

多位全国两会代表委员聚焦体育产业如何促进消费,期冀将体育产业打造成新的经济增长点——

多措并举共促体育消费

本报记者 李元浩

作为2024—2025赛季短道速滑赛场的重头戏,2025年国际滑联世界短道速滑锦标赛将于3月14日在首都体育馆揭幕。近日,赛事门票正式开售,票价从100元到900元共5个票档。记者从组委会获悉,本次比赛门票销售火爆,多个场次门票已经售罄。随着北京冬奥会等国际大赛的成功举办,首都观众对于家门口的高水平赛事的热情愈发高涨。

以高水平赛事为引领的赛事经济,已逐渐成为我国体育产业的重要组成部分,也是促进体育消费的重要途径。今年全国两会期间,多位代表委员聚焦体育产业如何促进消费建言献策,期冀将体育产业打造成为新的经济增长点。加强体育消费政策引导,打造特色体育赛事,创新体育消费模式,激发人民群众参与体育活动和体育消费的热情,已逐渐成为中国体育产业继续深化供给侧结构性改革,不断推动体育产业创新发展的共识。

市场规模不断扩大

一场融合体育与时尚的活动——2025年浙江(杭州)国际时尚体育周,将于4月30日至5月5日在杭州上演。据记者了解,此次体育周将以体育为载体,实现时尚、科技、文化深度融合与互动。浙江省体育局副局长廖洪锐对记者表示:“国际时尚体育周通过打造运动国货‘潮牌、潮品’,推荐‘潮玩、潮运动’,充分展示浙江乃至中国前沿的时尚体育,扩大体育服务消费,促进体育经济高质量发展。”

自助+AI

台球经济的科技“加持”

新华社记者 张东阳 焦子琦

夜幕降临,华灯初上,城市中大大小小的台球厅开始热闹起来。明亮的灯光下,一张张台球桌整齐排列,球杆碰撞声、进球喝彩声此起彼伏,构成了一幅充满活力的都市夜生活图景。

近日,2025斯诺克世界公开赛在江西玉山成功举办。本届赛事首创将两张外卡发给了民间台球爱好者,让他们获得与世界顶尖球员交流学习的机会。曾经被视为“绅士运动”的台球,早已走进街头巷尾,成为火爆的休闲娱乐项目之一。

从城市到小镇,台球厅如雨后春笋般涌现,台球装备销量激增。来自艾媒咨询的数据报告显示,2024年前10个月,中国新增台球相关企业超过11万家。其中,无人自助台球厅凭借其24小时营业和自助服务的特点,成为大众消费的新宠。部分无人自助台球厅还引入AI(人工智能)教练、AI裁判等功能提升用户体验。消费者可以轻松预约、自由打球,并在线上社区中互动,这些功能不仅提高了用户黏性,还提升了消费者的满意度和回头率。

艾媒咨询发布的《2024—2025年中国无人自助台球行业市场研究报告》显示,中国24小时无人自助台球厅数量持续上升,2024年4月同比增速达25.0%。有40.6%的无人自助台球消费者每周光顾台球厅3—4次,每周光顾台球厅5—6次的消费者占比22.0%。

自助台球厅热闹非凡,有人经营的台球厅同样天天爆满。其中,陪打业务和专业指导备受欢迎,许多年轻人借此实现了自己的职业梦想。从事陪打的李文锐说:“店里每天客人很多。我在享受打球乐趣的同时,还能收获每月五六千元的收入,让爱好变成职业,每天都过得很开心。”

在一些自媒体平台上,相关直播和短视频吸引了大量关注,许多博主基于台球进行创新创作。台球教学视频中,有专业的教练或球员讲解多种手架的技巧、高中低杆的杆法、各种球型的清台思路等,帮助台球爱好者提高球技;搞笑视频中,花式犯规、奇妙乌龙、低级失误等引得网友哈哈大笑;许多球迷还会在台球厅付费调取精彩进球视频,研究学习这些可遇不可求的“巧合”进球。

台球经济缘何火热?在江西开了多家台球厅的老板毛辉认为,台球门槛低、运动量相对较小,但兼具竞技和社交属性、乐趣十足、充满博弈,适合城市的上班族在劳累之后休闲放松。同时,许多台球厅提供餐饮服务和包厢空间,让它成为朋友聚会或商务社交的热门场所。

北京、杭州等多地球友表示,赛事举办和明星效应吸引着越来越多的人加入台球运动。此次2025玉山斯诺克世界公开赛创历史新高,20位中国选手参赛,刘宏宇等年轻小将展现出了潜力;中式台球各项赛事奖金屡创新高,2024年中式台球国际大师赛总决赛的冠军奖金达500万元,吸引了来自73个国家和地区的480位运动员参赛,这些都让他们对台球运动更具热情。

