

## ■ 特别关注

## 新品“登场” 体育消费市场活力进发

本报记者 王辉文/图

9月第一个周末，北京各大商场人潮涌动、热闹非凡。家住东城区的姚秋武也带着家人来到国瑞城购物中心，在各家体育运动用品店之间穿梭，细细挑选。“孩子暑假参加了篮球训练营，技术进步不少，原来的篮球鞋有点小了，今天打算给他换双新的。”姚秋武说道。经过一番对比，他最终给孩子挑选了一双新款篮球鞋，还顺便给自己买了一套运动服。像姚秋武这样趁着周末为家人添置运动装备的消费者不在少数，他们的消费热情，也让体育用品市场呈现出勃勃生机。

近期，随着一系列体育新产品的推出和相关政策的助力，体育消费市场迎来了新的发展契机。从智能健身器材到时尚运动服饰，从创新体育赛事到多元运动服务，各类新品不断涌现，有效激发了消费者的购买欲望，为体育消费市场注入了强劲动力。

## 智能新品 开启健身新体验

在科技飞速发展的今天，智能体育产品成为市场新宠。今年体博会上，舒华体育推出的智能跑步机，便受到了观展者的追捧。这款智能跑步机不只是传统意义上的跑步设备，更是集“专属私教”与“社交互动”于一体的健身平台。对用户而言，在家就能享受多重全新运动体验；一方面，平台提供居家训练计划、腹部塑形、女神瘦身等丰富健身课程，内容持续上新，还有教练在线提供科学指导，满足个性化训练需求；另一方面，用户可参与健身直播、场景跑、在线比赛、约跑等互动活动，通过比赛互动增强运动趣味性，让训练更有劲头。

“以前去健身房不太方便，有了这个智能跑步机，在家就能随时锻炼，就像请了个私人教练一样。”消费者王容说。

除了智能跑步机，智能手环、运动手表等可穿戴设备也在不断升级。这些设备不仅能监测运动数据，如步数、心率、卡路里消耗等，还具备睡眠监测、压力分析等功能，为用户提供全方位的健康管理服务。运动科技品牌宜准新推出的智能运动手表，搭载了最新的传感器，数据监测更加精准，同时还增加了运动模式识别功能，能够自动识别用户的运动项目，为用户提供个性化的运动建议。该手表自去年上市后，迅速得到运动爱好者的热捧，在各大电商平台的销量持续攀升。



## 潮流装备 点燃运动时尚风

时尚与运动的融合，让运动装备不再局限于功能性，更成为一种时尚的象征。今年，各大运动品牌纷纷推出潮流新品，将时尚元素融入运动服饰和装备中。

李宁一款带有独特印花的运动T恤成为不少年轻人的选择。该T恤采用了透气速干的面料，同时印花设计极具个性，既满足了运动时的功能性需求，又展现了穿着者的时尚品味。“穿上这件T恤去运动，感觉自己特别酷，而且面料很舒服，运动起来很自在。”大学生王丹说。

不仅如此，一些联名款的运动装备也备受关注。特步推出的联名风火鞋，设计灵感源自标志性的吉他火焰纹，象征着永不熄灭的进取与开拓精神，将音乐、潮流与运动完美结合，迅速在市场上掀起一股热潮。这些潮流装备的推出，不仅满足了消费者对时尚的追求，也进一步激发了他们参与运动的热情，推动了体育消费市场的新增长点。

## 多元服务 拓展体育新消费

除了产品创新，体育服务领域也不断推陈出新，为消费者提供更加多元化的消费选择。一些体育培训机构推出了个性化的培训课程，根据学员的年龄、身体素质和兴趣爱好，量身定制培训

方案。

“我们为不同年龄段、不同水平的孩子量身定制了篮球培训课程，这些课程设置了与之匹配的不同难度和教学目标。此外，我们还会定期组织比赛，帮助孩子们在实战中提升篮球技能。”优肯篮球俱乐部创始人丁仁海介绍道。这种个性化的服务受到了家长和学员的广泛好评，该机构的报名人数同比增长了10%。

