

# 中国田径大众达标系列赛

## 宣传手册

### (2024 版)

赛事宣传在赛事中发挥着重要的作用，它不仅有助于提高赛事的知名度和影响力，还能够吸引更多的观众和赞助商参与其中。达标赛倡导在满足基本宣传需要的基础上，因地制宜，根据自身赛事特色开展宣传工作。

为进一步协助和规范大众达标系列赛各赛事组委会的宣传工作，明确各组委会赛前、赛中宣传工作，及赛后须向中国田径协会报送的赛事宣传材料及具体要求，确保系列赛整体宣传效果，依据《中国田径协会大众田径健身达标活动管理办法》《中国田径协会大众田径健身达标赛事办赛指南》和《中国田径大众田达标系列赛赛事申办指南》，特制定本宣传手册，并附参考范例下载。

#### 一、适用范围

本宣传手册适用于 2024 中国田径大众达标系列赛。

#### 二、宣传参考案例

关注“中国大众田径”微信服务号，回复“宣传范例”，即可查阅宣传、2024VI 手册、赛事宣传视频、“干净跑道”宣讲素材、优秀宣传范例，可依照开展工作。范例也将根据各赛事提交的素材，实时更新。

#### 三、赛前宣传

##### (1) 确认赛事主视觉

赛事获得中国田径协会批复函后，负责人应及时在中国大众田径成绩查询平台 <https://dzhy.ydfuture.com/#/home> 建立赛事。后台上传主视觉图片前，建议与中国田径协会确认，并依据确认版制作主背板。主背板制作时应充分考虑材质、

颜色，避免出现偏差。如**赛事名称、主视觉使用不规范**，协会不予对**赛事报道**，**同时将影响赛事评审打分**。

## **(2) 招募与宣传筹备**

赛事招募时期，主办方应充分联系当地俱乐部、跑团、学校、社区、工会等，吸引选手参加比赛，可撰写宣传文章、绘制海报、制作视频在媒体平台发布。

根据报名情况和赛事特点，宣传负责人应对赛事宣传亮点提前规划。提前设计宣传角度，规划采访问题，编写拍摄脚本，并做针对性宣传。在上传中国田径协会的赛事方案中，可简要陈述赛事宣传亮点，协会将进行评估，作为赛事评审加分参考项。

### **参考宣传亮点如下：**

- 儿童、亲子、多次参与比赛的选手；
- 外籍选手参赛或观赛，围绕对外交流进行报道；
- 少数民族选手参赛，可围绕民俗特色记录拍摄；
- 特定职工群体参赛，如消防员、公安或职工运动会；
- 田径（跑步）指导员参加比赛，并现场指导选手；
- 亲子接力、男女接力赛等；
- 赛事开展市集、文化节、摄影节，拓展体育+边界；
- 邀请知名现役或退役运动员，参与表演赛，或开展公开课指导选手；
- 开展锻炼标准项目，号召社区、路人参与，体现全民健身氛围；
- 比赛尝试残健融合，邀请听障人士、轮椅选手参赛；
- 比赛邀请专业康复团队，赛事期间跟拍选手体验。

## **(3) 舆情风险**

赛事筹备期间，赛事负责人也应对赛事的舆情风险进行评估，规避问题。并配备工作人员，对可能发生的选手争议妥善处理。

### **舆情风险预案清单（供参考）**

- 开闭幕式表演中，部分演出曲解传统文化、少儿演出过于成人化；

- 奖牌数量不足，引起投诉；
- 观众现场报名，导致分组混乱，引发争议；
- 赛事组织选手线上人气评选，出现刷票作弊现象；
- 工作人员言语激烈，与选手产生摩擦；
- 选手发表负面言论、视频，引发网络舆情。

