

消费视窗

增加优质供给,丰富消费场景,提升公共服务

释放户外运动市场更大活力

本报记者 齐志明 王伟健 张文

以竞技、健身、休闲等为主要形式的户外运动,是更高层次的全民健身公共服务体系的重要组成部分。今年10月,国家发展改革委、体育总局等部门联合印发《促进户外运动设施建设与服务提升行动方案(2023—2025年)》(以下简称《行动方案》),为户外运动高质量发展提供了政策保障。当前,我国户外运动消费呈现何种发展态势?有哪些新型产品和服务供给?如何进一步完善相关基础设施?记者在多地进行了采访。

大众化、全龄化、轻量化趋势显现,户外运动市场爆发式增长

在宁夏银川市贺兰山脚下,一处葡萄酒庄打造了一处户外运动基地,有房车营地、山地自行车驿站等,吸引一批批运动爱好者前来打卡,年接待量已达15万人次。

“这里的户外项目越来越多,周末我常和家人来这里骑行,既能亲近大自然,又能强身健体,特别棒!”家住银川市区的马文升告诉记者。

相隔不远,便是贺兰山的户外项目“虎克之路”。怪石嶙峋的戈壁、峡谷中,是一处集攀岩、徒步、越野跑、露营、骑行等多种户外运动于一体的越野运动公园。“得益于户外运动火爆,这里到旅游旺季就人气爆棚。”项目管理方相关负责人唐林钰介绍。

据悉,贺兰山是全国户外运动基地之一,开展户外运动的自然条件得天独厚。当地不仅向游客提供攀岩、丛林探险和贺兰山主峰登顶等项目,还成立户外救援队,为户外爱好者提供野外救援。

滑雪、登山、骑行等传统户外运动方兴未艾,攀岩、陆地冲浪等新兴户外运动日渐成为人们的“心头好”。近年来,越来越多的户外运动“飞入寻常百姓家”,全民健身蔚然成风。目前,户外运动产业在体育产业中的占比约60%,全国户外运动参与人数超4亿人次。户外运动大众化、全龄化、轻量化的趋势已经显现,活动场景不断延伸。

美团与大众点评数据显示,进入11月以来,滑雪门票团购订单量相比2019年增长超788%;攀岩运动正以各种方式走进大众视野,20至35岁的年轻人成为攀岩消费的主力军,占比超七成。

位于江苏苏州市吴江区东太湖生态旅游度假区的苏州湾体育公园,是众多市民们的热门打卡地。“我很喜欢这里长达5000米的健身步道。”家住苏州城区的李丹常带孩子来玩。

户外运动不仅在城市走俏,在乡村也受到青睐。在湖北十堰市张湾区黄龙镇,每天忙完农活后,不少当地居民来到运动健身中心,尽享户外运动的快乐。在张湾区柏林镇综合文化服务中心篮球场、方滩乡文沟沟村篮球场等地,“村BA”篮球比赛成为农民喜爱的体育活动。

“文体兴,乡村美。我们大力开展全民健身进乡村等活动,开辟多条乡村骑行与徒步健身路线。全区已全面实现村、社区室外健身路径全覆盖,‘十五分钟健身圈’初步形成。”十堰市委常委、张湾区委书记张涛说。

《中国户外运动产业发展报告(2022—2023)》显示,2022年至2023年,冰雪、路跑、骑行、越野、露营等户外运动呈现爆发式增长。中央财经大学体育经济与管理学院教授闵捷表示,户外运动消费辐射面宽,要进一步完善支持政策,改善消费条件、创新消费场景,更好发挥其“溢出效应”。

黄先生在湖南长沙市从事导游工作已经20多年,最近他从当地导游协会了解到一款消费贷款产品,觉得适用于日常生活。

“旅游分淡旺季,我们的收入波动性大,碰到淡季,手头比较紧,贷款能解一时急需,而且可以随借随还、灵活使用,适合我们长期在外工作和生活的人,借款期限最长可以到3年。”黄先生说,长银五八消费金融公司推出的“导游贷”,只需要认证导游证和一些基本信息就可以办理,额度循环使用,基本能覆盖日常消费所需。

消费信贷是助力消费恢复、激发潜在需求的重要手段之一。今年以来,居民消费需求回升,推动短期消费贷款增加。中国人民银行最新数据显示,今年前三季度,住户部门短期消费贷款新增4600亿元,同比多增3493亿元。

目前,发放消费信贷的机构主要有商业银行、信用卡中心、消费金融公司、互联网平台等。“消费金融公司主要服务传统金融机



在安徽芜湖市繁昌区孙村镇的农村公路上,自行车运动爱好者在骑行。

肖本祥摄(人民视觉)

新业态新模式涌现,激发消费新需求

从上海市区出发,大概1个小时车程,便到达位于江苏昆山市淀山湖畔的乐营淀山湖国际营地。这个户外运动基地是江苏省认定的体旅融合发展示范基地。该营地合伙人李源介绍,这里集房车住宿、露营、采摘、水上项目、骑行等30余项户外休闲项目于一体,在周边小有名气。

