

为休闲花钱

“户外+”拓展新商机

本报记者 张小可

露营、骑行、城市漫步……秋高气爽，户外运动正当时。

户外亲子游、户外团建、户外研学——当户外休闲由一小部分人从事的“专属游戏”，扩大为大众化的生活方式时，“户外+”为这一行业的发展带来了新的商机。

户外运动趋向生活化

日前，社交平台小红书联合《户外探险outdoor》《徒步中国》发布的《2023户外生活趋势报告》显示，今年1月至10月，户外用户户外活跃数量环比增长超100%，徒步、骑行、露营、钓鱼、潜水、冲浪、滑雪等户外活动，成为更多人的新生活方式。

社交平台的快速发展，打破了人们对户外运动的信息差，露营、徒步等低门槛、社交属性强的运动走进了人们的生活。户外运动协会、俱乐部的迅速发展，带动越来越多人走入户外“动”起来。此前发布的《户外运动产业发展规划（2022—2025年）》显示，截

至2021年底，全国户外运动参与人数已超过4亿。

户外一日游受追捧

“一直想去西山国家森林公园徒步，以前没去，是因为它在郊区，交通不方便，现在有了户外一日游这项活动，我就可以去指定的地点乘坐大巴，体验一次，感觉挺方便的。”北京群众郑婷这样说。

在北京，户外一日游已成为许多人度周末的新选择。为此，一些体育机构、俱乐部、旅游公司抓住这一商机，推出一系列“户外+”短途游产品，受到了大众的欢迎。“秋季气候宜人，是户外运动的黄金时期。我们推出的活动，会根据不同群体的需求，在难度上设置轻松、适度、具有一定挑战性的项目，每个团10人、30人不等，报名费多在200元至300元之间。”北京一家户外旅游俱乐部的负责人介绍说。

户外消费潜力加速释放

户外运动热催生出更多细分赛道和增长机遇，同时也带动了公共服务设施建设与装备制造业的发

展。迪卡侬北亚区户外徒步运动总监马睿文表示：“中国的徒步人群虽多以休闲为主，但对于装备的专业性需求却越来越强烈。今年，徒步鞋、防水夹克和冲锋衣等具有强功能性的单品销量远超预期。”

今年“双节”期间，户外跑步服销量同比增长153%，冲浪、潜水设备销量同比增长87%，防晒衣销量同比增长75%。“五一”期间，湖北神农架天燕景区迎来了第六批200多名户外研学团队。据该景区负责人介绍，天燕景区设有户外研学基地，现有六条精品户外线路，各项设施设备齐全，能满足青少年“户外+研学”的需求。

随着“户外+”的新模式、新业态大量涌现，消费产品也日趋多样化，户外运动对体育产业的带动作用更加凸显。在10月24日国家发展和改革委员会举行的专题新闻发布会上，国家发展和改革委员会相关负责人表示，“户外运动产业在体育产业中的占比约60%，参与人数超过4亿，可以说，抓住了户外运动这个‘牛鼻子’，坚定不移地推动户外运动产业高质量发展，将能够推动全民健身国家战略的深入实施，有效带动体育产业成为国民经济支柱产业，在中国式现代化建设过程中彰显体育担当作为。”

从顶级赛事到大众体育活动

多彩赛事奏响文体旅商融合新篇章

本报记者 王 辉

“学青会将在国家5A级旅游景区区青秀山风景区举办闭幕式，在有着‘世界长寿之乡’之称的上林县中国大明山马术中央公园举办盛装舞步、场地障碍等马术比赛，让运动员们在进行紧张刺激的竞技体育赛事的同时，领略南宁最美的自然风光，为青春留住最美好的记忆。”近日，在广西南宁举办的“跟着赛事去旅行”系列活动之“青春飞扬 激情活力”文体旅商促消费活动上，南宁市委常委郭伟表示，该市正在以承办第一届全国学生（青年）运动会（以下简称学青会）为契机，促进文体旅商业态融合，为南宁经济社会高质量发展凝聚强大合力。

“借助学青会、中国—东盟龙舟邀请赛等重大体育赛事，我们在南宁新建了一批体育比赛场馆、体育公园，规划建设18个口袋公园，在百里秀美邕江沿岸增设、完善各类体育旅游设施，大力发展自行车、健步走、轮滑、气排球等运动项目以及游泳、龙舟、皮划艇、摩托艇等水上运动项目……”郭伟表示，一江两岸健身休闲旅游经济带正在加速形成——沿线的民生旅游码头、亭子水上休闲运动中心、南宁孔庙等旅游景区（景点）、文博场馆正蜕变成成为南宁网红新地标。

