

谁与争锋

2018中國体博會

上海国家会展中心 / 2018.05.25—05.28



体博会动态

新闻扫描

- 02 2018 体博会进入倒计时, 亮点活动带您前瞻
- 03 2018 体博会倒计时: 三大展区筹备工作有序进行
- 05 2018 中国体育产业峰会即将召开

精彩剧透

- 06 这场关乎青少年体育发展的交流会, 会开创青少年体育工作的新纪元吗?
- 07 进入“乌卡时代”的场馆设施行业, 如何“花落春常在”?
- 11 专访纽约大学教授文斯·詹纳罗: 体育与科技何以共生共荣?



环球视野

- 12 全球运动鞋市场规模年增 5.1%

产业动态

- 13 年轻群体成主流 骑行市场凸显“三高”趋势



行业调查

- 14 英格兰体育理事会发布第三版“积极生活调查”报告



主办单位
中国体育用品业联合会

总编
李桦

主编
罗杰

副主编
温嘉 侯秋玲

执行主编
崔衍衍

执行副主编
李倩茜

编辑记者
张曙光 何睦 Swan

美术设计
Jarrah

地址
北京市东城区体育馆路 3 号

邮编
100763

版权声明: 本刊物仅供行业内部信息交流使用, 概不对外发售。未经许可, 禁止进行转载、摘编、复制以及建立镜像等任何使用。如需转载, 请拨打投稿电话申请, 并获得授权。

投稿信箱:
1007411920@qq.com

投稿电话:
010—67156227

2018 体博会进入倒计时， 亮点活动带您前瞻

文 / 张杨 小贺



距 2018(第 36 届)中国国际体育用品博览会(以下简称“体博会”)在上海国家会展中心开幕,时间已剩下不到一个月。现阶段,体博会的筹备工作已基本完成,除了近 1500 家参展企业,18 万平米的参展规模外,本届体博会还为现场的参展商及到场观众设置了年度峰会、互动活动、表演展示、商贸洽谈、同期会议等活动板块,通过专业级的互动形式,以此满足受众到 2018 体博会上的不同需求。

(一)年度峰会:探讨行业发展,聚力驱动未来

作为引领行业正向发展的高峰论坛,除了与往期相同的活动、论坛、交流会等环节设置外,此次活动将以中美体育产业、场馆设施、青少年体育发展、体医融合等核心话题展开,通过与各方代表就体教结合、体育现状、政策实施推进情况、标杆案例等话题开展深度讨论,其中还会关于重点领域分析、瓶颈突破措施、潜在机遇洞察等业界话题,引发行业共鸣。旨在从体育行业各方面进行展开,依托行业交流与深度思考,真正推进青少年体育、体医融合、中美体育产业等发展,并为他们拓展体育产业的全

新增长空间。

在去年以探索青少年体育升级发展趋势而推出的青少论坛,就通过国家体育总局总局、各省市体育局、青少年体育权威学者和从业各方,围绕青少年体育核心政策、创新实践举措等开展深度讨论。除此之外,还包括联合总局人事司、基金中心、组委会,以关注运动就业、创业、创新成果为主题的交流活动,借由论坛平台持续输出更多业态升级和合作拓展的可能性。

(二)互动活动:打造交互形式,加深运动体验

早在两年前的 2016 福州体博会上,组委会就通过设立跑步专区、打造跑步学院等各种交互形式,广受大众好评。今年则由体博会组委会联合总局青少司、轮滑协会、轮滑专业委员会等,共同打造了以轮滑球比赛、滑板精英赛、旱地冰球赛、壁虎攀岩赛、STIGA 上海乒乓球试打赛等为主题的交互活动,旨在为大家展现运动场景的同时,也通过互动加深用户现场体验感,以此提升参展方及参观方之间的沟通效果。

去年的体博会上,交互活动就含有上海市路跑协会与致力于 IP 路跑创意发展的百变跑咖团队,跑步专区的活动除了内容丰富,形式上多变外,还加入了体育明星的到场助阵,将互动活动所想展示的现场交互效果,展现得淋漓尽致。对于本届的互动活动,我们也拭目以待。

(三)表演展示:走向最美舞台,“活出运动风采

表演展示作为 2018 体博会上最

具观赏性的板块,除了涵盖健身指导方法、健身服务、健身健康等各方面内容设置外,更是为职业健身教练们打造了一个展示职业风采、交流从业心得的舞台。

此类板块中的“中国国家职业健身教练专业大会”是国家体育总局人力资源开发中心、职业技能鉴定指导中心于 2010 年创办,以促进健身教练国家职业资格工作、构建创新人才培养平台、服务健身教练职业发展为宗旨的综合性活动平台。

在展会期间,还将继续举办“体博会·费恩莱斯”健美健身比基尼大赛、2018I-FIT 中国国家职业健身教练专业大会等活动,以此促进健身教练国家职业资格工作、构建创新人才培养、加强健身教练职业发展的综合性活动平台服务。

(四)商贸洽谈:缔造行业联盟,扩宽产业视角

十九大之后,新时代的体育产业承载着供给侧改革与消费升级两大发展势能,体博会除了以聚积展览、展示等优势来践行体育强国建设三位一体的重要职责外,还将以推动自主创新、提升行业科技竞争力、加强国际交流与合作、协助企业拓展海外市场等洽谈会议的形式履行行业责任。

在商贸洽谈与同期会议的活动板块中,体博会将以促进中国体育用品行业向“中国智造”、“中国创造”方面发展,帮助各个品牌商建立沟通、调研、信息传播、交互机制的机会,以此推进体育产业转型升级,加速体育用品制造业提质增效,增品种、创品牌、提品质,帮助厂商和经销商共同建立和打造体育用品综合贸易平台。

2018 体博会倒计时： 三大展区筹备工作有序进行

中国国际体育用品博览会 (China Sport Show) 是中国唯一的国家级、国际化、专业化的体育用品展会，是亚太区域规模最大、最权威的体育用品盛会，是全球体育品牌进入中国市场的捷径，中国体育品牌向世界展示实力的重要窗口。体博会的平台汇集了体育用品、体育营销资源、体育文化与科技的综合性体育产业，是体育用品企业品牌推广和渠道拓展的助推器，传播崭新体育文化理念的重要路径。

5月25-28日，2018中国国际体育用品博览会将继续在上海国家会展中心举行。作为新时期我国商务发展战略布局的重要组成，上海国家会展中心在拓展世界市场和国际贸易、展现国家综合实力中发挥了重要作用。

近日，体博会综合、场馆、健身三大展区的负责人，一一系统地介绍了关于2018年中国体博会的整体筹备工作。

综合展区：汇聚 510家展商，聚焦体育用品制造业的转型升级，帮助体育产业链上下游实现联动

综合展区是为适应各类体育休闲用品的行业信息交流、多元化品牌展示、细分化市场洞察等需求所打造的专业性、权威性平台。今年，综合展区汇聚全球 500 多家参展商，包括运动休闲展区以及球类、网羽运动及武术搏击展区，展出以球类、冰雪、轮滑等体育项目中的服装服饰、硬件设施等为主。

