实践借鉴。

【关键词】全民健身；飞盘赛事；社会体育赛事；多元推广；协同治理
【基金项目】2025年度第十七届武汉工程大学研究生教育创新基金项目，项目编号：CX2025439。

1.引言

伴随着《全民健身计划（2021—2025年）》等国家级政策的持续落地，我国群众体育事业迈入提质增效、全域覆盖与多元协同并行的发展阶段，在政策层面明确提出鼓励飞盘、匹克球等新兴户外运动项目普及，支持社会力量参与群众体育赛事供给，构建分层分类的全民健身赛事体系。群众体育赛事是我国群众体育事业发展的核心载体，该类赛事以社会多元力量为主要办赛主体，参与门槛较低且社交属性突出，对完善全民健身服务供给、激活区域文体旅游消费具有重要价值。[1]国内不同类型新兴群众体育赛事发展进度存在差异，部分赛事虽具备良好政策环境，但在受众拓展、主体协作以及市场培育等方面仍存在明显短板。

飞盘运动凭借低门槛、高安全性、强社交属性、体能适配分层性等特征，契合当代青年休闲健身与社交需求，迅速成为国内新兴户外运动的标杆项目。[2]湖北省飞盘运动发展具备较好实践基础，省内已经形成校园赛事、省级巡回赛事与专业竞技梯队协同发展的实践格局，部分创新办赛模式获得国家体育总局认可。该赛事个案所暴露的问题，折射出当前我国新兴群众体育赛事在大众化推广中普遍遭遇的现实约束。基于此，本文将群众类新兴体育赛事的多元协同推广机制确立为核心研究对象，选取2025年湖北省飞盘公开赛作为实证分析样本，该届赛事吸引国内多省份共15支参赛队伍、285名选手参赛。通过对该真实案例开展实证考察，从中提炼共性问题与可复制经验，为研判国内新兴群众体育赛事推广困境提供具象观察样本。

2.湖北省飞盘公开赛实证考察及新兴群众体育赛事的现实困境

本研究综合多渠道资料开展案例剖析：通过文献资料法系统梳理国家与省级层面全民健身、户外运动产业及协同治理领域的政策文件与学术文献，搭建研究的理论与政策基础；借助半结构化访谈对省级体育主管部门工作人员、赛事运营从业者、飞盘行业推广负责人、高校体育教师以及本土俱乐部管理者开展调研，收集赛事推广、资源供给与主体协同环节的一线现实信息；采用参与观察法，以承办单位实习人员身份完整参与2025年湖北省飞盘公开赛（黄冈站）赛事筹备、现场执行以及宣传推广的全流程，积累田野一手资料。结合赛事完整报名数据与运营资料，对该赛事推广过程中的现实表现展开剖析，由个案表现推导国内新兴群众体育赛事的共性矛盾与深层成因，最终构建适配新兴体育赛事多元推广机制，为同类赛事发展提供实践参考。

2.1 赛事运行概况与推广层面的现实表征

目前，湖北省已经构建起“国家级分站赛—省级巡回赛—校园联赛—城市民间周赛”

四级联动的飞盘赛事体系，湖北省飞盘公开赛作为省级核心群众体育赛事，已经形成由主管单位宏观统筹、行业协会监督管理、专业企业落地执行、多方单位协同协办的组织分工，赛事现场保障与竞赛执行工作已经具备较高成熟度。[3,4]但从推广普及的效果来看，该赛事传播渠道高度依附高校社群与运动圈层私域流量，面向普通社会大众的公域传播能力相对不足，由此形成“赛时热度集中释放，赛后影响力快速消退”的发展特征，赛事结束之后社群维护、用户留存以及常态化大众普及活动的供给存在明显缺位，难以完成从单次赛事举办向运动项目社会普及的转化。该个案反映的问题并非飞盘赛事独有，折射出国内不少新兴群众体育赛事普遍“重竞赛落地、轻大众推广”的价值取向。