此外,台球相关产业链也在不断完善,江西玉山已成为全国最大的台球桌板材生产基地,产品出口英国、意大利等70多个国家和地区,供应斯诺克世界公开赛等国际比赛。

(据新华社南昌电)

不止浙江,今年以来,全国多个省市都推出了以体育赛事活动为引领的体育消费季主题活动,以此拉动整体消费的增长。

全国人大代表、张家口市体育局局长郭志炜表示,近年来张家口扎实做好冰雪文章,深入打造国际冰雪运动与休闲旅游胜地,发展新兴项目,丰富业态供给,优化竞赛表演,厚植冬奥文化培养观赛习惯。数据显示,2023—2024雪季张家口崇礼接待游客441.22万人次,实现旅游综合收入52.43亿元。

曾担任过湖北省体育局副局长的全国政协委员丁亚琳,近年来一直积极推进全民健身,助力全民健康而不遗余力。她今年建议“赛事经济应该更好地服务于提振消费需求”,呼吁将体育融入经济社会发展大局,推动体育强国建设。“当前赛事经济呈现出高速发展态势,成为扩大内需促进消费的重要抓手。”

今年的政府工作报告提出要实施提振消费专项行动,并指出要释放文化、旅游、体育等消费潜力。据上海体育大学经济管理学院发布的《2024年体育消费报告》显示,目前我国体育市场规模约为1.5万亿元,体育消费已成为与旅游、文化、健康、养老、教育培训并驾齐驱的“六大消费领域”之一。

中国体育产业协会相关负责人在接受记者采访时表示,随着我国逐渐成为全球最大的体育消费市场之一,我国现阶段的体育消费市场呈现出四大趋势:一是体育消费市场规模持续扩大,体育消费人群显著增长,人均体育消费金额持续提高;二是体育消费新业态不断丰富;三是体育消费新场景不断涌现;四是体育消费新模式不断拓展,“体育+健

康、体育+旅游、体育+教育”等经济潜力得到加速释放。

制约因素仍然存在

虽然我国的体育消费规模不断扩大,发展前景可期,但目前依然存在短板和薄弱环节。全国政协委员、国家体育总局副局长周进强认为,体育场地的供给总量和结构不优,体育消费的基础不厚、内涵要素不丰富,群众运动技能水平较低,消费外流严重等,都制约着体育消费的发展空间。

很长一段时间以来,以大赛为引领的赛事经济都是拓展体育消费的重头戏。但丁亚琳在走访调研中发现,现阶段的赛事经济存在赛事供给不足,部分赛事同质化严重,产业链条薄弱,消费转化率不高,社会力量参与度低等情况。“城乡分布不均衡、运营市场化水平不高以及地方特色IP缺少等制约体育消费的因素,亟待得到重视和改善。”

在全国政协委员史可看来,与其他消费业态相比,当前的体育消费潜力尚未充分释放。“赛事经济财政支持不足,制约体育赛事高质量发展;赛事流量转化不足,赛事刺激效应有限;赛事市场化和专业人员不足,使得赛事引进和运营受限。”

构建体系成为关键

伴随着我国体育产业的持续发展,体育消费的重要性日益凸显。在今年的全国体育局长会议上,国家体育总局局长高志丹针对体育消费提出了“创新打造体育消费场景,持续扩大体育消费规模”的目标。他表示优化

体育产业结构,扩大赛事经济集聚效应,促进体育与文化、旅游、商业等深度融合,更好助力经济社会发展,是体育战线今年的重要任务之一。

面对体育产业尤其是体育消费领域在发展过程中所面临的困难,多位代表委员也提出了自己的建议。

丁亚琳认为,要强化顶层设计,从国家层面出台政策文件,构建协调指导机制,对办赛进行分类分层指导,加大对赛事经济的培育力度。

郭志炜认为,要进一步推动体育消费焕新升级,如张家口的规划就是持续打造国家级冰雪装备产业基地,完善产业链条,做强产业集群,同时强化技术创新,提升核心竞争力。

全国政协委员、安踏集团董事局主席丁世忠认为,发展体育赛事经济,应借助高水准赛事,挖掘体育流量价值,“应从供需两端提振消费,扩大内需,做大做强国内大循环”。

周进强建议,在完善对体育消费的财政金融政策支持,加大体育用地供给、优化体育场馆开放和税费政策等相关扶持之外,还需要大力发展户外运动产业,大力培育体育培训市场,加大赛事供给,尤其是要加快构建和发展中国特色体育赛事体系,“让赛事流量变成经济增量”。

