

体博会“绿”动体育新潮流

本报记者 王 辉

体博会体育场馆及器材展区现场人潮涌动,各个展位前围满了参观咨询的观众。

在江苏威腾体育产业股份有限公司的展位区,一款人造草坪产品吸引了众人目光。该公司董事长张妍向记者介绍:“目前市场上常见的人造草坪场地,废弃后基本都很难实现整体回收,草坪焚烧、填充物填埋,严重破坏生态环境。要是场地能没有填充物且草坪可回收,就能解决这个行业痛点。”说着,她拿起一块草坪样品展示:“我们通过设计不同形状和克重的人造草纤维,经科学配置和设计,让它实现了一定的表面运动性能。而且不使用任何背胶,环保无气

味,产品尺寸稳定且强度高,尤其是材料整体可回收。”

张妍进一步解释,这一可回收免填充人造草坪系统技术突破,解决了传统人造草废弃后因混合材料无法分解导致的污染问题。“单块标准足球场可减少约20吨草坪的焚烧和200到300吨填充物的填埋,而每年中国翻新的场地面积不少于5000万平方米。常规人造草坪均需要涂抹背胶,且草坪中有害物质主要来自于背胶,且背胶生产线会产生大量的废弃气体。我们的可回收技术无需背胶,产品安全无毒。”

河北英利奥体育用品有限公司的展位同样人气高涨。企业品牌推广负责人李晓东拿起一块新型橡胶材料制成的样品,向记者介绍道:“近年来,传统

橡胶材质存在气味大且刺鼻、不环保、回收难度大并造成黑色污染等问题。针对这些行业痛点,我们积极开展研发工作,通过材料和工艺的升级,研发出这种新型橡胶材料,它达到了无气味、不含重金属等有害物质,并且实现可回收循环使用的效果。”

李晓东接着展示了该企业创新推出的三对三篮球新型环保地板,“这款地板运用生物基原材料合成制备的可循环橡胶材料,具有植物来源、纯天然绿色环保、零碳足迹以及可100%回收循环使用的优势,并且通过了ISCC全球可持续发展和碳国际认证。”

在优冠体育展位,一款名为“AS水性树脂跑道面胶”的环保产品也备受观众关注。该公司技术总监李洪雄介绍,

传统油性跑道材料因依赖有机溶剂作为稀释剂,施工时容易释放挥发性有害物质,影响环境,而“AS水性树脂跑道面胶”以水性树脂为核心粘合剂,成功打破了传统油性跑道材料的技术瓶颈,从生产到施工全程无需添加溶剂,从根源上降低了环境污染风险。目前,该产品已通过多项国家级环保与质量认证,并在多个省区市的中小学及专业体育场馆得到广泛应用,市场反映很好。

从可回收免填充人造草坪,到新型环保橡胶地板,再到水性树脂跑道面胶,本届体博会上,众多绿色环保的创新产品集中亮相,展现了体育产业在绿色发展道路上的积极探索与突破,也让人们看到了体育产业未来发展的新方向。(南昌5月22日电)

走进2025中国体博会政府体育事业专区——

政企协同以创新赋能行业发展

本报记者 丰佳佳文/图

2025中国体博会政府体育事业专区通过“政策创新-公共服务-资金保障-产业协同”四维展示体系,系统性展现各级政府推动体育事业发展的创新成果。在3000平方米的展区内,各地全民健身智慧服务平台、体旅融合示范项目等百余项标志性成果集中呈现,同步开展的体育产业招商推介会、政企对接洽谈会等专项活动进一步赋能体育产业发展。

由定州市人民政府主办的“中国·定州市体育用品产业招商系列活动”通过一套组合拳拓展定州体育用品业对外宣传和招商引资途径,为定州企业集群品牌建设、产业转型升级注入动能。5月22日在体博会主舞台举行的定州体育用品产业招商推介会上,定州市政府相关负责人向体育产业从业者发出邀请,并介绍了有关优惠政策、扶持措施以及体育产业整体规划。

“定州体育用品产业综合展区”是定州体育用品产业第三次以整体形象,以政府主办模式在中国体博会平台亮相。定州市政府、定州市体育运动用品协会组织了定州本地有特色的代表性体育用品企业,集中展示了恒达、双云、华洋、飞羽、威尔特等代表性品牌和产品,展品矩阵覆盖智能健身器材、竞技体育装备、运动康养器械等品类,多种专利技术产品进行了首发展示。

