

# 户外运动生态资源和赛事资源推介会举行

**本报讯** “绿水青山、美好生活”户外运动生态资源和赛事资源推介会10月26日在大理国际会议中心举办。此场推介会由国家体育总局帮扶县户外运动资源推介专场和中体产业集团赛事资源主题推介专场组成。

体育总局对口帮扶和支援县山西省忻州市代县、繁峙县,湖南省张家界市桑植县、贵州省毕节市织金县、江西省赣州市崇义县首先进行了辖区内自然风光和丰富的户外运动资源推介。

中体产业集团所属赛事集团、空间集团、标准认证集团、中体联赛管理(北京)有限公司、中体国际有限公司,分别就中体产业集团自有的国际级赛事、城市联赛赛事、地方性赛事资源和赛事运营服务、赛事安全服务等内容

进行了推介。

推介会上,海南省旅游和文化广电体育厅和中体产业集团举行了战略合作协议签约仪式,双方将围绕水上运动、自行车运动、体育设施规划运营、体育对外交往等多个方面,共同打造世界一流的“海岛型体育运动目的地”。

生态资源的有序开发和有效利用,是带动社会发展的核心动力之一,体育赛事则是推动经济发展的有力引擎。户外运动的资源在基层、在乡村,全国各地还有很多优质的户外运动资源等待高质量的开发,有着巨大的发展空间。

为了更好地发挥户外运动对乡村振兴的促进作用,中国户外运动产业大会组委会联合国家体育总局帮扶办

精心策划了“绿水青山、美好生活”户外运动生态资源和赛事资源推介会,旨在搭建“政府引导、协会推动、企业主体”的帮扶平台,集中展示体育总局定点帮扶县丰富的户外运动资源,以及中体产业集团系统性、多样化的赛事资源体系和赛事服务产品,更好地发挥体育在推动乡村振兴和城市经济发展方面的多元功能和价值,以体育为媒介,以赛事为桥梁,引领市场和社会协同发力,不断拓展体育产业新路径、新举措,进一步激发和增强社会活力,力争为经济社会高质量发展注入更强劲的内生动力。

体育总局办公厅、群体司、青少司、人事司,中国体育报业总社,中体产业集团、帮扶县领导以及相关企业和媒体共200余人参加了推介会。

(王 辉)



## 图片新闻

10月27日,2024 XTERRA 越野跑世界系列赛(张家界武陵源站)在湖南省张家界市武陵源区举行,吸引了来自中国、法国、德国等27个国家和地区的2000余名越野跑选手参赛。图为越野跑选手在比赛中。

新华社发  
(吴勇兵摄)

## 中国户外运动产业呈现十大特点——《中国户外运动产业发展报告(2023-2024)》发布

本报记者 王 辉

2024中国户外运动产业大会开幕式10月26日晚在云南大理举行。开幕式上,国家体育总局体育经济司司长杨雪鸫发布了《中国户外运动产业发展报告(2023-2024)》(以下简称《报告》)。

《报告》指出,中国户外运动产业正在成为推动体育产业发展的重要力量,并呈现出十大特点:

一是产业政策持续发力。目前已基本形成国家和省市上下联动、共同发力的政策体系。国务院相关政策文件明确提出,实施体育旅游精品示范工程、培育“跟着赛事去旅行”品牌项目、因地制宜在乡村地区打造户外运动等新业态。体育总局会同相关部门印发了《促进户外运动设施建设与服务提升行动方案(2023—2025年)》等政策。云南、湖北、四川等10多个省市区都研制出台了户外运动产业发展规划或行动计划,为户外运动产业发展提供了政策支持。

在标准化方面,2023年以来,共发布户外运动国家标准14项、行业标准10项。更多省市区认识到体育标准的重要意义,吉林、贵州等地立足本地实际出台地方标准,为户外运动健康发展保驾护航。

二是消费市场繁荣活跃。户外运动已走向生活化、全民化,成为国民新的生活方式,形成新的消费热潮。

从消费频次看,根据同程旅行的数据,与2019年相比,2023年与户外运动相关的订单人次增长14.99%;2024年上半年的同比增速达到59.78%。

从消费水平看,户外运动爱好者年均消费保持在较高水平,据小红书《2023户外生活趋势报告》,户外运动爱好者在单个户外运动项目上的消费年均达2000至5000元,其中,滑雪年人均花费4910元、骑行4033元、露营3323元、飞盘3000元、徒步2110元。

