



水上运动正迎来发展机遇。

本报记者 王 辉文/图

在云南大理澜沧江畔,新兴户外运动基地猛龙渡正以自然禀赋为基、多元赛事为翼,成为体育赋能乡村振兴的鲜活样本。从省级公开水域游泳训练基地到国家级赛事承办地,猛龙渡不仅实现运营收入与客流量的翻倍增长,更激活周边产业、传播地方文化。而这一发展的背后,是中国水上运动产业的宏观勃兴——赛事数量激增、消费升级明显、参与门槛降低,行业正从“小众竞技”加速迈向“全民参与”的新

阶段。

猛龙渡：澜沧江畔崛起的水上运动地标

依托澜沧江独特的水域资源,猛龙渡成为云南省首个“省级公开水域游泳训练基地”,并逐步构建起“赛事+实训+旅游”的多元发展生态,成功打响区域水上运动品牌。

在赛事布局上,猛龙渡已形成覆盖四季的活动矩阵：近两年固定承办云南省冬泳赛,年均吸引数千名冬泳爱好者沿江竞技；每年举办的澜沧江猛龙渡公开水域游泳抢滩赛,以壮美

江峡为天然赛场,成为云南冬季体育旅游的标志性活动；2025年,其更被确定为“7·16全民游泳健身主题系列活动（云南重点会场）”承办地,正式跻身国家级水上赛事体系,品牌影响力再上新台阶。

赛事集聚效应直接转化为强劲的经济动能。运营数据显示,2024年猛龙渡运营收入达24.2万元；2025年1至10月,收入跃升至115万元,十个月收入即达去年全年的4.75倍。客流量同步爆发,从2024年的5万人次增至2025年同期的10万人次,实现翻倍增长。猛龙渡的

从澜沧江猛龙渡到全国图景

中国水上运动驶向一片蓝海

崛起,不仅让澜沧江碧波成为大众运动场,更让“体育+旅游”的融合模式在云南落地生根。

强辐射：赛事激活乡村经济与文化传播

猛龙渡的发展并非“单点突围”,而是以赛事为纽带,形成对周边乡村经济、文化的强辐射效应。

经济层面,赛事带来的人流集聚效应显著激活周边产业。每逢大赛,项目所在地公郎镇落底河村及对岸临沧市云县昔宜村的民宿常常“一房难求”,餐饮、零售等消费需求同步攀升；农土特产销售更是迎来爆发式增长,2025年截至10月中旬,周边茶叶、核桃、野生菌等产品销售收入超60万元,是2024年全年的6倍,成功打通“绿水青山”向“金山银山”的转化通道。

文化层面,地方特色非遗借赛事走向全国。南涧彝族“跳菜”表演被巧妙融入赛事开幕式、欢迎晚宴等环节,让传统文化在运动热潮中焕发新生,既丰富了赛事体验,也提升了地方文化的能见度与影响力。

新潮流：水上运动竞速产业新蓝海

猛龙渡的实践是中国水上运动产业蓬勃发展的缩影。从消费市场到赛事体系,从产业规模到政策支撑,全国水上运动正迎来

“量质齐升”的发展机遇,加速竞速产业新蓝海。

中国户外运动产业发展报告(2024-2025)指出,中国水上运动消费端呈现明显升级趋势:摩托艇高端市场(20万元以上)年销量增速达25%;帆船运动中企业团建占比提升至38%,推动人均消费从800元增至1500元;据《淘宝天猫2025春夏运动户外行业白皮书》,游泳、潜水、漂流等项目社媒热度居高不下,潜水消费金额增速超20%,游泳装备中连体泳衣、泳镜等品类占比领先。企业布局同样积极,2024年6月至2025年5月,国内动力冲浪板销量突破1万台,市场潜力持续释放。

