

又一家企业上市

户外露营行业持续被看好

本报记者 王世让

2月16日,主营帐篷、户外运动生产,为北面、瑞典北极狐、猛犸象等户外品牌代工的扬州金泉登陆A股市场,随后股价连续5天涨停。截至2月22日,扬州金泉收盘价为65.45元,相比31.04元的发行价上涨110.85%,显示出投资者对企业及所处行业的看好。

扬州金泉的招股书显示,公司主要以ODM代工/OEM自研的模式为全球客户提供高品质户外用品,公司产品90%以上出口至欧洲、北美等境外国家和地区,不存在自主品牌销售情形。扬州金泉预计2022年全年可实现营业收入10.5亿至11.6亿元,与上年同期相比增幅为35.37%至49.55%;预计全年可实现净利润2.35亿元至2.75亿元,与上年同期相比增幅高达132.47%至172.04%。

扬州金泉本次上市所募集的4.12亿

元,计划用于年产25万顶帐篷生产线技术改造、年产35万条睡袋生产线技术改造、户外用品研发中心技术改造、物流仓储建设等项目以及补充流动资金。

扬州金泉也是继探路者、三夫户外、牧高笛之后,又一家在国内A股上市的户外品牌,但是四家企业的主营业务方向又各有不同。在2022年国内户外露营产业呈现爆发式增长,户外露营成为年轻一代最热门的休闲生活方式之一的背景下,四家企业的业绩表现各有不同,有企业高速增长,也有企业在积极转型,探索新的发展道路。

牧高笛也是一家设计、生产、销售帐篷等露营产品的企业,与扬州金泉只靠代工业务不同,牧高笛不仅有露营帐篷的代工业务,同时还拥有自营品牌牧高笛,这几年充分吃到了露营爆发式增长的红利。牧高笛最近发布的2022年全年业绩预告显示,预计2022年实现归母净

利润为1.33亿元到1.45亿元,与上年同期相比,将增加5438.60万元至6638.60万元,同比增长69.18%到84.45%。

记者查阅牧高笛上市以来的业绩报告发现,2022年是牧高笛近6年来取得的最好成绩。牧高笛于2017年登陆A股,上市前三年,其营收和净利润始终停滞不前,自2020年开始聚焦精致露营后,通过不断丰富产品矩阵提高品牌势能,业绩得以大幅提升。

早在2009年就登陆创业板、被称为“户外用品第一股”的探路者,业绩在2022年依然表现平平。探路者尚未预报2022年全年业绩,公司此前公布的2022年三季报显示,2022年前9个月收入增长13.69%,但是净利润同比大幅下降61.72%。

探路者的收入主要来自于户外服装,这也是目前市场竞争非常激烈的领域,直接面对北面、始祖鸟、哥伦比亚等众多国内外知名品牌的市场竞争。而最

近两年热销的帐篷等露营装备,在探路者总业务中占比相对较小。此外,探路者近年来进行了一系列多元化尝试,但是屡屡受挫。2022年,探路者又进军芯片领域,努力探索新的增长点。

三夫户外也在今年1月发布了业绩预告,预计2022年亏损2400万元至3600万元。与扬州金泉、牧高笛、探路者不同,三夫户外本身并没有自建生产线,公司主营业务包括户外用品代理销售,户外活动赛事组织运营,设计建设运营户外运动营地等。

三夫户外在公告中称,2022年受多种原因影响公司多地线下门店和其它业务部分时段关闭,对经营活动造成较大影响,加上自有重点品牌研发投入增加,公司净利润亏损。不过,三夫户外各项核心业务稳健发展,重点品牌销售同比增长良好,依然对未来充满信心。



户外爱好者在第十七届亚洲运动用品与时尚展上感受和分享露营生活的乐趣。

本报记者 白宇摄

体育消费券激发市场活力

本报记者 丰佳佳

近期,多省市发布经济发展行动方案,其中发放体育消费券拉动体育消费,成为多地加快消费提质升级的重要举措。

近日,深圳光明区通过“深圳”平台发放了今年第六期体育场馆消费券,消费券设置20元、48元、100元、200元四种面额。消费券的使用范围包括区内多个攀岩、骑马、游泳、羽毛球、足球、篮球等体育场地,还有获“专业竞赛”级认证的足球场地——深圳青少年足球训练基地。

不仅在光明区,在深圳其他地区也都有类似惠民活动推出。据了解,2023年,深圳计划发放总值6000万元体育消费券。市民在“深圳”体育场馆“一键预约”平台线上预订体育场地或体育票务,页面带有“惠民券”标识的场馆均可用券,每次结账可使用一张消费券,每月、每周都可以领取。

在广西南宁,消费者前往体育场馆、培训机构锻炼身体,可使用消费券抵扣部分费用。日前,南宁市人民政府印发南宁市2023年促消费若干措施,指出2023年将向市民发放350万元消费券用于体育消费,消费券可用于体育场地租赁、运动项目培训、健身指导服务、运动鞋服装备。

