

特别关注

露营带热帐篷及附属装备销售

向科技要效益

体育品牌打响研发大战

本报记者 王世让

有业内人士认为，科技是运动品牌最后的角力点，也是其最终能否在中高端收获稳定用户群的关键所在。从安踏、李宁、特步、361度日前发布的业绩报告来看，四大大国产体育品牌2022年都在科技研发上下了很大工夫，成为业绩齐创新高的重要推动因素。

安踏公布的业绩报告显示，2022年，安踏的研发成本比率上升0.1%至2.4%，研发投入金额12.79亿元，与清华大学、东华大学等院校在材料、工艺、设计等领域的前瞻性研发与创新成果市场转化上，展开深度合作。为完成旗下亚玛芬体育“五个10亿欧元战略”目标，安踏还宣布每年投入10亿元研发创新资金，设立超过2亿元的专项创新基金，用于支持各品牌研发创新，鼓励内部孵化创新项目。

在2022年北京冬奥会上，安踏长期的科研创新交出了答卷。在冬奥会赛场上，安踏为12支中国运动队打造了高水准的比赛装备。这当中，安踏应用空气湍流控制、边界转移技术、高弹减阻面料和表面导流结构等多项减阻技术，为中国体育健儿的竞技表现助力。

李宁在2022年也投入研发经费5.34亿元，和2021年相比增长了23.53%。以李宁在2019年推出的自主研发的某款科技面料为例，公司持续对材料本身进行调校、优化和升级，旨在将其灵活拓展到更加广泛的应用场景中。目前，这款科技面料已经成为李宁标志性的中底科技，广泛覆盖于李宁全品类鞋产品中。而使用这款科技面料的超轻19跑鞋在2022年全年累计销量突破300万双，创造了李宁单款鞋商品销售的历史纪录，成为当年跑步市场的现象级产品。

路跑市场的核心产品为跑鞋，相较于运动服装来说，跑鞋对材料和性能的要求更为严格，在竞争中的挑战更大。因此，专注于路跑市场的特步，为维持自身竞争力，更需加大科研付出。据特步的业绩报告显示，2022年研发投入费用2.99亿元，占总营收的2.3%。

目前，特步的跑步产品已经打造出大众系列、专业系列、精英系列三大矩阵，并推出160X系列、特步260等多款核心跑鞋产品，其中160X系列跑鞋被誉为“冠军跑鞋”，面世3年来已经助力49名中国运动员夺得228个冠军。数据还显示，在2022年的中国马拉松运动员百强中，使用特步跑鞋的运动员占比35%，位居第一。

在四大大国产体育品牌中，作为追赶者的361度在研发投入上也毫不吝惜，2022年研发投入为2.66亿元，占总营收的3.8%。361度专门组建了“全球创新合作伙伴”团队，邀请清华大学、上海交大、上海体院和南通大学等相关领域的院士团队成员合作，借力高校“智囊团”攻克行业痛点，利用高校科研院所的智力资源进行攻关，主动进行逆向的产学研合作，助力创新工作的开展与高效产出。

据了解，国际品牌耐克和阿迪达斯面对国内品牌的强势崛起，也在不断投入研发，比如阿迪达斯未来的调整方向“中国创造”，即通过大数据洞察中国消费者的需求。未来三年，中国创造的产品在阿迪达斯中国整体市场的占比将由现在的约10%提升到30%以上。

运动鞋服独立评论人马岗认为，相较于休闲运动品牌，专业的运动鞋服品牌，科技和研发显得至关重要。而从国内外体育品牌的发展战略来看，科技研发仍将是未来一段时间内的重点工作。

产业集装箱

合肥智慧体育创新创业大赛总决赛举行

本报讯 4月3日，以“智慧助力体育 科技促进健康”为主题的合肥智慧体育创新创业大赛总决赛在合肥市举行。

本次大赛共收到来自全国各地报名参赛项目230个。经过初赛、复赛筛选，最终10组企业单位和10组创业团队入围本次决赛。决赛采用“7+5”路演模式进行，即自我陈述7分钟、现场答辩5分钟。比赛现场，选手从项目创新性、商业价值、发展空间、团队能力四个方面对项目进行全方位介绍，评委对参赛项目进行综合评审，同时针对各评审项目存在的不足提出专业的建议和指导意见。经过激烈的角逐，各组别分别评出一等奖1名，二等奖2名，三等奖3名。项目获奖单位现场与合肥高新区管委会进行意向签约，将优先享受项目落地政策支持。

大赛旨在为体育人才、智慧体育项目之间搭建一个互动交流与经验分享的平台，聚焦体育产业创新模式，整合各种智慧体育创新创业资源，挖掘高质量、应用性强、可落地的智慧体育产业项目和创意，在安徽省体育领域共享和转化，对推动智慧体育产业高质量发展具有重要意义。

