

小荷才露尖尖角

——透过各类排行榜看国产体育品牌的表现

本报记者 张小可

武汉马拉松、上海马拉松、武陵源生态马拉松……上周末，有超过10场马拉松以及路跑赛事在全国各地鸣枪起跑。武汉马拉松赛事刚结束，“2023武汉马拉松三分段跑鞋排行榜”就推出，前一百名选手所穿的跑鞋，中国品牌占据84席。

马拉松赛事推出跑鞋榜单已成一种惯例。在此前举办的无锡马拉松中，整体品牌占据前三的为李宁、耐克和特步；厦门马拉松，这一排名则为特步、鸿星尔克、中乔体育。

在无锡马拉松双破全马国家纪录之后，特步集团正巧发布2022年财报。财报显示：特步集团2022年全年营收129亿元，同比增至近30%；全年净利润

9.22亿元，同比增长1.5%。近年来，跑鞋类别的销售表现明显优于其他类型的运动鞋。

在各类体育用品排行榜中，户外装备是频频露脸最多的一个分支。艾媒咨询发布的《2022年中国户外帐篷品牌排行榜Top20》前三名是：骆驼、牧高笛、探险者，其中第二名、第三名均是国产品牌。

作为露营帐篷的龙头企业，2020年牧高笛抓住“精致露营”趋势，由专业露营转向精致露营，相继推出了“精致露营”“精致野餐”“精致徒步”和“居家露营”产品线。近3年每年的营收增幅超过50%，与营收相对应的是股价的不断攀升，2022年，牧高笛的股价从30.62元涨到了112.94元，涨幅接近4倍。

随着社会经济不断发展，商业化

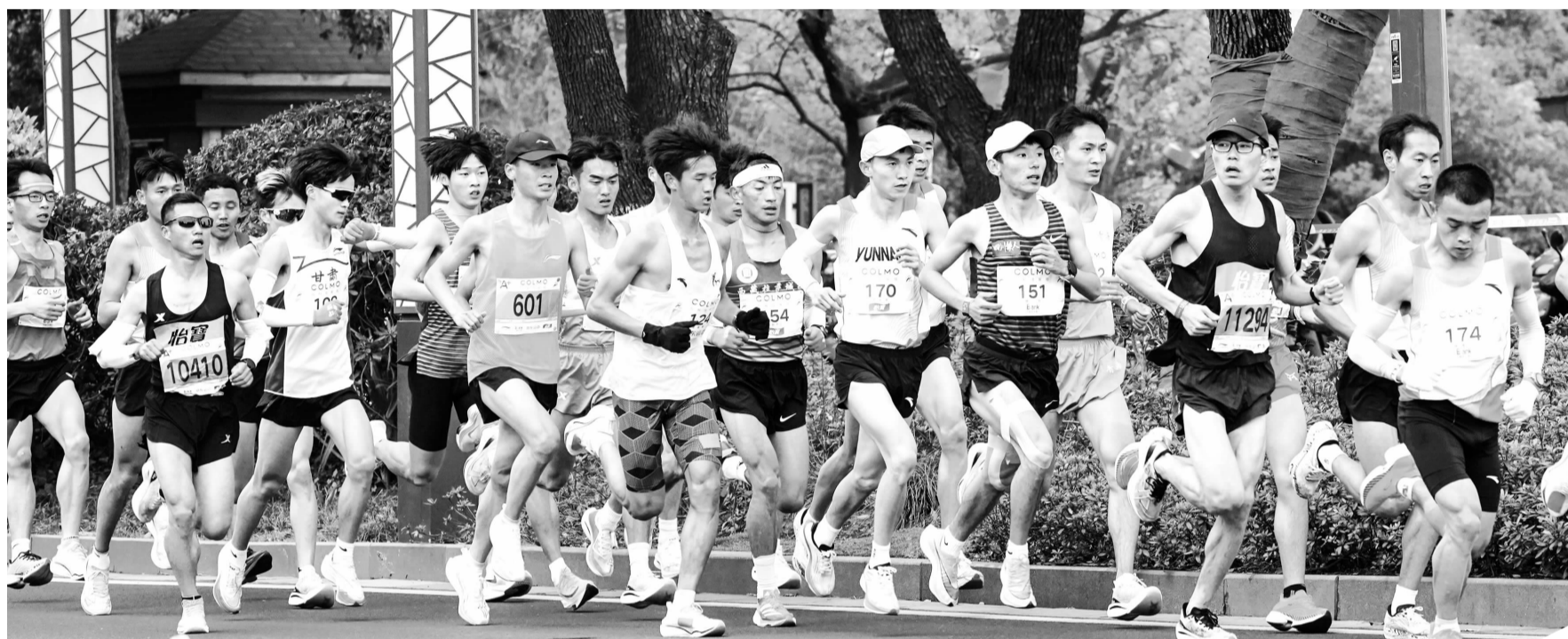
程度不断增加，产品细化越来越多，各式各样的商业榜单也是层出不穷，“作为一名户外运动‘小白’，购买装备我都会上网先扫盲，了解产品性能，看看各类榜单，哪个产品好评多、买的人多，我就买那个。”户外运动爱好者李文告诉记者。