从消费群体看,80后、90后成为户外运动群体的核心。根据同程旅行的数据,2023年度,在户外运动参与群体中,80后占比最高,为37.13%;其次是90后,达35.17%。2024年上半年,80后、90后仍然保持占比领先,分别为35.84%、34.81%。00后的占比达12.79%,有望成为户外运动未来消费的重要力量。

从消费城市看,一线及新一线城市集中了大量户外运动参与者,影响着户外活跃消费市场的风向。据小红

书《2023户外生活趋势报告》,户外运动人群中新一线城市占比最高,达23%;一线城市占比14%,二、三线城市分别达19%、17%,也是增长的潜力地区。

从消费类型看,不同户外运动项目表现不一。据携程提供的数据,2024年上半年,骑行、垂钓的订单量同比分别增长102.3%、29.6%;马术、露营分别下降31.9%、23.6%。根据美团提供的数据,2024年上半年,滑翔伞、冲浪、帆船的订单量同比分别增长65.8%、24.6%、8.7%;潜水、漂流分别下降15.6%、22.2%。

三是重点项目持续牵引。冰雪运动继续保持引领态势,“第十届全国大众冰雪季”期间,各地开展的全国性或区域性群众冰雪赛事活动达2050项;2023-2024冰雪季,冰雪运动参与人次达2.64亿。山地运动呈现蓬勃发展局面,2019至2023年,小红书站内年度攀岩笔记数量增长了30倍。2023年9月以来,消费点评平台“户外徒步”关键词的搜索量同比增长370%。骑行运动实现大幅增长,2023年自行车赛事总量超过2022年的3倍,截至今年9月底,自行车赛事数量已达到去年全年的1.2倍;2023年天猫“双11”数据显示,自行车整车、骑行服饰、骑行装备“骑行三大件”销售涨幅均超过100%。路跑运动方兴未艾,2023年全国范围共举办800人以上规模路跑赛事699场,总参赛人次超605万。截至9月底,2024年已举办带动效益显著。越来越多的户外运动赛事活动进景区、进街区、进商圈,带来了客流,促进了消费,如福州国际龙舟邀请赛吸引观众1.5万人、带动消费超1亿元。2024年7月,体育总局、文化和旅游部联合发布21项“跟着赛事去旅行”2024暑期全国户外运动赛事,这些赛事均带动了当地住宿、餐饮等消费增长。

五是经营主体发展壮大。据天眼查数据显参,截至

2024年9月,我国户外相关企业已达17.7万余家,其中,2024年1至9月新成立4.2万余家。2024年上半年,多数户外运动装备企业保持快速增长态势,安踏、特步、361、探路者上半年营业收入的同比增速均超过10%,品牌知名度和影响力进一步提升。

六是投融资持续火热。据公开报道不完全统计,2023年国内体育领域共发生49起投融资,融资总额超过81.97亿元人民币。其中,户外运动以20.41%的比例成为最受关注领域,获得10笔4.95亿元人民币投资。观潮研究院数据显示,2024年7月,消费市场共发生融资90起,低空经济领域火热,为航空运动基础设施建设、赛事运营、产品创新等提供了资金支持。

七是装备需求不断提升。与消费场景深度绑定的户外装备成为消费市场的“爆款单品”。京东数据显示,2023年11月以来,滑雪衣裤套装成交额同比增长180%,滑雪装备成交额同比增长超150%。据中商产业研究院《2024—2029年中国户外装备行业市场前景预测及未来发展趋势研究报告》,中国户外装备市场规模已由2019年的675亿元增至2023年的872亿元。

八是文化普及成效显著。中国户外运动产业大会、中国体育文化博览会等活动,践行“绿水青山就是金山银山”“冰天雪地也是金山银山”理念,通过主题研讨、产业展览、环保倡议等传播户外运动文化,弘扬中华体育精神,推动户外运动普及推广,夯实了户外运动的社会基础,提升了户外运动产业的发展活力。

九是融合发展纵深推进。户外运动依托高关联性和强带动性,与相关产业深度融合,呈现多元发展态势。通过赋能文旅项目,丰富了户外运动的应用场景,提高了文旅项目的吸引力。通过丰富休闲体验,引领了居民日常生活的新潮流。通过升级研学旅行,成为满足市场需求、推动产业创新的重要载体。通过带动乡村振兴,为新农村建设提供新路径、注入新动能。