运动休闲展区位于上海国家会展中心二层展厅 5.2 号馆（西南位置）。展商涵盖轮滑滑板、鞋服、户外骑行、水上运动、冰雪、休闲、体育产业基地 / 产业园等类别。目前，运动休闲展区共有 210 家企业进驻，



展区面积达 7500 平米（截至 4 月 4 日数据）。据体博会综合展区组长李峥介绍，在休闲展区中，鞋服类展区面积占比较大，达到 3500 平米，占到目前销售面积的 50%；轮滑滑板类展区面积、休闲类、户外骑行类展区面积总和也达到近 3500 平米，目前招展尚未完全结束。

球类、网羽运动及武术搏击展区方面，展区位于一层展厅 5.1 号馆（西南位置），共 11000 平米。展区展商涵盖足篮排、乒乓球、羽毛球、网球、武术、搏击、举重、拳击器材以及网羽运动地板地胶、运动配件及周边、运动护具、绳网、培训机构及俱乐部等。目前球类、网羽运动及武术搏击展区共有 300 家企业进驻，进驻面积达 9000 平米。

李峥表示，今年综合展区呈现出两大特点：一是鞋服类企业数量和面积大小有所增长；二是轮滑滑板类企业增多，这得益于国家政策、轮滑专业委员会的成立，以及中国体育用品业联合会与中国轮滑协会不久前就一些轮滑企业展开的深度调研合作。

今年，中国体博会的综合展区主要聚焦体育用品制造业的转型升级，帮助体育产业链上下游实现联动。对此，李峥表示，今年的综合展区主要

任务是在推进体育产业转型升级，加速体品制造业提质增效，增品种、创品牌、提品质，实现厂商跟服务商的体品综合性视角逐步扩大；通过产品、技术和商业模式上创新，介入体育服务业，在服务中帮助他们开拓市场。

此外，体博会体育公园网羽嘉年华、STIGA 上海乒乓球试打赛等、轮滑滑板表演暨体验活动、篮球互动体验等配套互动活动也将在展会期间举行。

场馆设施、营造及地坪展区：做亮点，做内涵，做减法，未来 5-10年内完成对整个产业链的贯穿

场馆设施、营造及地坪展区位于二层展厅 4.2 号馆（西北位置与西南部分位置），展区涵盖场馆设施、营造、运动地面系统、冬季运动设施、体育器材、体育小镇以及创新产品展示六大类别，为各大运动类厂商、品牌商提供 10 万平米超大型展览面积，将汇聚全球 500 余家参展商，满足参展方多元化展览展示需求；据场馆展区负责人郭超介绍，目前展区销售面积已达到 21000 平米，接近 400 家企业报名，还有 70、80 家等待排队。

据了解，今年场馆展区，现场



展示类别从硬件到软件，从线上到线下，涵盖整个行业链，旨在为行业、参展商、用户打造行业内最全信息交流平台。

今年场馆展区与去年相比将呈现出2大变化。郭超表示，今年场馆展区一改以往的分区方式，主要以体育化工、人造草、大型赛事运营这三个细分领域划分，郭超认为，这是理解和深层次影响中国场馆设施行业的三大角度。

此外，去年场馆设施及营造展区设置重点放在硬件设施，今年着重增加了对智慧场馆的关注，这也是今年的主要特色。

“我国每年投入大量的资金建设体育场馆，但一些场馆建成以后还不能对其进行有效监测，所以需要通过技术来解决好这个问题，并通过数据分析来更大程度地完善服务，才能逐步扭转场馆设施建设的局面。

智慧场馆通过智能系统，完成对场馆内各种设备的自动化监控与管理，保证系统运行的经济性和管理的现代化、信息化和智能化，其基于大数据并通过轨迹追踪，将馆内客户的行为活动实现智能化，实现对人流量的追踪分析、了解人们在场馆中的行动偏好并将信息数据化，从而更新标志系统及广告位的设置、控制能耗、为运营者提供决策依据、提升客户体验以及场馆综合收益”，郭超说。

此外，场馆论坛将成为今年最大亮点，郭超表示，2018年场馆论坛的主要目标，是为社会公众热点事件寻求解决方案，探寻行业新的业态和发展方向；探索中国体育场馆行业在

商业化道路上的快速发展方向；同时为体育场馆业主、经营方、工程商、材料商等提供全新的行业视角，并寻求政府、企业和行业相关机构之间的沟通与互动，而这些，在今年的场馆论坛中都能找到答案。

“今年场馆展区会控制好规模，不会盲目扩张，争取做好亮点，要做内涵，做好减法。希望未来5-10年内，场馆展区可以完成对整个产业链的贯穿”，郭超说。

健身展区：打造全品类覆盖、一站式体验、一站式采购的健身航母

健身展区位于一层展厅1、2、3号馆以及4.1号馆（北厅位置），其中，1、2、3号馆为健身器材及用品展区，4.1号馆涵盖全民健身路径及少儿运动游乐设备、按摩及保健产品、康复设备及服务三大展览内容。

健身展区一直占据着整个体博会的半壁江山，去年更是创历史规模之最，今年健身展区依然延续以往的火爆景象，报名参展的企业数量继续创历史新高。

据健身展区负责人王蕾介绍，今年健身展区展览面积达到5万平方米（净销售面积），目前招展已经完成，健身展区共有545家展商进驻，其中健身器材及零配件展区销售面积已达39000平米，全民健身路径及少儿运动游乐设备展区面积达6000平米、按摩及保健产品展区面积达4600平米，不少企业因名额限制未能成功报名（截至4月4日数据）。

王蕾表示，为了方便展商参展

和观众观展，今年各展区类别比去年更加细分，“以往参展企业以全民健身器材、俱乐部器材和大众器材为主，今年我们将招商范围延伸到了康复、按摩器材领域，还新增了几少运动游乐设备展区。此外，激光切割行业、健身小器械产品等产生隐形冠军的微细分行业，也在此参展。”据了解，今年有30%的企业是新报名的企业（包括企业名称变更的品牌）。

谈及如何更好的为展商做好服务，王蕾表示，今年健身展区从四大方面发力为展商提供更好的服务。

第一，升级了专业观众管理系统，专业观众是体博会的传统产品，今年体博会加大了对专业渠道和境外观众的邀请力度，在全球招募观众、买家，促进企业展会期间订单落地；

第二，继续聚焦B2B上下游衔接，举办多个采购专项对接会；

第三，发力B to C市场，吸引更多国内终端消费者和运动爱好者参与，培训项目；

第四，加大媒体传播力度，为企业品牌传播提供增值服务，定点的广告投放，加强对长三角的辐射力度。

据了解，今年健身展区的配套活动还有2018中国全民健身器材设施交流活动、体医融合培训交流会、中国健身职业发展论坛、首届康复与科技研讨会等高端论坛，以及体博会-Soul Master国际健身大会、共享按摩展示体验区等品牌互动活动，加之从去年开始保留下来的2018I-FIT职业健身教练大会、体博会·费恩莱斯健美健身比基尼大赛等表演展示环节。