日前，首个运动户外行业“追新”榜单《TS100》发布，榜单分别以年度单品榜、品牌榜向消费者展示新品趋势和品牌商家。在这个榜单里，获得跑步年度单品前三的是：耐克的PEGASUS 39飞马跑步鞋、安踏的毒刺缓震跑鞋、李宁的超轻19跑步鞋；获得露营年度单品前三的是：挪客屋脊13自动帐篷、牧高笛指挥官球形帐篷、火枫山影卡式炉。

“随着户外运动消费的持续深入，

消费者需要一个真实科学的纲领性榜单，以便指引消费者决策，避免踩坑。《TS100》榜单的推出旨在帮助消费者能更快掌握新趋势、新品类、新品牌、黑科技，为‘追新’打样。”淘宝天猫运动户外行业总经理米澜在接受记者采访时说。

从上述榜单中可以看到，国产体育品牌表现不俗。由安踏、李宁、特步等多个国产品牌发布的2022年业绩报告中也可以看到这种后来居上的态势。有专家分析认为，国产体育品牌崛起，一是产品品质在不断提高；二是国家政策的支持；三是品牌建设的提升；四是价格优势。应当说，品质是一切的基础，引领消费升级，企业唯有提供高质量的产品与服务，才能赢得消费者的信任，也才能赢得未来。



国内马拉松赛事，推出跑鞋榜单已成惯例。

新华社记者 杨磊摄

陕西留坝体旅融合推动富民强村

营盘村拓宽乡村振兴路

本报记者 丰佳佳

日前，第二届中国青少年足球联赛男子高中年龄段U17组中区预选赛C组、D组的比赛在陕西省留坝县营盘国际青少年足球训练基地举行，来自河南、宁夏、河北等五省区的11支队伍争夺3个晋级名额，参赛的球员和观赛的家长也让留坝镇营盘村热闹起来，村里的民宿、农家乐迎来客流小高峰。

坐落在秦岭南麓群山环抱小平坝里的营盘村植被葱郁、空气清新，有独特的自然风光和深厚的历史底蕴，但因地理位置限制和交通不便，村里的旅游资源一直没能有效开发。2016年，留坝县依托营盘村自然禀赋规划建设足球小镇，这座藏在山间的偏远古村落开始被人们关注。足球小镇不仅承载了青少年的足球梦，也拓宽了营盘村的乡村振兴路，让许多在外漂泊的青年找到返乡奋斗的动力。

“90后”村民杨宝壹此前一直在外务工，2021年，他和妻子回到村里改造老房，经营餐宿一体的农家乐。今年4月以来，他的农家乐基本处于客满状态，到了饭口，他不得不请家住附近的亲戚来帮忙。“为了扩大经营，我在村里买了一栋三层的房子，目前正在设计改造，等正式营业，至少需要请六位服务员。现在村里，大家都在改造老屋办民宿，估计下半年得去隔壁村镇招工了。”

杨宝壹忙着招工，他的发小王翻则正计划买马。2021年，为了更好地发展乡村体育产业，汉中市体育局投入223万元帮扶资金帮助村里实施了骑行赛道提升改造工程，新建了体育公园，新

开发了骑马、射箭、骑行、越野摩托、户外运动等体育休闲项目，为村民直接提供就业、创业岗位10余个。在西安从事互联网运营的王翻被村里新增的骑马、射箭项目吸引，返乡创业。“青少年体育比赛和夏令营活动给村里带来源源不断的客流，这里还有天然的牧场草场，拥有天时、地利、人和，我觉得这个项目前景应该不错，就向村里租了器材及场地，自己购买了两匹马，开展骑马、射箭体验项目。”王翻说，自去年国庆节开展试运营以来，项目效益不错，已经成为村里的亮点体验项目，今年，他计划增加投入，将马匹增加到10匹。

汉中市体育局派驻留坝县留坝镇营盘村第一书记马俊介绍，自足球小镇建成后，营盘村先后承接200多支球队、俱乐部集训，承办省市赛事活动30多场次，接待球员和游客30万人次。

“要依托营盘村足球训练基地带来的大量人流，将‘体旅、农旅、文旅’融合发展，为此，我们积极到体育、旅游等部门争取项目资金、引导外出务工村民返乡创业，招引企业投资。”马俊告诉记者，仅2022年一年，营盘村就招商引资2900万元，争取项目资金473万元，引4家企业入驻，建成民宿6家。这一年，营盘村举办了汉中市青少年田径锦标赛、足球比赛、航模比赛及营盘首届少儿围棋夏令营活动等10余项体育赛事活动，“仅7、8月到营盘村参加集训及比赛的学生就接近2万人次，办赛期间，全村28家民宿和农家乐户均收入约8万元。”马俊说，这些赛事活动成功举办后，村民投身体育和旅游产业的积极性大幅提高，今年，村里又有9户提交了改建民宿申请。

