

掘金“三大球”市场 比创新更拼匠心

本报记者

推动“三大球”振兴让体育用品行业迎来新的发展机遇。近年来,“三大球”相关装备制造商家加大了科技研发和产品创新力度,以满足消费者日益增强的多元化、个性化消费需求,在2025中国体博会体育消费及服务展区,篮球装备制造

商以创新和匠心释放“吸引力”。
“哎呦不错啊!命中率80%,威斯来投命中率也是80%。”展厅里,新兴篮球装备品牌准者开展的投篮大赛人气爆棚,CBA扣篮王陈登星参加挑战后,准者创始人林晨耀为对方点赞。在几位投篮高手“炫技”结束后,林晨耀向大家介绍起这款公司自主研制的投篮机,“这是升级版,加高的网兜高3.7米,双红外线感应系统能使投篮数据更加精准,抛物线发球模拟实战传球,还能调整发球距离和角度。”随后,工作人员拿出手机,运用APP演示介绍投篮机的自定义训练模式,“使用者还可以创建球队,组建训练计划,还可以下达指令,实时查看球员在各角度投篮的命中率数据,进而加强偏弱投篮角度的训练,利用投篮机训练能减少捡球时间,帮助稳定投篮手型……”

端午期间珠江开启“龙舟狂欢”

本报讯 日前,记者从广州国际龙舟邀请赛新闻发布会获悉:2025年广州国际龙舟邀请赛将于6月1日在中大北门广场至广州大桥之间的珠江河段举办。

今年是广州国际龙舟邀请赛创办40周年,赛事由国家体育总局社会体育指导中心、中国龙舟协会、广州市人民政府共同主办。经过多年发展,广州国际龙舟邀请赛影响力和传播力不断扩大,成为展示独特岭南文化与广州现代城市风貌的窗口,有效促进了粤港澳大湾区、兄弟

新兴品牌打造互动场景秀肌肉,世界知名篮球制造商斯伯丁则用类似艺术品陈列的方式,从第一颗手工缝制篮球的诞生来讲述品牌发展故事。“我们把品牌百年发展中所有拿得出手的产品都带来了,而不是像订货会一样只展示卖得好的产品。”斯伯丁(中国)销售兼业务发展部副总监邹书悦表示,如此策展是希望给大家带来更有历史厚重感、有文化性的科普展览。时隔9年重回中国体博会,斯伯丁的目的自然不仅是为观众讲述篮球发展史,在展厅的另一半,展出的是运动护具品牌迈克达威的全系列产品。“这是我们参展的另一个目的,希望借助展会平台告诉大家,斯伯丁(中国)是迈克达威的中国区总代,同时也希望借助这个机会和江西当地的消费者对话,和友商交流。”邹书悦说。

斯伯丁的“篮球文化展”文艺范十足,但它回归中国体博会依然让同行感受到了压力。“毕竟是国际大牌,他们在市场推广方面更有优势。”上海兰华制球市场部经理杨成的回答很直白。“但我们的产品性价比有优势。”说完,他就自豪地介绍起了公司新上市的准竞赛级排球,“之前我们的竞赛级产品非常短缺,所以就联合一些院校,结合很多

专业运动员的意见做了这款接近竞赛级的球,从立项到成品上市,用了两年。部分省市的学生运动会已经用了这款球,市场反馈不错。”杨成说,接下来他计划申请国际排联的认证。“等认证通过了,我们就可以把‘准’字拿掉了。”

在青少年“三大球”市场深耕30年的上海兰华制球积极参与国家标准、行业标准的制定和推广应用,推动产品提质升级。以中国篮球协会、中国体育用品联合会共同制定的《小篮球运动 器材与场地》团体标准为例,杨成结合展厅里的几款小篮球为大家进行科普,“此前,我国篮球标准与国际篮联的篮球装备标准存在不统一的问题。例如根据GB/T 22868—2008《篮球》国家标准,7号球的质量范围被规定在567至650克之间,而国际篮联的标准则设定为580至620克。这种性能参数上的差异给生产企业、经销商以及消费者带来了诸多困扰。”杨成表示,推动制定普适性的团体标准能帮助企业规范生产流程,提高小篮球产品的整体质量,“青少年体育消费市场持续释放,行业标准也在逐步完善,这更坚定了我们继续升级原材料品质、研发好产品的信心。”

