

乒乓球台、碳纤维自行车、足球等各类用品频频出镜——

“中国制造”助力巴黎奥运会

本报记者 吴雪聪

奥运会，不仅是世界各国运动健儿挥洒激情、奋力拼搏的赛场，也是各大品牌竞速的舞台。碳纤维场地自行车、人性化的乒乓球桌、含芯片的柔道垫、琳琅满目的赛事纪念品……正在举行的巴黎奥运会上，各种各样的“中国制造”频频出镜。近年来，“中国制造”在奥运会、世界杯、世锦赛等各类大型国际体育赛事中成为赛场内外一道亮丽的风景。

奥运会，不仅是世界各国运动健儿挥洒激情、奋力拼搏的赛场，也是各大品牌竞速的舞台。碳纤维场地自行车、人性化的乒乓球桌、含芯片的柔道垫、琳琅满目的赛事纪念品……正在举行的巴黎奥运会上，各种各样的“中国制造”频频出镜。近年来，“中国制造”在奥运会、世界杯、世锦赛等各类大型国际体育赛事中成为赛场内外一道亮丽的风景。

装备器材藏乾坤

法国南巴黎竞技场4号馆，奥运会乒乓球混双决赛现场。选手亮相，全场沸腾。在山呼海啸般的呐喊声中，来自中国的奥运健儿稳步走向场地中央的乒乓球台。

这张拱形底座球台状若飞虹，以黑、粉两色搭配，极具法式风情。而它，正是来自9000多公里外的中国上海。

方寸间的球台，细节满满：侧面的“PARIS 2024”标识采用浮雕设计，艺术范儿十足；同时，标识做了减锐平滑处理，防止运动员刚碰、磕碰；球桌还有可变“彩虹”灯光，为赛场平添一丝“多巴胺”……

“巴黎奥运会的乒乓球台，可以说实现了浪漫与科技的融合。”上海红双喜股份有限公司总经理楼世和说。作为本届巴黎奥运会乒乓球台供应商，红双喜已是第七次亮相奥运。

不只乒乓球台，在巴黎奥运会赛场上，“中国制造”的含“智”量也很高。

一辆竞技自行车的车架有多重？答案是710克，比两瓶矿泉水还轻。

“我们为奥运赛场打造的自行车，是由航空级纳米碳纤维材质制成，基本做到了最轻设计。”山东泰山瑞豹复合材料有限公司品牌总监李为海介绍。

风，是骑行过程中最大的敌人。

以本届赛事车型之一COMERA EVO为例：前叉和车轮之间，仅有极小的间隙，以减少空气的扰流和湍流；整车使用全内走线设计，没有任何一根线裸露在车架以外，破风效果更佳。

“正面看，这辆车非常窄，甚至窄得有些夸张，其实这是对空气动力学的极致运用，以最大限度压缩管型的迎风面积。”李为海解释着设计原理。

好马还需配好鞍。此次奥运会上，山东瑞豹为中国国家自行车队量身定制奥运“战车”，这也是首个登上奥运竞赛舞台的中国自行车品牌。

“中国制造”还刮起了一阵“绿色风”。

“市面上大部分足球内胆是橡胶制品，采用的是石油基橡胶材料。为了减碳，这次我们开发了70%的生物基橡胶材料。”巴黎奥运会足球内胆供应商、顶基运动用品(淮安)有限公司总经理周宏达表示。

新材料虽然更加绿色、环保，但是从石油基改生物基，材料一变，性能就随之改变，运动员的“脚感”就变了。踢起来不顺畅，自然会对比赛产生一定影响。

为此，顶基公司不断试验、反馈、调整、重调……周而复始，循环往复，历经近2年的研发，顶基公司最终实现新材料物性表现和环保诉求的和谐统一。

举重杠铃来自河北、乒乓球来自广东、80%的吉祥物“弗里热”产自中国……巴黎奥运会上，随处可见的中国产品，折射出中国品牌“走出去”的稳健步伐。

“在体育市场，‘中国制造’正稳步迈向‘中国智造’。”中国宏观经济研究院经济研究所副所长郭丽岩表示，高科技赋能和强大的产业链、供应链助力，使中国体育装备企业的“内功”不断增强，国际影响力持续提升。

中国产品获青睐

奥运会、世界杯、世锦赛……要想叩开这些全球顶级体育赛事的大门，并不是一件容易事。

成长之路上，瑞豹就差点“走麦城”。

2015年11月，瑞豹接到一则让整个企业阴云密布的消息：一批800多套出口海外的自行车，远渡重洋后，竟全部起了“痱子”——表面油漆出现大面积脱落，车上泛起小白点。

“那时候真着急啊，一下子失声了3天。”瑞豹总经理王春青回忆说，“一方面是懊恼，我们的工艺线路还不稳定，另一方面我们也下定决心，要争回一口气。”