“让体育消费释放活力,促进体育产业发展,要重视消费者的需求。要让体育成为人们健康生活的一部分,作为一种向上的生活方式,与群众的生活息息相关。”全国政协委员、北京体育大学中国体育政策研究院院长鲍明晓表示。

娱乐有时 认真无价

刘颖余

CBA全明星赛一年一度,是中国篮球最大的娱乐事件。

娱乐二字,稀松平常,但娱乐亦有道,不是简单的搞笑就能吸引观众。

今年的全明星赛恰逢CBA创办30周年,于是举办方主打“回忆杀”,中国篮球“黄金一代”各路宿将齐聚长春,不只是有场外的交流,更有场上实打实的对抗,妙趣横生之余,也让人倍感意味深长。

CBA全明星赛上一次在长春主办,还要追溯到24年前。当时21岁的姚明,助力8岁的孤儿张猛完成了一次扣篮。如今24年过去,姚明再次与张猛在全明星的舞台上会面。而在此次全明星赛正赛暂停时间,19岁的杨瀚森也举起了同样来自吉林省孤儿学校的8岁男孩赵路健,帮助他完成了又一次扣篮。

此举用心不难体味——中国篮球两代中锋,时隔24年,用同一种方式帮助孩子们种下篮球的种子。这是致敬,也是传承,预示着中国篮球生生不息,不断奔涌向前。

“CBA30周年,有激情,有回忆,有温情,有感慨!”国手赵继伟的总结言简意赅。他还非常深刻地谈到,当下的中国男篮,唯有对照历史,不断反思,才能让历史照进未来。

反思来自何处?答案也不复杂,甚至可以说是,肉眼可见。

有球迷打趣说,CBA全明星赛除了正赛,其他都挺好。正赛为何不好看?因为表演的痕迹太明显,娱乐是娱乐了,显得不高级。其中原因,还是球员的基本功不扎实,肚子里没货,怎么表演都透着力不从心。

最为扎心的是,退役多年的朱芳雨,穿着休闲服挺着啤酒肚,还不用热身,就在三分球名宿对决中,13投11中,秒杀所有现役球员。

据说,朱芳雨现在天天啤酒烧烤吃着,烧的是如此,还能百步穿杨,那只说靠的是千锤百炼留下的肌肉记忆。怪不得他赛后“凡尔赛”:“我这三分投的还行吧,你们以后能不能别老说我吃烧烤玩手机了。”

曾记得“战神”刘玉栋说过:现在的球员没一个喜欢的,基本功不行,还说不得。而另一位昔日的“玉面杀手”巩晓彬也曾在一次直播中,目光如炬、铿锵有力地说:“现在国家队连自己的风格都没了,张镇麟、杜润旺连背身单打都不敢!”

话都难听得很,但不得不说,这就是中国男篮的真实写照。看看中国男篮这几年的比赛,不只是前锋没有背身单打,连罚篮命中率都低得可怜,甚至不如大学生选手。就这样的基本功,还拿着高薪,到竞争激烈的国际赛场,凭什么去争取胜利?

知耻而后勇。让人欣慰的是,在娱乐唱大戏的全明星赛上,也有球员发出了不一般的声响。

在正赛中拿到20分3个篮板3次助攻的张宁距离MVP仅有一步之遥,但他表示并不遗憾:“在我选择传球那一刻,我真正悟到了一些东西。MVP每个球员都会想,尤其在当下发挥还不错的时候,但最后我被夹击,邹雨宸机会比我好,我就应该传给他。”

成全别人,就是成全自己,张宁在那一刻,应该领悟到了篮球何为团队运动。

张宁还说,“我跳不高、跑不快、三分也没那么准,我如何才能对得起看球的人、对得起自己?唯有认认真真打球。”最后,他还不忘激励大家:“你要努力,你要奋斗,你要成长为强大的男人,一切都是路上,一切都会来的。”

“认认真真打球”,说得好极了!中国篮球人就应该有这样的自觉。篮球人就应该用篮球说话,而不是靠流量,更不是靠金钱。也只有像张宁这样认认真真打球的人多起来,一切才会来。没有认真的努力,没有持续的奋斗,一切都不会有。

今年CBA全明星赛释放的信息很扎心,也不无亮点。娱乐有时,认真无价。愿低谷中的中国篮球好运。

G声音



《2024中国运动健身行业数据报告》发布——

健身行业由“大而全”转向“小而精”

本报记者 刘兵

近日,在国家体育总局、中国健美协会的指导下,《2024中国运动健身行业数据报告》(以下简称“报告”)在2025IWFC(国际健身博览会)上海国际健身展上正式发布。报告称,2024年中国运动健身行业呈现出多元化、专业化与全球化并进的特点,未来将进一步向细分领域和跨界融合方向发展。

