

“户外+”市场蓬勃发展新消费潜力加快释放

新华社北京10月16日电《中国证券报》16日刊发文章《“户外+”市场蓬勃发展 新消费潜力加快释放》。文章称,秋高气爽恰是运动好时节。刚过去的周末,北京喇叭沟原始森林公园吸引了大批户外登山爱好者。“10月以来,北京的户外平台几乎都在组织喇叭沟、东灵山等地的赏秋徒步活动,周六出发的活动一般在周三或周四就报满了。”北京一家户外运动平台的领队告诉中国证券报记者。

近年来,户外运动市场蓬勃发展,展现出强大消费活力、潜力。记者注意到,不少地方在积极布局“户外+”,为消费者提供更多元的户外消费场景,相关运动品牌纷纷布局户外市场,抢抓户外经济发展新机遇。

地方文旅借势升级

当前,一些旅游城市纷纷借助户外活动谋求转型升级,打造“跟着赛事去旅行”品牌,满足游客更多元的文旅需求,助推体育旅游融合消费。

如国庆假期期间,贵州红·山水越野挑战赛首站在黎平开赛。来自国内外的3000余名参赛选手在黎平共赴红色体育旅游盛宴,比赛集聚了举办地历史文化、民族、自然、人文多重亮点。

国庆假期之后,户外赛事持续把握秋季机遇,10月13日至月底,总计超百场马拉松、越野跑赛事等待着跑者与游客参与,井冈山、长沙、大连、烟台、杭州等数十个城市将举办马拉松赛事,凯乐石莫干山跑山赛、安踏

高黎贡超级山径赛、环四姑娘山超级越野跑等知名越野赛事将在10月中下旬举办。

去哪儿大数据研究院研究员蔡木子表示,主动挖掘和营造富含地方特色的户外娱乐场景变得越发重要。尤其是在今年文旅市场量跌价跌的背景下,户外新玩法有望成为补齐“价跌”的一个抓手,助力地方文旅市场“旺丁又旺财”。

户外品牌抢抓机遇

户外运动不仅推动了地方文旅扩容提质,还提振了户外产品的销量,推动了传统户外品牌转型。

多个户外品类电商销售业绩不俗。今年国庆假期,在唯品会上,骑行服销量同比增长87%,运动羽绒服销量同比增长65%,冲锋衣、防晒衣销量均同比增长近50%。京东数据显示,户外鞋服销售额同比增长55%,体育用品销售额同比增长41%,户外烧烤用具销售额同比增长49%,睡袋、吊床销售额同比增长46%;摄影产品也在国庆假期间热销,运动相机销售额同比增长85%。

传统的露营品牌也在积极转型。牧高笛董事长、总经理陆瞰华在2024年半年度业绩说明会上表示,牧高笛将持续进行户外品类拓展,在露营装备之外找到增长第二曲线。户外露营上市公司浙江自然的总经理夏永辉表示,“精致露营”在2023年遇到出游冲击之后趋于稳定,国内各大品牌正在扩展新产品线来满足户外

市场需求。

根据国家体育总局联合多部门发布的《户外运动产业发展规划(2022—2025年)》,当前我国户外运动的参与人数已超过4亿人次。预计到2025年,运动户外用品的消费市场规模将接近6000亿元。

产业发展空间巨大

政策的引导和支持对户外产业的长期向好发展起到了重要推动作用。

去年,国家发展改革委等部门印发《促进户外运动设施建设与服务提升行动方案(2023—2025年)》,提出支持露营地建设,鼓励有条件的旅游景区、旅游度假区、乡村旅游点、环城游憩带、郊野公园、体育公园等,在符合相关规划及规划环评要求的基础上,划出露营休闲功能区。

今年6月,国家发展改革委等部门印发的《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》提出,打造一批高质量户外运动目的地,引导和扩大体育休闲消费。鼓励利用老旧厂房、城市公园、草坪广场等开放空间打造创意市集、露营休闲区。

中央财经大学体育经济研究中心主任王裕雄表示,随着我国经济社会不断发展,对户外运动休闲的消费需求也在增长,参照海外户外运动发展情况来看,我国户外经济还有非常大的发展空间。与文旅等元素的不断融合将为户外经济提供源源不断的动力。