2.2 基于参赛数据的受众结构实证分析

依托 2025 年湖北省飞盘公开赛 285 份有效参赛报名表，对参赛群体人口统计学特征开展统计分析，统计结果如表 1 所示。

表 1.2025 年湖北省飞盘公开赛参赛人员人口统计学特征

维度	分类	人数	占比（%）
性别	男性	160	56.14
	女性	125	43.86
年龄段	20 岁以下	32	11.23
	21-25 岁	96	33.69
	26-30 岁	83	29.12
	31-35 岁	44	15.44
	36-40 岁	26	9.12
	40 岁以上	4	1.40

注：参赛人员年龄区间 18-43 岁，平均年龄 26.97 岁，年龄中位数 26 岁。年龄采用 5 岁区间分段，旨在精准区分在校青年、青年职场、中年职场群体的参与差异；40 岁以上样本量较小，故合并为单一组别。

数据来源：2025 年湖北省飞盘公开赛（黄冈站）参赛报名表汇总。

统计结果表明，受飞盘低身体对抗特点与混合赛制的影响，赛事性别参与结构较为均衡，未形成显著的性别参与壁垒。但参赛年龄分布呈现显著的圈层集中特征，21-30 岁青年群体合计占比达到 62.80%，构成赛事的参与主体。同时赛事宣传较少触达中老年群体，进一步压低该群体报名占比，40 岁以上群体占比仅为 1.40%，青少年群体参与规模同样处于较低水平。造成这一格局的原因主要有两方面，一方面当前赛事以竞技极限飞盘为主要竞赛形式，对参与者跑动耐力有一定要求，与中老年群体低强度休闲健身需求适配度不高。另一方面中小学飞盘普及课程供给不足，面向青少年群体的轻量化趣味赛事较为稀缺，低龄群体缺少常态化参赛渠道。该样本呈现的受众圈层固化现象，集中体现出国内新兴群众体育赛事普遍面临的全龄普及难题。

2.3 基于 SFIC 模型的赛事推广困境成因解析

本文依托协同治理模型 SFIC（Starting Conditions-Facilitative Leadership-Institutional Design-Collaborative Process），从启动条件（S）、催化领导（F）、制度设计（I）、协同互动（C）四个维度解释多元主体协同过程中的阻滞因素。下文以湖北省飞盘公开赛作为观察切口，拆解其内部矛盾，并由此阐释我国新兴群众体育赛事推广过程中的共性制约因素。

2.3.1 启动条件薄弱（S）：赛事推广基础资源存在结构性缺口

资源禀赋是新兴群众体育赛事开展多元推广的前置基础。以本次湖北省飞盘公开赛的办赛实践来看，在政策层面，现有全民健身相关文件多为宏观方向引导，缺少面向小众新兴运动项目的专项扶持细则，场地开放激励、办赛补贴、市场主体培育等精准政策工具供给不足。[5]在场地层面，标准化专项运动场地存量有限，多数赛事需要依托足球场地临时改造开展，不仅抬高办赛综合成本，也制约面向普通群众的日常体验活动落地。在产业与人才层面，本土专业化赛事运营机构数量有限，市场力量赋能赛事发展的能力偏弱，裁判、教练以及赛事运营人员的常态化认证培育体系尚未完全建立，专业人才储备不足的问题进一步限制赛事规模化与大众化推广。资源与资金投入不足是造成中小型体育赛事市场推广成效受限的首要因素，从根源上约束赛事推广的覆盖广度与实施效果[6]上述资源短板，也是国内多数新兴群众体育赛事共同面临的现实困境。

2.3.2 催化领导缺位（F）：多元主体长期普及统筹引领不足

湖北省飞盘公开赛虽已搭建多级办赛组织架构，但各主体协作多局限于单次赛事内部的事务性分工，尚未建立服务于项目长期普及的常态化统筹机制。主管部门的工作重心集中在宏观政策指导层面，缺少针对赛事

