

中国体育用品对外贸易探索攻守平衡

本报记者 丰佳佳

2024年，中国体育用品出口交出增速6.77%的答卷，全年出口额达283.96亿美元，展现了“中国制造”的韧性。与之同频，体育用品行业外贸仍面临产业链外迁、成本优势减弱等深层次挑战。中国体育用品业联合会日前发布《中国体育用品对外贸易发展报告（2024）》，对行业现状及趋势进行深度解析，帮助企业在新的一年里把握出海机遇。

近几年，体育用品对外贸易出现大幅度震荡，经过2023年的去库存周期，国际体育用品市场需求逐步修复，尤其是欧美消费市场的复苏，为跑步机、健身器材等品类注入增长动力。2024年，中国体育用品进出口总额298.83亿美元，较2023年增长6.22%。其中，进口额14.88亿美元，较2023年下降3.31%；出口额283.96亿美元，较2023年增长6.77%。

伴随体育用品企业出海持续升温，全球供应链格局发生变化——耐克、阿迪达斯等国际品牌将产能转移至东南亚；代工龙头企业在越南、印度尼西亚的工厂已占据全球运动鞋产能的八成以上，直接导致中国运动鞋出口连续两年下滑。这也提示想要依靠出海打开新局面的体育用品企业，代工模式式微，自主创新与品牌化成为破局关键。

好消息是，政策与市场的双重驱动为行业指明方向。《关于提升加工贸易发展水平的意见》提出推动产业链向高端延伸，鼓励企业从OEM（代工）向ODM（自主研发制造）和OBM（自主品牌）升级。与此同时，东南亚、拉美等新兴市场的崛起，为露营装备、球类产品等品类开辟了新空间。例如，马来西亚、泰国对合成纤维帐篷的需求四年内翻番，墨西哥、巴西长期占据球类产品出口前三……这些变化为体育用品企业提供了市场多元化机会。

体育用品出口市场中，美国作为多年来最大出口

国的地位不受挑战。2024年，体育用品对美出口89.28亿美元，较上年增长12.53%，占全部出口的31.44%。在其他排名前二十的出口目的地中，越南、泰国、墨西哥、巴西、波兰等新兴市场值得关注，这些国家近几年表现出较为广阔的市场潜力，也是我国体育用品出口第二梯队的中坚力量。

外贸形式更多元，“一般贸易”占比上升。经过全球贸易体系的深度演进，中国对外贸易业态持续创新，跨境电商、市场采购贸易等新业态蓬勃兴起，形成了多维度、立体化的贸易格局。作为传统支柱型贸易方式，一般贸易和加工贸易始终占据我国对外贸易的主导地位。

随着国内外经济社会环境逐步演化，一般贸易占比有所上升，加工贸易占比下降。2024年，体育用品一般贸易出口196.9亿美元，占比69.36%，加工贸易出口39.40亿元，占比13.88%。

聚焦具体品类，中国体育用品外贸的“冷暖差异”较为显著。其中运动鞋服出口承压，高端市场依赖显著。运动鞋服作为传统出口主力，2024年出口额双双下滑，其中，运动服出口23.14亿美元，下降4.45%；运动鞋出口20.60亿美元，下降6.90%。近五年，除2021年和2022年出口实现大幅度增长外，其余三个年份运动鞋服均出现明显回落。这样的态势与产业链国际转移密切相关。

跑步机出口额延续升势，“新兴经济体”市场潜力大。2024年，跑步机出口继续取得良好业绩，出口共计1673.63万台，出口额13.58亿美元，增幅分别达到44.70%、37.08%。

从出口市场结构看，美国作为我国跑步机出口最大市场，连续三年出口市场份额超过36%。

英国、德国、印度、西班牙、荷兰作为跑步机出口传统主力市场，保持相对稳定的市场份额。一些新兴经济体表现出较强的消费能力和市场潜力，印度尼西亚出口份额从2020的1.31%，稳步增长到2024年的

2.39%；波兰从2020年份额0.95%，逐年递增到2024年的2.29%，跻身出口市场前十名。随着这些新兴市场经济发展水平的快速提高，民众对健康和健身更加重视，跑步机等健身器材需求也快速释放。近几年，巴西、墨西哥、越南、泰国、马来西亚、土耳其等出口市场都表现出色，值得关注。