城市之间体育文化交流。今年赛事共设4个项目,竞赛项目为22人龙舟600米直道竞速,分设男子公开组、女子公开组、男子国际组、大学生组4个组别;传统龙舟、彩龙、游龙是表演项目,展示独特的岭南传统文化。共有116支龙舟、4000余名运动员报名参赛。

目前,组委会结合广州国际体育嘉年华、文旅邀约大会等系列活动重点推介赛事,持续打造“赛事+文旅旅科教”多元消费场景,放大赛事延展效应,促进赛事流量向消费增量转化。策划

了2场赛前推广活动。首场推广活动走进北京路光明广场,邀请龙舟文化非遗传承人现场展示龙舟制作技艺,讲述龙舟制作背后的故事。第二场推广活动将走进珠江公园。此外,广州在端午期间将推出“来广州·看龙舟”主题文旅活动650多场。

今年赛事当天恰逢端午假期,组委会诚挚邀请广大市民朋友、来穗游客来到珠江南岸观看广州国际龙舟邀请赛,近距离感受龙舟赛事的魅力。

(黄心豪)

本报记者

从精巧化的设计理念到智能化的交互体验,从多功能的集成到场景美学的融合……2025中国体博会家用健身展区人头攒动,各品牌纷纷携创新产品亮相。通过体博会释放的种种信号可以看出,家用健身器材行业正经历从硬件设施到服务体系的全面系统重构的变革。

在当今快节奏生活中,居家健身日益成为众多人的选择。然而,居住空间有限与健身需求多样化之间的矛盾,始终困扰着消费者。体博会上,浙江大跑科技有限公司带来的多功能跑步健身一体机以创新设计巧妙化解这一痛点,为家用健身行业开拓出新的发展思路。

该健身器材的核心优势为“一机四用”多功能设计,突破传统健身器材功能单一的局限,集跑步机、划船机、卷腹机,以及力量站四种功能于一身。用户无需因不同健身需求购买多台器材,一台设备就能满足全身不同部位的锻炼需求。

“我们主要考虑到居家环境空间有限的问题。”该公司总设计师凌学锋介绍,“对很多健身爱好者来说,如何收纳多种健身器材是个难题。”这款多功能健身器材采用集约化设计,集多种功能于一体,既大大节省空间,又优化成本。“让消费者用最少的钱训练更多部位,是我们设计的核心思路。”他说。

除功能创新外,大跑科技对家用健身行业未来发展趋势也有清晰判断。凌学锋表示,未来家用健身行业将朝着两个主要方向发展。一方面,单台设备多功能化会成为主流趋势。随着人们对健身效果要求的提高,能满足更多训练部位需求的设备会更受欢迎。另一方面,智能化将是另一个重要发展方向。“我们计划在下一代产品中引入AI算法。”凌学锋表示。

小型化同样是家用健身器材发展的趋势。在体博会现场,任和运动推出的单手即可轻松拎起的振动走步机,凭借仅9.7公斤的重量与一体化成型的特性,吸引了众多专业观众前来体验。

这款振动走步机的核心秘密在于伺服电机,这一原本应用于力量训练的精密部件,经过科研攻关,成功“跨界”。厦门任和运动器材有限公司董事长任杨杰表示,该品牌耗时三年攻克核心技术,通过自主研发电机,集成震动按摩功能等创新手段,将单一的有氧设备升级为集“有氧+力量”于一体的复合训练工具。“我们当前的开发方向是朝着精巧、小型、高性价比、功能差异化的方向发展。”