#### 四、赛中宣传

赛中宣传工作包含对宣传物料拍照、记录赛事瞬间、舆情风险监控。

宣传物料	必备	选备	备注
主视觉	至少摆放 2 块主背板，放置在起点及颁奖处，并拍照留存；材质、比例参考视觉手册。印刷成品需确认颜色、主视觉元素呈现准确。		<p>比赛监督赛中拍照确认。</p> <p>赛事负责人赛后上传图片。</p> <p>参考主题：选手、嘉宾与主背板合影。</p>
A 字板	沿起点依次摆放，顺序为：全民健身、中国体育彩票、中国田径协会（logo+文字）、达标赛（达标活动），中视体育、田径（跑步）指导员、中迹体育、金陵体育、元动未来。A 板共 10 块，总数不超 12 块。		<p>比赛监督赛中拍照确认。</p> <p>赛事负责人赛后上传图片。</p> <p>保证每块展板至少有 1 张照片。</p> <p>参考主题：选手参与比赛，A 板作为背景。</p> <p>主背板加 A 板照片整体不少于 15 张。</p>
官摄	至少 1 人负责拍摄，建议负责人在赛前与摄影人员沟通赛事亮点，确定拍摄方向。	配置 2 名及以上摄影人员，多机位拍摄，开通图片直播。	赛事负责人上传：每场比赛至少拍摄 8 张清晰指定照片，需体现比赛名称、举办日期、

			“全民健身”标识、激烈角逐、保障充分、赛事特色、社会指导员参与、文化元素、主题突出、观众热情等方面。
视 频 拍 摄	至少配置 1 名专业摄像人员,有针对性拍摄赛事亮点,后期剪辑成片,建议负责人在赛前与摄影人员沟通拍摄方向。	配置 2 人及以上摄像人员,多机位拍摄,赛后制作不同风格视频。	
视 频 直 播		至少架设 2 台专业摄像机,画面清晰,网络稳定,有字幕及主持人解说。	
体 育 展 示	至少 1 人担任宣告员,宣告选手信息,主持开幕、颁奖仪式,并通过音乐、解说活跃现场氛围。	成立体育展示工作组。由专人负责宣告、颁奖的主持,并对赛事流程进行把控。同时安排人员负责视频导播,	

		对接直播工作。	
社 交 物 料 展 示	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 领物处、检录处、成绩公示处，累计至少张贴 3 张中国大众田径公众号海报。</li> <li>· 赛事现场至少张贴 1 张国家体育总局群体司制作的全民健身公益海报。</li> <li>· 可通过 VI 手册下载；</li> </ul>	在必备基础上，摆放打卡墙、制作手持 KT 板，号召选手拍照打卡。	<p>比赛监督赛中拍照确认。</p> <p>赛事负责人赛后上传图片。</p>
宣 传 片 播 放		现场轮播 <b>赛事宣传片及全民健身公益视频</b> ，可通过中国大众田径“宣传范例”下载。	<p>比赛监督赛中拍照确认。</p> <p>赛事负责人赛后上传图片。</p>
干 净 跑 道（反兴 奋剂）宣 传	赛场检录处、成绩公示处等醒目位置至少张贴 2 张干净跑道（反兴奋剂）宣传海报，可通过中国大众田径“宣传范例”下载。	必备基础上，摆放易拉宝、播放干净跑道（反兴奋剂）宣传片等。	<p>比赛监督赛中拍照确认。</p> <p>赛事负责人赛后上传图片。</p>

田径（跑步）指导员		邀请田径（跑步）指导员或社会体育指导员参加比赛，担当赛事组织人员、志愿者，或现场开展培训。	比赛监督赛中拍照确认。 赛事负责人赛后上传图片。

除提前规划的新闻内容，可参考宣传亮点如下：

- 某位选手虽然名次并不理想，但坚持完赛，获得全场掌声；
- 某位小选手因成绩不理想泪洒现场，家长安慰鼓励的同时进行挫折教育；
- 某位老将选手第一次坐飞机，赴外地参赛，可对选手展开采访；
- 体育展示宣告员可走进场地，随机采访选手，询问参赛宣言；
- 一名选手赛后向女友求婚，可拍摄视频加采访当事人；
- 亲友团为选手举办生日宴会；
- 颁奖仪式中，丈夫为妻子颁奖、家长为孩子颁奖、教练为队员颁奖，可采访拍摄当事人。

相比于专业赛事的竞技性，大众赛的宣传亮点可从生活化、选手仪式感、体育+等切入，体现全民参与的内涵。

### **舆情风险管理**

在比赛期间，需时刻做好舆情风险管理。在直播画面中，规避易引发舆情的画面——如选手受伤、选手投诉及易引发舆情的画面。但相关画面可作为内部留存。负责人应时刻关注选手群中舆情，及时回复选手消息，了解选手诉求，规避舆情风险。