健身器材需求回暖。2024年，健身器材出口50.47亿美元，同比增长22.13%，继2023年之后连续实现增长。美国、德国、英国、荷兰、日本等在出口市场中位居前列。值得一提的是，2024年排名前十大市场全部实现出口增长，显示出全球市场需求整体回暖的积极信号。

人造草市场发展均衡，中低端市场竞争力更强。2024年度，人造草皮出口共计4.55亿美元，较上年小幅下降2.62%。人造草坪对发达国家市场出口呈现稳中趋降态势，而对东南亚、中东、拉美和非洲一些发展中国家出口则表现出很好的增长势头。

户外用品则呈现出“传统市场稳、新兴市场热”的格局。2024年，我国户外用品出口25.90亿美元，较2023年小幅下跌2.60%，仍处在合理调整范围。合成纤维帐篷出口额占户外用品总出口的73.36%，美国、澳大利亚、德国仍是核心市场，但马来西亚、泰国的表现尤为突出，成为行业新亮点。

2024年，中国球类产品实现出口6.99亿美元，小幅下滑5.61%。美国、巴西、墨西哥连续三年占据出口额前三名。

过去一年，中国体育用品外贸的“传统优势”与“新兴市场”交替叙事。运动鞋服的份额流失警示传统代工模式的弊端，而健身器材的逆势增长则证明创新驱动的潜力。未来，体育用品行业仍需在“守”与“攻”之间找到平衡——守住高端市场的品质口碑，深耕新兴市场的差异化需求；守住供应链的规模优势，钻研技术研发的附加值空间。当“价格优势”逐渐让位于“价值优势”，更多中国体育用品企业才能真正从“世界工厂”迈向“全球品牌”。

湖南启动全民健身志愿服务活动

本报讯 以“传承雷锋精神 奉献体育力量——奋进新征程 运动促健康”为主题的2025年湖南省全民健身志愿服务活动日前在长沙吉联MALL启动。活动现场设置了中医疗疗指导、体育健身项目展演、科技体育项目体验、少儿体适能指导、运动“盲盒”挑战赛、知识问答等多项全民健身志愿服务，深受群众喜爱。此次全民健身志愿服务活动，将体育与公益有机结合，以多种形式推广全民健身理念，为推动湖南省全民健身事业发展发挥了积极作用，进一步营造了全民健身良好氛围。

自2023年举办“奋进新征程 运动促健康”全民健身志愿服务

活动以来，湖南省体育局始终聚焦“体育振兴乡村”“青少年体质提升”两大热点，已总计举办38场志愿服务活动，覆盖全省7个市州的9个县区，超1.5万名群众从中受益，志愿服务时长累计达到2700小时，为乡村振兴注入新活力，为青少年体质提升赋能。随着活动深入开展，全民健身理念在三湘大地广泛普及，体育促消费效果明显，提升了体育对全省高质量发展的贡献率和湖南在体育强国建设的贡献。

2025年湖南省全民健身志愿服务活动由湖南省体育局主办，湖南体育职业学院承办，将在全省5个市州举行15场。

（唐璇）

“运动赣鄱·活力江西”赛事活动品牌标识发布

本报讯 “运动赣鄱·活力江西”赛事活动品牌标识日前正式发布并启用。

“运动赣鄱·活力江西”赛事活动标识，以江西的简称“赣”字为核心元素，将色彩与人物形象深度融合。品牌标识以井冈山红、樟树绿、幸福紫、青花蓝、活力橙5种颜色展示江西区域特色，融入5个不同年龄段和性别的人物运动形象和动作，传递出体育的多元价值，更体现了江西的文化特色和体育运动的包容性和广泛性。

该标识将广泛应用于江西省各级各类赛事活动所有视觉载体中，包括但不限于背景板、场馆

布置、秩序册、成绩册、奖牌、证书等。3月1日起，江西省全民健身赛事活动率先开始品牌标识的全面运用。下一步，江西省体育局还将加强对标识文创产品的开发，进一步扩大赛事IP的影响力，增强标识的经济赋能。

“运动赣鄱·活力江西”品牌标识的发布，是江西省体育事业的又一重要里程碑，通过强化品牌建设，助力打造“运动赣鄱·活力江西”赛事活动品牌，充分展现江西体育赛事活动品牌的文化特色和精神内涵，进一步扩大赛事活动品牌的影响力、传播力，树立江西体育新形象。