本次大赛由合肥市人民政府、安徽省体育局共同主办，合肥市体育局、合肥市科技局、合肥市投资促进局、合肥高新技术产业开发区管理委员会、合肥市产业投资控股(集团)有限公司承办，安徽中安谷科技园有限公司、安徽省科学家企业家协会协办。

(王辉)

生活的“80后”奶爸。在他们的小红书上可以看到，围绕露营他们还做了饭盒腊肉饭的做法视频、男人必入小物件的视频、给女生的装备视频等。类似这样通过社交账号分享自己的露营感悟和相关露营产品评测的还有很多。

据统计，我国露营经济的市场渗透率仅为1%，仍有较大的增长潜力。2022年，文化和旅游部、自然资源部等14个部门联合发布《关于推动露营旅游休闲健康有序发展的指导意见》，鼓励做大做强露营旅游休闲上下游产业链。在此背景下，越来越多的省份将发展露营经济作为“十四五”阶段的重点任务，推出一系列利好政策，为露营经济的发展提供了强劲的动力。

成交额进入了翻倍增长模式，浙江一家露营用品企业的订单甚至都排到了9月份。

小红书上有众多户外帐篷测评，从功能、外观、品质、性价比等不同角度给产品打分、排座次。一个综合帐篷排行榜显示，排名第一的是探险者，依次是北极狼、极地雄鹰、捷路普、探险者、牧高笛、自由客、骆驼。京东销量最好的一款帐篷是迪卡侬户外加厚遮雨全自动防晒帐篷，价值469.9元，网友评价说：“既防风又很方便，女生也可以轻松操作，拍照也好看，孩子也很喜欢。”另一位网友评价：“朋友说夏天帐篷太热，建议买天幕。这个天幕和帐篷二合一，四面有窗，夏天不会闷热。”

“爸爸爱露营”是社交平台上一个比较知名的露营博主，账号的背后是两位热爱

花、露营+剧本杀、露营+现场音乐、露营+围炉煮茶等都是近期年轻人热衷的玩法体验。

打开京东可以看到，骆驼双层防晒紫外线全自动帐篷30天内有1万多人收藏、欲购，牧高笛精致野餐遮阳自动帐篷30天内有5万多人纳入收藏夹。淘宝平台，露营帐篷热销榜第一名、价值148元原始人户外自动帐篷月销2万多单，第二名价值354.28元的原始人户外便捷式帐篷月销1万多单，第三名骆驼户外帐篷价值309元，月销2万多单。“露营装备现在经常没有现货，供不应求，预订周期都要1个月以上。”一位营地运营者说，“以前都是秒发的。”

近段时间以来，帐篷、天幕、野餐用品、睡袋等一大批露营装备及相关户外产品的

本报记者 赵萌

支起“蛋卷桌”、缠上“氛围灯”、点着“卡式炉”、挂起“大天幕”……进入三月以后，全国各地的“春日经济”持续升温，露营再次火爆起来。

美团、大众点评数据显示，2月底3月初，“露营”相关搜索量同比上升450%，笔记数量增长约300%。其中，成都、广州、深圳、上海、重庆、杭州、北京、南京、武汉、昆明成为全国露营热度最高的城市。

另据马蜂窝平台的数据显示，3月以来“露营”相关热度同比涨幅高达115%，其中“露营基地”热度上涨350%，“露营攻略”热度上涨270%，“露营玩法”热度上涨230%。露营+赏



智能运动手表已成为年轻人运动时的首选装备。

江百村摄

本报记者 王辉

进入春季，随着气温逐渐转暖，人们对于健身运动的热情正在快速升温，由此也带动了搭载智能科技的运动穿戴设备的热销。

“智能运动手表能监测我的心率、血氧等各项数据，帮助我了解自己的身体状况和运动效果，不断提升的运动表现数据也会让我更有成就感，运动起来更得心应手”，家住上海的95后小刘刚买了一款智能运动手表，每天健身后都会在朋友圈里打卡，并分享自己手表上的运动数据，“手表里还有各种训练模式，能像贴心教练一样提醒我、督促我坚持下去。”小刘说。

“如今，智能运动手表、智能运动手环已成为年轻人运动时的首选装备，在我们客户端上，智能手表在今年3月的销量环比2月增长5成，在相关产品销量榜中，苹果、华为、小米等品牌的产品位居前列。”得物客户端工作人员告诉记者，现在，智能手表和智能手环已成为年轻人运动的标配。在得物社区，年轻人讨论和分享的相关内容达20万篇；年轻的运动爱好者还自发组建了“运动健身”的圈层，方便日常交流运动装备的使用心得。