南宁市民可以从爱南宁手机客户端中领取消费券,并查询消费券核销商家信息。消费券以一个星期为发放周期,每周四为节点,采取先到先得的方式,每人每周可领取不同额度的四张消费券。如领取的消费券在周期内未使用将自动作废,消费券返回券池,待下一周期市民继续领取。据南宁市体育局体育经

济科相关负责人介绍,目前体育消费券的发放效果不错,“消费券在每个周期开始后的两天就会被领完,核销率比较高,这说明市民在领取体育消费券后大多会进行消费。”业内人士认为,电子消费券的发放在一定程度上提振了大众消费的信心和意愿,对于短期提升消费活跃度和商业活力有着积极作用。北国春城长春,冰雪运动消费券的发放让许多学生在寒假尽享滑冰戏雪之趣,长春市内的雪场、冰场在2022—2023雪季迎来许多新朋友;在山东枣庄,30余家体育场馆服务类、体育健身培训类、体育商品销售类商家参与的体育消费券活动得到群众的积极响应,首轮总额20万元的消费券在2个小时内被迅速抢空……各地群众的抢券用券效果也展示了体育消费的巨大潜能。

发放电子消费券是近年来各地激发体育消费活力的一大举措。综合近几年各地发放体育消费券的活动方式,能够看出体育消费券的发放方式和活动内容在不断改进完善。首先是领用规则越来越清晰,虽然不同省市采取的线上活动平台不同,但大多数消费券领取活动可在相应的手机客户端首页有所展现,不仅活动规则清晰可查,还可实时咨询在线客服;与此同时,体育消费券发放的力度呈现出越来越大的趋势,参与消费券核销的商户越来越丰富,使用的场景也越来越多;此外,消费券使用方式也更加简单方便,结账时直接“满减”“当钱用”的便捷性被大多消费者所认可。

本报记者 丰佳佳

2022—2023冰雪季,全国多地掀起冰雪运动热潮,由此带动冰雪产业快速发展,从装备制造到场地建设、乃至冰雪旅游,“白色经济”正成为区域经济发展的新亮点和新引擎。

提起国产冰雪装备,黑龙江冰刀为许多“60后”“70后”冰上运动爱好者熟知。如今,这个国产老牌正通过深耕基层市场,开始被“80后”“90后”“00后”熟悉并认可。齐齐哈尔黑龙江国际冰雪装备有限公司总经理侯宇光介绍,在2022—2023冰雪季,黑龙江冰雪装备在市场拓展过程中积极下沉,深度挖掘县区和农村市场,取得不错的成果。

侯宇光表示,冬奥会带动的冰雪热在县区和农村市场已有显现,通过对接县区文体局、乡村学校和乡村旅游景点,黑龙江冰雪装备的渠道拓展向前迈进了一大步。在继续夯实冰刀制造业务基础上,黑龙江冰雪装备近年来积极探索滑雪板生产、冰雪辅具及服装、冰雪体育赛事组织、冰场建设和运营一体化的产业集团发展之路,目前产品包含有32个系列、108个品种。“希望黑龙江品牌能为巩固‘3亿人参与冰雪运动’成果贡献力量,为大众打造价格低、品质好的普及型产品。同时,我们也不会放弃冲击高端冰雪装备市场,钛合金T型高端速滑刀的研发成功,证明我们具备冲击高端市场和专业竞技市场的技术能力,希望未来我们的国产冰雪装备能够为运动员服务,获得亮相国际赛场的机会。”

为北京冬奥会短道速滑和花样滑冰提供防护垫的河北定州市天华体育用品有限公司,自北京冬奥会后收到不少国际咨询邮件,并与国内新建的冰雪场馆开展了多项合作。总经理杨计军告诉记者,在冬奥会带动下,国内很多省市建起了公共滑冰馆,这些场馆举办赛事按都会用到防护垫,这为天华体育进一步拓展市场奠定了基础。2023年开年,连续多个意向订单的签订让杨计军看到市场持续向好的势头,接下来,他计划赴多地观摩冰上项目赛事。“我要抓紧与中国滑冰协会及一些省份的冰雪项目教练员、裁判员、技术官员研讨,不断改进生产工艺流程,加快产品的创新研发,开拓更大的市场。”

冰雪运动人口的增多不仅为体育器材厂商提供发展沃土,也为众多体育赛事服务商、体育场馆运营方开辟了更广阔的赛道。在开展冰雪运动方面有着深厚的文化底蕴和扎实群众基础的沈阳,2022—2023雪季有多项冰雪赛事鸣哨,其中,沈阳和平冰上运动中心、奥美冰雪五里河馆承办了多项青少年冰雪赛事活动。据两座场馆的运营方、沈阳奥美体育董事李东介绍,为了夯实冰雪运动人口,奥美体育今年承办了“奔跑吧·少年”沈阳市青少年滑冰技能培训营,该训练营为沈阳市6至16岁的少年提供500个公益名额,训练营分为10期培训,每期5天营期,每天3小时培训。“我们请来专业滑冰教练,采取理论培训+陆地训练+冰上训练三结合的模式,希望为更多青少年普及滑冰技能。此外,和平冰上运动中心作为沈阳市首批体育服务驿站之一,面向全市青少年开设冰球、花样滑冰、短道速滑三项公益课程,公益课以启蒙初级班为主,由专业教练针对不同基础的青少年进行冰上运动指导,并同步开设‘冰上体育科学健身大讲堂’,为青少年科普冰雪知识。这些滑冰公益课得到学生和家长的欢迎,很多青少年从课堂开启冰上滑行初体验。”李东认为,中国冰雪运动的市场规模还将不断扩大。