赛事与产业基础不断夯实：相关数据显示,全国漂流河道已超1000条,桨板保有量三年翻两番达30万片,人工冲浪模拟器国产率从0提升至70%,电动摩托艇出口量占全球一半,“中国制造”让水上运动从“贵族项目”走向大众;“青岛帆船、怒江野水、万宁冲浪”等“一地一品”赛事矩阵年吸引参与者300万人次,环海南岛国际大帆船赛直播播放量破5亿,苏州河城市赛艇公开赛单日客流超10万,水上运动正成为城市文化新名片。

政策层面,顶层设计持续加码。据了解,相关部门正在推动水域开放试点,今年发布的《高质量户外运动目的地建设指南(试行)》,已将人工冲浪、电动摩托艇等纳入安全认证。

国际赛道逐梦 为赛车产业注入新动力

本报记者 赵 萌文/图

近日,中国车手张舜诚接受采访时仍然非常激动。在国际摩托车赛事的激烈角逐中,这位26岁的车手以昂扬的斗志书写新的纪录,为中国赛车产业带来新的机遇。

磨炼自我 刷新历史

在世界超级摩托车锦标赛(WSBK)收官战的西班牙赫雷兹站,张舜诚驾驶赛车斩获佳绩,刷新了中国车手在这一世界顶级摩托车赛事中的历史最好成绩,也让中国赛车手、中国赛车品牌再一次亮相世界赛场。

这份荣耀的背后有很多艰辛与挑战。就在一周前的葡萄牙分站,张舜诚遭遇了碰撞事故。但作为本年度唯一一位代表中国出战WSBK正赛的车手,他克服身体与心理的双重压力,将目标锁定在“刷新历史”上。最终,张舜诚在Race 1与Race 2中分别以第24名和第23名完赛,实现了中国车手的成绩突破。

这场比赛对于中国赛车产业而言是一次极具影响力的展示。中国车手在国际顶级赛事中取得优异成绩,既可以吸引更多人关注中国赛车运动,关注赛车产品和赛车产业发展,还可以吸引更多年轻人投身赛车运动,带动中国赛车运动和相关产业的联动发展。

国货助力 彰显魅力

随着张舜诚一起走上国际赛场的还有诸多国产赛车产品,比如他这次头戴的国产品牌GSB头盔,自1986年创立以来,便以其卓越的品质和创新精神,在摩托车头盔领域崭露头角。张舜诚与GSB品牌的缘分始于2022年底。头盔的安全性是重中之重,GSB摩托车头盔是目前国内少数获得FIM认证的品牌之一,这无疑是对其品质的高度认可,也进一步证明了国产品牌头盔在国际市场上越来越好的发展态势。目前这款头盔在国内市场销售良好,深受年轻群体的喜爱。

除了头盔,张舜诚所穿的皮衣来自专业摩托车护具品牌丹尼斯。这个品牌每年只会赞助某个国家成绩最好的1至2名车手,其严格的筛选标准,足以彰显其高端与专业的定位。如今,张舜诚能够签约丹尼斯,这让他倍感激动。“我从13岁开始骑摩托车,当时看到意大利前职业摩托车车手罗西身穿丹尼斯的服装,那个画面深深印在了我的脑海里。”张舜诚回忆道。如今,他终于得到了这个品牌的支持,这不仅让他感受到中国车手在国际市场上的崛起,更让他充满了前进的动力。

摩托车运动不仅是一项充满激情与挑战的体育项目,更蕴含着公益属性。在本次比赛中,来自四川的公益品牌“WE LOVE”成为了张舜诚的赞助商。在赛场上,张舜诚不仅是一



张舜诚在比赛中。

名车手,更是一位公益使者,他用自己的行动,传递爱心与温暖。

消费升温 促进产业

据业内人士介绍,此次比赛的良好成绩,会对中国赛车产业产生促进作用,中国赛车产业也需明星运动员的带动。据相关数据显示,2024年全球赛车运动市场规模约18.4亿美元,到2033年将达34亿美元。而中国本土摩托车产业2025年上半年就已经突破800亿元人民币,国内市场 and 出口市场两旺,张舜诚在国际赛场上斩获佳绩,在市场上引发了广泛关注,让赛车运动重回大众视野,这无疑将激发市场活