本报记者 王世让

近日，CBA联赛季后赛8进4比赛激战正酣，北京、辽宁、广东等地球票销售火爆，多场比赛门票开售后很快被抢购一空，抢到门票的观众兴高采烈地走进球场，为自己喜欢的球队加油助威。

来自国内外的赞助商们也继续看好CBA比赛。中国人寿自2017年成为CBA联赛首个官方赞助商以来，已经与CBA联赛并肩走过六年，为赛事、球员、球迷提供丰富金融保险产品与服务。

体育品牌李宁继续担任官方战略合作伙伴。在与CBA联赛携手合作的十多年

疫情后线上健身还会继续走高？

本报记者 赵萌

日前，线上健身平台Keep再次向港交所递交招股书，冲击上市。与此同时，咪咕善跑、每日瑜伽、小红书、抖音、B站等多个平台的线上健身市场表现备受关注。

疫情催热线上健身

疫情之前，线上健身行业已经出现迅猛发展势头，并在疫情期间达到高峰。

从市场规模来看，2015至2021年，国内线上健身市场规模由约935亿元增加到近3700亿元。在多个社交媒体的传播下，线上健身场景逐渐成为主流。根据相关研究机构预测，线上健身市场占比将会由2021年的47%提升至2026年的61%，超过线下健身市场。

线上消费呈现两极化

《2022中国健身行业报告》显示，每月付费意愿低于150元的消费者中，用户最常用的线上功能是录播课程、运动监测功能和直播课程。每月付费超150元的用户，更愿意获得更好的直播课程体验，以及对个性化训练计划、录播课程和运动监测以及饮食管理。

可以看出，愿意为线上健身付费的用户中，消费水平在升级。这也意味着，线上健身内容并

球票销售火爆

赞助商持续看好CBA联赛

中，李宁不仅见证了CBA联赛的不断成长蜕变，还将篮球文化与国潮文化相互融合，推出了多款具有中国文化特色的CBA球衣，受到了球迷们的热烈追捧，也推动了李宁近年来业绩的持续增长。

在CBA官方合作伙伴中，中国移动、TCL、伊利、广发银行、58同城都是连续支持CBA联赛，而国际知名企业沙特阿美在本赛季的加入成为一大亮点。沙特阿美即沙特阿拉伯国家石油公司，这是一个业务产业链多元化的全球顶级能源和化学品生产商，是世界最大的石油生产公司和世界第六大石油炼制商，它曾不止一次超越苹果成为全球市值最高的公司，它的加入也彰显出CBA对于国际顶级企业的吸引力。

此外，CBA联赛目前还有5家官方赞助商、3家官方供应商、3家媒体合作伙伴、3家官方服务机构，赞助企业与往年相比变化不大。

球票销售火爆

赞助商持续看好CBA联赛

中，李宁不仅见证了CBA联赛的不断成长蜕变，还将篮球文化与国潮文化相互融合，推出了多款具有中国文化特色的CBA球衣，受到了球迷们的热烈追捧，也推动了李宁近年来业绩的持续增长。

在CBA官方合作伙伴中，中国移动、TCL、伊利、广发银行、58同城都是连续支持CBA联赛，而国际知名企业沙特阿美在本赛季的加入成为一大亮点。沙特阿美即沙特阿拉伯国家石油公司，这是一个业务产业链多元化的全球顶级能源和化学品生产商，是世界最大的石油生产公司和世界第六大石油炼制商，它曾不止一次超越苹果成为全球市值最高的公司，它的加入也彰显出CBA对于国际顶级企业的吸引力。

此外，CBA联赛目前还有5家官方赞助商、3家官方供应商、3家媒体合作伙伴、3家官方服务机构，赞助企业与往年相比变化不大。

线上健身有望延续热度

调查显示，目前88.3%的受访者表示仍会坚持线上健身。82.8%的受访者表示“云健身”热让自己更有动力打卡健身。另外，2021年中国在线健身人群渗透率为45.5%，尚低于美国市场的67.9%，未来仍有较大的提升空间。

线下健身和线上健身用户并不是单向的，随着线上健身趋势的流行，促使线下用户转化为稳定的线上健身用户需要良好的线上体验来推动。线上健身具有场地灵活、门槛较低、活动种类丰富的

特点，能更好满足人们利用碎片化时间健身的需求。同时，移动互联网和智能传感器等技术的应用，增强了线上健身的互动性和趣味性，进一步激发了人们的健身热情，相信未来会赢得更多用户的青睐。



健身爱好者组队参与线上健身。

新华社记者 张博文摄