大众推广的专项部署；承办单位受人力与成本条件约束，工作重心主要集中在赛事现场落地执行，很难兼顾赛后品牌传播与大众普及等延伸工作。与此同时，赛事整体呈现“高投入、低回报”的运行特征，收入渠道相对单一而办赛成本居高不下，难以获得合理收益回报，削弱市场主体参与协同推广的内生动力，最终使得多元主体协作停留在单次办赛的短期合作层面。该现象反映出国内同类新兴体育赛事普遍存在的问题：办赛容易，但面向大众普及的长效统筹机制缺失。

2.3.3 制度设计缺失（I）：协同运行规范化保障体系有待完善

标准化制度体系是赛事实现长效协同推广的根本保障。从湖北省飞盘公开赛运行实践来看，当前政府、协会、高校以及市场主体之间的权责边界较为模糊，协作流程、资金管理、商业合作以及绩效激励等配套制度建设存在明显短板。实践中存在部门指令交叉重复、赛事补贴审批发放周期长、商业合作缺乏标准化契约等问题，对赛事公信力和市场主体合作意愿造成负面影响。赛事各类筹备协调工作多采取“一事一议”的临时性处置模式，尚未形成标准化办赛流程模板、推广效果评估体系以及运营激励机制，使得赛事推广工作呈现碎片化、短期化特征。制度供给不足并非个案，是制约我国新兴群众体育赛事走向规范化推广的重要原因。

2.3.4 协同互动不足（C）：圈层壁垒与基层下沉推广阻滞

常态化协同互动是实现赛事全域推广落地的关键支撑。传播渠道是信息从一方传递到另一方的手段和方法，主要包括大众传播和人际传播[7]。不同渠道对创新的扩散速度和范围产生差异化影响：人际传播扩散速度快，但覆盖范围有限；大众传媒传播广度突出，但说服效果相对薄弱。罗杰斯认为两类传播渠道需要有机结合方可实现最优的推广成效，贵州“村超”的赛事推广实践正是两类渠道协同发力的典型代表[7]。回到湖北省飞盘公开赛的推广实践：线上尚未搭建完整的全媒体运营矩阵，缺乏专业运营团队与系统性宣传方案，传播流量高度局限于运动爱好者圈层，难以向普通社会公众实现破圈传播。线下尚未构建政府、社区、高校、文旅机构之间常态化联动推广渠道，面向基层群众的公益体验类活动供给不足。除此之外，赛后用户留存相关工作存在缺位，缺少用户回访、社群运维以及常态化大众活动组织等配套举措，赛事热度会随着赛事结束快速衰减，难以构建“办赛—传播—普及—留存”的完整推广闭环，形成圈内热度高、社会大众认知不足的局面。

综上，湖北省飞盘公开赛在资源条件、主体统筹、制度建设、协同互动等层面暴露出的一系列矛盾，并非该个案特有，集中反映出国内新兴群众体育赛事在培育阶段普遍遭遇的发展约束。

3.新兴群众体育赛事四维多元协同推广机制与实施路径

结合湖北省飞盘公开赛的实证分析结论，以 SFIC 协同治理模型内在逻辑为分析依据，从个案实践提炼可迁移的通用逻辑，面向国内新兴群众体育赛事的共性发展诉求，构建“资源赋能—统筹引领—制度规范—联动落地”四维多元协同推广机制，并嵌入政策、人才、资金、数字化配套保障，以此回应受众圈层固化、主体协同不足、基础资源薄弱等现实问题。