### **五、赛后宣传素材提交：**

### 赛后 24 小时内上传物料

上传材料	物料要求	评分标准
发布选手成绩	赛后 24 小时内，在自有赛事媒体平台，发布选手成绩。 截图发送至邮箱。	满分 2 分： · 24 小时内发布，得 2 分。 · 超时或未发布，不得分。
发布新闻报道	赛后 24 小时内，在自有媒体平台，或外部媒体发布新闻稿。 截图发送至邮箱。	满分 2 分： · 24 小时内发布，得 2 分。 · 超时或未发布，不得分。

<p>成绩上传至协会网站</p>	<p><a href="https://dzhy.ydfuture.com/#/home">https://dzhy.ydfuture.com/#/home</a> 成绩证书系统内上传成绩。建议赛前按照中国田径协会成绩上传的要求，准备电子表格模板。赛后第一时间和赛事总管联系，及时取得成绩数据，尽快导入模板。</p>	<p>满分 6 分：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 赛后 24 小时内上传成绩，信息准确。得 6 分；</li> <li>· 赛后 24 小时内上传部分成绩，得 2 分；</li> <li>· 超时或未按要求上传，不得分。</li> </ul>
<p>新闻稿件</p>	<p>格式：word；          字数：1000-1500 字；          字体：仿宋、小四；          图片：配 10 张及以上赛事图片；          内容：赛事基本信息、人物采访、亮点展示、赛事意义；          发送至邮箱 <a href="mailto:dzhy@athletics.org.cn">dzhy@athletics.org.cn</a></p>	<p>满分 6 分：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 按要求提交，内容完整，排版规整，配图清晰，得 6 分。</li> <li>· 按时提交，能够对赛事基本情况进行简要描述，但缺少采访、亮点等报道，图片数量不足，得 2 分</li> <li>· 超时或未按要求提交，不得分。</li> </ul>
<p>赛事图片</p>	<p>比赛现场照片：主视觉、A 字板、比赛现场、海报展示、颁奖仪式等。          重点捕捉运动中画面，景别包含远中近及特写。<b>整体不少于 40 张；</b>          比赛工作人员：比赛监督、裁判、医疗团队、志愿者。<b>整体不少于 10 张；</b></p>	<p>满分 6 分：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 按要求提交，图片清晰、分类准确，得 6 分；</li> <li>· 按时上传，但数量未达到 50 张、未分类，格式不标准、得 2 分；</li> </ul>

	<p>上传图片累计不少于50张。对图片进行归类放至文件夹中。分类参考：比赛现场、颁奖、宣传A板、主视觉、社交海报展示、工作人员、比赛监督、“干净跑道”等，以统一标题“X月X日比赛名称”打包，发送至邮箱 <a href="mailto:dzhy@athletics.org.cn">dzhy@athletics.org.cn</a></p>	<p>·超时或未按要求提交，或提交文件中缺少主背板、A字板图、社交海报展示，不得分。</p>
--	---	--

赛后5日内上传物料		
上传材料	物料要求	评分标准
成绩册、秩序册	格式：word+pdf 版本 封面统一见VI手册 <b>注：考虑到选手隐私，建议省略身份证、手机号或隐去部分数字。</b>	满分4分： ·按时提交、内容完整、封面符合要求，一项各得2分。 ·超时或未按要求提交，封面不符合标准，或提交内容与实际情况不符，不得分。
赛事视频	格式：MP4 清晰度：1080P，无包装	满分6分： ·按要求提交2部视频，得6分；