举办大众赛事 开展青少年培训

冰雪运动经营者稳固消费群体

本报记者 张小可

“在举办过冬奥会的场地上滑冰,真是太幸福了!”来自陕西省榆林的退休职工闫志枢,参加了在国家速滑馆“冰丝带”举行的市民速度滑冰系列赛后兴奋地说。

这场“冰丝带”市民速度滑冰系列赛是由国家速滑馆和北京市滑冰协会共同主办的。比赛设有男子、女子500米竞速项目,包括青少年甲乙组、青年组、中年组和老年组5个组别,共有71名选手参赛,年龄最小11岁,最大64岁。

11岁的张蓓予作为女子青少年乙组的优胜者,第一个将带有自己名字、成绩和组别的信息牌粘在了市民纪录墙上。据赛事组织者、国家速滑馆负责人介绍,自去年7月9日正式对外开放以来,国家速滑馆“冰丝带”累计接待游客约21万人次,每天都有大批市民来到“冰丝带”内打卡体验。举办市民速度滑冰系列赛,是场馆培育自主赛事的新探索,未来,场馆还将承办多元化、多层次的赛事,不断

创新方式,吸引更多人走进“冰丝带”参与滑冰运动。

作为北京冬奥会后的首个冰雪季,今年国内,包括在国家速滑馆“冰丝带”、国家高山滑雪中心“雪飞燕”、河北崇礼的云顶滑雪公园……全国众多室内、室外滑冰滑雪场,都举办有丰富多彩的大众赛事。在广东,冰球、花样滑冰首次成为省运会正式比赛项目,共有8个城市的364名运动员参赛,7个城市的运动员站上了领奖台;在四川阿坝州鹧鸪山自然公园滑雪场,四川省第五届全民健身冰雪季启动……

在北京冬奥会的带动下,越来越多的人喜欢上冰雪运动。青少年作为这项运动的重要参与主体,受到社会广泛关注。去年被北京市体育局、北京市教委命名为“北京市青少年校外冰雪活动中心”的朝阳凯文学校冰上运动中心和西山滑雪场,在2023年寒假期间,打造了多个面向不同群体的个性化冰雪营会活动。其中有更为高阶、群体细分的冰球守门员营会,也有面向入门学员的滑冰基础与棒球、击剑或网球等项目结合的“双技能”营会。通过营会活动的多样化设计,让更多孩子走进冰球运动,享受冰上运动带来的乐趣。



张蓓予在国家速滑馆内参加“冰丝带”市民速度滑冰比赛。新华社记者张晨霖摄

产业集装箱

威海出台措施促进体育产业发展

本报讯 日前,山东省威海市发布《关于促进体育产业高质量发展的实施意见》(以下简称《意见》),提出到2025年全市体育产业总规模要超过500亿元,并出台了20条具体措施,单项最高可奖1000万元。

《意见》明确,注册并冠“威海”队名参加国际国内顶级职业联赛1年以上的体育俱乐部,从第二赛季起,可根据项目投入给予不高于1000万元的资助;举办涉及奥运参赛资格或积分的世界锦标赛、世界杯赛等国际性高水平单项体育赛事,可分别给予每次不超过500万元、300万元的奖励;举办门票收入超过100万元、外地参赛和观赛人数超过10000人的商业赛事,可给予每项次不超过30万元的奖励;获评国家体育产业示范基地、示范单位、示范项目的,给予不高于30万元奖励;获评国家级体育产业创新试验区、国家体育消费示范城市的,一次性给予不高于50万元奖励;获评国家、省五星级体育健身俱乐部的分别给予5万元、2万元奖励。

《意见》提出,要打造运动休闲产业集聚区,扶持建立体育领域企业技术中心、工程研究中心、技术创新中心等各类平台,培育“专精特新”“瞪羚”“单项冠军”企业,鼓励和扶持体育企业上市。要结合威海特点突出海上休闲产业;对全市海岸线功能进行定位;各地均须划定海上休闲活动区域,提供基础保障服务;规划建设威海市水上运动中心;10年内建成运营固定标准泊位1000个以上、临时泊位500个以上、公共船坞船道5个以上,配套建设小型游艇艇架存放干仓;突出HOBIE帆船特色,在各海水浴场建立帆船俱乐部;鼓励企业购买帆船游艇并积极开展航行活动等。(杨天婴 田三生)