王蕾表示，希望健身展区及配套的论坛活动和表演等，能搭建一个健身企业与消费者交流的平台，让一些消费者的需求能直达企业，让消费者需求能够反向推动企业生产设计的升级，将真正好的产品呈现给消费者，满足消费者不断升级的消费需求，以帮助中国健身企业从简单的生产制造向“中国智造”、“中国创造”的方向发展，助力企业打造自主品牌。希望能将中国体博会健身展区打造成全品类覆盖、一站式体验、一站式采购的“健身航母”。

2018 中国体育产业峰会即将召开



2018年5月24日上午,2018中国体育产业峰会将在上海虹桥新华联索菲特大酒店举行。本次峰会以“聚力新动能,推进高质量发展”为主题,由中国体育用品业联合会主办,中体联(北京)体育产业发展有限公司承办,目前议程及嘉宾阵容已基本确定,各项筹备工作进入最后冲刺阶段。

中国体育产业峰会,由中国体育用品业联合会主办,前身为创办于2013年的中国体育用品业高峰论坛,是中国国际体育用品博览会经历20余年发展、进入新阶段的品牌型活动。2018年,根据国家体育总局领导的指示,峰会启动全面升级,旨在推动行业各方深度交流,以国际化的视野,洞察产业发展路径,为中国体育产业新时代构筑智慧动能。

洞见未来,宏观把握中国体育产业大格局大方向

十九大报告对我国社会面临的主要矛盾作了新的界定,提出我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。解决这些矛盾,我们需要大力发展民生经济,体育产业就是幸福产业,就是民生经济。而在这个认识的基础上,需要更加按照高质量发展的新要求,扎实推进体育产业持续健康发展,把体育产业打造成国民经济的支柱产业。为此,峰会特别邀

请了国家体育总局副局长赵勇先生分享新时代体育产业的发展方向。

洞察核心,深化产业发展新高度新视野

作为体育产业发展的两大引擎,体育用品业和竞赛表演业承担着产业新旧动能转换的关键,是行业各方关注的焦点,也是此次峰会的重要议题。

作为体博会的最基础平台,体育用品一直占据着我国体育产业的最重要份额。当然随着体育改革速度的加快,不仅是体育内生增长动力的深度调整,更是国民经济转型升级的要求,要求体育用品从业各方加快转型升级,特别需要充分借助全球智慧,以应对日益激烈的竞争环境。在会议中,不仅传承了过往高峰论坛的经典环节——将由中国体育用品业联合会主席李桦先生带来行业核心数据洞察,同时也邀请到了世界体育用品联合会代表就全球的体育用品消费新趋势带来新数据、新发现。

体育竞赛表演产业在不断丰富广大群众体育生活的同时,其体育本体产业的核心位置已将日益凸显,一方面激活体育产业整体升级,另一方面担当我国经济社会的新增长点的重要支撑。过往几年以中超联赛、CBA联赛为代表的职业赛事以管办分离为突破口,在赛事产品、品牌形象等方面显著提升,正在驱动商业开发、竞技水平和社会影响力的全面升级进程。借由本次会议机会,特别邀请到中国足协专职执委蔡勇先生就中国足球职业化发展情况进行专题分享。

掌握大势,布局产业发展新领域新方向

根据对行业发展趋势的思考,峰会聚焦智慧体育、体育培训和标准化三大方向,旨在引领行业各方关注发展新领域。

在新科技革命和产业革命的背景下,智能化成为体育产业新的发展方向。大数据、云计算、物联网、人工智能等先进技术,可以在“体育+”的场景中获得发展平台及巨大应用,是体育实体经济和虚拟经济的串联,更是拓展体育服务功能、提升民众幸福指数的主要途径。目前智慧体育展现了非常广泛的应用领域,譬如体育竞赛、运动休闲、场馆运营、装备制造等,同时可以预见未来发展空间更加巨大。而美国同行们已经有了很多具体实践,因此会议特别邀请了美国职业体育大数据领军人物美国棒球分析协会主席 Vince Gennaro 就《大数据对未来产业的发展》展开主旨报告。

体育强则国家强,少年强则国家强,青少年体育承担着民族富强的希望,同样也是体育产业的发展基础所在。当前中国青少年体育工作既是各方共同发力的空白点,更是明星企业的集聚热点区域,特别邀请了中国体育培训龙头企业万国体育 CEO 先生带来对于行业现状和发展趋势的洞察。

在供给侧改革、提升供给质量的大背景下,体育标准成为体育产业革新升级的重要一环。就体育用品行业而言,标准是优胜劣汰的重要手段,规范行业发展,加快树立体育用品“中国制造”新形象;从体育服务业升级的角度,标准化同样起到产业环境优化作用,净化赛场环境,提升服务规范等相关内容。因此,会议特别邀请国家标准化管理委员会服务业标准部主任杨泽世先生就体育标准化展开分享。

欢迎参与见证中国体育产业年度盛事

作为每年一度的行业盛事,体博会前一天的“高峰论坛日”备受各方关注,会议现场的火爆场面已经连续多年上演。没有来得及在线上报名的朋友,可以在活动日于现场进行报名,期待与各位相聚上海,共享中国体育产业交流盛事。

这场关乎青少年体育发展的交流会，会开创青少年体育工作的新纪元吗？

文 / Daisy

今年体博会的重头戏，无疑是全新升级的中国体育产业峰会。少年强则中国强，体育强则中国强，青少年体育在健康中国与体育强国的建设中扮演着重要角色。5月24日，中国青少年体育发展交流会将在上海新华联索菲特酒店华宫厅举行，会议聚集行业各方之力，试图构建青少年体育全新驱动力，绘就中国体育新蓝图。

体育BANK作为2018中国国际体育用品博览会官方合作新媒体，在距离2018中国体育用品业高峰论坛开幕还有25天的日子里，就青少年体育发展交流会筹备情况，采访了中国体育用品业联合会品牌运营部主任刘保刚。

青少年体育工作到了非加强不可的时候

习近平总书记对青少年体育工作多次提出明确要求，他指出，素质教育任重而道远。良好的体育教育要从基础抓起，学生的体能素质、综合素质要上去。少年强，青年强则中国强。少年强、青年强是多方面的，既包括思想品德、学习成绩、创新能力、动手能力，也包括身体健康、体魄强壮、体育精神。总书记还指出，我国有3亿多少年儿童，让孩子们健康成长关系祖国和民族的未来，也是每个家庭最大的愿望和期盼。

今年3月27日，孙春兰副总理到国家体育总局调研时指出，要厚植青少年体育根基，促进体教结合，既让学生都能“动起来”、有“一技之长”，也可以发掘培养专业体育的“明日之星”。

体育总局局长苟仲文非常重视青少年体育，专门作出批示：要深入学习贯彻习近平总书记关于体育工作的重要论述，把青少年体育工作摆到战

略性基础性位置来抓，在广大青少年中大力普及和提高体育技能，大力培养青少年体育后备人才，以开放的思路面向全体青少年办好U系列赛事，磨炼青少年意志，强健青少年体魄，为体育强国建设打下坚实基础。

国家体育总局副局长赵勇在全国青少年体育工作电视电话会议上指出，青少年体育工作到了非加强不可的时候，要通过全面改革和加强青少年体育工作，开创体育事业改革发展的新局面。