3.1 四维多元协同推广机制的整体构建

对应 SFIC 模型启动条件、催化领导、制度设计、协同互动四大维度，本文构建“资源赋能—统筹引领—制度规范—联动落地”四维多元协同推广机制。

资源赋能机制：应当针对新兴群众体育赛事出台专门性扶持政策，政策设计需要兼顾不同地域、不同社会群体的现实需求。[6]从政策、场地、人才、资金等维度搭建新兴群众体育赛事发展的物质支撑。地方层面应当推动新兴户外运动专项扶持细则落地，简化社会力量办赛审批流程，完善各类激励配套政策；充分盘活校园、城市公园以及公共体育场馆的闲置场地资源，缓解专项运动场地供给不足的压力；依托区域内高校教研资源搭建“培训—认证—实践”一体化人才培育路径，建立区域性专业人才储备库；通过整合全民健身专项资金、体彩公益金与社会资本，形成多元分担的资金保障模式，为小众群众体育赛事的培育提供基础条件。

统筹引领机制：重在搭建服务于运动普及的常态化多元共治网络，改变过去仅围绕单次赛事开展协作的工作模式。由省级社会体育管理机构统筹本区域新兴群众体育赛事的整体发展布局，行业协会承担跨地市资源协调与赛事统筹职能，各地市体育主管部门与本土运营企业负责地方赛事落地与大众普

及工作，同时吸纳文旅企业、媒体平台、商业品牌进入协同体系。通过建立季度常态化联席会议制度，推动各主体实现发展目标对齐、资源信息互通，将多元主体的协作由单次赛事执行延伸至项目长期推广全过程。

制度规范机制：以厘清各参与主体权责边界为出发点，完善协同运行的规则体系。统一赛事协作流程、资金审批时限以及商业合作契约模板，补齐分层办赛、校企合作、运营激励、推广效果评估等相关制度，缩短赛事补贴与奖金的发放周期，切实保障参赛者与市场合作主体的合法权益，依靠制度化安排弱化“一事一议”带来的短期化弊端，提升新兴群众体育赛事整体运行的稳定性与可预期性。

联动落地机制：致力于打造线上线下一体化的全域推广闭环。线上依托短视频平台、官方媒体与高校新媒体资源搭建全媒体传播矩阵，针对不同群体的健身特征制作分层宣传内容，以此突破爱好者圈层壁垒；线下推动赛事相关体验活动持续向校园、社区、文旅场景下沉；同时借助数字化工具完善社群运维、受众反馈等工作，实现赛事结束之后的用户留存，真正发挥赛事带动项目社会普及的功能。

3.2 分人群与分场景的差异化推广路径

针对新兴群众体育赛事普遍存在的受众窄化困境，应当跳出单一竞技办赛的思维局限，结合不同人群、不同场景的现实条件采取差异化推广策略，推动小众运动向全龄化大众体育方向拓展。湖北省飞盘公开赛参赛群体结构特征也印证了差异化供给的必要性，该路径同样具备向匹克球等其他群众新兴项目迁移应用的价值。

3.2.1 分人群精准推广：夯实全龄赛事供给基础

针对不同年龄群体运动能力与健身诉求的差异，构建分层分类的赛事与活动供给体系。对于 21-30 岁核心青年群体，保留竞技类赛事供给，通过校际联赛、城市积分赛稳固核心参与基本盘；面向青少年群体，依托中小学课后服务与校园社团植入轻量化体验课程，开展校园趣味赛事，夯实项目后备参与基础；面向 40 岁以上中老年群体，剥离高强度竞技竞赛内容，重点推广掷准飞盘等低强度康养型运动形式，依托社区 15 分钟健身圈开展公益体验活动，以此落实全民健身全龄覆盖的发展要求。[8]

3.2.2 分场景全域推广：挖掘赛事体旅融合价值

新兴体育项目的社会功能主要体现在社交场域、身份认同和融入校园活动等方面。[9]依托多元场景拓展新兴群众体育赛事的普及边界，释放赛事在公共服务与消费激活层面的综合价值。在校园场景持续深化体教融合，完善“课堂普及—社团训练—校级竞赛—省级晋级”的阶梯式培育链条，持续输出参与人群与专业人才；社区场景落实全民健身“五到五边行动”，借助“五社联动”推动飞盘运动下沉基层社区，常态化开展周末公益体验、大众趣味赛事，提升普通民众认知度与参与度。[10]在文旅场景整合公园、郊野营地、景区资源，打造赛事嘉年华、主题体验活动，培育本土特色赛事 IP，以此激活区域文体旅消费动能。