	<p>时长：1至3分钟</p> <p>横屏拍摄</p> <p>至少1部赛事亮点宣传视频。</p> <p>另可围绕亮点人物或新闻事件,制作1部视频。</p> <p>如有故事性的选手、工作人员、特色的表演、田径指导员参加比赛、颁奖仪式等。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 按要求提交1部视频,得3分;</li> <li>· 超时或未按要求提交,上传视频画面不清晰,不符合要求,不得分。</li> </ul>
赛事总结	<p>格式: word+pdf</p> <p>内容:</p> <p>1、赛事基本情况(比赛日期、地点、项目设置、参赛人数、年龄、性别构成);</p> <p>2、比赛中的亮点和问题;</p> <p>3、对于达标赛整体的发展建议。</p> <p>字数不限。</p>	<p>满分6分:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 按时上传,内容完整,信息准确,并对赛事的亮点、问题、发展作出分析,得6分。</li> <li>· 按时上传,但缺少2、3,得3分。</li> <li>· 超时或未按要求提交,或1中信息不准确,不得分。</li> </ul>
媒体关注度	<p>格式: word+pdf</p> <p>参考下方表格模板填写。</p>	<p>满分6分:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 按时上传,且报道媒体超过5家,得6分;</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>· 按时上传，报道媒体不足 5 家，得 3 分；</li> <li>· 超时或未按要求提交，或提交内容格式不准确，无截图、链接、不得分。</li> </ul>
问卷调查（附件）	组织选手、观众、工作人员参与填写《中国田径大众达标系列赛公众满意度调查问卷》。问卷链接在“中国大众田径”微信服务号后台回复“问卷”获得。完成情况及选手反馈内容，可与协会联系人确认。	<p>满分 6 分：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 提交问卷数 50 份及以上，计 6 分；</li> <li>· 提交问卷数未达 50 份，不得分。</li> </ul>
赛事特色	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 体育助力乡村振兴，如在乡村体育场馆举行、带动村民参与田径、带有特色民俗表演等；</li> <li>· 组织 60 岁+老将选手参赛，设置老将组别；</li> <li>· 开展残健融合，为残障选手提供福利；</li> <li>· 对外交往交流，外籍选手参与比赛；</li> <li>· 儿童、职工选手群体参赛。</li> <li>· 跨界融合，如赛事与摄影节、美食节等其他</li> </ul>	<p>满分 12 分：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 每包含一项得 2 分。需围绕特色上传图片、视频、新闻报道链接。</li> <li>· 以 word 格式上传，标题为赛事名称+赛事特色</li> </ul>

	活动融合举办。	
--	---------	--

### 媒体关注度（表格模板）

序号	媒体类型	媒体级别	媒体名称	报道题目	报道截图	新闻链接
	勾选：报纸、杂志、广播、电视、网络、社交媒体、硬广	勾选：国家级、省级、地市级、区县级、街道级				

中国田径协会将整合材料进行宣传，并根据材料对各赛事进行评估打分。

详细赛后评审工作，可参考赛事申办评审手册。

邮箱地址：[dzhy@athletics.org.cn](mailto:dzhy@athletics.org.cn)。

联系人：耿汉 18813117327

#### 参与组委会周例会并分享经验

运营比赛的过程中，随时记录比赛的不足与纰漏。赛后，及时梳理总结比赛的成败得失，形成文字。中国田协将组织线上周例会，邀请各组委会分享经验。

## 中国田径大众达标系列赛公众满意度调查问卷

亲爱的赛事活动参与者：

感谢您参与本次赛事活动。为了解参与者对2024年中国田径大众达标系列赛的满意度情况，以提高赛事效果、为参与者提供高质量服务，我们特设计了此次问卷。请您根据个人真实感受填写。您的意见非常重要，感谢支持与配合！

### 一、参与者画像

1 您的居住地（居住6个月以上）：

省 市

2 您的出生年份：

18岁以下 18-30岁 31-40岁 41-50岁 51-60岁 61岁及以上

3 您的性别：

男 女

4 您的学历（包括在读）：

博士研究生 硕士研究生 本科 大专 高中/职高/中专/技校 初中及以下

5 您的职业：

学生 在职人员 离退休人员 自由职业 其他

6 您参与的赛事活动是？

7 举办时间：

年 月 日

8 举办地点：

省 市

## 二、非市场价值评估

(一) 直接使用价值-健康效益：

9 您参与体育赛事/活动的频率是？

2次及以上/月（5分）

1次/月（4分）

1次/季度（3分）

1次/半年（2分）

1次及以下/年（1分）

10 您每周参与体育锻炼的时长大约是？

8小时及以上（5分）

6-7小时（4分）

4-5小时（3分）

2-3小时（2分）

1小时及以下（1分）

11 参与体育锻炼，是否对您的身体健康有促进作用？

是（5分）

否（0分）

(二) 间接使用价值-社区、环境效益：

12 您是否认为本次赛事活动对当地城市建设、生态环境有积极影响?

是 (5分)

否 (0分)

13 您是否认为本次赛事活动提高了社区的活力?

是 (5分)

否 (0分)

(三) 存在价值-赛事的知名度:

14 您是否知道本系列赛事活动的存在?

知道, 已经参加2次以上了(含本次) (5分)

知道, 但是是第一次参加 (2分)

(四) 选择价值-未来参与意愿:

15 您是否愿意在未来继续参与群众体育赛事活动?