“我们推出面向家庭户外运动基础需求的同时,还会根据热点和时令不断更新活动产品。”李源说,公司有专业团队进行产品研发,让“回头客”也能有新体验。

户外运动产业一头连着经济,一头连着民生,具有资源消耗少、产业链条长、引流效应大、社会效益高等特点。近年来,户外运动产业创新创造加速,新业态新模式新场景大量涌现,创造高质量供给,引领新需求,激发出更大市场活力。

“户外+”模式向纵深推进——在宁夏中卫市金沙海景区,沙漠运动基地开发了沙漠徒步穿越、探险露营等一批沙漠户外运动项目,实现年收入超2000万元。金沙海旅游公司项目负责人曹静介绍:“我们从住宿、餐饮等方面提供全链条服务,既能留住客人,还增加了产业收入。”

各地推动户外运动与文旅、科技、交通、住宿、商务等产业有机融合,发挥对就业的带动作用,打造户外运动产业新增长点。推进户外运动消费场景与乡村旅游、休闲农业等融合,转化绿水青山生态价值。

科技应用刷新消费体验——在苏州高新区镇湖街道太湖边,有一条配备了AI数据采集器等智能化系统设施设备的环太湖半程马拉松数字跑道。每周双

休日,家住苏州科技城的马可都要来这里跑上一圈。这条超21公里的数字跑道,途经太湖一号露营公园、杵山生态公园等环太湖景点区域。跑步中,可随时查看跑步成绩、运动排行、健康数据、动作矫正分析等。

不少地区推动科技赋能户外运动场景,开发智能骑行、智能划船、模拟飞行等线上产品和服务,打造户外运动线上线下协同发展的消费新模式。加强增强/虚拟现实等智能技术应用,打造沉浸式户外运动体验空间,实现户外运动场景感知化、运动体验数据化、运动展示互动化、运动社交情境化。

标准化建设快速推进——今年7月,体育总局会同有关部门共同起草的11项冰雪运动国家标准获国家标准委批准发布;9月,体育总局批准发布《帆船赛事活动办赛指南》等8项行业标准。

我国持续加强户外运动标准化建设,逐步建立各类户外运动标准体系,制定相关产品和服务标准,重点推进户外运动场地设施建设运营、赛事活动管理等标准的制修订工作,强化标准实施。

优化产业发展布局,扩大服务设施供给

在苏州市姑苏区西环路高架桥下,多种色调交织出无限活力。轮滑场、篮球场……原先高架桥下的草地经过综合整治,已经成为各种类型的运动场所,风景焕然一新。

“这个全新的户外健身场所很棒,在宽敞的露天环境中,我可以尽情享受多项户外运动了。”附近居民葛静茹由衷地为这个桥下空间改造点赞。玩完轮滑后再打篮球,几个小时下来,葛静茹已满头大汗:“体验很好。正好测试一下这里场地的性能,想着节假日带着朋友一起来运动。家门口的天然健身房,

便利又省心。”

打造健身地带、构建儿童游乐园……近年来,苏州市城市管理局积极开展高架道路桥下空间综合治理工作,实施项目化提升改造,按需改造,因地制宜打造特色亮点,让越来越多高架桥下的闲置资源变为城市里的“活力锻炼空间”。

“目前已完成14个桥下空间治理提升项目。未来,我们将改造更多桥下空间,为市民带来更多美丽空间、实用空间与运动空间。”苏州市城市管理局党组书记、局长杨青松说。

《行动方案》提出,“充分利用优质资源,优化产业发展布局,扩大服务设施供给,提升服务保障水平”。近年来,各地区既在开拓增量空间上下功夫,也在优化存量空间上做文章,为广大家庭提供安全优质的户外运动设施,为更多人参与户外运动创造便捷条件。

坚持生态保护优先,营造良好环境。“美丽清洁的渝河又回来了,钓鱼活动又热闹起来了,真好。”家住宁夏固原市隆德县的资深钓友柳自军说。近年来,隆德县对渝河进行控源截污、清淤疏浚、生态修复。2022年起,该县连续举办两届垂钓大赛,吸引了全国各地钓友。

坚持统筹资源,壮大消费空间。银川借助丰富的冰雪资源,持续完善冰雪运动场地。部分景区从中看到前景和商机,利用现有资源打造户外运动场地,目前全市户外冰场已有8个、雪场15个。

近年来,我国户外运动场地设施迅速增长。截至2022年底,我国健身步道共计12.78万个,达31.42万公里,较2021年分别增长20.68%、19.29%;全国冰雪运动场地2452个,较上年度增长8.45%。

闵捷表示,下一步,要按照《户外运动产业发展规划(2022—2025年)》提出的“五区三带”户外运动产业空间布局,鼓励各地根据不同自然资源禀赋条件,持续优化发展环境,广泛吸引社会力量参与,打造更多户外运动场地设施示范工程。