无论是习近平总书记、孙春兰副总理的指示，还是苟仲文局长的批示、又或是赵勇副局长的重要讲话，这些都表明，青少年体育工作受到高度重视，来到了发展的关键时点。

中国青少年体育发展交流会承载着发展青少年体育的重要意义

值此关键战略时点，中国体育用品业联合会继续秉承“行业思考引领者”的功能定位，为中国体育产业发展提供智力支持。

刘保刚表示，“当前中国经济发展进入新时代，由高速增长阶段转向高质量发展阶段。新时代的体育产业承载供给侧改革与消费升级两大发展势能，聚积极要素之力践行体育强国建设三位一体的重要职责；以建设支柱产业为战略目标，激发内外部动能，聚产业各方之力实现全新跨越式发展；以‘体育+’和‘+体育’为赋能路径，聚体育之力，实现广大民众对美好生活的向往。这些都是本届中国体育产业峰会的关键词，也是主题词聚力的核心内涵。”刘保刚希望通过今年全新升级的中国体育产业峰会，与体育产业从业者共同开启中国体育产业的全新进程。

青少论坛一直是中国体博会打造

的品牌论坛，今年，完善青少年体育公共服务体系、强化竞技体育后备人才培养成为重要发力方向，不仅需要进一步发挥政府主导作用，更要引导和鼓励社会力量的广泛参与，聚行业各方之力，构建青少年体育的全新驱动力，共同绘就中国体育新蓝图。在此背景下，今年体博会期间举办的中国青少年体育发展交流会，相比往年则承载着更加重要的意义。

青少司全程参与策划，聚力新驱动，开拓新蓝图

作为今年中国体育产业峰会体系的8场专项活动之一，今年青少年体育发展交流会将呈现四大亮点：

第一，体育总局青少司全程参与策划。据刘保刚介绍，今年青少年体育发展交流会由青少司全程参与策划，“在内容、选题、嘉宾邀请等各个方面，我们都得到了青少司的大力支持，这为今年青少论坛有序筹备，奠定了良好的基础，并在极大程度上推动论坛顺利落地。”

第二，各路大咖汇集，引领业界视野。今年青少年体育发展交流会邀请了政府、协会、院校、企业等多层级、多领域的权威专家，共同分享我国青少年体育的整体发展形势并设置议题，重点探讨行业热点话题。国家体育总局青少司司长王立伟、教育部体育卫生与艺术教育司司长王登峰、天津体育学院管理学院院长肖林鹏、国家体育总局体育科学研究所副所长冯连世、全国体育运动学校联合会理事长韦迪、国家标准化委员会服务业标准处处长许建军、中国篮球协会党委书记副主席兼秘书长白喜林等均将出席，并做主题分享。

进入“乌卡时代的场馆设施行业，如何“花落春常在”？

文 /Daisy & KK

我们总是在说，如果每年通过举办这样一场行业群贤毕至的场馆论坛，就能梳理出诸多重要的、让人记忆深刻的输出行业思想的场景，那该多好。

或许说，我们渴望对待这个行业像对待自己孩子般的担忧和情感，演化升级为这个行业能够铭记的历史事件。

这不算野心。然而就算这场论坛什么也没留存在人们的心智中，至少我们还有春夏之际和煦的阳光。过去3年，对于一直处在“乌卡时代”（略显混乱无序、纷繁芜杂）的场馆设施行业，仍然在努力证明着：花落春仍在。

“是的，两次思想论战之间相隔的时间，可以是一年，但地点还在上海，这次移驾上海虹桥新华联索菲特酒店华宫厅。

你和我在这里，再次聚首，回首行业之往昔，激荡未来之商业。”

1st-聚焦定位于“设施”二字的缘起

2016年11月初，当体博会场馆展区负责人郭超、体博会新闻宣传负责人崔衍衍接到要在2017体博会期间负责筹办场馆论坛的任务时，彼时，他们的工作难度在于：大型场馆运营模式和社会场馆商业形态等内容题材，是当时社会各类场馆论坛的主流形式。

“人云亦云，显然不是我们的风格。不过我们也知道，寻找到显而易见的差异化，并非易事。我们想到的第一个关键词，就是：对立。”18个月前的场景至今似乎还历历在目，崔衍衍回忆道，“当时，我和郭超的想法非常之简单，就是和社会主流的场馆论坛，走相反的路。”于是，他们两人马上进行了分工。

同时，作为场馆论坛项目整体牵



头负责人的郭超和场馆论坛内容总策划的崔衍衍，给在体博会期间举办的场馆论坛制定的“品类战略”是，先聚焦到设施领域，再选择做一个“还原论者”：从场馆设施的横截面进入，闯进“大争之世”的体育材料行业；为论坛打开一个内容升级的突破口，还原这个行业的商业本质和未来趋势。”

“走相反的路，可能才能有机会。惊喜的是，场馆设施论坛的心智容器，当时根本无人占据——我们终于找到了心智的无争之地，一片空白地带。发力设施领域，也是体博会自身的资源禀赋优势所在。”崔衍衍说道。

果不其然。去年的2017年5月22日下午，2017中国体育场馆设施论坛结合当时的体育材料设施行业三大热点话题——毒跑道事件、创新型建筑、PPP模式，为业内标出了相对权威的观点，更为前来现场报到的20多家媒体，制造出了足够重磅的行业及社会选题。从而一举奠定了

体育场馆设施论坛的受众心智。

“那是一场属于我们场馆论坛的心智战役——收缩战线，重新定位一个分论坛，在品牌层面存在着风险。”崔衍衍说，毋庸置疑，时隔一年后的2018中国体育场馆设施论坛，将于2018年5月24日下午在上海虹桥新华联索菲特酒店华宫厅举办，它依然将会坚持聚焦体育材料设施领域的定位。

2nd-进入“乌卡时代”的场馆行业，需要我们去确信什么？

中国体育在改革中不断发展，中国体育场馆设施行业也在体育产业发展的大潮中不断前进，体育场馆建设行业已成为新时期拉动内生经济的重要抓手之一。

根据全国体育场地普查数据显示，第六次全国体育场地普查相对第五次普查的各项重要数据均处于翻倍增长状态，且体育场馆建设数量与国



民经济发展水平呈现高度相关，可以预期我国场馆数量将继续维持高速增长态势，在未来5年，我国体育场馆的数量必将持续增多。这对体育场馆设施领域企业提供了前所未有的发展机遇，同时也提出了更高的要求。

“2018年5月24日下午14点，2018中国体育场馆设施论坛将于上海新华联索菲特酒店华宫厅举行。今年场馆论坛的召开，将成为中国体育场馆设施行业进入深刻的调整期，踏上发展新征程的一个重要节点。自2017年重新定位场馆论坛以来，场馆论坛就被极力打造为国内体育场地设施及营建行业的专业论坛。”

据郭超介绍，2018中国体育场馆设施论坛将继续为我国体育场馆设施行业的发展提供智力支持；为推动我国体育场馆设施行业的投资、规划、建设、运营、创新发挥重要作用；为我国体育场馆设施的投资者、建设者、拥有者、运营者、使用者解决问题、统一思想、凝心聚力。

