



Lifestyles

琴台

08

成都日报

锦观



2023年11月22日
星期三

户外运动产业发展 亮出地区特色

目前,国内的很多地区根据自己的特点,积极鼓励和发展户外运动产业。

2015年,浙江省宁海县正式成为“国家体育产业示范基地”。自2009年中国山地户外运动基地成功落户宁海之后,宁海建成了500公里登山步道、100公里山地自行车道及登山跑道、越野车、攀岩等项目,同时在海岛上设立帆船、帆板、皮划艇、海钓等项目,并与东海云顶、许家山等景区合作开展休闲旅游。目前,宁海已经打造为集山地户外运动、国际大型赛事、拓展体育培训、休闲度假、极限运动等众多功能于一体的休闲度假胜地。

目前,宁海县拥有体育产品制造业企业140余家,产品涉及运动杖、跑步机、帐篷、露营及野外餐具、户外照明、公共休闲自行车系统、地壶球、秋千、马术用品、打猎用具等。

特别是跑步机和户外自行车企业,充分利用体育健身业的蓬勃发展机遇,年销售额大幅提升,其中,研发公共休闲自行车系统的企业宁波齐心科技在新三板上市发行,大力提升了企业的融资力度。

中国西部地区在发展户外运动装备研发制造方面优势。比如,云南打造出以徒步、登山和骑行为重点的滇西北“三江并流”山地户外运动区,构建以徒步、骑行、汽摩为重点的中老铁路、滇越铁路沿线山地户外运动带,创建以

徒步为重点的滇东北山地户外运动带,大力发展登山、徒步、露营、山地自行车等大众项目,并在汽车自驾运动方面打造了32条精品自驾游重点线路和沿线汽车旅游营地。

除了陆地资源,云南还积极拓展天空资源、冰雪资源。探索以滑翔伞、直升机观光、三角翼、热气球等为重点的航空运动产品。2023年4月,抚仙湖无动力滑翔伞飞行基地正式营业。“抚仙湖风景好,地形也符合滑翔伞的选址要求,旅游资源比较丰富,每年可飞天数大概300天,七八月份暑假旅游旺季,每月接待量近1000人次。”基地教练余王斌说。

各类马拉松赛事赛道也逐渐贯穿云南当地的旅游文化地标。其中,“奔跑彩云南九大高原湖泊领跑系列赛”将陆续在杞麓湖、星云湖、抚仙湖、程海、洱海、泸沽湖、阳宗海等高原湖泊举行。有了赛事的点缀,更能唤起人们用奔跑守护云南绿水青山的共鸣。

围绕大滇西和大滇东两条旅游环线,云南省体育局还设计了“怒江峡谷文化周”峡谷弩王争霸赛、彝族火把节“龙舟竞渡”楚雄火把节龙舟比赛、西双版纳勐腊热带雨林穿越赛、普洱市陀螺邀请赛、香格里拉三江穿越等一系列独具当地户外运动资源特色的群众赛事。

骑行运动是户外运动的重头戏之一,而说到骑行,就不得不提“成都环城生态公园100公里一级绿道”。这条绿道在赛道设计、场景设计、业态设计和设施配备等方面都下了功夫。绿道以78座桥梁为点,串联起121个特色公园,提供各类消费场景,打造出公园里的游、购、娱新经济产业新格局,被骑行爱好者称为“魔力圈”。

今年4月,成都天府绿道国际自行车赛在成都环城生态公园内举行,不仅引来了专业赛事,更吸引了无数市民前来打卡挑战。美团数据显示,自今年3月以来,在成都绿道骑行、游玩的游客持续增加,增幅超过100%。

作者:邓昆

本版稿件未经授权严禁转载



政策支持下的户外运动 探索“新玩法”

五部门力顶户外运动

近日,国家发展改革委、国家体育总局等5部门印发《促进户外运动设施建设与服务提升行动方案(2023—2025)》。10月24日,国家发展改革委召开专题新闻发布会,介绍促进户外运动设施建设与服务提升有关情况。其中,行动目标提出,到2025年推动户外运动产业总规模达到3万亿元。

户外运动产业链长、辐射面广,发展户外运动能够直接带动公共服务设施建设、装备研发制造销售,间接带动旅游、康养、培训、保险,有效拉动内需、促进消费。

《2022—2023年中国露营行业研究及标杆企业分析报告》显示,2022年中国露营经济核心市场规模达到1134.7亿元,同比增长51.8%;带动市场规模为5816.1亿元,同比增长52.6%;据《2022中国文旅露营产业融合发展研究报告》预计,2023年,国内露营市场总体规模有望达到1781.4亿元。

