

激活体育消费 乐享美好生活

本报记者 范佳元 季芳

关注体育产业·体育消费持续向好①

看着体重仪上逐步变化的数字、镜中更加健康的身材，彭女士十分高兴，“整个人更精神了，也更自信了。”她今年26岁，平时工作压力大，再加上爱吃零食，身体趋向亚健康状态，于是便有了健康管理的需求。

从简单跳绳到器械训练，从减脂减重到健康塑形，两年下来，彭女士的身体机能有了很大提升。如今，彭女士在体育方面的消费达到月均2000余元。

近些年，体育消费市场呈现多元化和品质化趋势，折射出大众不断增长的健康需求。另一方面，优质体育产品充分供给，有利于体育消费潜力不断释放，助力经济增长。

消费者越来越愿意为运动健身买单

今年“双11”前夕，彭女士果断为自己的健身年卡进行续费，“健身锻炼贵在坚持，我越来越愿意为健康付费。”她认为体育消费很值得，不仅提升身体状态，还使人拥有积极向上的生活态度。

这个“双11”，彭女士所在的健身房销售业绩比去年有所增长，其中老用户续费占销售总额的80%以上。“服务有价值，用户才会买单。”该健身房副总经理刘易斯说，“可见的健身效果、专业的健身指导，是影响用户健身消费的关键。”

在上海体育大学副教授张叶涵看来，“悦己消费”在体育用品服务市场逐渐发力。“年轻消费者，尤其是女性消费者愿意为自己的健康和美丽买单，运动健身日益成为一种生活方式，由此带动相关品类的增长。”张叶涵说。

在今年第六届进博会上发布的《2023年中国消费者洞察暨2024年展望》显示，未来一年，18至34岁的消费者愿意将可支配收入的18%和26%花在健身和保健项目上。对此，张叶涵表示，随着消费者变得更加理性和务实，感性消费、冲动消费有所减少，大众愿意在可负担的范围内为提升生活质量付费。

核心阅读

下班后去健身房锻炼，周末约朋友看球赛；夏天冲浪、冬天滑雪……如今，运动健身日益成为很多人的生活方式，体育消费也随之增长，体育产业发展壮大。今起，本版推出“体育消费持续向好”系列报道，聚焦推进全民健身所取得的丰硕成果，捕捉日新月异的行业发展动态。

从业者丰富消费场景，促进行业成长

在进博会体育用品及赛事专区，几名体验者手持“大号乒乓球拍”，以打网球的方式隔网击打一颗塑料球。这是今年逐渐流行的运动项目——匹克球，也是第六届进博会最受关注的体验项目之一。

在场地周边，摆放着球鞋等相关装备。连续5届参加进博会的体育用品品牌斯凯奇主打产品和应用场景相得益彰，希望与消费者建立更密切的互动。将进博会作为产品的首秀平台，是越来越多国际运动品牌的选择。“中国体育消费市场蓬勃发展，我们重视为中国消费者做好服务。”斯凯奇中国销售及营运副总裁游亮说。

在进博会举办的同时，2023国际篮球博览会在福建晋江举行。在为期5天的展期里，占地3.5万平方米的展区汇聚了九大行业参展，吸引了20余家赞助商与合作伙伴，观众达3万余人次。

晋江被誉为“中国鞋都”，鞋服产业集群



2023中国国际体育用品博览会，参展商(左)与观众交流。

曾德猛摄(影像中国)

规模超4000亿元，是世界运动鞋服产品的重要生产基地。其中，篮球鞋及相关用品的生产和销售扮演着重要角色。“篮博会是一个向采购商和消费者集中展示的机会，同时也能深度了解市场趋势和消费者需求。”金陵体育用品总经理李剑刚说。

对产业来说，展会是连接供给与需求、流通与消费的重要平台。关键之道体育咨询有限公司负责人张庆表示，体育展会为广大企业提供了展示新技术、新产品、新服务的舞台，也能聚合人流、商流、信息流，助力多业态融合发展。

各地采取形式多样的鼓励措施

盘点今年“双11”，线上平台和线下商家推出了丰富的促销活动，体育消费市场表现不俗，多家本土体育用品品牌销售额超亿元。京东数据显示，滑雪运动产品成交额同比增长超6倍，骑行运动产品成交额同比增长超3倍。京东服饰相关负责人表示，从数据上看，露营、骑行、徒步、垂钓成为最受欢迎的四