十是各地工作推陈出新。各省市区立足自身实际,因地制宜,在政策、机制、模式、内容等方面不断创新,充分激发和释放户外运动潜力。如,天津市推动户外运动经营主体组建了天津户外运动商盟,建立了服务本土户外运动赛事、培训等企业的移动应用平台。江苏省公布了100个体育消费场景典型案列,推介了110个时尚体育好去处和体育旅游攻略。山东省编制了山东户外运动目录,成为户外运动爱好者制定攻略的“好助手”及创新户外运动产品的“好推手”。四川省在部分县开展户外运动产业试点,推动户外运动场地设施、赛事活动发展。云南省搭建了户外运动经营主体服务平台,推动经营主体做大做强做优。

本报记者 林 剑

10月21日至25日,由中华全国体育总会主办,国家体育总局对外体育交流中心、江西省体育总会承办,赣州市体育局协办的中韩群众体育交流活动(中国站)举办。以大韩体育会生活体育部本部长金泳赞为团长的韩国群众体育交流团一行61人来华交流访问,与中国群众体育爱好者在江西省赣州市进行了乒乓球、羽毛球、网球、篮球和五人制足球比赛及文化交流活动。

据悉,中韩群众体育交流活动是由中华全国体育总会与大韩体育会合作开展的一项两国群众体育爱好者之间的交流互访活动,自2001年以来,已先后举办20余次。2024年上半年,中韩群众体育交流活动(韩国站)在韩国忠清北道顺利举办。

10月22日,交流活动开幕式在赣州市体育中心篮球馆举行。体育总局群体司相关负责人表示,交流活动是中韩两国群众体育爱好者进行友好切磋的平台,也是通过体育比赛加深彼此了解和友谊的宝贵机会。希望韩国群众体育交流团各位成员在享受运动的快乐之余,能够充分感受中国深厚的人文底蕴和热情好客的地方风情,更加深入地了解中国群众体育发展现状。

金泳赞对中华全国体育总会和江西省体育总会以及赣州市的热情接待和周到安排表示由衷感谢。他认为交流活动不仅仅是体育赛事,更是两国体育爱好者体验彼此文化、增进友谊和深化互相理解的重要机会,期待此次交流活动可以进一步增进中韩两国群众之间的友好情谊。

活动期间,韩方交流团的运动员们在赣州市体育中心篮球馆、南康区体育公园、五龙客家风情园网球场、赣南师范大学等地,与赣州市运动员进行了5个项目的训练和比赛。交流团一行还前往赣州福寿沟博物馆等地进行文化探访,感受江南宋城赣州的深厚历史文化底蕴和独特魅力,增进对赣州的认识和了解。

中韩群众体育交流活动是中华全国体育总会的年度重要群众体育外事活动之一,旨在通过中华全国体育总会与大韩体育会及双方地方体育部门的密切配合、通力协作,两国群众体育爱好者在体育交流活动中互学互鉴、共同提高、分享快乐,进一步促进中韩群众体育不断发展,为搭建两国友谊桥梁作出积极贡献。



## 乐游宝鸡 乐跑马拉松

**本报讯** 跑见山水,乐在宝鸡。10月27日,秦煤集团2024宝鸡马拉松欢乐开跑。来自全国各地的2.6万名跑者齐聚陈仓大地,乐享在“千年宝地”一马当先的速度与激情。

本次马拉松由陕西省体育局、宝鸡市人民政府主办,中国田径协会、陕西省田径协会认证,宝鸡市体育局承办,威赢赛事运营有限公司运营。比赛设马拉松、半程马拉松和健康跑三个组别。经过激烈角逐,来自重庆的许汝安获得马拉松男子冠军,来自辽宁朝阳的白丽夺得马拉松女子冠军;来自陕西宝鸡的杨鑫获得半程马拉松男子冠军,来自甘肃兰州的肖晶夺得半程马拉松女子冠军。

为了提升参赛选手的体验,针对有意愿参赛的选手和观众,赛事组委会特意在西安至宝鸡间定制了“宝鸡马拉松专列”,方便大家更加便捷地前往比赛地。为了让这场马拉松赛事更加精彩,赛事组委会精心招募了跑团战队、移动K歌手和角色跑者,为整个赛道增添欢乐与活力。马拉松赛事作为推动全民健身的重要活动,在宝鸡市深受市民喜爱,是大家热衷参与的运动项目。

(沈 丹)

增进友谊 深化理解

中韩群众体育交流活动举办