市场漫步

顺应升级趋势、细分消费人群、优化消费供给,不断提升消费热度,发挥好消费对经济增长的“稳定器”“压舱石”作用

消费是中国经济发展的一面镜子,反映经济韧性潜力和活力,也折射出经济发展趋势轨迹。

商务部最新数据显示:10月社会消费品零售总额4.3万亿元,同比增长7.6%,增速比9月加快2.1个百分点,连续3个月回升;1至10月社会消费品零售总额同比增长6.9%,比1—9月份加快了0.1个百分点,消费持续恢复提升。

今年以来,一系列促消费政策持续发力显效,促进汽车、电子产品、家居消费的措施陆续出台,优化消费供给、改善消费条件、优化消费环境,不断稳定和扩大消费。各地根据当地市场特点,发布扩大消费政策措施,开展购物季、消费节活动,加固消费回升势头。以汽车消费为例,10月,限额以上单位汽车零售额同比增长11.4%,特别是新能源汽车销量同比增长33.5%,占新车销量比重达33.5%。

当前消费市场持续恢复提升,消费升级趋势明显,随着经济总体回升向好,消费者预期改善,消费对经济增长的拉动效果将更为凸显。下一阶段,要继续发挥好消费对经济增长的“稳定器”“压舱石”作用,适应消费变化趋势,提供优质消费供给,持续提振消费信心和意愿,充分释放消费潜力和活力,不断巩固恢复和扩大消费的基础。

从近期来看,要顺应消费升级态势,持续打造消费热点。今年以来,户外运动、新型电子产品、智能家电等升级类商品消费增长较快,与此同时,线下接触性消费快速恢复,住宿餐饮、文化旅游、交通出行等服务消费需求集中释放,1—10月,服务零售额同比增长19%,升级类消费、服务消费成为消费领域的亮点。消费结构的积极变化,反映了消费人群结构的变化。比如,中老年消费群体收入稳定,消费能力相对较强,对生活品质要求相对较高,升级类消费能够较好地满足他们的需求,未来也应该提供更多优质升级类商品供给。而当下的年轻消费群体,不单购买商品,更愿意为服务付费。因此面对年轻消费者,更要注重提升服务消费品质,增加产品的额外服务价值。顺应升级趋势,细分消费人群、优化消费供给,才能不断提升消费热度。

从长远来看,要着力增强消费信心,完善扩大消费的长效机制。收入和保障是影响消费者预期的关键因素,也是支撑消费的决定性因素。要持续扩大就业,完善按要素分配的分配政策制度,多渠道增加居民收入,以收入增长带动消费增长,不断增强扩大消费的内生动力。同时要着眼于制约消费增长的体制机制问题,改善消费条件,创新消费场景,健全消费基础设施,加强消费者权益保护,不断提升消费体验。

可以相信,随着经济持续恢复,就业形势不断改善,市场供给稳步提升,促消费政策效应将持续显现,为巩固经济回升向好态势奠定坚实的基础。

市场资讯

企业信用同盟推进信用体系共建共享

本报电 由国家市场监督管理总局指导成立的企业信用同盟日前在北京召开第一次全体会议。会议提出,推动成立企业信用同盟是推进经营主体信用体系共建共享的创新探索。要以企业信用同盟为载体,不断培育信用标杆,形成示范带动效应,激活企业诚信经营内生动力,激励更多企业守信践诺、自律经营,构建企业自治、行业自律、政府监管、社会监督“四位一体”的信用共治格局。企业信用同盟要按照“政府引导、企业主导、自愿加入、协同共治”的原则,积极发挥政企连接、信用服务、示范引领、共治共享、创新发展、开放合作的作用,打造高质量的信用公共产品,用信用赋能高质量发展。(林丽鹂)

中国农资流通协会提升为农服务能力

本报电 近日,2023年度中国农资经销商年会在湖北省武汉市召开。中国农资流通协会表示,相关企业要加强农资网络体系建设,创新农资经营模式,不断提升为农服务能力。会上,中国农资流通协会联合中国无机盐工业协会钾盐钾肥行业分会、中国农药工业协会、中国东盟农资商会共同发起了组建“全国农资保供平台”的倡议。大会还发布了“2022/2023中国农资流通行业发展报告”与“中国农资行业农业社会化服务典型案例调研报告”。(齐志明)

宁波海关构建跨境电商监管新模式

本报电 宁波海关强监管、优服务,积极构建跨境电商监管新模式,打造“跨境电商网购保税进口包裹出区嵌入式监管”、特殊区域内“跨境电商+组货销售”等多张特色名片,推动出口跨境电商海外仓等业务发展。截至今年11月底,宁波海关已累计备案海外仓企业206家,占全国总量的1/10,出口海外仓业务量保持全国领先地位。宁波是全国首个跨境电商零售进口累计破千亿元城市。在今年“双11”促销中,宁波海关累计接受跨境电商零售进口申报货值32.1亿元,同比增长7%。(杜海涛)

本版责编:罗珊珊

推动促消费政策持续发力显效

欧阳洁

消费万花筒