大户外活动场景，专业化、功能化、轻量化、设计感成为户外体育消费新趋势。

户外运动消费快速增长，相关产业政策效果持续显现。近一年，从《户外运动产业发展规划(2022—2025年)》到《关于恢复和扩大体育消费的工作方案》，各地鼓励和促进体育消费的政策纷纷出台，不少地方因地制宜举办体育消费季、线上体育消费节等形式多样的促消费活动。

今年8月，北京市体育局举办了“8·8北京体育消费节”。京东同步推出线上专场，通过线上购课、线上赛、线上订场馆等不同板块，吸引包括运动鞋服、体育健身、户外装备在内的多品类厂家参与。京东数据显示，活动期间，63个运动品类成交额同比增长超100%，场馆预订人次同比增长超过30%。

此外，我国体育消费从实物型向服务型、参与型消费转变的趋势已愈发清晰。张叶涵表示，随着数字时代的到来，不仅体育消费自身的内容和含义不断丰富，体育产业与其他产业交叉融合的特点也日益明显，行业发展更显活力。

斯诺克英锦赛周跃龙晋级第二轮

本报北京11月29日电 (记者李硕)当地时间28日，在2023斯诺克英锦赛首轮比赛中，中国选手周跃龙表现出色，以6:2战胜澳大利亚名将罗伯逊，晋级第二轮。

本场比赛周跃龙很快进入状态，先下一局，随后罗伯逊赢下第二局，第三局周跃龙打出单杆134分再次领先，紧接着罗伯逊又一次将比分扳平。随后周跃龙表现优秀，连赢4局获得比赛胜利。他也成为继丁俊晖和张安达之后，第三名晋级英锦赛第二轮的中国选手。

“我之前没有在排名赛中战胜过罗伯逊，这次我把把握住了机会。”周跃龙赛后表示。他将在第二轮迎战苏格兰名将希金斯。

世界羽联世界巡回赛总决赛 中国队满额参加

本报杭州11月29日电 (记者李皓)近日，2023年世界羽联世界巡回赛总决赛新闻发布会在杭州举行，公布了获得总决赛参赛资格的运动员名单。63名运动员中，不仅有当今世界排名靠前的安赛龙、安洗莹等选手，中国队也成功锁定10个参赛席位，成为唯一一个满额参赛的队伍。刚在中国羽毛球大师赛上夺冠的陈雨菲、郑思维/黄雅琼、梁伟铿/王昶齐聚杭州。

世界羽联世界巡回赛总决赛即将开赛。据悉，12月13日—15日为小组赛，12月16日为半决赛，12月17日为决赛。

单板及自由式滑雪大跳台世界杯开赛

本报北京11月29日电 (记者李洋、季芳)2023—2024赛季国际雪联单板及自由式滑雪大跳台世界杯30日在首钢滑雪大跳台“雪飞天”开赛，共有来自24个国家和地区的166名运动员参赛，其中包括9名中国队选手。

单板及自由式滑雪大跳台世界杯是由国际雪联主办的国际A类赛事，赛事成绩积分将计入选手世界排名。本次比赛于11月30日至12月2日举行，前两天分别进行自由式滑雪大跳台资格赛和单板滑雪大跳台资格赛，12月2日将进行两个项目的决赛。比赛期间，还将举办音乐会等活动。北京冬奥会上，苏翊鸣正是在首钢滑雪大跳台夺得男子单板滑雪大跳台冠军。在11月28日进行的赛前训练中，苏翊鸣展现出良好的竞技状态。此外，这是中国队选手刘梦婷的首次世界杯之旅。在2021—2022赛季国际雪联自由式滑雪坡面障碍技巧公开赛中，刘梦婷曾获得亚军。

国际雪联技巧类项目媒体协调官乍得·布赫兹兹表示，这是他第三次来到中国，“北京冬奥会时，首钢园区给我留下了美好的回忆。这次世界杯，有很多优秀的运动员参赛，希望他们能取得好成绩，给观众呈现精彩表演。”