当前，大众体育运动形式多样、发展迅猛，海上冲浪、户外探险、空中滑翔等让人感受海陆空的自然魅力；贵州村超村BA、广东村龙舟等让人体会民俗文化和运动魅力；厦门结合马拉松举办美好生

活节，阿拉善结合“越野e族”英雄会举办电音节、烟花秀、美食节，打造综合性文体嘉年华……

“国家鼓励各地充分利用体育场馆、产业园区、商业综合体、厂房仓库、公园绿地等空间场所，新建或改造一批消费业态丰富、功能特色鲜明、事业产业联动、综合效益显著的文体旅空间。”对于如何激励促进文体旅全产业链融合发展空间，文化和旅游部产业发展司司长缪泳阳表示，未来旅游部门将会进一步推动各地结合体育赛事推出运动员、观众专属景区、餐饮、住宿、文娱等优惠措施，提高就地及周边旅游转化率，拉动旅游相关消费，促进文旅企业与体育企业深化合作，引导体育培训、运动健身、文体康养等产业发展，提升体育装备、体育服装、体育商品等创意设计水平。

成都大运会期间，前往成都的国际机票预订量同比增长近10倍，酒店订单量较2019年同期增长26%。刚刚结束的杭州亚运会更形成了以重大赛事活动为核心的消费热潮。今年“双节”期间，杭州接待游客4345.9万人次，日均271.6万人次，比去年同期增长112.4%，带动住宿、餐饮、零售消费489.6亿元，比赛事前期增长15.6%……

如今，随着经济社会发展，特别是全民健身、体育强国、健康中国、全域旅游国家战略的深入实施以及生活方式、健康理念和消费观念的不断更新，“跟着赛事去旅游”渐成社会新时尚，并为扩大消费、促进就业、拉动内需提供有力支撑和持续动力。

产业集装箱

体育器材上市企业业绩回升

本报讯 日前，国内体育上市企业相继发布2023年上半年业绩报告，其中，康力源、金陵体育、英派斯等体育器材企业通过创新研发，夯实产品竞争力，加强市场渠道拓展等举措实现了业绩增长。

根据康力源公布的财报显示，2023年上半年，企业实现营业收入3.07亿元，归母净利润7565.17万元，同比增长70.23%；扣非净利润4736.81万元，同比增长12.29%。公司搭建的“外销定制化+内销品牌化+线上市场化”销售模式持续催化需求、营造口碑，推动内外销业绩同频增长。

金陵体育今年上半年实现营业收入1.76亿元，同比增长3.53%；归母净利润1346.86万元，同比增长282.74%。金陵体育业绩回升，一方面归于积极对现有产品

原材料进行改良，提升产品质量和使用寿命，提高产品市场竞争力；另一方面归于金陵体育通过对主要产品生产工艺和流程的改进，加大现有生产线的技术改造，提高生产效率，并结合品牌宣传和市场拓展，提升新产品的市场认可度。

英派斯发布的2023年半年度业绩报告显示，上半年，企业经营活动产生的现金流量净额为1.39亿元，同比增加1.59亿元；归母净利润3708.23万元，同比增长139.44%。对比去年同期数据，英派斯主营业务情况的扣非净利润增速在提升，且公司加强成本费用管控措施成效明显，营业成本较去年同期减少，报告期内，公司毛利率为31.82%，同比上升7.76个百分点；净利率为9.38%，较上年同期上升5.27个百分点。（丰佳佳）

从“村BA”“村超”到“村马”——

体育持续为乡村振兴赋能

本报记者 丰佳佳

日前，500余名路跑爱好者在浙江永康市古山镇前黄村参加“丰收杯”10公里大众等级达赛。比赛中，选手们沿路跑过挂满柚子、葡萄的果园，经过黄澄澄的稻田，向日葵田和花开满枝头的桂树，满眼都是丰收后的景象。

永康被誉为五金之都，这里现代五金制造业发展成熟，小五金企业众多，形成了规模化的五金产业集群，得益于上下游供应链及运输方面的优势，这里也成为儿童滑板车、跑步机等健身器材的重要生产地。当地许多村庄办起工厂，机器的轰鸣声唱响了村民的致富路。前黄村紧挨着当地货运的“主动脉”——东永一线，冶炼制造业也曾是村里的支柱产业。上世纪80年代，该村利用荒滩建立工业小区，将散落在村里的五金企业集中到一起，之后，村集体投资建成了村级工业小区，在1994年，前黄村工业产值就突破亿元大关。村民腰包鼓起来的同时，冶炼带来的环境污染问题也曾影响了大家的生活质量。如今走进前黄村，却听不到机器作业的嘈杂声，夏日可闻蝉鸣，鹿场里的梅花鹿鹿鸣声也更显清脆。