除了露营之外,崛起的户外运动项目还有很多,比如飞盘、桨板、陆地冲浪、腰旗橄榄球、匹克球等一系列运动就迅速蹿红,吸引了大量年轻人参与,成为城市运动潮流的代表。而户外运动的概念在这一两年也有了更广阔的发展空间。例如,随着国家低空空域管理改革的持续推进,航空运动也成为了受人热捧的新休闲项目。

数据显示,2022年度,在户外运动参与群体中,“90后”成为最大消费群体,占比达到36.1%;其次为“80后”群体,占比32.5%,这两个群体成为户外运动参与主力。像垂钓这类曾被认为是“老年人专利”的户外运动,如今也在逐渐年轻化。据不完全统计,目前中国大约有1.4亿钓鱼人群,其中25岁至44岁的中青年群体已经成为主力军,占比46%,24岁以下的钓鱼爱好者也占到22%。

《行动方案》提出,推动体育公园建设,构建国家步道体系、优化冰雪运动设施布局,完善山地户外运动设施,增加水上运动设施供给、支持露营地建设,培育汽车自驾运动营地、加强航空飞行营地建设等。

更具体地,在支持露营地建设方面,结合城市发展规划,引导道路、水电、排污等设施向露营地延伸,并在周边建设加油站、充电桩、停车场、城市观景平台等配套设施。

在户外露营活动中,便携式储能可以给手机、电脑等个人数码产品充电,还可以给电磁炉、冰箱、照明灯具、投影仪等较大功率的电器提供短时供电,满足消费者户外运动、户外露营全部的用电需求。

《行动方案》提出,到2025年,户外运动设施建设和服务质量供需有效对接,全国范围内形成一批发展基础好、服务保障全、地方特色强、配套产业优的户外运动发展高地,推动户外运动产业总规模达到3万亿元。

对大部分露营爱好者以及房车自驾爱好者而言,合适的便携式储能产品是必需品。正因为如此,《行动方案》中的相关措施尤其是有关户外运动基础设施建设的内容对行业将是较大利好。

尽管国内户外活动普及度较海外有明显差距,但国内潜在的巨大人口基数,让国内市场有望成为继美、日、欧之后最大的便携式储能新兴市场。高工

产业研究院认为,国内“精致露营”等概念热度不断上升,户外露营爱好者数量正在稳定增长,中国便携式储能市场将会步入稳定增长长期。

在一些便携式储能业内人士看来,此次《行动方案》中关于露营和汽车自驾营地的基础设施建设内容,对于便携式储能行业而言尤为重要。

在户外露营活动中,便携式储能可以给手机、电脑等个人数码产品充电,还可以给电磁炉、冰箱、照明灯具、投影仪等较大功率的电器提供短时供电,满足消费者户外运动、户外露营全部的用电需求。高工产研储能研究所今年