传统跑步机“占地大、折叠难、颜值低”的痛点长期困扰用户。“消费者购买跑步机的最大顾虑是空间占用与折叠繁琐。”浙江麦瑞克科技有限公司渠道负责人裴杰表示,传统机型只能半折叠或全折叠时需要手动操作,且跑板沉重难收纳。麦瑞克此次带来的绝影xt11蝉翼跑步机突破性地采用了全自动90度折叠技术,用户通过语音指令或背板按键即可一键立起跑板,折叠后厚度仅与普通家具相当,完美适配小户型。更巧妙的是,该跑步机跑板背面采用镜面板与皮革板的材质设计,立起时可作穿衣镜或艺术装置,让健身器材变身“客厅艺术品”。

“现代消费者既重视专业功能,也关注产品与家居场景的融合。”裴杰说道,品牌产品不仅提供健身功能,更致力于打造融合健身、装饰、智能交互的家庭运动空间,响应用户对“健身空间美学”的需求。

绘黄山户外运动诗卷 展文体旅商融合新篇 ——长三角绿水青山运动会的“以赛营城”进阶之路

王 辉

黄山,这座被联合国教科文组织认证的“世界生物圈保护区”,森林覆盖率超82%,负氧离子含量在长三角一骑绝尘,是当之无愧的“长三角绿肺”。如何让“绿水青山”真正成为“金山银山”,已在黄山成功举办四届的长三角绿水青山运动会给出了精彩答卷。

历经四年精心打磨,2025长三角绿水青山运动会已成为户外运动赛事的典范。从发展规模来看,它实现了从零星区县试水到全市覆盖的跨越,参赛人数也从千人规模跃升至万人竞速;赛事类型更是从单一走向多元融合,在黄山的山水画卷上写下了浓墨重彩的一笔。通过不断打磨升级,这场运动会不仅实现了参赛人数、覆盖范围、品牌影响力的“三连跃”,更巧妙地以“绿水青山”为底色,将黄山的生态资源转化为独特的运动基因。

四年砺剑 赛事规模迭代升级

今年的长三角绿水青山运动会已从区域赛事成功升级为全国知名的户外特色运动会。它不仅是黄山市“以赛营城”的创新实践,更成为长三角体旅融合的鲜活样本,为体育与旅游的深度融合提供了宝贵的经验和借鉴。

正如一位连续四年参赛的选手所言:“在黄山,运动不再是单纯的竞技,而是与自然对话、与文化共鸣的沉浸式体验。”在这场运动会上,人们既能挑战自我、享受运动的快乐,又能亲近自然、感受文化的魅力,真正实现体育、生态与文化的完美融合。

本届运动会以“绿水”“青山”两大主题系列为核心,设置6项特色分站赛事,基本覆盖黄山市全域。从春分到端午,赛事贯穿油菜花海、杜鹃古道等特色景观,将自然与人文深度融合,把生态资源转化为户外运动场景。

“绿水”赛事系列中,徽州古城棠樾赛穿越千年水道,新安江龙舟赛上演百舸争流;“青山”赛事系列里,灵山花田跑穿梭梯田花海,大洪古道徒步赛踏响历史回音,世遗古村定向赛解码徽州文脉,齐云山登高赛对话状元遗风。从发布会到闭幕仪式,运动会的统一视觉设计与标准化运营体系,让



品牌辨识度显著提升,吸引全年龄段群体参与。赛事主视觉以“生态色谱”为灵感,奖牌以黄山市市花杜鹃为灵感,寓意生态保护与城市发展共生共荣。

2025长三角绿水青山运动会吸引了超过1.5万人次选手参赛,黄山市外选手占比超70%,还有国际选手亮相龙舟赛。参赛群体涵盖专业运动员、亲子家庭等,既有竞速选手争夺荣誉,也有大众选手沉浸式打卡山水。

长三角绿水青山运动会由皖沪苏浙四省份体育局与黄山市人民政府共同培育,自2022年起已成功举办四届,先后获评“长三角地区体育旅游精品赛事”等荣誉。它正以独特的魅力,书写着户外赛事发展的新篇章,让“绿水青山”真正转化为城市发展的动力源泉。