彼时，高端碳纤维运动自行车市场几乎被欧美品牌



8月3日，在巴黎奥运会乒乓球女单决赛中，中国选手陈梦、孙颖莎展开角逐。比赛中使用的乒乓球台即为中国企业生产制造，科技感、时尚感满满。

新华社记者 王东震摄



阿里云与奥林匹克广播服务公司(OBS)共同打造的OBS Cloud成为巴黎奥运全球转播的重要基础设施。

图为7月25日，嘉宾在巴黎奥运会国际广播中心阿里云展区了解转播技术多镜头回放系统。

新华社记者 黄宗治摄

垄断，而瑞豹只是一家刚成立3年、还在起步摸索期的公司。面对高温、高湿海洋运输环境，如何研制出不起泡、光滑平整的漆面？没有人能够给出答案。

一切只能自己摸索——这几乎是每个自主品牌都无法避免的“阵痛”。王春青决心进行技术攻关。那段日子，大家吃、住几乎都泡在工厂，2个多月后，团队终于掌握了“痱子”出现的原因。

“现在开玩笑地说，我们已经能制造‘痱子’，甚至能控制自行车在任何一个点上长出‘痱子’。”王春青表示，如今，瑞豹已经成长为一个拥有完整自主产品序列的自行车品牌。

对一家体育装备制造企业而言，技术是核心竞争力之一。

今年的欧洲杯为世界球迷奉献了一场场精彩的足球赛事。当足球在天空中舞出一道漂亮的弧线时，球的内里，有一块芯片正跟着“跃动”。

“顶基与国际品牌协作，在足球内胆植入芯片，一秒能做500多次识别动作，通过传感器的实时感应，配合肢体追踪技术，就能辅助判断运动员是否有手球、越位。”周宏达介绍。

内胆是足球的心脏。给球安装一颗“电子心”，并不简

单。比赛中，足球的球速最快能超过每小时200公里，一个顶级运动员的一脚劲射，瞬时力量甚至能达到上百公斤。

“最大的困难就是，如何在高速运动中，牢牢固定住一个小小的芯片，确保芯片在激烈的踢击中不被损坏。”周宏达表示，通过与品牌方合作攻关，顶基已成功将悬吊芯片固定方案落地，同时保障其符合顶级赛事用球的各项指标。

亮相卡塔尔世界杯，登上2024欧洲杯、美洲杯……“芯片内胆”让越来越多人打破老印象：原来，足球可以不只是一个简简单单的橡胶制品。

周宏达表示，一些制球厂家习惯用低价商品“抢市场”，由于生产门槛低、利润率低，市场空间较为拥挤。“长远来看，提高产品附加值会比单纯‘卷价格’更有生命力，因此我们一直不停地开发新材料，替客户创造价值。”据悉，目前顶基的海外订单占比约70%，在手的外贸订单已经排到今年底。

想要扬帆出海，体育器材还要通过“品质关”。

巴黎奥运会前夕，一场属于乒乓球之间的“比赛”，正在广东广州的一家工厂内上演。

“咔哒，咔哒……”随着闸机打开卡口，一个个白色的

圆球接续涌入、翻滚，只有始终沿着正中央的一条直线前行，才有资格“出征”巴黎；一旦跑偏，球就会被“淘汰”。

“这是测乒乓球重心的机器。”巴黎奥运会乒乓球台供应商、广州双鱼体育用品集团有限公司技术工程师杜荫环表示，“我们设置了15道检测程序，用最高标准提供赛事用球。”

据了解，赛事用球的重量精度要控制在0.01克范围内，100个乒乓球中，大约只有3—5个可以获得奥运“入场券”。最终，双鱼体育从上百万个乒乓球中挑选出3.5万个比赛用球运往巴黎。

技术自主、高附加值、品质过硬……现在，中国体育装备制造业正不断提质升级。数据显示，截至2023年底，中国的体育用品制造业总规模超过1.4万亿元，全国共有超过6.3万家体育用品生产制造单位。

“装备制造业是中国具有全球比较优势的一个行业，因此，发展体育装备制造也是整个中国体育产业走向国际的重要突破口。”北京体育大学中国体育政策研究院院长鲍明晓表示，从“国产替代”到“中国制造”，从“个别单项”到“多点开花”，中国体育装备制造业发展空间巨大。

“长红”还需添动力

巴黎奥运会，不仅有中国的体育器材“闪耀巴黎”，还有不少中国科技企业“惊艳世界”。

这其中，有互联网企业阿里巴巴的AI云计算技术，能在转播服务、优化场馆用电量、历史影像修复等方面支持巴黎奥运会数字化转型；有艾比森、洲明科技等涉及视觉智能的国产品牌，为巴黎奥运会提供LED大屏，与世界共同见证扣人心弦的比赛瞬间；还有无人机企业，奥运会开幕前夕，1100架来自广东深圳的无人机在空中勾勒出五环、火炬手等图案，配合光影焰火，点亮巴黎夜空……