在政府体育事业专区的定州展位,创新产品和爆款产品通过场景体验方式亮相,让观众零距离感知定州制造的



中国体博会政府体育事业专区定州展位的迷你乒乓球桌人气旺。

精工品质和创新基因。双云体育的两款迷你乒乓球台吸引了不少游客体验,观展的南昌市民许女士想直接把球台“带走”。公司负责人白云笑着婉拒了这位热情的客户。“这次一共就带来两套展品,您要是想买的话,我这边可以从工厂给您发货,我包运费。”和许女士交换联系方式,谈好发货事宜后,白云又陪几位观众打了一会儿球。“这两款迷你球台就是我们为家庭亲子互动和办公室健身人群设计的新产品,市场反响超

过预期。”白云认为,在政府展区不仅能把产品展示给更多人看,对企业来说更是一种鼓舞和肯定。润德橡胶营销总监甄磊也非常认可政府体育事业专区的引流作用,“公司在其他展区有展位,政府展区这边只摆放了几样新品,一些来自学校系统和政府采购系统的观众看到这些样品后,会再转到我们的展位参观、咨询。”

此前,定州市政府为了推动行业转型升级升级,与中国体育用品业联合会携手

推出了“定州市体育用品产业高质量发展”计划。中国体育用品业联合会主席李桦表示,近年来,定州市高度重视体育用品产业的发展,通过政策引领、资金扶持、不断优化营商环境,持续挖掘释放体育制造业潜力。联合会将继续发挥在展会活动、企业标准化认证等方面优势,帮助定州对接更多优质资源,希望更多企业能依托定州优势政策和良好的产业基础实现更好发展。

(南昌5月22日电)

在体博会感受国潮力量与科技范儿的碰撞

本报记者 丰佳佳

当前,体育消费向多元化、个性化、专业化、智能化的方向快速发展。这一趋势要求体育用品企业不断创新产品与服务,以满足消费者的多样化需求。2025中国体博会体育消费及服务展区以“运动消费进阶”为主题,关注“老企业焕新颜”,展现国潮继续发力背景下的新产品、新技术,同时聚焦细分、专业的体育消费所面向的终端新产品。

在运动鞋服领域,跨界合作已经成为常态,体育品牌与时尚、科技、娱乐、文化领域的融合,为消费者带来了更加丰富和独特的体验。“老字号”回力此次以“历久弥新·潮动未来”为主题,携旗下“回力”“回力1927”“飞艇”品牌亮相,通过沉浸式展陈、非遗创新产品,展现百年民族品牌从文化自信到产业升级的成果。回力特别展出与上海大学美术学院合作的“非遗100+”项目的多款非遗创新设计产品,海盐滚灯、东阳竹编、崇明土布、艾德莱斯绸、阿坝羌绣等非遗传统工艺与经典的帆布鞋融合,实现了“非遗技艺的现代化表达”。此外,回力对经典款也进行功能性升级,如“小风帆”系列产品采用抗菌防污面料与云感中底,在保留复古外观的基础上提升穿着体验,情怀与实用并行不悖。

随着技术突破与品牌崛起,国产跑鞋在专业运动领域崭露锋芒,在马拉松赛场、在运动员的训练场,国产跑鞋凭借性价比和更迎合国内市场的设计

计受到青睐。由前国家队短跑运动员江亨南和北人体育创始人王让均联合创立的弹射者品牌经过短短3年时间的的发展就在青少年体育培训市场积累了认可度。带着青少年体考体测专用鞋,弹射者走进中国体博会展厅。“这是我们的黑马系列跑鞋,采用了全掌铲形碳板,配合鞋头的黄金翘度,实测蹬伸效率能提升10%,能量直接反弹推进45%,这个系列已经升级到4.0版本,首发12小时销量就破万双。”王让均向记者揭秘鞋底的“黑科技”,他表示,公司的产品此前聚焦体考体测赛道,大众跑步和专业服装板块的新品也即将面市。体博会是行业盛会,希望借此机会与同行交流,同时尽情“秀一秀”,展示国产运动装备在细分赛道的产品和技术。