而崔衍衍则透露，今年的场馆论坛将会成为覆盖场馆设施行业细分市场范围最广的一次论坛，“场馆设施行业进入了一个乌卡时代，需要我们理清脉络；而当这个行业进入到2018年5月底这样一个发展结点时，需要这个行业的人士，集体去确信什么？”崔衍衍表示，这样的思索过程，让他着实在策划这届论坛之初，纠结了很长的时间。

“体现这个行业的商业之美，皆来自于一线；然而这又是一项需要

靠脚步去丈量的工作。同时，当我们真正开始追问论坛选题的差异化时，又要从公众舆论和媒体选题需求的角度，极力地考量每个环节的话题在内容传播层面的合理性及落地的可能性。”崔衍衍说道。

3rd-六场主题演讲和一场圆桌对话的源起

“为场馆行业的热点事件寻求解决方案，探寻行业新业态和发展方向，构建企业、专家和相关政府部门、机构之间的面对面沟通平台，共同就行业话题和行业难题进行讨论。”郭超认为，在厘清2018场馆论坛的使命之前，还需要回答：整个场馆设施行业，当下有哪些行业痛点？

2018年，中国场馆设施行业进入深刻的调整期，踏上新的发展征程；因此，行业更需同泽同袍，聚行业之力，启发新思想，开启新征程。由此，今年的场馆论坛主题，是为“聚力·开启新征程”。

崔衍衍向记者介绍，今年在考虑论坛流程和环节设置上，他吸取了2017中国体育场馆设施论坛的一些教训：“当时最吸引媒体关注的话题，莫过于塑胶跑道的圆桌环节；但当时为了会议现场执行流程的便捷性，两场圆桌论战，都放到了最后的压轴环节。不仅影响到了记者当天的发稿效率，也影响到了观众接下去赴晚宴的时间安排。”

至于为何今年是“6+1”而不是“5+2”的设置，崔衍衍笑道：“去年我们是5个主旨演讲，加上2场圆桌对话——后来看，这是个缺乏举办论坛经验的选择。因为我们的论坛只设置了半天的受众注意力，而单就圆桌环节就想把问题聊透的话，弄不好要聊到快7点才能结束。”

对此，去年曾经去到现场，并深度报道了场馆论坛的新华社记者李丽有发言权：“在论坛内容的设计层面，崔衍衍显然不能要得太多。那样的话，被他邀请到场报道的媒体大军，也会被他设计的每个选题，弄得不知该如何取舍。”

是的，不能要得太多。2018中国体育场馆设施论坛，只由以下6个

高端主旨演讲和1场互动式圆桌对话环节构成：在首先进行的两场主题演讲中，《中小学合成材料面层运动场地》国家标准编制专家组成员、清华大学环境学院环境化学教研所所长张彭义教授，将结合5月7日发布的《中小学合成材料面层运动场地》国家标准——GB36246-2018，以“适应形势，建设绿色安全的合成材料面层运动场地”为主题进行分享；中国体育用品业联合会科技标准部主任张小晶将从四个方面对《笼式足球场围网设施安全通用要求》进行解读。二者意在以体育场馆设施行业的新标准与技术创新等为切入口，对过去一年行业中出现的最新标准进行权威分析，促使行业公平、规范、有序发展。

之后是互动式圆桌对话的环节。这个环节，将与以往的现场呈现形式和调性有所不同，不仅会让人造草行业的“大咖毕至”，主持人还将进行精心地话题设计，引发圆桌嘉宾的思想争鸣，力图成为本届论坛现场互动和传播效果最为激荡的一个环节。

人造草圆桌环节，将由中国体育用品业联合会人造草专业委员会主任秘书郭超，首次携人造草行业的五家上规模企业负责人——江苏共创人造草坪有限公司总经理王强翔、青岛青禾人造草坪有限公司总经理彭笑天、江苏美意人造草坪有限公司总经理王雪霞、广州绿城体育产业有限公司副总经理徐靓、北京火炬生地人造草坪有限公司董事长杨毅良，基于标准、全球化和行业协会等方面一系列行业潜在问题，共同探讨人造草行业如何共同面对未来的不确定性和发展机遇。

他们六位在人造草行业有咖位的人物之间，第一次的圆桌同台，能碰撞出什么样的思想火花？或许你只有到了现场旁听，才能揭晓主办方这届论坛里制造的最大的行业悬念。

接下来的场馆论坛环节，由北京体育文化产业集团有限公司董事长刘学恒、都佰城集团董事长林凡秋、广东七大洲实业有限公司总经理张飞虎、上海美凯地板工业有限公司董事长黄瑞更等嘉宾逐一登台进行主旨演讲，分别围绕“干馆计划”、“数字经济下场馆设施产业价值链重构”、“LED专业体育照明设施对体育场

馆的重要意义”、“运动木地板标准和运动项目的关联”等四个场馆设施行业的当下热点 IP 话题，进行分享。

4th-2018场馆论坛蕴藏的六大行业新闻点

今年的场馆论坛，将在以下 6 个新闻点上，体现出核心议题：

新闻点 1：解读新标准，促使行业公平、规范、有序发展

2018 年行业的发展和大环境紧密相关。中国经济经过多年的高速发展后，来到了一个更新的起点。十九大和中央经济工作总结为：“中国经济已经由高速增长阶段转向高质量发展阶段”，2018 年由此被视为高质量发展元年。

十九大后，国家主席习近平签署第 78 号主席令，宣布《中华人民共和国标准化法》于 2017 年 11 月 4 日修订通过，并将于 2018 年 1 月 1 日起施行。《标准化法》的修订，对于开展质量提升行动有着积极的促进作用，充分体现出标准对促进转型升级、引领创新驱动的支撑作用。

从行业本身的发展来看，体育器材行业经过 2017 年的觉醒与重生，已经进入了深刻调整期。随着《中小学合成材料面层运动场地》国家标准——GB36246-2018 的出台，今年中国体育场馆设施论坛邀请到了 GB36246-2018 编制专家组成员、清华大学环境学院教授张彭义，他将以“适应形势，建设绿色安全的合成材料面层运动场地”为主题，从 GB36246-2018 出台的背景、组织和评审过程中的一些重要节点、关键内容和指标的解读，以及下一步标准需要落实的过程中有待完善之处，独家分享 GB36246-2018 制定前后，那些鲜为人知的故事。

除地面材料新国标外，中国体育用品业联合会科技标准部主任张小晶还将解读《笼式足球场围网设施安全通用要求》。

2016 年 5 月 10 日，国家发改委、体育总局、教育部等四部门编制的《全国足球场地设施建设规划（2016—2020 年）》当中要求 5 年内全国建设足球场约 6 万块。有条件的城市新建居住区应建有 1 块 5 人制以上的足球场地。在目前足球设施和场地资源极其匮乏的情况下，笼式足球场

的可移动、装卸方便、成本低、场地设施专业完善等特点也符合《2016—2020 年全民健身计划》当中提到的“规模适当、方便实用、安全合理”原则。近两年，越来越多的笼式运动场在小区、公园安家落户。