（黄琰冰）

■ 图片报道



近日，贵州省贵阳市花溪区青岩小学的学生在大课间跳绳。

新华社记者 郑明鸿摄

二月二“龙抬头” 龙舟竞渡绘锦绣

本报记者 轧学超

农历二月初二是民间传统节日“龙抬头”，这一天，全国各地龙舟赛事活动竞相绽放，传统民俗与现代活力相互融合，将美好祈愿融入奔腾江水。

在广东佛山，“金蛇献瑞 龙舞九州”2025年全国龙舟大联动佛山龙舟超级联赛启动仪式暨“环两江”文旅系列活动及精品旅游线路发布活动在南海区九江镇举行。此次活动由中国龙舟协会、佛山市文化广电旅游体育局主办，精彩的表演《醒狮献瑞启祥龙》和《瑞鼓震天醒龙魂》拉开了启动仪式帷幕，威风凛凛的醒狮跳跃、翻腾，与激昂振奋的鼓声相互呼应，瞬间点燃了现场气氛。2025年全国龙舟大联动活动将通过贯穿全年、覆盖全国的各类龙舟赛事活动，广泛开展全民健身活动，

弘扬民族文化。活动还发布了2025年佛山“环两江”文旅系列活动及精品旅游线路，100多场活动涵盖民俗、节庆、美食、赛事、演艺等方面，将沿江景点、景观、街区、场馆等串联起来，全方位展示了“环两江”先行区深厚的文化底蕴和丰富的旅游资源。

同一时间，浙江绍兴也沉浸在欢乐的节日氛围中。“行走大运河”全民健身系列活动2025年绍兴市龙舟开赛仪式暨仙果小镇·龙舟竞渡活动热闹开场。开幕式上，击鼓表演气势磅礴，舞龙表演灵动活泼，书筒舞优雅飘逸，长绸扇轻盈优美，为活动增添了浓厚的文化氛围。活动现场还举行了龙舟赛“点睛仪式”，100米与200米直道竞速比赛也就此拉开帷幕。活动不仅让观众欣赏到了精彩的龙舟赛事，还设置了非遗展示、共富集市等环节，让大家在感受龙舟文化的同时，也能体验到当地的特色

美食和传统手工艺品。

在湖北秭归，2025年归州万古寺龙舟文化节暨“二月二·龙抬头”活动也同时举行。千余名游客齐聚屈原故里，在丰富多彩的民俗活动中，共同弘扬传统文化，祈福丰收。作为“中华屈原第一村”，万古寺村传承着原汁原味的屈原故里龙舟文化。原生态表演唱《薅草锣鼓》、女声小组唱《我家门前是长江》、舞蹈《橘林欢歌》等节目精彩纷呈，展现了峡江儿女的豪情和对美好生活的向往。8名孩童身着楚服，完成开笔礼，朱砂轻点额间，稚嫩的诵读声回荡在广场上空，传承千年的启蒙礼，让崇文尚德的种子在孩子们心中生根发芽。随后，擂动大鼓，龙头披红、点睛等古礼庄重肃穆，5支龙舟竞相入水，沿着香溪河道“拜码头”，祈求四季平安、生活幸福。

此外，在山东德州，2025德城区非遗项目展演暨首届春季龙舟开漕文化

节在德润古运河南码头民俗文化园开幕。活动通过复原古运河传统民俗、创新非遗展演形式，为市民呈现了一场兼具文化厚度与时代活力的民俗盛会。在龙舟披红点睛仪式结束后，4支参赛队伍相继下水，在锣鼓助威声中展开竞速，重现古代漕运竞速的壮观景象，让更多人了解到运河文化与龙舟文化的魅力。

各地的龙舟活动以独特的地域特色和丰富的文化内涵，吸引了不同年龄、不同职业的人群参与，不仅为人们提供了欢乐的节日体验，也让龙舟文化在新时代焕发出新的生机与活力，它们成为传承民族精神、促进文化交流、推动文旅融合的重要平台，让人们在感受传统文化魅力的同时，也增强了民族自豪感和文化认同感。随着时代的发展，龙舟文化将继续传承下去，在中华大地上绽放更加绚烂的光彩。