山水入赛 生态资源价值焕新

黄山市深谙“体育引流,文旅留客”之妙,本届运动会将六站赛事与当地文旅资源深度融合,打造出“一赛一品”的体旅融合特色模式。

4月,赛事精彩启幕。4月13日,灵山花田跑在徽州区开赛,选手奔跑于千亩油菜花田,赛后凭参赛号免费游览多个5A级景区,还能用商文旅体专项消费券购本地特色产品。4月19日,

大洪古道徒步赛在祁门县举行,选手伴杜鹃花海漫步千年驿道,感受徽商文化,完赛后可免费参观景区、品尝特色美食。5月,赛事热度不减。5月4日,世遗古村定向赛在黟县开赛,北大、清华、复旦、南大等高校学子探访百年老宅、茶园寻宝、古村探秘。5月18日,徽州古城棠樾赛在歙县开赛,选手划行练江段,赛后免费畅游9大A级景区、品尝经典徽菜。同日,齐云山霞客古道登高赛在休宁县开赛,选手穿梭奇峰怪石间,还有互动情景演绎增添趣味。5月25日,新安江龙舟赛在屯溪区举行,24支队伍竞渡,增设龙舟表演赛,传承中华优秀传统文化。

黄山森林覆盖率超82%,空气质量优,负氧离子含量高,被誉为“长三角绿肺”。此次运动会6项分站赛事严选标志性场景,让选手在最佳季节领略黄山生态之美。正如黄山市体育局党组书记、局长章红燕所说,让山水自成赛道,让运动成为感知生态的媒介。

“运动即旅行,赛事即导游。”上海参赛者李女士分享,参加登高赛时全家游览了标志性景点,还享受了官方组织的市集和推荐的特色民宿,避开了人流高峰,性价比高。黄山通过“赛事+景区免票”“完赛+消费优惠”等政策,将参赛者转化为游客,让运动热情转化为文旅消费,形成“以赛促旅”的良好循环,为体旅融合发展树立了典范。

体旅交融 经济活力澎湃涌动

2025年长三角绿水青山运动会积极响应国家“体育赛事进景区、进街区、进商圈”号召,融入国家体育总局、商务部等部门联合开展的“乐享精彩赛事 寻味中华美食”活动。赛事期间,黄山市各区县推出景区门票减免、酒店折扣等惠民政策,拉动“食住行游购娱”全链条消费。

今年该运动会吸引超1.5万人次运动爱好者,以一带多的家庭阵容为主力,超6万人次以运动、陪伴之名到黄山旅游体验,80%参赛者来自长三角城市,还辐射全国乃至国际选手,直接带动餐饮、住宿、零售等方面消费增长超20%。携家从南京到歙县参赛的王女士算账发现,避开高峰参赛,酒店有折扣,景区还免票,全家四口三天仅花3000元,比常规旅游节省近一半。据了解,赛事期间当地酒店入住率同比增长35%，“跟着赛事游徽州”成新潮流,彰显“体育+文旅”对区域经济的强劲拉动。

回看本届运动会全链路运营,它已是一个成熟赛事品牌。3月25日在上海举办运动会新闻发布会联动长三角媒体矩阵造势;4月12日开幕式融合非遗展演,启动惠民活动;6站赛事穿插文旅优惠;闭幕式以龙舟竞渡掀起高潮。全流程品牌化运作,让运动会从单一体育比赛升级为户外赛事IP,向“中国户外运动原创品牌赛事新标杆”迈进。

2025长三角绿水青山运动会用6场赛事串联徽州春与夏,联动生态保护、文旅振兴与民生幸福多元价值。它证明,绿水青山遇运动激情,能激活城市文旅基因,开辟生态价值变现新路径。参赛者丈量山水,城市传递理念,长三角借协作共谋未来。正如黄山市人民政府副市长刘力所说,要让赛事成为“绿色请柬”。未来,黄山市将继续以“体育+”为引擎,推动生态、乡村振兴与民生幸福共生共荣,迈向绿色发展新征程。