是 (5分)

否 (0分)

16 必填您是否愿意向亲朋好友推荐群众体育赛事活动?

是 (5分)

否 (0分)

17 与其他娱乐活动相比, 您是否更倾向于参与群众体育赛事活动?

是 (5分)

否 (0分)

(五) 文化传承效益-文化元素融入赛事:

18 您是否发现本次赛事活动中的中国文化元素?

是 (5分)

否 (0分)

遗产价值-文化传承:

19 您是否认为本次赛事活动传承和弘扬了中国文化?

是 (5分)

否 (0分)

20 您是否认为群众体育赛事应当作为文化遗产传承下去?

是 (5分)

否 (0分)

(七) 美学价值-赛事的美感和艺术价值:

21 您对本次赛事活动的场馆设计与组织风格的美感满意度如何?

非常满意 (5分)

满意 (4分)

一般 (3分)

不太满意 (2分)

非常不满意 (1分)

(八) 社区参与价值-志愿者参与程度:

22 您是否发现有体育爱好者、社区居民、学生等人群参与赛事的志愿服务工作?

是 (5分)

否 (0分)

(九) 社会责任感效益-社区服务意愿:

23 您对体育赛事活动组织者在社区体育服务方面工作的满意度如何?

非常满意 (5分)

满意 (4分)

一般 (3分)

不太满意 (2分)

非常不满意 (1分)

三、参与者关注度

24 信息来源:您在以下几种渠道看到了赛事活动信息?如社交媒体、亲友推荐、电视、报纸、广告、官方网站等。

5种及以上 (5分)

4种 (4分)

3种 (3分)

2种 (2分)

1种及以下 (1分)

25 宣传效果:您对赛事活动的宣传效果满意吗?对报告宣传材料、广告内容、活动海报等的印象等。

非常满意 (5分)

满意 (4分)

一般 (3分)

不太满意 (2分)

非常不满意 (1分)

26 社交媒体互动：您是否在社交平台上关注了赛事活动的官方账号，是否转发、评论或与赛事活动相关的内容互动？

是（5分）

否（0分）

27 前期活动参与：您是否参与了赛前活动，例如发布会、赛前预热、路演、线上互动等。

是（5分）

否（0分）

28 在线搜索行为：您是否主动搜索了解赛事活动的更多信息？

是（5分）

否（0分）

#### 四、参与者满意度

29 您对赛事活动的满意度：

5分表示非常满意 1分表示非常不满意，分值越低表示满意度越低。

1、赛事组织与管理：您对赛事活动组织与管理方面满意吗？包括报名参赛流程、信息的清晰度、活动日程安排、现场的组织管理、秩序维护等方面。

非常满意（5分）满意（4分）一般（3分）不太满意（2分）非常不满意（1分）

2、现场保障：您对赛事活动现场的保障措施满意吗？包括安全保障、医疗救援、紧急情况处理等保障措施等方面。

非常满意（5分）满意（4分）一般（3分）不太满意（2分）非常不满意（1分）

3、赛事规则和裁判表现：您对赛事活动规则和裁判表现满意吗？包括规则的清晰度和裁判员的公正、专业表现等方面。

非常满意（5分）满意（4分）一般（3分）不太满意（2分）非常不满意（1分）

4、场馆设施和环境满意度：您对赛事活动场馆相关设施和环境满意吗？包括场地的安全性、设备的完备度，以及赛场的整体环境舒适度与便利性等方面因素。

非常满意（5分）满意（4分）一般（3分）不太满意（2分）非常不满意（1分）

5、奖项和福利：您对赛事活动奖项和福利满意吗？包括奖金、奖杯、奖牌等奖励，以及参与者福利等方面。

非常满意（5分）满意（4分）一般（3分）不太满意（2分）非常不满意（1分）

6、赛事氛围和互动性：您对赛事活动氛围和互动性满意吗？包括观众的热情、音乐氛围、主持人的互动，以及参与者之间的交流和互动机会等方面。

非常满意（5分）满意（4分）一般（3分）不太满意（2分）非常不满意（1分）

您对于本次赛事活动的总体满意度：

非常满意（5分）满意（4分）一般（3分）不太满意（2分）非常不满意（1分）

其他建议或留言：

感谢您的耐心回答，您的意见对我们至关重要。

祝您身体健康，事事如意！