力,为中国赛车产业的发展注入强劲动力。

对于未来,张舜诚的目标清晰而坚定。他希望在明年WSBK新公布的组别中,成为全年全职参赛的车手。他希望不断提升自己的实力,变得更强、更快、更有竞争力,去争取更好的成绩,去展示更多的国产品牌装备。他更渴望将自己在国际赛场上学到的宝贵经验和知识带回中国,为推动中国赛车产业的发展贡献力量。

在世界体育领域和中国体育发展历程里,优秀运动员促进相关产业发展的案例数不胜数,未来还会有更多的“张舜诚”怀揣梦想、在赛场上争金夺银,而中国体育产业相关领域也会拥有更辉煌的未来。

静音篮球如何撬动居家运动消费市场

本报记者 赵 萌

“55元、74.8元、147元……”近日,电商平台上一款名为静音篮球的商品迅速走红,以其独特的设计理念和实用的功能特性,引发了广泛关注和热烈讨论。这款专为室内练习设计的低噪音训练球,不仅满足了篮球爱好者在家运动的迫切需求,更在体育消费领域掀起了一股新浪潮。

静音篮球消费市场广阔

中国篮协发布的《中国篮球运动发展报告》显示,中国篮球人口已达约1.25亿,其中核心篮球人口约为7610万,篮球稳居集体球类运动之首。庞大的人口基数,为篮球相关产品的消费提供了广阔的市场空间。随着人们生活水平的提高和居住条件的改善,越来越多的家庭开始注重室内运动环境的营造,静音篮球正是在这样的背景下应运而生。

据《魔镜2022Q3消费新潜力白皮书》数据显示,静音篮球在2022年第三季度同比增长超过150倍,这一巨大的增长速度,证明了其在市场上的潜力和消费者的热烈追捧。静音篮球之所以能够迅速走红,与其独特的产品特性密不可分。“一般来说,静音球多数由泡棉或无气吸音材料制成,PU发泡内胆,材料并不复杂,成本也不高,但却能有效降低运动时产生的噪音,为家庭

运动提供了一个安静、舒适的环境。”一家静音篮球淘宝店相关负责人告诉记者。

多元需求驱动市场细分

静音篮球分为不同大小型号,不仅面向青少年群体,也深受小篮球爱好者的喜爱。随着小篮球运动热度的提升与普及,家长们对篮球训练的要求也日益提高。他们希望孩子能够在安全、舒适的环境中进行篮球训练,而静音篮球正好满足了这一需求。在抖音、快手以及小红书、视频号等社交平台上,搜索静音篮球,铺天盖地而来的各式各样测评视频,似乎都在证明着静音篮球的功能性——声音轻、手感与回弹拟真、无粉尘与掉渣、能实现居家训练。

一位孩子家长坦言:“实际上,很多儿童和青少年并没有那么多时间可以去篮球场玩,在家里玩也更放心和安全。”静音球把课后的训练场景延伸到了客厅,解决了家长们对于孩子运动安全的担忧,同时也考虑到了北方城市户外天气等因素,使得家庭运动变得更加便捷和可行。

品牌加入市场竞争激烈

静音篮球市场的火爆,吸引了众多品牌的竞相加入。安踏、361度、鸿星尔克等国内知名运动品牌都推出了相关产品,使得这一领域的竞争不断加剧。品牌之间的竞争,不仅推动了产品

的创新和升级,也促进了市场价格的合理化,为消费者提供了更多选择和更好的消费体验。

然而,静音篮球的未来并非一片坦途。相关产品的升级也不断进行。篮球运动爱好者王军说:“如果一个静音篮球的价格接近真实篮球,甚至比大品牌的室外球更贵,那消费者的接纳度也会变低。”这提醒着品牌方在追求产品创新的同时,也要注重成本控制 and 价格策略,以确保产品的市场竞争力。