4.结论

全民健身高质量发展背景下，飞盘、匹克球等新兴群众体育赛事普遍面临受众圈层固化、主体协同不畅、资源制度保障缺位、市场化运营不足等现实困境，项目大众化普及进程受到制约。本文以 2025 年湖北省飞盘公开赛为实证案例，结合参赛统计数据、半结构化访谈与参与观察资料，依托 SFIC 协同治理模型解析赛事推广的内在矛盾，研究表明，新兴群众体育赛事的推广阻滞是资源供给、主体统筹、制度建设、协同互动多重维度共同失效形成的系统性问题。据此构建“资源赋能—统筹引领—制度规范—联动落地”四维多元协同推广机制，提出分人群、分场景的差异化推广路径。本研究立足个案实践提炼新兴群众体育赛事的共性发展逻辑，突破单一赛事执行的研究视角，兼顾竞赛组织与大众普及双重目标，可为国内同类新兴群众体育赛事破解“圈内热、圈外冷”现实困境提供实践借鉴，亦为全民健身公共服务体系提质扩容提供理论参考。

受研究条件约束，本研究属于单案例实证分析，结论外部效度存在一定局限，访谈样本体量有限，尚未开展面向普通社会公众的大样本量化调查，所构建的协同推广机制也未经过多场景实践检验。后续可拓展调研地域与运动项目类型，开展多案例比较研究，结合问卷调研补充受众感知的量化证据，探索构建赛事推广成效评价指标体系，持续优化该机制的实践适配水平。

参考文献

[1] 殷子骏，朱菊芳，刘东升，等.群众性体育赛事社会创新的运行逻辑、现实阻滞与推进策略[J].体育学研究，2026，40（3）：48-60.
[2] 李爽.极限飞盘赛事推广对城市经济建设的促进研究[J].文体用品与科技，2023，（14）：22-24.
[3] 王衡.“湖北体彩”飞盘队包揽 FA1 组冠亚军[EB/OL].https://news.hubeidaily.net/mobile/c_5305210.html
[4] 湖北省体育局.第三届中国飞盘联赛（湖北仙桃站）圆满落幕，新潮运动赋能“体操之乡”[EB/OL]. https://www.sport.gov.cn/n14471/n14488/n14525/c28852575/content.html
[5] 丁雷.中小型体育赛事市场推广乏力的原因与策略探讨[J].文体用品与科技，2026，（1）：22-24.
[6] 张世杰，高小均.我国群众体育赛事政策特征分析及提升策略——基于政策工具和发展要素双重视角[J].福建体育科技，2026，45（4）：7-14.
[7] 李龙，李卫东，刘宇航.创新扩散理论视域下乡村体育赛事推广路径研究——以贵州“村超”为例[J].南京体育学院学报，2024，23（6）：45-52.
[8] 姚晓丹，侯亚琴。新兴体育项目推广下学校体育中开展极限飞盘项目的实践研究——以西安市为例[C]//陕西省体育科学学会，陕西省学生体育协会.第二届陕西省体育科学大会论文摘要集（专题四）.2024：119-125.
[9] 魏金婕，张强，徐杰忠，等.新发展理念下我国新兴体育项目培育的价值遵循、现实困囿及实践方略[J].浙江体育科学，2026，48（4）：1-8.
[10]丁洁，刘华。社区体育社会组织能力建设过程中的协同治理模式研究：基于 SFIC 理论[C]//中国体育科学学会.第十二届全国体育科学大会论文摘要汇编——墙报交流（体育社会科学分会）.2022：6115-6117.