借助大赛集聚效应，现在，许多传统意义上与体育距离较远的公司和企业，也纷纷投入到运动场景的开发中。体育产业的“半径”不断扩大。

“所谓的‘体育强国’，不光是体育自身要强，还要让体育发挥带动和促进作用，通过体育赋能经济社会和人的全面发展。”鲍明晓说。

巴黎奥运会即将落下帷幕。赛后，如何将短期的市场刺激转化为长期的发展红利？

夏夜，微风拂面。北京长安街上，时常可见的自行车队伍，其中不乏有人戴着头盔、身着紧身服，在流动变换的城市天际线下快速骑行，享受动感与惬意。

“以前，自行车更多是一种交通工具。而现在，骑行越来越成为一种健康生活方式和社交新时尚。”李为海表示。

对体育产业而言，除了赛事竞技，还有民用消费市场。以骑行为例：据统计，2023年1—10月，“小红书”APP上骑行相关笔记增速约为400%，“骑行”话题累计阅读量近13亿；2024年上半年，“京东”平台公路车成交额同比增长141%，骑行服成交额同比增长127%。

愈发旺盛的大众消费需求背后，正是体育品牌的机遇。2018年，瑞豹开始在专业竞技市场之外开拓民用市场。“目前，我们售价1万—2万元的进阶款自行车销售增速最快，这说明越来越多的人愿意为兴趣消费，自行车文化和消费市场正一点点被培育起来。”李为海说。

数字体育将是中国体育装备产业竞速的另一个新高地。“未来的体育，可能是‘实体育’和‘数字体育’孪生的状态，数字化、智能化将是一大发展趋势。”鲍明晓说。

由山东泰山体育生产的柔道垫，在巴黎奥运会上用上了数字化技术。据悉，垫子内首次置入智能芯片，可以采集运动员在有效区域内的点位、运动轨迹、运动力度、动作频次等信息，助力运动员训练和分析。

目前，全国多地已初步形成体育装备制造产业集群，如福建的运动服饰集群、浙江的民营体育用品集群、山东的体育器材集群等。鲍明晓认为，下一步，相关部门应支持和鼓励条件成熟、产业链齐全的省份，瞄准更大目标，力争创建全球体育装备制造和贸易中心。

延伸阅读

把中国运动地板铺到巴黎奥运会上

近年来，越来越多的中国体育器材生产厂商走上奥运舞台，有力支撑和服务这一国际盛会。记者了解到，本次巴黎奥运会三人篮球、乒乓球比赛的场馆里，装备上了“中国制造”的运动地板，将为奥运增添更多科技、活力与浪漫。

来到位于河北省石家庄市的河北英利体育用品有限公司(下称英利奥公司)，厂区内有研发、生产、销售、安装、售后多个工区。作为一家专业运动地板提供商，该公司成立于2007年，目前已发展成为“国家高新技术企业”。2020年初，英利奥公司一举中标，成为东京奥运会三人篮球项目的独家地板供应商。

东京奥运会赛场上铺设的地板由英利奥公司自研的SES橡胶材料制成，相比传统室外地板，更加耐磨、牢固、防滑，在球员倒地时有防止擦伤等特性。东京奥组委最终选择了国际篮联三人篮球赛事

的标准配色——内场由深灰和浅灰组成，缓冲区使用黑色。东京奥运会结束后，英利奥公司又成为巴黎奥运会三人篮球项目和乒乓球项目的运动地板独家供应商。

针对巴黎奥运会的要求，英利奥公司对地板进行了升级。“场地延续了东京奥运会该项目的配色，材料方面使用可循环橡胶材料，具有低碳绿色、可回收循环使用、环境友好的优势，符合巴黎奥组委‘场馆建设减碳、环保、可回收的高标准’的要求。”英利奥公司研发部门负责人刘佳佳介绍。

在乒乓球项目上，巴黎奥组委选择使用黑色加粉色配色的地胶。“一个低调一个艳丽，这两个饱满度不一样的颜色，组合在一起视觉冲击力非常强。”企业负责人李郁说，相信乒乓球赛场将成为巴黎奥运会上的亮点之一。

(据新华社电 记者杨帆)



七月十八日，在江苏省淮安市经济技术开发区的顶基运动用品(淮安)有限公司，工人们正紧张赶制用于奥运赛事的足球内胆。

王昊摄(人民视觉)

七月八日，工人在山东泰山瑞豹复合材料有限公司生产车间组装碳纤维自行车。

新华社记者 朱峥摄