体坛报

2020年4月
星期五
农历庚子年三月廿五
编辑/版式:王品燚 今日正报八版

17

看懂浙江体育 喜爱体育运动

后援·主管主办:浙江省体育局 浙江省体育总会 国内统一刊号CN33-0088 邮局代投代号:31-641 (新)第4122号

新闻热线:0571-85067855 投稿信箱:ttb0571@163.com

导 读

首家国家级智慧社区健身中心吴兴启动 >>>详见2版

“面对面+屏对屏”效果不止“1+1” >>>详见3版

“吴飞鱼”归来仍是“少年” >>>详见5版

健康意识增强,政策帮扶到位,双管齐下催热“浙”片市场

体育用品消费火热 我省企业借力飞翔

本报记者 王宇怀

日前,杭州市民童昕在天猫商城上为自己上小学的女儿购置了一套家用室内蹦蹦床。“疫情期间,孩子居家上网课缺乏运动,这种室内蹦蹦床现在十分流行,我给女儿买了一套,女儿很喜欢,每天都要在上面蹦半小时。”童昕说,由于疫情影响,全家人的健康意识都有所强化,他也为自己也购入了一副新羽毛球拍,准备去羽毛球场上一展身手。

订单翻番,体育用品企业忙到无休假

3月份,天猫、淘宝、苏宁、拼多多等各大电商平台上,体育用品销售火热。拼多多体育用品相关关键词同比增长230%,总订单量同比增长180%,跑步机、筋膜枪等健身器材登上“白领复工热销榜”;淘宝方面瑜伽垫、哑铃等小巧的宅家健身器材销量都在150%以上。

记者联系上了童昕购置蹦蹦床的生产厂商浙江天鑫运动器材有限公司,电话那头缝纫机正嗒嗒作响。“公司现在订单激增,白天管理层都要到车间一线抓生产。”董事长俞振贤告诉记者,从2月10日企业复工以来,内销、出口的订单纷至沓来。

据统计,仅4月半个月中,天鑫主推的一款蹦蹦床在天猫旗舰店上已售出2342张。俞振贤说:“与去年同期比,订单数翻番,原先5条装配生产线的产能已明显不足,复工后增加至6条,现在公司决定再新增1条生产线,不过即便如此,不少订单的交期还需要45天,接下来的五一劳动节假期,工人们可能无法休假,公司要加薪保产能。”

无独有偶,杭州弗莱博体育用品有限公司生产的弹力软轴乒乓球训练器和羽毛球单人训练器也受到热捧。占地不大,不影响邻居和家人,一个人就可以打球,诸多优点让这些产品一下子成了“网红”。

“最近生产销量都有所上升。”公司负责人秦锋告诉记者,他们公司主要生产网羽乒相关的产品,“前两个月,大家都没法出门,宅家生活让大家不得不换一种运动方式,也就是这个时候,我们产品进入大家视线。”据了解,该公司这类单人球类练习器价格一般在在三四十元到一百四五十元之间,消费者也乐得花不多的钱来尝鲜。

省体育局多措并举,体育用品企业喜迎东风

受疫情影响,健身服务、赛事运营、体育培训等体育服务业受到了不小影响,但与此同时老百姓的健康意识却大幅提升,可以满足老百姓运动健身需求的体育用品成了香饽饽,专业度强、产品细分度高的浙江体育用品企业也等来了机会。

中国体育用品业联合会副秘书长温嘉认为,在目前海外市场并不稳定的当下,体育用品企业可以重点发力内需市场,体育用品内需市场有足够广阔的空间供企业拓展。

记者从省体育局经济处了解到,全省体育用品复工复产以来,不只是天鑫、弗莱博迎来订单激增,省内多家体育用品企业业务都迎来回暖,形势向好。“一方面,切入细分市场的体育用品企业结合自身技术优势,及时推出适合居家健身的产品并打造爆款单品;另一方面,消费者居家期间,参与健身运动的意愿增强,能带动一家人参与运动。”经济处负责人表示,未来通过产业升级、引领大众需求的体育用品企业将占据更广阔的市场。

据悉,省体育局两个月来,接连出台了《关于深化“三服务”活动 建立驻企服务员机制的通知》《浙江省体育局致全省体育企业金融服务告知书》《关于提供“普惠金融助力体育企业抗疫情稳发展”服务的告知书》和《关于组织申报2020年度浙江省体育产业发展资金项目库项目的通知》等多项政策,为我省体育企业纾困解难,政策红利进一步释放,体育企业也收到了实打实的“大礼包”。

昨日,杭州2022年第4届亚残运会吉祥物正式向全球发布,良渚神鸟“飞飞”在互联网云端与全球网友见面。 >>>更多内容详见4版

更多运动场地 更多赛事活动

大运河打造“体育名片”

本报记者 朱郑远

本报讯 4月14日,《浙江省大运河文化保护传承利用实施规划》(以下简称《规划》)新闻发布会在杭州召开,这也将成为指导我省大运河文化保护传承利用的纲领性文件。值得一提的是,在《规划》中的许多要求和体育息息相关。

据了解,《规划》以大运河浙江段世界文化遗产为核心资源依托,规划范围覆盖杭州、宁波、湖州、嘉兴、绍兴5市沿大运河的25个县(市、区),并辐射5市全域。

大运河一直以来都是沿线居民的运动打卡地,每天傍晚在沿线道路随处都能看到正在锻炼的市民。“去年,新市镇建了一座大运河公园,跑团有了‘大本营’。”在德清县欢乐银龄跑团成员李峰看来,运河古镇复兴也间接地满足了广大群众对休闲健身场地的迫切需求。

这在《规划》提出“1+5”战略定位中有所体现,“5”为着力打造的5条带,无论是打造生态文明示范带还是休闲游憩长的文化旅游精品带,都提到了要将运动休闲设施纳入其中,让市民能够在运动中感受这份流动的文化。

对于“老杭州”来说,新年第一天,去大运河边“走运”,是最具杭州特色的迎新年方式之一。自2017年起,拱墅区举办“走运大会”已连续三届,这不仅是杭州市民新年祈福的独特形式,也是基于“走运”这一中国传统文化中最有凝聚力的特殊内涵而进行的全民健身活动。

事实上,对于我省很多体育赛事来说,大运河文化一直是体育赛事的热土。以拱墅区为例,仅在2019年就有60余场围绕运河文化的区级群众体育赛事。“参与程度十分高涨,不少活动的名额都需要‘抢’。今年,我们还将计划打造更多的精品赛事服务大运河沿线的居民。”拱墅区文化和广电旅游体育局相关负责人表示。

结合大运河沿线各地文化特征和发展实际,《规划》也提出了构建“一廊两片多组团多线路”的空间格局。在“多组团”中,提到要打造品牌体育赛事组团等五类共18个特色组团。省文化和旅游厅相关负责人表示:“接下来,我们将通过摸清家底、提炼一组优质文化基因、谋划一批重点项目、重点赛事、串联一批线路等举措,开展大运河建设工作。”