该报告显示,截至2024年12月,全国健身会员有8752.5万人,环比2023年增长25.47%,会籍会员锻炼频次继续提升,出勤会籍会员(活跃会员)月均到店锻炼次数达5.32次(2023年为4.41次)。2024年全国广义健身类场馆数约有14.3万家,环比2023年增长22.2%。

其中,传统的商业健身俱乐部由2023年的36447家下滑至28683家,而更灵活、个性化的健身工作室由2023年的42177家增长至43232家。

从具体的健身消费内容来看,除一般意义上的泛运动类型外,2024年消费者对私教小课包(10节内)、健身月卡以及健身周卡的购买份额迅速增长,增长率超过60%。在健身俱乐部中,私教和课程包收入成为最主要来源,占比为52.9%;在健身工作室中,私教和课程包收入来源占绝对主导,占比达77.24%。相比年卡

等长期健身服务产品,周卡、月卡等短期产品具有更高的灵活性,价格更低,因此月卡模式在健身工作室中越来越普遍。

对此,北京体育大学教授任弘认为,无论是传统健身俱乐部数量持续下降,健身工作室因灵活性和专业化需求逆势增长,还是私教小课包和周卡、月卡的购买份额增加,都显示出健身行业由以往的“大而全”向“小而精”模式转型,反映了当下健身需求多元化和个性化服务的崛起。

记者了解到,传统的健身俱乐部曾以其宽敞的场地和多样的分区吸引了众多消费者,但近年来,由于运营成本高、同质化竞争加剧,不少健身机构陷入了生存危机。曾被健身年卡“背刺”的不少消费者开始选择次卡、周卡、月卡等小成本的预付式消费,对传统健身俱乐部失去信心的消费者将目光逐渐投向健身工作室。

据记者了解,在大中城市,新型业态24小时无人值守自助健身房、美式铁馆等个性化健身工作室逐渐兴起。这些工作室通过精心设计,利用有限的空间摆放更多的器械,通过智能设备和数据分析提供个性化训练计划,满足了会员的差异化健身需求。

为了减脂塑形,上班族郭菲在北京市海淀区一家普拉提馆健身工作室健身已有半年

多。这家面积不到200平方米、只有4名教练的健身工作室,目前已发展了110多名会员。

郭菲告诉记者,近年来她不时听到健身房倒闭、跑路的新闻,“选择我现在锻炼的工作室,课程有针对性,办的是月卡,比较放心,而且人少、空间紧凑,体验感也比较好”。更重要的是,这种小型工作室有着更强的社交属性,学员们健身结束后经常一起聚餐、娱乐,满足了人们的社交需求。

作为一名“撸铁”达人,杨晓康是北京市西城区一家美式铁馆的常客。他告诉记者,美式铁馆的训练项目主要集中在无氧运动,通过各种抗阻动作进行力量型锻炼。“大家因为热爱力量健身而聚在一起,形式比较自由,只需自觉按照活动约定进行锻炼就行了。”

对于今后健身行业的发展趋势,三体云动联合创始人、CEO窦翼认为,健身市场针对不同性别、年龄段和职业特点等将会越来越细;另一方面,健身与社交、娱乐体验结合,泛健身类场馆将不断崛起。

在上海体育大学教授杨倩看来,今年国内健身行业将更加注重灵活性、个性化和用户体验,“希望从业者紧跟市场变化,拥抱新技术和新模式,同时注重成本控制和品牌建设,通过创新和精细化运营,在竞争激烈的市场中找到立足点”。

整合 |

2024—2025赛季中国冰壶联赛(西宁站)收官

本报讯 (记者邢生祥)3月10日,由国家体育总局冬季运动管理中心、中国冰壶协会主办,青海省体育局、青海省文化和旅游厅、西宁市人民政府承办的2024—2025赛季中国冰壶联赛(西宁站)在青海西宁多巴国家高原体育训练基地冰壶馆收官。来自全国11个省市区的45支代表队、170余名运动员齐聚雪豹之都,为广大观众带来了一场精彩绝伦的冰壶盛宴。

本次赛事设置男子团体、女子团体、混双3个组别,共进行了106场比赛。经过激烈角逐,青海队、四川队、黑龙江队冰上训练中心四队分别获得男子团体、女子团体、混双项目的冠军。

女职工运动会精彩纷呈



近日,太原南工务段团委为庆祝第115个“三八”国际妇女节,组织开展了“巾帼建功新时代”女职工运动会,吸引了60余名女职工参赛。图为参赛女职工在运动会中进行呼啦圈接力过河的比拼。 本报通讯员 崔明明 摄