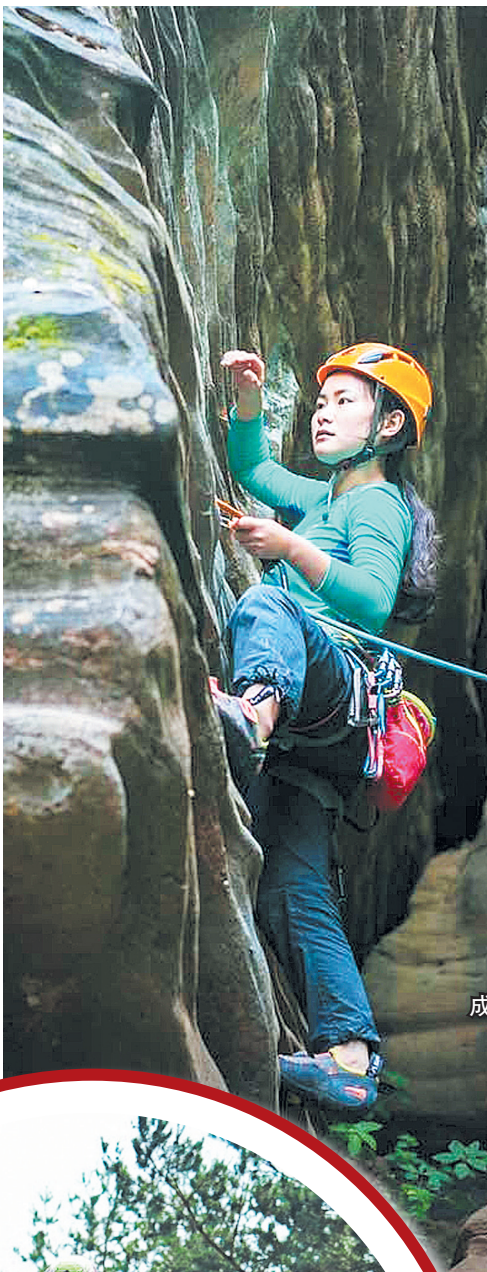


10月发布的《2023年全球便携式储能行业调研报告》最新数据显示,2022年全球便携式储能市场规模达到190亿元,同比增长约90%;从区域结构来看,美国仍是最大的便携式储能市场,规模占比达到约48%,其次为应急备电需求量较大的日本,市场占比约24%,欧洲市场规模占比逼近20%。再获政策推动,便携式储能行业仍需锻炼基本功

据高工产研储能研究所预测,预计到2025年,美国便携式储能市场规模在全球市场规模中的占比将会下滑至40%左右,欧洲和日本市场占比均达到20%,中国市场占比上升至10%。



户外滑翔伞运动



成都周边山地攀岩



越野沙滩车比赛

刚刚过去的一个月,是中国路跑圈在2023年的第一个“超级马拉松周末”,包括北京马拉松、成都马拉松、西安马拉松在内的20多场半程以上赛事在同一天鸣枪。路跑赛事如火如荼,而如此盛况,只是中国户外运动快速重回繁荣的一个缩影。

“随着经济社会的发展,户外运动正逐渐成为人民群众喜闻乐见的运动方式。”会上,国家体育总局群众体育司司长丁东这样总结道。

路跑到底有多火?刚刚落幕的“超级马拉松周末”已经给出了答案。在2023年中国户外运动产业大会发布的《中国户外运动产业发展报告(2022—2023)》中,用一组数据描述了路跑的受欢迎程度。

据中国田径协会统计,中国路跑爱好者数量目前已经超过3000万人;2023年上半年,全国就已举办303场比赛,总参赛人次达224万。不过,被视为户外运动代名词的路跑,如今已经不能算是中国最火爆的户外运动了。

马蜂窝的数据显示,2022年及2023上半年,露营、漂流、滑雪、徒步、赶海一直稳居户外活动热搜榜前5,成为关注度最高的运动;爬山、骑行、潜水、冲浪等项目也深受大众喜欢。

国家发展改革委、国家体育总局等5部门近日印发的《促进户外运动设施建设与服务提升行动方案(2023—2025)》提出,到2025年推动户外运动产业规模达到3万亿元。

户外运动为什么这样红

户外运动包括徒步、登山、潜水、骑行、滑雪、攀岩、垂钓、跳伞和野营等融入自然的非竞技运动项目。

户外运动赛事越来越多,项目也越来越丰富,那么,都是什么样的群体被各式各样的户外运动所吸引?

《发展报告》就用多组数据,描绘出了过去两年中国户外爱好者的“画像”。

数据显示,2022年度户外运动参与群体中,“90后”成为最大消费群体,占比达到36.1%;其次为“80后”群体,占比32.5%,这两个群体成为户外运动参与主力。马蜂窝数据显示,户外运动参与群体也有较强的性别分化,女性参与者占比为59.9%,男性占比40.1%,女性人数远超男性,特别在露营、桨板、冲浪等潮流运动中更活跃。

同时,户外运动也有较高的亲友属性。2022年,以亲子家庭形式活动的占比最高,达到38.3%;其次为同学朋友结伴出行,占比32.3%。

随着子女教育观念的变化,放下电子产品走进户外,让孩子在运动中成长,成为了培养孩子的新理念,这或许也是女性户外运动爱好者增长迅速的原因之一。

从2022年开始,传统与新兴户外项目都迎来强势复苏,不仅仅是参与人数的扩张,还有各个项目市场规模、生产供应等各个方面的止跌回升。

据携程网数据,2023年上半年,与户外运动相关的订单量较2022年同期大幅增长79%,且市场规模已超过疫情之前。

融资活动是资本市场行业青睐度的重要指标。据《发展报告》数据显示,2022年,尽管体育行业融资环境整体出现下滑,但是户外运动领域仍保持了较高活力,融资事件数在整个体育产业中占比稳定提升,占比达到21.6%。2023年上半年,这一比例提升至30.8%。

国家体育总局局长高志丹认为,中国的户外运动产业正在稳步成长:“户外运动产业是推动体育事业和体育产业发展、建设体育强国的重要内容 and 组成部分,对促进城乡建设和区域协调发展、实施扩大内需战略、带动经济社会绿色发展转型升级,具有重要而积极的作用。”



天府绿道上的骑行者