此外，体育旅游也成为新的消费热点。一些旅游公司推出了以体育为主题的旅游线路，如马拉松旅游、骑行旅游、登山旅游等，让游客在欣赏美景的同时，还能参与到喜爱的运动中。“参加马拉松旅游，既能挑战自我，又能欣赏到不同城市的风景，这种体验太棒了。”马拉松爱好者李江涛说道。据统计，今年体育旅游的市场规模同比有大幅增长，成为体育消费市场的新增长点。

从智能科技赋能运动体验，到潮流设计点燃消费热情，再到多元服务拓展产业边界，体育消费市场正以创新为引擎，展现出蓬勃活力与巨大潜力。新产品、新业态、新场景持续涌现，不仅精准契合了消费者日益提升的健康需求与个性化追求，也为体育产业发展注入了强劲动力。展望未来，随着国民健康意识的深化和消费升级趋势的延续，体育消费有望持续释放增长潜能，成为推动经济高质量发展的重要力量。

本报记者 杨天婴

在体育强国战略指引下，我国体育产业近年实现快速增长，近五年产业总规模年均增速超过10%，成国民经济的重要增长极。近日，国务院印发《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》，部署产业发展系列举措，明确提出，到2030年体育产业总规模突破7万亿元目标，为推动构建现代体育产业体系、实现高质量发展注入新动力。

2025年中国国际服务贸易交易会“体育赛事经济高质量发展大会”在首钢园将举行。国家体育总局、北京市政府相关领导、行业专家以及“北京服务”企业代表齐聚一堂，展示北京从“双奥之城”向国际赛事名城迈进的最新成果，共商体育服务贸易发展大计，推动体育产业国际交流与合作。

体育赛事转播领域受到关注，其中中国移动咪咕作为行业代表，将会分享其在构建体育内容平台、推动赛事经济发展方面的实践与思考。咪咕发挥兼具国资央企特色和互联网特点的特质，紧扣体育的文化与经济双重属性，通过高质量内容、高水平技术、高效能传播铸就了国内第一体育内容平台。未来将继续履行国有体育内容平台职责使命，不断丰富体育内容供给，扩大体育消费需求，为我国体育产业整体实力与竞争力提升贡献力量。

## 筑强体育内容平台 支撑赛事经济发展

转播平台是体育内容汇聚、制作、分发的主阵地。据悉，咪咕将持续深化与国际体育组织的合作，布局全球性大赛，为用户提供一站式观赛体验，并积极拓展细分品类，以稀缺内容构建独特竞争力，引领行业风向。节目自制方面，咪咕充分发挥自身媒体化优势，推出《中国榜样》《中国力量》等纪录片及深度访谈栏目，强化自有IP塑造，弘扬体育精神，打造兼具思想性与艺术性的节目。此外，平台还积极构建球迷社区，创新运用MCN运营模式，加强创作者引入与培育，形成高粘性、高转化的体育社群。

## 激发体育消费潜力 推动产业价值提升

我国体育消费市场潜力巨大，需求持续旺盛，亟须通过优化服务供给充分释放消费潜能，提升产业链价值。未来，咪咕将统筹内容供给与价值引导，最大化发挥体育版权价值，构建“内容拉动消费、消费激活平台、平台反哺赛事”的良性循环。借助资源禀赋，咪咕计划联手国际知名俱乐部和球员开展中国行赛事，与高校合作打造大学生联赛，为体育爱好者提供更多线下赛事选择。同时，加强“叫我打球”“影院观赛”等线下活动运营，营造“零距离”“沉浸式”观赛氛围，拓展线下消费场景。在文体商旅联动方面，咪咕已与贵州村超、苏超、浙BA等达成合作，推动赛事流量转化为经济增量，并探索顶级体育赛事与顶流音乐演出深度融合，释放“音体融合”对消费拉动的乘数效应，打造中国版“超级碗”。