除了手表、手环外，陪伴运动的蓝牙耳机也成为年轻人的必备单品。年轻的“颜值党”们还将蓝牙耳机衍生成潮流穿搭，同时购买多副多样化设计的耳机，平时运动时作为配饰搭配，展示个性风格，不管是迪士尼、漫威等IP联名款，还是纯白简约款耳机，均获得了年轻人的青睐。

得物客户端相关负责人表示，年轻人追求的不仅是“智能化”“高颜值”的运动穿戴设备，更是一种高品质的生活方式。“我们平台会通过洞察这些年轻人运动健身的更多元、更细分的消费新场景、新需求，以更丰富的商品供给，持续满足和保障年轻人不断涌现的品质生活需求。”

“用互动与即时反馈帮助用户抵抗健身的枯燥与无聊。”在近日召开的2023春响“智无止境 装备你的主场III”新品发布会上，Keep推出了智能硬件体感运动主机Keep Station（简称“KS”）产品，Keep合伙人、副总裁刘冬表示，“KS”作为一款家庭运动场景下的智能交互设备，可以对用户运动过程中的动作进行精准识别和实时指导。“通过专业指导和趣味激励，降低运动门槛，提升运动体验，帮助用户打造智慧化居家运动生活。”

“对于广大徒手训练的用户而言，专业性、趣味化的内容可以帮助他们对抗运动过程中的枯燥感，让用户运动更容易坚持。”刘冬介绍，过去几年，Keep在智能化产品上不断创新，基于用户需求，陆续推出了跑步机、椭圆机、智能单车等运动器械，并对这些器械做了智能化升级，用意是让用户智能化健身运动更容易坚持。

以体育为钥

解码新时代旅游发展优势

本报记者 丰佳佳

造型奇特风格各异的帐篷、多功能的康养房车、极具线条美的游艇皮划艇、炫酷的越野摩托和水陆两栖飞机……在日前结束的第二届中国(海南)体育用品和装备进口博览会(以下简称“海南体博会”)上，多个“样板间”里的展品在展会结束后，将会迅速出现在海南的各大旅游景区内。

“这一排快艇和摩托艇过几天将运往三亚；这些全地形车、公路摩托车将发往海南的几个旅游营地；这架动力三角翼是澳洲的老品牌，我们正在和专利方洽谈专利购买事宜，我们计划在海南生产，再从这里销往全球……”中国旅游车船协会自驾游与露营房车分会副会长高晓飞介绍说。

高晓飞表示，海南是重要的旅游目的地，正在积极创建国家体育旅游示范区，政策方面的利好和市场需求的释放将有利于户外运动产业发展。“目前我们在海南已经有几个户外体验项目在运行，接下来会继续推进，让更多游客感受户外运动的魅力，提升旅游体验。”

露营康养一站式服务商趣露营带来的两款智能康养设备吸引不少观众体验，“体旅融合发展催动了体育旅游目的地建设，各地景区纷纷建设营地，但很多营地的配套设施仍有需要完善的空间，我们希望为这些营地打造更丰富的内容，增加智能康养设备，实现体育旅游和健康服务的融合。”趣露营负责人滕波表示，目前公司已在天津、内蒙古、山东多地拓展市场，但他希望把总部落在海南。“海南的区位优势与我们的品牌发展定位相符，我们想在这里打造一个面向全球市场的露营康养样板。”滕波说。

“这里水上资源好，气候也好，皮划艇项目一年四季都能运行，我们品牌和海南很多俱乐部都有合作，接下来会加大在海南市场的投入。”浙江新帆休闲用品有限公司市场部经理梁凯强告诉记者，参展海南体博会，自己收到多个意向订单。

“独特的自然资源是海南发展体育旅游产业的天然优势，而政策优势正为推动海南旅游业转型升级提供加速度。”中国体育用品业联合会副主席兼秘书长罗杰表示，近年来，海南出台一系列政策推进创建国家体育旅游示范区，海口、三亚、万宁等市县突出各自地方特色，发展冲浪、潜水、滑翔伞、高空跳伞、热带雨林徒步野营等体育旅游项目，体育旅游已成为海南旅游业新的经济增长点。罗杰同时指出，海南发展体育旅游产业需要在壮大市场主体、培育消费群体方面发力。“要重点围绕沙滩运动、水上运动、航空运动、热带雨林运动等户外运动主题进行产品开发运营，吸引国内外知名体育旅游市场主体落户海南，吸引更多国际化体育旅游消费内容落地海南，提升海南户外休闲运动服务水平，打造一批具有引领作用的休闲体育旅游服务基地，进而培育好海南体育旅游产业消费群体，为海南体育旅游产业发展注入长久的发展动力。”罗杰说。

智能设备让健身便捷可持续