为规范市场，规范企业生产，提高产品质量，保证消费者在运动过程中不会受到伤害，制定相关标准成为行业协会的重要任务。根据国家标准化委员会下达的通知，体育用品标准化技术委员会组织制定了《笼式足球场围网设施安全通用要求》，以期通过标准的设立，充分保障球员在活动和比赛过程中的人身安全。安全的产品是笼式足球运动健康、持续发展的基础和保障。在今天的论坛中，主办方希望通过解读《笼式足球场围网设施安全通用要求》，规范市场，推动笼式足球产业蓬勃健康可持续发展。

新闻点 2：人造草行业“抱团取暖”，探讨如何面对全球人造草行业潜在的各种机遇与挑战

这个环节，江苏共创人造草坪有限公司总经理王强翔、青岛青禾人造草坪有限公司总经理彭笑天、江苏美





意人造草坪有限公司总经理王雪霞、广州绿城体育产业有限公司副总经理徐靓、北京火炬生地人造草坪有限公司董事长杨毅良等五位代表，将与联合会人造草专业委员会主任秘书郭超同时登台，这将是人造草行业思想迸发最为集中的一次。

新闻点 3：干馆计划的实施，未来将如何深度影响整个场馆行业的发展理念

第六次全国体育场地普查结果显示，截至 2013 年底，我国人均体育场地面积为 1.46 平方米。《体育发展“十三五”规划》提出，到 2020 年，人均体育场地面积达到 1.8 平方米。《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》提出，到 2025 年，人均体育场地面积要达到 2.0 平方米。《“健康中国 2030”规划纲要》中提出，到 2030 年，人均体育场地面积将达到 2.3 平方米以上。

这个环节的演讲者——北京体育文化产业集团董事长刘学恒看到了当下我国体育场馆、全民健身场地的匮乏。去年 5 月 23 日 2017 体博会现场，北体集团携手北京约顿气膜建筑技术股份有限公司倡导并发起“干馆计划”，旨在解决体育场馆匮乏的问题，助力全民健身。

刘学恒表示，“干馆计划”的初衷，是解决场馆匮乏问题，希望通过

3-5 年的时间，以投资建设等方式，在全国范围内打造以气膜建筑为主要载体的新型体育场馆，形成独有的全国连锁的体育文化运营模式，并以此带动传统体育场馆的体验升级，在国内实现数以千计的场馆覆盖。

“干馆”的组成，不仅限于新建建设，而是从增量和存量两方面入手，一方面，是以气膜（框架膜）等装配式体育设施为主的场馆建设；另一方面，则是将社会目前普遍存在的传统形式的各类体育场馆纳入其中。场馆形式包括但不限于单体场馆（气膜或框架膜）、多气膜（框架膜）的场馆综合体、传统场馆的升级（设施升级、服务升级、体验升级）等。

“干馆计划”提出的一年里，干馆计划实施情况如何，新一年的目标在哪里？他们又会对场馆设施行业产生哪些深远影响？在今天的体育场馆设施论坛中刘学恒将以“干馆计划的实施，将如何深度影响整个场馆行业的发展理念”为主题，分享“干馆计划”的落地经验，向行业发出成立“干馆联盟”的邀请。

新闻点 4：数字经济下的中国体育场馆设施产业价值链重构

过去一年，在当前体育场馆设施行业中，对绿色、环保、品质、道德、匠心等话题的深刻探讨不绝于耳。行业今后的发展趋势和企业的持久生

存之道究竟在产业价值链的哪个环节上？在新挑战和新机遇下，体育器材行业将如何发展？4.0 的数字经济时代，如何用互联网的思维，去构建技术创新、监管透明、多维度的环保耐久运动场地建设的全链条价值体系？

相对传统的体育场馆设施行业，如何与数字经济时代相关联？在今年的场馆论坛中，都佰城集团董事长林凡秋将以独特的创新视角，来解构中国体育场馆设施产业价值链，思考和探究数字经济下的中国体育场馆设施产业价值链如何重构。

新闻点 5：中国体育照明设施如何实现“弯道超车”？

目前，我国体育场馆将呈现翻倍增长，在这个大趋势下，新建的体育场馆亟需专业体育照明方案。和普通照明一样，专业体育照明也走过了白炽灯、金卤灯等阶段。金卤灯时代，无论是产品研发、还是渠道建设，留给国内企业的机会都不多。

中国体育照明行业如何实现弯道超车？在今年的场馆设施论坛中，广东七大洲实业有限公司总经理张飞虎将与听众一齐回顾全球专业体育照明历史的起源，洞悉中国体育照明之现状，聚焦体育照明行业的发展理念，以及展望专业体育 LED 照明未来的趋势。

新闻点 6：中国运动地板行业如何全球化掘金？

运动地板藏着大学问，中国制造的地板，如何达到 NBA/FIBA 等赛事对场地的要求？未来应如何参与全球化分工？企业应该如何达到各类国际标准，并在制造成本优势逐渐丧失的今天，面对全球化竞争压力？

在今年体育场馆设施论坛上，上海美凯地板工业有限公司董事长黄瑞更将从“运动木地板标准和运动项目的关联”、“现有的国际、国内标准及比较”、“运动者的诉求是标准修改完善的源动力”、“未来运动地板技术的发展分析”四大方面，与大家探讨中国运动地板如何掘金。

专访纽约大学教授文斯·詹纳罗： 体育与科技何以共生共荣？



在日益成熟的现代体育世界中，科技的力量已经不容忽视。从球员的赛场表现，到教练的计划制定，再到球迷观赛，科技已经融入了体育产业的各个方面。毫不夸张地说，我们正身处一个“无科技，不体育”的时代。

与中国体育产业相比，美国的体育产业市场无疑更为成熟，科技与体育的结合也表现得更为紧密。作为这方面的专家，纽约大学 Tisch 学院副院长，体育管理中心主任，同时也是美国棒球分析协会主席的文斯·詹纳罗 (Vince Gennaro) 教授将出席 2018 中国体育产业峰会，为我们解读科技带给体育的种种变革。

在中国体育产业峰会到来之前，我们先行就体育科技的相关问题与文斯·詹纳罗教授进行了深入的探讨，一起聊聊体育同科技的共生共荣。

科技改变 MLB

众所周知，北美四大联赛之一的 MLB(美国职棒大联盟)拥有着相当完善的运营环境。这其中，科技自然扮演着重要的角色。据文斯·詹纳罗教授介绍，如今越来越多的 MLB 球队和球员已经在可穿戴设备的帮助下实现数据抓取。

例如在有一款名为“Motus

Sleeve”的袖套中，六个加速感应器和陀螺仪部署在运动员肘套上的关节囊部位，肘套会记录摆臂速度，投球次数，肘扭矩及其他相关数据。这些数据会通过蓝牙传送至智能手机，训练师会利用这些来自肘套的信息，帮助运动员改进投球方式。

另一个与棒球棒相连的设备叫做“Blast Motion”，这个高精度运动传感器重量不足 1 盎司，且防尘、防震、防水，可贴在任何一种棒球杆的末端。在运动过程中，它可以将球员在场上摆动球棒时的速度以及挥杆角度发送到智能终端并进行分析，利于运动员对自己的动作进行有针对性的调节。

需要指出的是，“Motus Sleeve”与“Blast Motion”仅仅是 MLB 众多科技应用中的两个案例。在 MLB 中，越来越多的高科技产品正被不断应用，并对整个联盟形成了重要而深远的影响。