## 助燃全民健身热潮 促进体育事业繁荣

作为人民美好文化需求供给者，咪咕表示，将始终践行体育为民的平台宗旨，以大众体育需求为导向，丰富老百姓喜闻乐见的内容服务。平台将优化体育健康课程供给，持续开展全球通“逐马计划”系列马拉松赛事，推进吸引青少年的潮流运动体育公园建设及举办娱乐赛事，不断丰富群众性体育活动。响应“跟着微短剧去运动”计划，推进体育题材定制剧创作；搭建职业运动员分享知识的专业平台，传播体育技能。依托自研技术着力打造体育主题游戏，提供益智健康互动体验。积极助力体育普惠，面向青少年开展“冠军课堂”等特色公益体教融合服务，面向偏远地区、银发人群免费开放体育健康节目，推行“重点体育赛事全民看”，推动优质内容走进千家万户。

体育产业的高质量发展需要各方共同努力，中国移动咪咕表示，将以本次服贸会为新起点，与全球伙伴深化合作，为加快体育强国和健康中国建设贡献力量。

## 体育转播多元发展释放消费新活力



## 科技助力中国射击运动产业发展

本报记者 杨天婴文/图

近几年，随着中国射击在奥运会上争金夺银，不但带动了国内射击运动水平的提升，也带动了射击运动产业的发展。在9月10日开幕的服贸会上，记者获悉，中国企业速得尔科技（北京）有限公司研发的光学电子靶系统通过国际射击联合会（ISSF）二级认证，成为亚洲唯一获此殊荣的射击装备企业，标志着速得尔电子靶正式跻身世界一流射击装备行列，达到了奥运会技术标准，这也是中国体育科技领域的一次重要突破和体育产业领域的发展契机。

国际射击运动联合会（ISSF）成立于1907年，总部位于德国慕尼黑，是现代射击运动规则和标准的制定者。经过100多年的发展，国际射击运动联合会形成了专业的电子靶三级认证体系，成为了国际公认的电子靶技术水平的衡量标准。

如今，国内射击运动发展迅速，全

国青少年射击俱乐部如雨后春笋般不断涌现，浙江、江苏等射击运动大省常年从事射击训练的青少年多达几万人，各类射击比赛层出不穷，因此对于射击器材和装备的需求大幅增加。速得尔科技（北京）有限公司2012年成立，是射击装备领域唯一的国家体育产业示范单位。今年9月，速得尔更进一步，全系列（10米/25米/50米）光学电子靶系统获得国际射联二级认证，达到了国际射联电子靶认证体系的最高技术标准，成功跻身世界电子靶品牌第一梯队。至此，速得尔成为全球第四家、亚洲唯一一家电子靶产品获得国际射联二级认证的企业。

射击装备科技的提升，也会极大地促进了射击运动产业的发展。目前国内射击运动产业规模达到50亿元人民币，但距离世界射击运动发达国家400至500亿元的水平还有很长一段路要走，而科技的助力会成为其中重要的推动力量。

## 新兴棒垒球运动成为青少年培训市场“香饽饽”

本报记者 赵萌文/图

“让孩子学习垒球，最明显的变化是孩子非常懂礼貌。”日前，在江苏省常州市棒垒球训练基地，选手芳芳的家长对记者说。在青少年培训市场的众多项目中，以“软式棒垒球”“慢投垒球”为主的新兴棒垒球运动正逐渐崭露头角，成为备受瞩目的“香饽饽”。

棒垒球运动不仅是一项体育竞技活动，更蕴含着丰富的育人价值。在比赛和训练过程中，孩子们需要严格遵守规则，尊重对手和裁判，这培养了他们的规则意识和公平竞争精神。同时，团队成员之间的沟通与协作至关重要，每一次进攻和防守都需要大家的默契配合，这极大锻炼了孩子们的团队协作能力和沟通能力。这种在运动中的成长和提升，让家长们看到了棒垒球运动对孩子未来发展的积极影响，从而更愿意让孩子投身其中。