郑钦文首次入围WTA年终总决赛

新华社北京10月16日电(记者李博闻 马向菲)随着美国选手纳瓦罗近日先后退出女子网球选手协会(WTA)宁波站和东京站比赛,在积分上已经无法超越目前冠军积分排名第七的郑钦文,这意味着郑钦文锁定了2024年WTA年终总决赛资格。

郑钦文成为继2013年的李娜之后,首位入围WTA年终总决赛女单赛事的中国球员。

根据赛事规则,2024年WTA年终总决赛开赛前一周,冠军积分排名前八的球员入围总决赛,但当年拿到

大满贯冠军且世界排名在第8至20的球员,自动入围总决赛。克赖奇科娃凭借今年获得温网冠军和稳定在世界前20的排名,提前锁定一个名额,所以今年冠军积分排名前七的选手才能入围。

2024年WTA年终总决赛将于11月2日至9日在沙特阿拉伯利雅得进行,根据积分排名及相关规则,此前已有萨巴伦卡、斯维亚特克、高芙、保利尼、莱巴金娜、佩古拉、克赖奇科娃等7人锁定单打席位。随着直接竞争对手纳瓦罗的退出,郑钦文锁定最后一席。

乒乓球全锦赛：林高远/刘诗雯混双夺冠

新华社呼和浩特10月15日电(记者王春燕)15日,正在内蒙古自治区鄂尔多斯市进行的2024年全国乒乓球锦标赛产生混合双打冠军,33岁的刘诗雯搭档29岁的林高远夺冠。

本届赛事赛程密集,运动员们要面临一日多场比赛的挑战。广东队的林高远/刘诗雯和上海地产集团队的赵钊彦/孙铭阳当日各自经过三轮比赛后才一路从八强闯入决赛,决赛是两对选手当天第四场比赛。

尽管身体已经非常疲惫,但决赛的精彩程度丝毫不打折扣。两对组合从第一局开始就陷入激烈缠斗,从9平一路战至13平,林高远/刘诗雯以15:13艰难拿下。

随后,赵钊彦/孙铭阳连下两局,将大比分反超。但“诗和远方”组合又连下

三局,以4:2笑到最后。前五局比赛中,双方每局的分差均不超过4分。

林高远赛后表示:“决赛打得非常激烈,在第二、三局比较被动的情况下,能调整回来并且逆转,还是很难得的,收获了宝贵的经验。”

刘诗雯在赛后表示,密集的赛程对每个人来说都是很大的考验。“这次夺冠还是很不可思议的,因为我(近年来)的参赛频率非常低,非常感谢高远信任我,我争取好好保持(状态)。”

获得亚军的孙铭阳说:“没想到能打进决赛,所以决赛一开始就说要拼每一个球。”她的搭档赵钊彦则表示,在决赛中出手非常坚定,所以才能“咬”下来两局。

16日将进行本届全锦赛男、女团体赛。

浙江嘉兴：电力线路迁改服务跨海大桥建设

10月11日,在嘉兴通苏嘉甬高铁杭州湾大桥现场,国网嘉兴供电公司工作人员正紧锣密鼓地实施首阶段电力迁改工程。多名施工人员忙着开展带电作业及线缆拆除等工作,相关负责人则时刻关注,叮嘱施工人员仔细注意安全施工和工艺质量。

据了解,通苏嘉甬高铁是国家“八纵八横”高速铁路网沿海通道的重要组成部分,通苏嘉甬高铁杭州湾大桥是南通至宁波高铁重要控制性工程,全长29.2公里。大桥建成后将成为世界上跨海距离最长、技术标准最高的跨海铁路桥梁。

本次迁改工程中,嘉兴海盐涉及14条线路,约15公里长。预计将涉及180处配网迁改,新立杆255基,新架设导线超13.5公里。为保证通苏嘉甬高铁迁改工程顺利进行,国网嘉兴供电公司在项目成立初期就第一时间成立工作专班,积极与政府单位、相关部门沟通协调,多次组织现场勘查,根据道路施工方案、地下管廊情况等优化迁

改方案。

不仅如此,嘉兴公司组织专班成员定期对涉及工程用电的线路设备开展专业巡视,利用红外测温仪、无人机等高科技手段开展安全用电隐患排查,及时掌握供电设备运行状况,做到缺陷早发现、早治理,切实提高设备安全运行水平与供电服务质量,确保高铁施工可靠用电。

