

专业与业余棋手同场竞技

本报讯 中华人民共和国第十五届运动会群众比赛围棋项目(个人、双人)预赛9月9日在上海奉贤结束第二个比赛日的争夺。本阶段比赛设男子个人公开组、女子个人公开组、男子个人业余组、女子个人业余组、混合双人业余组五个组别,共有37支队伍的专业与业余棋手参赛。

各组均进行8轮积分赛,优胜者将进入10月在深圳举行的十五运会群众比赛围棋项目决赛。东道主上海队派出王星昊、唐嘉雯等名手领衔的参赛阵容,希望此次赛事带动围棋普及发展,推动构建更高水平的全民健身公共服务体系。

上海队王琛在上届全运会获得男子个人业余

组冠军,时隔四年重返全运舞台。“全运会群众比赛贴近大众,能更加直接地影响和带动更多人参与进来,从而更好地促进体育事业的发展。”王琛说,每个运动员都很珍惜这样的机会,大家都会在比赛中尽力发挥出最好水平。男子个人业余组前6轮比赛过后,马天放6战全胜积12分排名第一,王琛、白宝祥、李天罡、吴辰爵等4人同积10分紧随其后。

来自吉林的王沛卿今年7岁,是本次比赛年龄最小的选手。她与张璟亮搭档,参加混合双人业余组比赛,因为身高原因,她大部分时间都站着下棋,但神情专注,萌态十足。此外,湖南队熊明督、青海队雷万馨等棋手也都年龄尚小,这些活跃在赛场上

的小将让全运赛场朝气蓬勃。

值得一提的是,男子个人公开组除了专业棋手之外,还有业余棋手参与其中,实现了专业棋手与业余棋手同场竞技。该组竞争相当激烈,前6轮过后无人保持全胜,卞昱廷、范廷钰、王星昊和李钦诚都是5胜1负积10分,处于积分榜第一集团。

本次比赛由国家体育总局群众体育司和中国围棋协会主办,上海市体育局和奉贤区人民政府承办。

(葛会忠)

十五运群众赛事活动

本报记者 王世江

国产体育品牌交出亮丽半年报

2025年上半年,中国体育用品行业在消费复苏与全球竞争加剧的复杂环境中,展现出稳健的发展态势。安踏、李宁、特步、361度等头部体育品牌近日相继发布上半年业绩报告,显示四大国产体育品牌虽然增长路径各有侧重,但依托多品牌矩阵、科技赋能产品、渠道深度升级等策略,均延续了稳中有进、稳中向好的发展态势。

安踏集团在上半年实现营收385.4亿元,净利润70.3亿元,同比分别增长14.3%和114.5%,是四大品牌中营收增幅最高的一家,同时连续12年保持正增长。安踏集团的多品牌矩阵成效显著,上半年安踏主品牌收入169.5亿元,同比增长5.4%,创下历史新高;斐乐品牌收入141.8亿元,同比增长8.6%;迪桑特、可隆等其他品牌增长迅猛,以61.1%的高增速贡献74.1亿元营收,成为增长新引擎。

此外,由安踏集团控股的Amer Sports亚玛芬体育,上半年收入同比增长23.5%至27.09亿美元;大中华区收入同比增长42.4%至8.56亿美元。安踏在上半年还继续推进全球化战略落地,顺利完成对德国户外品牌JACK WOLFSKIN狼爪的并购,并组建联合管理团队制定3至5年复兴计划。同时,安踏与韩国时尚集团MUSINSA成立了合资公司,主导其自有品牌及多品牌集合店在中国市场的发展。

李宁上半年实现营收148.2亿元,净利润17.4亿元,同比分别增长3.3%和11.7%。公司增长的核心在于对专业运动领域的深度耕耘,跑步、篮球、综训三大品类零售流水占比达67%,其中跑步、综训品类流水均实现15%的增长;鞋类产品收入占比提升至56%,全渠道专业跑鞋销量突破1400万双,核心三大跑鞋IP销量达526万双。

科技投入是李宁构建品牌壁垒的关键。近10年累计研发投入超38亿元,2025年上半年研发费用同比增长8.7%,高于营收增速。在2025北京半程马拉松赛场上,在90分钟内完赛的选手中,有61.35%的选手穿着李宁跑鞋,品牌专业形象得到市场高度认可。此外,李宁通过与中国奥委会达成2025至2028年战略合作,锁定洛杉矶奥运会、米兰冬奥会等十余项国际赛事的曝光机会,以长期战略投入巩固品牌在专业运动领域的地位,为未来可持续增长奠定了基础。

特步上半年营收增长7.1%至68.38亿元,净利润增长21.5%至9.14亿元,其净利润增速在四大品牌中保持领先。特步的专业运动分部在上半年表现亮眼,收入增长32.5%至7.85亿元,占总营收的比例提升至11.5%。高端跑鞋品牌索康尼延续增长势头,户外品牌迈乐则聚焦越野跑、徒步等场景,凭借创新科技持续提升产品竞争力。