VAR 与大数据为体育界带来了什么？

近年来，VAR 成了体育中的一个高频词。从欧洲足坛到中超赛场，VAR 的使用让足球场上一切交给裁判的传统迎来了变革。而在这个过程中，关于 VAR 的争议也从未间断。

对此，文斯·詹纳罗教授表示：“VAR，这项我们常常称之为即时重放的技术，正被广泛地用于纠正场上裁判的吹罚中。一个官方团队花时间去查看慢动作回放，并共同决定结果，这利于判罚准确度的提升。”

不过文斯·詹纳罗教授也指出了 VAR 的弊端所在：“这个过程不好的地方就是会影响比赛节奏，打破球员们状态和势头，影响球迷观赛体验。不仅如此，要依据回放改变场上原来的判罚，在实际操作上往往也是很困难的。”因此，我们需要更辩证

地看待这项技术的应用。

除了 VAR 外，另一个高频的科技概念“大数据”同样值得我们关注。在文斯·詹纳罗教授看来，大数据正在很多方面改变着体育——大数据提供了更多的信息，方便专业人员基于数据去选择球员并制定更好的赛场战略。当数据同训练有素的人与经验丰富的专家相结合，就能提高组织做出明智选择的可能性。

另一方面，大数据也让我们更清晰地了解到体育迷的心态和行为习惯，推动我们更高效地让目标群体参与到赛事中，观看节目并购买相关产品。

助力实现中美体育技术合作

目前，在美国体育联盟中流行的众多科技应用正被不断引入中国，并被采纳和使用。例如可穿戴技术优化了精英运动员们的表现，管理了他们的身体健康，同时高速运动捕捉与多普勒雷达则能够测量赛场上的许多细节内容。此外，还有许多让观众参与其中的技术，能够令品牌与球迷获益。

文斯·詹纳罗教授提议道：“我希望中美双方能够实现体育技术上的深度合作，进行全方位的技术信息共享，以评估哪些技术能给中国（体育市场）带来最大的帮助。”

如今，体育正对人们的生活与文化产生着愈发深远的影响。文斯·詹纳罗教授相信，创新、技术和数据分析可以将体育运动的表现和粉丝互动推向更高水平，进一步拓宽体育能够触达的人群范围，提升人们的健康水平，并提供一个将人们聚集联合在一起的平台。

结语：在中国体育产业峰会上，文斯·詹纳罗教授将向我们深度解读“大数据对未来产业的发展”，让我们拭目以待！



全球运动鞋市场规模年增 5.1%

文 / 小 文

据 Grand View Research, Inc. 的市场研究报告公布：在举办奥运会的 2012 年、2014 年和 2016 年中，因为运动员有训练需求，并需参与比赛，促进了运动鞋需求率的增长。此外，板球世界杯、美国男子职业篮球赛（NBA），国际足球联合会世界杯赛和温网锦标赛等全球主流赛事，进一步推动了运动鞋市场的发展。若保持 5.1% 的年均复合增长率，到 2025 年，全球运动鞋市场规模将达 951.4 亿美元。

运动鞋的构成通常由上部鞋面、

内部鞋底和外部鞋底三部分构成。诸如阿迪达斯、耐克、安德玛等主流运动品牌正在尝试利用 3D 打印技术进行鞋面创新设计，以求美观。而内部鞋底的目的是稳定减震，所以是运动鞋舒适度的关键所在，也是各大研发商关注的重点之处。阿迪达斯研发了 Boost 内部鞋底代替了传统的 EVA 泡棉，使得用户舒适度大大提升。Boost 技术使用热塑性聚氨酯（TPU），与传统 EVA 泡棉相比具有更耐磨损，更加柔软和耐久度更好的特点。

该报告还显示：

——2025 年将是运动鞋销售规模空前扩大的一年，可能售出 3.92 亿双左右；

——创收方面，儿童板块领跑，复合年增长率最高达到 6.3%；

——北美地区继 2017 年成为市场份额最大创收者后，预计将领跑创收主力；

——运动鞋行业的领军者还将是耐克、阿迪达斯、安德玛和彪马四大家族。

年轻群体成主流 骑行市场凸显“三高”趋势

文 / 王辉



2017 年中国骑行运动人口达到 1200 万，2018 年该数字有望达到 1500 万。近日，《2017 中国骑行运动大数据报告》发布，这份来自全国 410 座城市、750 万骑行用户 10 亿公里的海量数据显示，年轻群体正成为骑行运动的核心人群，并凸显着高学历、高收入、高素质的“三高”趋势，自行车运动市场呈现迅猛发展的态势。

“三高”人群成消费主力

与健身跑步一样，骑行也是一项分布于全年龄、全职业的群众性健身运动。今年 1 月，由国家体育总局联合发改委、旅游局等 10 部委印发的《自行车运动产业发展规划》指出，目标至 2020 年，自行车运动产业总规模达到 1500 亿元，各类赛事活动达到 5000 场，骑行即将成为下一个爆发的体育消费入口。

数据揭示，骑行用户中 25-34 岁年龄段占比最高，是骑行的核心人

群，大学学历以上占比更超过 7 成，骑行在高学历人群中开展具备一定优势。而在人数分布上，广东、浙江、江苏、山东、四川依次占据榜单前五名，与 2017 年国内生产总值排名靠前的省份基本一致，可以看出骑车人群的分布与人均收入正相关。

和自行车行业发达的国外相比，目前我国运动骑行的人数和比例依然偏低。随着年轻群体逐渐成为市场消费主力 and 大众日益增长的健身、休闲需求，骑行运动市场前景广阔。

“旅游”风景路线受青睐

一直以来，骑行被看做是继健身、跑步外的第三大运动市场。自行车的交通属性，也让骑行与旅游的结合存在天然优势。对于爱好者来说，骑行即旅行，自行车也是探索世界、接触大自然的工。

从报告梳理的最热门骑行路线来看，毗邻城市近郊的风景线路最受青睐。北京的妙峰山、深圳的沿海公路、

杭州的龙井爬坡，一线城市的近郊风景是骑行的首选。旅游资源丰富的海南、厦门和青海等地，则提供着环岛、环海、环湖的骑行选择。不难看出，热门的骑行路线同时也是旅游路线，对于骑行爱好者，骑游始终紧密结合在一起。

数据显示，2016 年赛事骑游的消费总额为 52.8 亿元，至 2017 年这个数字达到了 66.5 亿元。近年来，体育 + 旅游作为一种全新的休闲方式已成为新的消费热点。骑行不仅可以锻炼身体，也可作为其中体育内容的重要补充，进一步丰富体育旅游的产品内涵和消费选择。

多元健康引消费升级

记者通过梳理发现，每周至少参加 2-6 次骑行的比例已攀升至 30% 左右，这也让骑行与健身、跑步一道成为高频运动。

因为骑行属于户外运动，因此除了基本装备的消费外，骑行带来的赛事及服务、出行等相关消费也十分可观。虽然整车消费占骑行消费的 52.8%，但是骑游赛事及服务消费已经跃升第二，占 24.78%。在大数据的时代背景下，智能化设备的使用比例也逐年攀升，从 2014 年的 0.19% 到 2017 年 4.18%，科学化训练的消费习惯正逐渐形成。值得一提的是，深度爱好者对于骑行的理解更加全面和理性，也更意识到保险的重要性。数据显示，从不购买保险的人群比例下降明显，更多人倾向于购买 5 年以上的全年保险，这也和当今中产人群的保险消费习惯保持一致。