本版责编：巩育华 唐天奕 王博



安徽庐江：发展全域旅游 推进农旅融合

安徽省合肥市庐江县地处皖中，北临巢湖，南近长江，西依大别山脉。近年来，庐江县全面贯彻新发展理念，以“融入大合肥、对接沪苏浙”为主攻方向，大力实施“工业强县、农旅富民、大美庐江”三大战略，协同推进乡村振兴和新型城镇化建设，积极探索“乡村运营”新路径，围绕全域旅游示范区创建，在政策、供给、市场、品牌等方面，不断整合资源、有机部署、有序推进，加快建设文化旅游强县和长三角生态休闲旅游度假基地。

创新管理，完善政策机制

为凝聚起全域旅游发展的合力，庐江县专门成立县乡村运营工作领导小组、县旅游民宿健康发展领导小组等专项工作组，有力推动全域旅游工作落



农户在白云春毫基地采茶

实。设立县民宿监管服务中心，构建常态化的文旅综合监管机制。成立摄影协会、旅游协会、民宿协会、餐饮烹饪协会等行业协会，行业自律能力明显提升。

“十四五”期间，庐江县明确农旅富民战略，并把文旅产业定位为国民经济重点支柱产业。在县委财政预算中单列旅游发展专项资金，2020年至2022年，累计拨付4909.86万元旅游资金用于品牌创建、营销推广等。先后编制并印发全域旅游总体规划、黄陂湖流域水环境综合治理规划、“两山一湖”旅游开发概念性规划等系列规划，与国土空间规划深度融合，为全域旅游发展奠定坚实基础。

优化服务，完善供给机制

近年来，庐江县加强旅游道路建设，提升改造汤池大道、环巢湖旅游大道等，开发培育“汤池温泉慢生活风景道”“庐南川藏线”等五条旅游风景道。探索文旅融合新形式，建设21.07公里皖美智慧跑道，并完善智慧驿站、旅游厕所、感应降温喷淋等配套服务设施。构建“一主六副”旅游集散体系，在高铁站建设一级集散中心，在汤池镇、万山镇、冶父山镇等地建设6处二级集散中心。建设全域旅游大数据中心，全县2处国家4A级旅游景区均建立智慧旅游系统，旅游公共场所实现免费Wi-Fi全覆盖。

同时，庐江县不断丰富全域旅游发展引力。岗湾老街、水西门特色商业街入选合肥市特色商业街。“庐南川藏线”串联起矾矿工业遗址、凌安万亩竹海等特色资源，沿线驿站、旅游厕所等服务设施逐步完善。精心打造汤池粉

黛西坡等乡村旅游热门打卡点31个，推出精品旅游路线12条。

强化监管，提升品牌影响力

为保障全域旅游秩序安全，庐江县组织开展安全生产隐患排查大整改“百日行动”、安全生产“集中整治六十天”专项行动等，全面排查文旅行业安全隐患，保障文旅市场安全有序。畅通投诉举报渠道，充分发挥12345平台作用，及时受理旅游投诉举报。加强旅游市场监管，规范景区价格收费公示。

塑造全域旅游优质形象对于文旅产业发展十分重要。近年来，庐江县持续举办庐江温泉文化旅游节、瓜果采摘嘉年华、茶文化旅游节等节庆赛事活动。围绕“四季游庐江”主题，策划推出系列文旅融合活动，做到“季季有主题、月月有活动”。精心制作庐江旅游手绘地图，推出庐江旅游形象标识和旅游吉祥物。培育黄陂湖大闸蟹、白云春毫、庐江小红头等系列旅游商品。

目前，全县已建成精品民宿25家，在建28家，设计建设“恋庐小舍”家庭民宿100多家，在13个村试点开展乡村运营，签约400多家企业入驻庐江，已累计实现税收6000余万元。下一步，庐江县将坚持“点轴驱动、精品串联、辐射全域”理念，全面推进“旅游+”“+旅游”，开发温泉康养休闲度假、环湖观光养生、农业生态观光、红色研学、人文风情体验等旅游产品，大力推进乡村运营，不断探索延伸乡村文旅产业链，着力建设文化旅游强县和长三角生态休闲旅游度假基地。

数据来源：中共庐江县委宣传部



美丽新农村

广告