近年来，“绿水青山就是金山银山”的理念越来越深入人心，前黄村开始重新规划高质量发展的乡村振兴新路。该村围绕红色主题，将发展和环境保护结合，推进乡村旅游产业发展，建设了村史馆、荣誉馆、革命展馆，推进文化综合体建设及体育设施建设。村里新修了篮球场，体育锻炼已成为村民生活的重要内容。

体育为前黄村这座革命老区村的振兴之路增添更多活力。为了推动村里发展红色旅游产业，开展青少年研学活动，该村在周边山上新修了步道，让村里的文旅资源与周边村庄的风景连接成线，不仅吸引了金华、义乌、东阳等地的游客前来观光，杭州、上海等地的户外徒步爱好者也前来“打卡”。暑假期间，村里还开展了体育训练营，推动文体农旅融合发展。

为了丰富村民的文化生活，自去年开始，前黄村村支书李定每周都会组织村民一起跑步。活动不仅得到村民的积极响应，周边村庄和镇里的路跑爱好者也会前来参加。大家对路跑运动的热情以及“村BA”“村超”等乡土赛事的火爆给了李定更多启发，在他看来，乡村体育赛事能为乡村旅游发展汇聚更多人气，前黄村应该抓住契机培育自己的特色体育赛事，让来自全国各地的路跑爱好者边跑步、边赏景，让村里的美丽风光和乡土特产被更多人看到。前黄村举办“村马”不仅得到了古山镇及永康市政府的支持，浙江省路跑协会也派来技术人员帮助规划、评估比赛线路，并结合村周边的路况及沿途特色景点，推荐村里举办路跑10公里大众达标赛。

“村马”的成功举办不仅让500位路跑爱好者感受到前黄村这个红色村庄的人文底蕴、风土人情和生态之美，也再一次成为体育赋能乡村振兴的新实践。永康市委副书记、市长胡勇春表示，永康将充分发挥前黄村“村马”的引领示范作用，努力培育更多百姓喜闻乐见的村级体育赛事，探索出一条具有永康特色的“全民健身+乡村振兴”多元融合的高质量发展路线。

成绩斐然

亚运明星品牌代言不断

本报记者 王世让

杭州亚运会的精彩不只是在竞技场上，还有众多品牌在场外展开的体育营销战上。在杭州亚运会期间，很多品牌围绕所签约的运动员开展了体育营销活动，还有很多品牌通过亚运会期间的认真观察，找到了适合品牌定位的代言人。

6枚亚运金牌，杭州亚运会最具价值运动员，中国游泳运动员张雨霏无疑是杭州亚运会期间最受关注的运动员之一。而站在张雨霏身后的中国移动、盼盼食品、伊利，都会在她每次夺冠后第一时间发布祝贺海报。在张雨霏完成所有比赛后，中国移动作为杭州亚运会官方通信服务合作伙伴，还邀请张雨霏参观设在亚运会主媒体中心的元宇宙站。相关品牌的营销活动收获了众多关注。

还有很多运动员，通过自己在杭州亚运赛场上的精彩表现，为自己赢得了国人的关注和新的品牌赞助。

在杭州亚运会开幕之际，伊利官宣签约中国体育代表团开幕式旗手覃海洋，覃海洋也用亚运会5金1银和最具价值运动员的称号证明了伊利的眼光，他和张雨霏多次出现在伊利的亚运海报中。

无论是奥运会，还是亚运会，百米飞人大战都是关注度极高的比赛，中国选手将本次杭州亚运会男

女百米飞人大战的金牌双双收入囊中。其中，在男子飞人大战中胜出的谢震业，近日签约有机食品品牌北纬47度。女子百米冠军葛曼棋，在近日成为海尔空调的代言人。

中国女篮在亚运会成功卫冕后，队内也有多名球员喜迎新代言，其中汤臣倍健签下王思雨，韩旭、王丽丽成为舒达源品牌代言人，李缘则出任体育品牌361度的女子篮球代言人。

此外，为中国队时隔29年再获亚运网球男单金牌的张之臻，成为箱包品牌TUMI的品牌挚友。帮助中国男子乒乓球队勇夺男团冠军的马龙，出任食品品牌双汇的代言人……

近年来，比起一些负面新闻不断的“流量明星”，体育健儿们阳光健康、为国争光的形象更容易得到大众支持，自然也受到品牌企业的青睐。娱乐大数据服务商艾曼数据所做的统计显示，我国运动员代言数量从2015年的8个猛增到2021年的161个，短短7年增长了20倍。而随着北京冬奥会、杭州亚运会等赛事的成功举办，中国体育健儿在国际赛场收获更多的冠军和关注，也将有越来越多的品牌选择运动员来为其代言。