361度上半年营收57.05亿元,同比增长11%,营收增幅仅次于安踏;净利润8.58亿元,同比增长8.6%。361度最引人注目的创新举措是超品店模式的规模化推广。上半年,其超品店数量增至49家,覆盖广州、上海等核心城市,以800至1000平方米的沉浸式购物空间和丰富的商品选择,打造城市运动消费的新地标。

展望未来,各品牌均展现出对市场增长的坚定信心与清晰的战略规划。安踏将继续深化“单聚焦、多品牌、全球化”战略,加速在东南亚、中东、北美等新兴市场的布局。李宁将以科技研发和赛事营销为核心驱动力,持续强化专业运动品牌形象,同时积极拓展新运动品类,构建多元化增长引擎。在消费复苏与运动健康需求持续释放的宏观背景下,国产体育品牌正迎来新一轮发展机遇,各品牌的差异化战略布局也将为行业高质量发展注入源源不断的新动能。



紧抓大赛机遇深入百城千村

(上接第一版)

早在2020年8月,四川省体育局就已开始举办“百城千乡万村·社区”乒乓球大赛,四川省乒乓球协会积极组织该项赛事,并积极号召全省各市州乒乓球协会、各乒乓球俱乐部、各乡镇街道办、社区、乡村参与协办此项赛事,整个2020年,16个市州55个区县370多个乡镇、社区开展了“百城千乡万村·社区”乒乓球大赛,组织超过了580场次。4200余个村庄直接或间接参与,参赛规模超过19000人次,带动观赛及体验人次超过53000人次。

到了2023年,四川省“百城千乡万村·社区”乒乓球大赛全年共在全省范围内220个站点举办超过1200场次的比赛,覆盖21个市州,真正做到了全省全域覆盖,参赛及体验人次也攀升至110万人次。两组数据充分展现了“国球”在四川普及度的不断提升。

基层推广不遗余力

在“百城千乡万村·社区”乒乓球大赛创立之初,汪校忠和程建勋就全力参与。从杭州退休后,汪校忠定居成都龙泉驿区大面街道,一直喜爱乒乓球的他很快找到了志同道合的朋友,其中就有大面街道文化服务站原站长程建勋。在他们的共同努力下,2021年,大面街道民乐国球俱乐部成立。4年来,俱乐部依托大面街道文化服务站,深入街道16个社区,成功举办覆盖老、中、青三代乒乓球赛事及活动百余场。四川省乒协常务副主席、奥运冠军陈龙灿来到社区与居民们互动。谈起社区的乒乓球氛围,汪校忠表示,“我们的场地条件非常好,不仅有空调,还有4个标准球台,每天早上大家都会来打球。经过这些年推广,

滨州国际公路自行车赛收车

本报讯 9月9日,山东滨州的黄河三角洲交易中心广场人声鼎沸,九九黄河·2025滨州国际公路自行车赛在此拉开大幕,职业组和业余组的600余名车手从黄河三角洲交易中心广场开始“追风逐梦”。

作为滨州精心培育的唯一国际级赛事,滨州国际公路自行车赛今年升级为国际自盟1.1级赛事。来自世界各地的18支高水平车队在此展开了161.8公里的竞速之旅。经过激烈比拼,李宁之星洲际队的佩拉德·西蒙率先冲过终点,获得冠军,同时他还收获了象征个人总成绩第一的黄衫。凤凰菲尼仕-SCOM-恒翔洲际车队的伊利亚·卡拉布托夫收获冲刺王绿衫。象征大中华个人排名第一的红衫被中国香港体育学院洲际队的朱凌玮收获。爬坡王圆点衫被LX洲

际队的金·欧罗收获。团体总成绩方面,李宁之星洲际队、中国安踏mentech洲际自行车队、凯旋巴迪瑞洲际队分获前三名。

今年13岁的黄韦宸在淄博市体育运动学校练习自行车才几个月的时间,“这是我第一次在现场感受国际公路自行车比赛氛围,他们的速度都好快。”黄韦宸说,希望未来也能像他们一样,在国际比赛中追逐梦想。

组委会还设置男子公路精英组(64.9公里)、女子公路精英组(34公里)、欢乐骑行组(34公里)等组别。

本次比赛由中国自行车运动协会、山东省体育局、滨州市人民政府主办,滨州市体育局、滨州市体育总会承办。

(弓学文)

总局领导出席国务院政策例行吹风会

本报讯 9月9日,国新办举行国务院政策例行吹风会,介绍《关于释放体育消费潜力进一步推进体育产业高质量发展的意见》(以下简称《意见》)。国家体育总局副局长、党组成员李静出席。

李静介绍,《意见》有三个特点:一是总体发展目标清晰。提出到2030年,体育产业总规模超过7万亿元,培育一批具有世界影响力的体育企业和体育赛事。二是下决心做强体育消费市场。围绕高质量发展,提供好产