经过多年的发展和市场培育，高学历、高收入和高素质已成为骑行运动的高频词，“三高”趋势也将为骑行的消费升级带来良好的契机。

来源：中国体育报

英格兰体育理事会发布 第三版“积极生活调查”报告



英格兰体育理事会于2018年3月22日发布的第三版“积极生活调查”总结了2016年11月至2017年11月间英格兰大众体育发展情况，调查对象为英格兰地区16岁以上的人口。本次调查的主要内容如下：

1. 体育活动水平概况

对体育活动的界定为：至少中等强度（高强度运动按两倍计算），每次持续时间至少10分钟。本次调查将体育活动水平划分为3类：不活跃（每周活动时间少于30分钟）、活跃（每周活动时间为30—149分钟）

和非常活跃（每周活动时间多于150分钟）。

调查数据显示，约2770万人属于非常活跃的群体，其中包括1400万男性和1370万女性。不活跃、活跃和非常活跃的人口所占比例分别为25.7%、12.5%和61.8%。

不同社会经济背景的群体之间体育活动水平差异显著。长期失业或从不工作的群体不活跃的比例最高（38%），非常活跃的比例最低（49%），而行政、管理人员或专业人士不活跃的比例最低（17%），非常活跃的比例最高（71%）。

残疾人群体（43%）同健全人

（21%）相比，不活跃的比例更高。而且，身体缺陷越多，不活跃的比例就越高。有3项及以上缺陷的个体不活跃的比例达到51%。这一点很重要，因为52%的残疾人有3项及以上的身体缺陷，21%有2项身体缺陷，26%有1项身体缺陷。

达到非常活跃水平的群体比例一般随着年龄的增长而下降。75—84岁年龄段非常活跃的比例只有16—24岁年龄段的一半。不活跃比例一般随着年龄增长而增长，75—84岁年龄段以及85岁以上年龄段增幅较大。

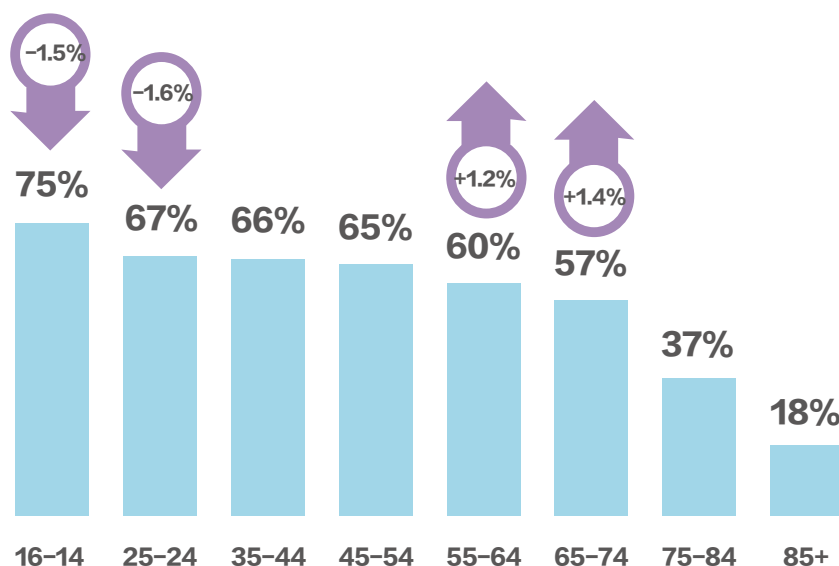


图1 各年龄段非常活跃群体所占比例
注：箭头表示最近一年的变化情况

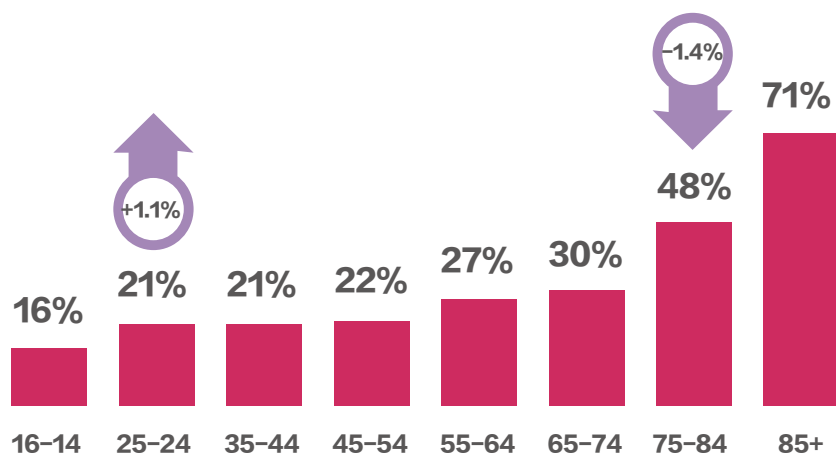


图2 各年龄段不活跃群体所占比例
注：箭头表示最近一年的变化情况



2. 体育运动项目的选择

与上一年相比，散步仍然是最受英格兰人欢迎的活动，1860 万人喜欢散步，增长了 30 万人；有 1450 万人徒步旅行，增长 42.3 万人。

在健身活动中，选择间歇训练的人数增长最多，增加了 51.8 万，包括高强度间歇训练和循环训练。47% 参加高强度间歇训练的人是年龄在 16-34 岁的青少年，这与高强度间歇训练课程免费提供的 YouTube 课程数量有一定关联。调查数据显示，20% 的人在家中健身训练，75% 在休闲 / 健身 / 运动中心或健身房进行锻炼。

相比之下，游泳和骑自行车的人数下降，定期游泳的人数减少了近 28.3 万人，骑自行车的人数减少了 9.3 万人。冒险运动越来越受欢迎，参加山地徒步旅行、攀岩、绳降、定向越野或空中绳索等活动的人数增加了 33.7 万人。

3. 志愿服务概况

志愿者在大众体育发展中发挥着重要作用，志愿者和接受帮助者都能从志愿活动中受益。无论是提供餐饮服务、指导参与者还是协助残疾人，都需要有人奉献出时间。本次调查将志愿者定义为：在体育活动中起到了志愿者的作用，并且在过去一年中至少参与过 2 次。

在英格兰地区，志愿者的比例达到 15%，约 660 万人。在志愿者当中，管理人员和专业人士共计 220 余万人。社会经济水平较低的群体占到了调查人口的 31%，但是该群体在体育志愿者中所占比例较低，仅为 11.4%，比上年增长 1%。

志愿者的年龄主要集中在 16-24 岁和 45-54 岁年龄段，这两个群体占有志愿者的 42.5%，约 280 万人。16-24 岁志愿者可能从事裁判或教练工作，而 45-54 岁志愿者可能从事管理工作或提供交通服务。

来源：英格兰体育理事会官网
张曙光编译