在重装徒步和越野赛场颇为活跃的思凯乐带着越野跑系列产品亮相。超轻冲锋衣、越野跑鞋、速干衣、越野包、越野帽、防晒服……为观众打造越野装备一站式采购场景。“这款鞋用的是Vibram的锯齿大底,有非常强的抓地力,鞋面是可呼吸的贾卡网布,中底采用的是超临界发泡EVA材质,能提供55%到60%的回弹率。”观众孙女士被工作人员科普了跑鞋的科技含量,让本就对鞋子版型设计颇为满意的她心动不已,决定展览最后一天要和同事一起来扫货。

在细分领域深耕细作,国产运动鞋服品牌以差异化和专业化竞争新高地。

(南昌5月22日电)

本报讯 5月22日,由北京市体育局主办的“2025北京体育产业招商推介会”在南昌绿地国际博览中心启幕。活动以“双奥之城·消费赋能”为主题,通过资源推介与创新对话,全面展现北京体育产业从“奥运遗产活化”到“消费生态构建”的战略实践,为全国体育行业提供高质量发展新范式。中国体育用品业联合会、北京市体育局、北京市各区级体育局、重点企业代表及行业投资者齐聚一堂,共绘体育消费升级新图景。

北京市体育局二级巡视员张朝晖在会上介绍,2025年北京将持续打造具有国际影响力的体育赛事体系,将举办1280多项体育赛事,其中“双奥100”精品赛事198项,打造开年季、潮动季、燃情季和冰雪季四个赛事矩阵,大力发展赛事经济、冰雪消费、时尚体育消费、户外运动消费,带动文化、旅游、商业等多业态融合发展。

招商会上,中体联(北京)认证服务有限公司与北京市体育产业协会完成FIBA(中国)场地认证及技术服务在北京地区的合作签约。这一合作标志着北京体育产业标准化服务迈入新阶段,未来在北京将通过国际认证体系赋能场馆建设、赛事运营与人才培养,为行业高质量发展树立标杆。

此次推介会的举办,一方面展示了北京在体育产业建设发展方面的优势资源,另一方面,通过加强区域产业合作,北京将进一步拓展体育消费的市场空间,促进体育与旅游、文化等相关产业的深度融合,形成具有鲜明特色和强大竞争力的体育产业生态。(杨天婴)

二〇二五北京体育产业招商推介会举办——『双奥之城』释放消费升级澎湃动能

本报记者 张小可

“平时在健身房跑步太枯燥,没想到现在跑步机可以直接投屏刷抖音,20分钟的跑步不知不觉就结束了。”走进2025体博会健身展区现场,一台配备旋转触摸屏的跑步机瞬间吸引了观众王琛的注意。作为体博会健身展区核心板块的商用健身展区,正以科技为支撑,为用户塑造健身新体验。

健身器材开启“智慧陪伴”

走进山东德体机械科技有限公司的展区内,该公司负责人王萍正向观众演示新款跑步机的投屏功能。“今年我们主推的这款跑步机搭载了180度旋转触摸屏,通过蓝牙就能实现手机内容的实时投屏。”王萍介绍道。

当健身器材从“机械工具”进化为“交互伙伴”,投屏等智能化功能不再是锦上添花,而是重构健身体验的核心纽带。现如今不少人认为“锻炼枯燥”是坚持运动的主要障碍,而跑步机投屏功能通过“娱乐+数据”双驱动模式直击痛点。“用户不仅可以刷视频、追剧,还能在跑步时同步查看运动数据,这种沉浸式交互体验让锻炼不再枯燥,配备智能屏的器械也会提升健身爱好者使用时长和粘性。”王萍说。展会首日,这款投屏跑步机的咨询量就超过预期。

数字化健身房升级运动处方

随着人民生活水平的提高和生活方式的改变,运动健康成为不变的话题。走进尚体展区,数字化健身器材吸引了不少参观者的体验。“尚体在今年体博会主要呈现的是数字化市民健身房解决方案。会员进入健身房后,首先会进行体测评估,后台AI系统会根据体测数据生成个性化的运动处方。”尚体健康科技(上海)有限公司公共事务部总监余晨洁向记者介绍了数字化运营的全流程,“在锻炼过程中,所有器材都支持人脸识别或扫码登录,运动数据会实时上传至后台,会员可以随时查看自己的运动记录和健康档案。”