“我们紧密跟踪通苏嘉甬高铁建设进度,量身定制迁改方案,倒排工期,确保高铁桥迁改按计划推进。”国网嘉兴供电公司相关负责人表示。当天,该公司强化现场安全管控,并采取不停电的方式保障沿线村民企业不受影响,在高效服务电力线路迁改工作完成的同时,做好供电服务保障,实现用户“零感知”。

下阶段,国网嘉兴供电公司将继续推进通苏嘉甬高铁杭州湾大桥线路迁改进度,全力做好项目建设电力配套服务工作,不断提升供电服务水平,助力地方经济迈入快车道。

新华社(记者秦黛新)



10月10日,游客在九寨沟景区长海游览观光(无人机照片)。

随着川青铁路成(都)黄(胜关)段开通和九寨沟——绵阳高速公路全线建成在即,四川省阿坝藏族羌族自治州九寨沟县已“快进”跻身成渝4小时经济圈。

新华社记者 王曦 摄

中国宠物经济迅速崛起

新华社北京10月16日电(记者王奕涵 崔慧恩)阎金胜至今仍保存着20世纪80年代的一本公司犬免疫证和一块小狗牌,上面记录着他儿时在天津饲养的一只中华田园犬的信息。

“当时在大城市办理一张犬证的价格要5000多元,品种狗对于大众而言还是奢侈品。”47岁的阎金胜回忆道。

随着中国经济的快速发展和居民生活水平的提高,宠物逐渐走进更多家庭。《2023—2024年中国宠物行业白皮书(消费报告)》显示,2023年中国宠物犬与宠物猫的数量分别达到5175万只和6980万只。

中国农业大学动物科学技术学院副教授吴怡表示,数据的背后,是中国人生活的变化:宠物成为更多人的生活伴侣,它们的角色也从看家护院更多转为情感陪伴。

现任中国畜牧业协会宠物产业分会副会长的阎金胜认为,养宠群体从富人到老年人,再到年轻人,“现在中国已经迈入全民养宠时代。”

养宠人群日益扩大、宠物的生活

品质越来越受到重视,推动了中国宠物经济的蓬勃发展。

回溯历史,早期中国的宠物行业主要围绕宠物饲养和简单交易展开,市场规模小,产品种类单一,且主要服务于少数有特定需求的群体,宠物食品、用品等多依赖进口。而随着宠物数量不断增长,市场消费潜力得以释放。

阎金胜敏锐地捕捉到这一领域的发展潜力,于2013年创立了宠物连锁品牌“圣宠”,提供宠物相关职业培训、宠物店经营等多项服务,致力于为行业培养人才。目前,“圣宠”已在北京、上海、成都等城市开设了超2000家连锁店。

白皮书数据显示,2023年,中国城镇宠物(犬猫)消费市场规模已达2793亿元,并预计在2026年跃升至3613亿元。记者从企查查平台查询到,20年来,中国宠物相关企业注册量逐年增加;截至9月底,今年新注册超123万家。

宠物数量剧增,也让构建人宠和谐的社会环境变得更加重要。

“文明养宠观念正愈发深入人心,越来越多的人会自觉为宠物接种疫苗、购买项圈,这也带来更多市场机遇。”阎金胜说。

专注于宠物行为纠正与社会化适应的培训学校数量也在不断增加。企查查数据显示,中国现有名称或经营范围含“宠物培训”的企业近3万家,仅去年就新增了约7000家。一些企业还推出了“宠物幼儿园”项目,培训来“上学”的宠物与同类、人类友好相处。

文明养宠理念的普及,使中国社会对宠物的接纳度不断提升,更多的公园、商场、酒店也加入到打造“宠物友好”环境的行列中来。

北京市民周婧茹最近带着自己2岁半的柯基犬,来到位于朝阳区的一家商场。她惊喜地发现,商场开始提供免费的宠物车,让她能够推着爱犬一同购物。

“这样的体验太棒了!推车还配备了尿垫和盖子,盖子合上后,我就不用担心在商场里遇到怕狗的顾客了。”周婧茹兴奋地说。