## 赛事活动推动 培训市场火热

成都世运会垒球项目、全国软式棒垒球锦标赛、“熊猫杯”中国慢投垒球企业联赛……近年来，一系列棒垒球赛事活动如雨后春笋般涌现，为青少年提供了广阔的展示舞台。特别是随着棒球/垒球成为2028年洛杉矶奥运会的比赛项目，这一运动在全球范围内迎来了新的发展机遇，也带动了国内青少年参与棒垒球运动的热潮。“学习棒垒球需要一定的时间先了解规则，近年来越来越多孩子选择参与棒垒球运动，有的是在接触后被其独特的魅力所吸引，有的是出于对未来升学的考虑，希望通过参与棒垒球运动获得更多的发展机会。”垒球教练陈全介绍。这种多元化的参与动机，推动了棒垒球培训和装备市场的蓬勃发展。

为了更好推广棒垒球运动，市场上推出了“软式棒垒球”和“慢投垒球”等创新比赛活动形式。“软式棒垒球”具有比赛规则简化、场地条件要求低、可参与人数多等特点。其使用的球和击球棒都是软的，极具安全性，非常适合在校园内开展；“慢投垒球”则降低了击球难度，形成了简单易学、运动量适中、男女老少可以同场竞技等特色。这种全民参与的运动模

式，深受大众的欢迎。创新的比赛形式让棒垒球运动更加贴近大众，尤其是青少年群体，为运动的普及和推广奠定了基础。

## 课程多元分层 消费按需搭配

随着棒垒球运动的兴起，培训市场也呈现出多元化的发展态势。以常州市棒垒球训练基地为例，这里不仅是本地学校校队的训练场地，假期时还会吸引浙江等外地队伍前来培训。常州市棒球队教练牛祥羽说：“暑期训练营为孩子们提供了系统学习棒垒球的机会，每个孩子大约花费几千元不等，包括路费、教学费等。”

软式棒垒球学习费用受多种因素影响，在一线城市如北京、上海等地，由于消费水平较高，棒垒球学费也相对较高，一年大致在5000元至10000元；而二三线城市相对较低，约为3000元至6000元。课程类型也分为基础课程和进阶课程，基础课程适合初学者，费用较低；进阶课程针对有一定基础的学员，收费相对较高。此外，知名教练或专业团队授课的课程价格更高，具有丰富经验的专业教练或退役运动员开设的课程，一年学费可能在8000元至15000元。大型机构或连锁机构因设施和师资较好，课程价格普遍较高；小型机构或个人教练的课程价格相对低一些。除学费外，还可能有场地租赁费、装备费等额外支出。这种多元化的培训市场，能够满足不同家庭经济条件和孩子学习需求，为更多青少年提供了学习棒垒球的机会。

## 装备品类丰富 消费潜力释放

棒垒球运动的装备市场十分丰富，为青少年提供了灵活多样的选择。棒球运动的个人装备主要包括棒球、棒球帽、棒球手套、棒球服、速干衣、棒球鞋、棒球棍、球鞋球袜、护具和太阳眼镜等。对于初学者或青少年，建议使用软式棒球，既安全又能

更好地体验运动乐趣。棒球装备的价格因品质和品牌而异，追求专业的人购买高质量的全套装备可能需要3000元至5000元，而偶尔参与的人购买一个棒球和一根球棍以及一些防护装备就足够了，价格相对便宜。初学者可以购买普通一点的装备，花费大概在几百到千元之间。

记者在京东看到，垒球的装备琳琅满目，幼童入门海绵棒70厘米一根售价127元、12英寸垒球一个售价40元，入门牛皮垒球手套11.5寸售价608元，垒球专用双肩包132元。这种丰富的装备选择和灵活的价格区间，让家长和孩子可以根据自身实际情况进行挑选，不会因为装备问题而阻碍参与棒垒球运动的脚步。

在《关于深化体教融合 促进青少年健康发展的意见》等政策引领与市场需求的双重驱动下，棒垒球运动正以“体育+”模式释放强劲经济动能。不仅是培训产业激活教育服务市场，赛事运营还带动周边消费，装备制造催生智能硬件新赛道，文体旅融合衍生出赛事观摩、研学旅游等增量场景。这一朝阳产业不仅为青少年健康成长赋能，更通过产业链延伸与消费场景创新，成为拉动内需、促进经济多元发展的新增长极。