这种数字化运营模式不仅提升了用户体验,也为健身房运营方提供了科学的管理工具。“我们的管理系统可以实时监测器材的使用率、会员的锻炼偏好等数据,帮助运营方优化器材配置和课程安排。”余晨洁说。

降本增效驱动市场革新

如今,国内健身行业迎来复苏浪潮,新健身俱乐部密集开设。结合当前经济环境,成本控制成为场馆运营核心考量,导致“铁馆”模式爆发式增长——这类场馆以工业风简装降低装修成本,聚焦力量负重训练,通过“器材数量多、单台投入少”的高性价比策略,实现小成本运营。山东大胡子运动器材有限公司总经理任天恕表示:“为了满足这一市场需求,我们公司开发了非常多适合这类市场需求的产品。”

“现在的健身器材竞争,本质上是对用户需求的理解和响应能力的竞争。”任天恕的观点道出了行业共识,“无论行业如何发展,体育装备制造业的核心都是为了更好地满足用户的需求,提升他们的健身体验。”(南昌5月22日电)

从买器材到买“健康生活方式”

健身器材市场迎来“她”机遇

本报记者 张小可

随着健康意识的提升和消费升级,女性健身市场正成为全球增长最快的健身领域之一。在2025中国体博会的女性健身专区,从普拉提器械到力量训练装备,各类针对女性生产的健身器材在功能创新与用户体验上持续升级。

普拉提作为兼具优雅与高效的运动方式,正成为女性健身消费的新宠,带动相关器材市场迎来爆发式增长。传统普拉提床尺寸大、占地方的问题,曾让不少普拉提私教馆从业者苦恼不已。

“曾经有位瑜伽馆主找到我们,说教室摆完3台普拉提床就没空间了,无法为会员提供更多课程服务。”亿莱德健身器材有限公司经理刘建利说,在了解到不少瑜伽馆都有“器械摊开后占用空间过大”的痛点后,公司迅速研发出可叠放的普拉提器械,“可叠放的瑜伽床重量较小,两个人就可以轻松移动,面积较小的瑜伽馆课程结束后,可迅速将器械叠放在一起,小场馆的空间利用率大幅提升。”

这种“需求驱动研发”的模式,让亿莱德成为国内较早攻克叠放技术的厂商。力量型健身产品领域同样展现出对女性需求的精准把握。定州市宏科体育用品有限公司在哑铃、壶铃等产品研发中采取“轻量化+多彩化”策略。“女孩子常用的哑铃重量更轻,颜色以粉色、浅色等柔和色调为主。”该公司销售李珍珍介绍说,如今女性消费者不仅关注健身效果,对

产品的视觉体验与使用舒适度提出更高要求。为响应这一趋势,宏科体育在材质上选用更环保、触感更佳的材料,从细节处提升女性用户的健身体验。此外,宏科体育还紧跟“体重管理年”的热潮,针对女性追求减脂塑形的目标,推出了一系列配套的健身产品组合,帮助女性消费者在家就能科学、高效地开展力量训练,朝着减肥和塑形目标迈进。随着生活节奏加快和工作压力增大,越来越多女性倾向于在家健身,因此便捷性的家庭健身产品备受青睐。“现在家用健身器材越来越受欢迎,我们的小型减脂器材如拉力带等很受消费者欢迎。”常州米力运动休闲用品有限公司负责人戴红梅表示,在产品设计上,米力健身注重细节与品质,拥有自主专利,采用全新材料制作产品的同时也非常关注女性用户的审美需求,“用全新材料制作的产品颜色鲜艳,客户都很喜欢。”对于行业未来发展,戴红梅充满信心:“现在在人们心中健康越来越重要,预计健身用品行业发展会越来越好。”随着女性对健身的重视程度不断提升,米力健身将继续以创新为驱动,为女性提供更多优质、实用的健身产品,助力女性实现健身目标,拥抱健康生活。从“买器材”到“买健康生活方式”,女性体育消费正重塑健身器材行业。正如李珍珍所说:“现在的女性消费者太‘懂行’了,只有把每个细节都做到她们心坎里,产品才能真正‘出圈’。”(南昌5月22日电)

投屏交互 降本增效 数字化升级

商用健身器材重塑健身体验