品、好服务、好体验。三是夯实产业发展基础。切实增强产业发展内生动力,既着重增强人才、金融、场地等要素的支撑力度,又突出行业融合、区域协调、数字赋能等创新举措。

李静表示,《意见》从供需两头发力,深入挖掘和释放消费潜力。在供给端,体育赛事要“好看”“好办”——观赏性强、组织顺畅,降低经营主体融资成本、增强创新能力;在需求端,大力普及推广运动项目,出台惠民政策激发消费活力。

(王 辉)

首届中国虚拟体育公开赛启动

本报讯 首届中国虚拟体育公开赛首项赛事——滑雪项目的报名工作日前开启。首届赛事设自行车、赛车、滑雪、高尔夫、足球和篮球共六个赛项,分线上海选和线下总决赛两个阶段。线上海选参赛名额共1.8万个,计划9月21日开赛,角逐300多个线下总决赛名额,参赛年龄覆盖18至49周岁。线下总决赛和集中颁奖仪式预计12月初在北京举办。

为积极探索国内虚拟体育和模拟体育的管理方式和发展规律,推动虚拟体育和模拟体育竞赛组织规范化和竞赛器材标准化,同时也为参加首届奥林匹克电子竞技运动会选拔组建虚拟体育和模拟体育队伍积累经验,由国家体育总局体育信息中心主办的中国虚拟体育公开赛应运而生。本项赛事为首个国家级综合性虚拟体育赛事,标志着我国虚拟体育发展迈入了新阶段。

“渝超”揭幕战门票定价亲民

本报讯 2025新鸥鹏重庆城市足球联赛(以下简称“渝超”)将于9月13日在重庆市大田湾体育场拉开战幕。9月9日,揭幕战门票正式开售,价格为5.6元/张。

“渝超”揭幕战将由渝中区队对阵九龙坡区队。本场比赛是大田湾体育场自2003年甲A联赛以来首次举办大型足球赛事。本次赛事不仅吸引了各行各业的业余球员,更汇聚了一批知名教练和前职业球员。赛事组委会表示,魏新、吴庆、罗笛、邱卫国、刘劲彪等重庆足球名宿,以及前国脚季铭义、前女足队长徐媛等都将以教练身份参与其中。前国脚魏新担任北碚队主教练,第一次执教业余球队,他表示既新鲜又有挑战,“大

家参与热情很高,虽然业余球员和职业球员相比有差距,但基础不错。对于比赛,我们目标很明确,小组出线,争取闯进总决赛。”

重庆市体育局相关负责人表示,大田湾体育场是在1956年建成的,“56代表大田湾的来时路,以5.6元作为本次揭幕战票价,一方面让我们铭记初心,另一方面也让我们共同见证大田湾的再一次辉煌时刻。同时,5.6元的票价也是为了体现体育惠民,希望大家都能来感受体育,享受体育,并从中受益。”除了精彩的比赛外,组委会还为9月13日到场观赛的球迷朋友准备了纪念T恤和特制纪念票等专属福利以及现场美食、文旅、非遗集市。

(李 博)

(上接第一版)

展会平台：赋能消费国内国际双循环

展览业是衔接生产与消费、供给与需求、畅通国内国际双循环的重要桥梁,在优化体育消费供给、激发体育消费需求、助推体育产业升级中发挥关键作用。

商务部高度重视展会平台价值,聚焦提升展会质效,致力于构建多层次、立体化的体育消费促进体系,具体从三方面推进工作:

一是发挥重大展会平台作用,依托进博会、广交会、服贸会、消博会等重要展会,为体育产业发展搭建高端对接载体。

二是支持市场化专业展会发展,鼓励举办方按市场需求规范举办体育类专业展会,培育中国国际体育用品博览会等具有国际竞争力的知名体育品牌展会,强化资源集聚、产品展示、供需对接、投资促进等功能,助力体育企业深耕国内市场、拓展国际市场。

三是推动产业融合与场景创新,促进体育制造、体育服务、体育文化、体育旅游、体育金融等上下游环节深度结合;围绕体育消费新趋势、新业态、新模式,丰富展览展示

形式,举办研讨交流活动,打造沉浸式、互动式消费新场景,激发全民体育消费热情。

器械腾飞：铸就体育产业万亿根基

体育器械作为体育产业的重要物质根基,其供给能力的提升对体育事业蓬勃发展意义重大。近年来,工业和信息化部、体育总局等相关部门强化供需协同,统筹推进体育器械产业发展。

当前,全国体育器械生产企业超6.3万家,产业产值从2015年的1.12万亿元提升至1.5万亿元以上,增长34%。涌现出一批龙头企业,年营收超百亿元的上市生产企业达8家,累计培育出体育器械领域国家级专精特新“小巨人”企业146家、制造业单项冠军企业15家。以龙头企业为引领,产业链上下游企业融通发展的格局逐步形成,产业集群持续壮大。此外,我国体育器械产品体系日益完备,涵盖冰雪器材装备及配件等21类产品,基本满足竞技体育、大众运动、运动康复等不同群体和场景的使用需求。

如今,体育器械从室内到户外、从专业运动到日常健身,正以更智能、适配的方式融入多元场景,产品呈现智能化、便捷化、个性化特征。