注重服务市场亟待突破

与国内市场还在竞争产品不同,海外市场的静音球更注重附加服务。目前,欧美地区已经出现若干直接面对消费者的品牌,如某品牌的核心业务之一便是为幼童提供室内练习课程,采用静音球、篮筐、训练垫以及APP教学等套装化销售策略。这种一站式服务模式,不仅提升了产品的附加值,也增强了消费者的购买意愿和忠诚度。

国内品牌要想在静音篮球市场取得更大突破,可以注重产品的附加服务和用户体验,通过提供更加个性化、专业化的服务,满足消费者多样化的需求,从而在激烈的市场竞争中脱颖而出。专家表示,当下的静音篮球依然是家庭娱乐与局部训练的补充工具。若能在手感、耐久与渠道教育上取得突破,并把产品捆绑进家庭训练生态,静音篮球有望成为家用训练工具的选择。

静音篮球的兴起,不仅是体育消费领域的一次创新尝试,更是人们对健康生活方式追求的一种体现。商家当以此为契机,加速技术迭代与产品创新,精准对接居家运动需求,共同推动篮球产业向高品质、多元化方向升级。

国防体育赛事正成市场热门

本报记者 丰佳佳

日前,中国国防体育大联动暨河北省第十五届国防体育锦标赛在河北保定清苑区冉庄镇举行。赛事吸引了来自全国29个省、自治区、直辖市的70余支队伍的600余名运动员踊跃参与,精彩赛事也带动了当地文旅消费和相关产业发展。

本次赛事由国家体育总局社会体育指导中心指导,河北省体育局社会体育中心和保定市体育局主办。河北省国防体育委员会秘书长兼保定市国防体育运动协会会长李卫杰介绍,“本赛事品牌起自2010年,是传承最久、届次最多、影响力最大、参赛地区最广的国防体育精品赛事,代表着业内最高层次的国防竞技和综合实战素养水平。”

比赛过程中,参赛选手们发扬顽强拼搏、奋勇争先的精神,团体对抗赛现场,各队伍紧密配合,追藏跑伏,展开激烈角逐,展现出高度的团队默契和战斗精神。

实战对抗赛(CQB)项目中,河北省保定市体育局炎黄代表队、青岛市丹山国防教育基地的众狼军团代表队、保定市76神兽代表队分获前三名。极速竞技赛(SQB)项目冠军则被来自黑龙江省的大庆甲队获得,亚军是北京市SC代表队,季军是北京市RTP代表队。

国防体育运动是以增强全民国防观念、提升身体素质为目标,融合军事技能、体育竞技与科技应用的特色活动。核心项目包括实战对抗、极速竞技。常见项目包括武装定向、综合越障、手榴弹投掷、抗眩晕跑、滚轮胎等,既保留传统军事训练的核心要素,又结合青少年兴趣特点融入现代科技元素,是新时代国防教育的创新载体。比赛期间,在冉庄镇形成了赛事热潮,也带动了当地酒店住宿、交通食宿、文旅产品的消费。

极速竞技项目裁判员、国防体育运动国家一级裁判员张涛说:“参加这样的比赛非常有意义,它超越了普通体育竞赛的范畴,使我们国防事业有了更直观、更深刻的理解。”四川司法警官职业学院代表队的张杰老师感慨道:“赛场如同没有硝烟的战场,也是对和平年代国防意识的最好锤炼,希望这类赛事能持续举办,吸引更多人参

与进来。”重庆市綦江区国防体育协会会长葛长伟第一次来到冉庄参加比赛,他说:“这里的场地特别专业,氛围也特别好。这次比赛对我们来说不仅是一次竞技较量,更是对团队协作能力和个人综合能力的极大提升,希望下次还能有机会来这里参赛。”