

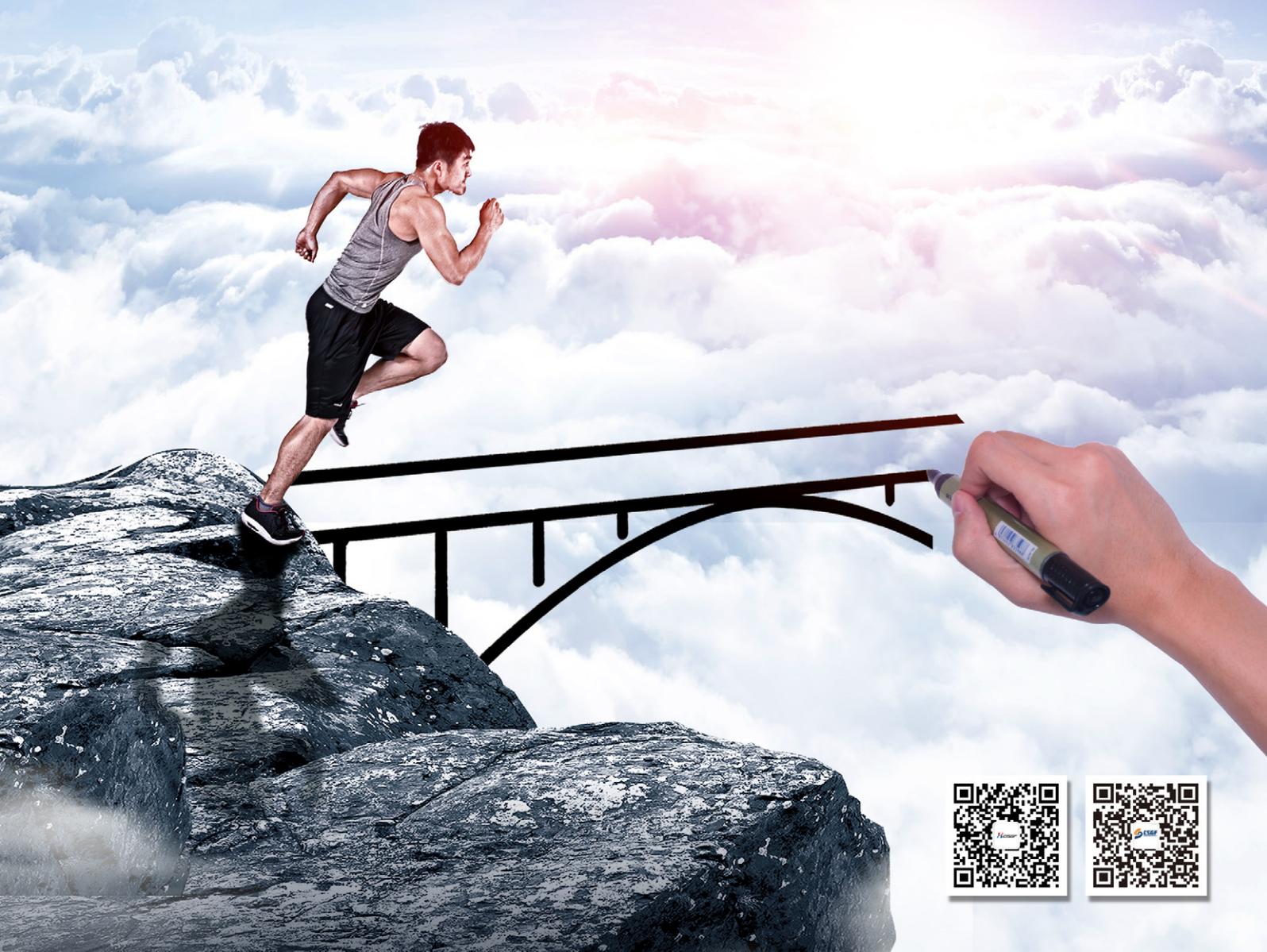


中国体育用品信息

— 9月刊 —

拓路前行

第 37 届中国国际体育用品博览会
国家会展中心（上海）/ 2019 年 5 月 23 日 - 26 日



联合会新闻

- 02 中国体育用品业联合会
参加世界体育用品业联合会 2018 半年会
- 03 2018 年第一届第二次人造草专委会工作会议在京召开
- 04 走进永康、义乌体育用品企业

体育用品标准化

- 05 《体育用人造草》国家标准起草组工作会议在京召开
- 06 《仿真冰场通用技术要求和试验方法》
团体标准审查会在京召开



产业动态

- 07 数字技术将决定高尔夫产业未来发展
- 08 2018 年中国体育产业面临的政策环境分析
- 09 中国马拉松赛事开始迈入全面升级的时代

业内声音

- 10 AI+ 区块链在体育行业的应用
- 11 体育消费当紧扣大众需求

国内资讯

- 12 近期体育产业投融资动态

新思维

- 13 双奥场馆 赛后运营新思路
- 14 英超曼城俱乐部推出球迷智能手环



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
焦妮、刘保刚

责任编辑
张梅、欧亚

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：
info@sportshow.com.cn

投稿电话：
86-10-87108881ext.434



中国体育用品业联合会 参加世界体育用品业联合会 2018 半年会

2018年9月7日中国体育用品业联合会主席李桦，副秘书长侯秋玲一行代表我会赴英国伦敦参加世界体育用品业联合会2018半年会。

世界体育用品业联合会(WFSGI)是国际奥委会(IOC)正式认可的世界体育行业权威机构，是奥林匹克大家庭中的行业代表。中国体育用品

业联合会(CSGF)自2001年加入WFSGI成为国家会员。

2018 年第一届第二次 人造草专委会工作会议在京召开



2018年9月7日，中国体育用品业联合会人造草专业委员会2018年第一届第二次工作会议在京召开，会议围绕人造草专业委员会近一阶段工作情况和下一阶段工作计划等内容进行了梳理和探讨。

中国体育用品业联合会副秘书长温嘉、人造草专业委员会主任委员单位主要负责人和各会员单位代表参加了会议，会议由主任秘书郭超主持。

一段时间以来，人造草专业委员会工作成果显著

主任秘书郭超代表人造草专业委员会向参会的全体代表通报了2018年度专业委员会的工作开展、会员招募及经费缴纳和使用等各项情况。

值得一提的是，作为新入会的会员单位广东绿城体育产业股份有限公司、青岛青禾人造草坪股份有限公司受到全体代表的热烈欢迎，企业代表领取会员证书。截止目前，人造草专

业委员会已发展会员10家。郭超表示，发展新会员作为专业委员会的一项长期的重点工作，需要各位新老会员的大力支持和积极配合，应加强行业内外的宣传以及各单位间的沟通协作。

会上，各会员单位代表积极发言、建言献策，围绕会员招募和专业委员会宣传等工作进行了热烈的讨论。

规划未来工作计划，目标明确、稳步推进

在本次工作会议上，各位会员代表一致通过了下一阶段专业委员会的工作计划。

一、经过研究协商，2018年人造草专业委员会会员代表大会初步定于今年年底在北京召开，届时，将会选举产生新一届主任委员会。

二、宣传计划：会员招募及各项工作的顺利开展依托于专业委员会的行业影响力。会上，主任秘书郭超表示专业委员会可以借力联合会和体博

会的宣传平台，加强专业委员会的宣传力度。

三、社会责任工作计划：郭超介绍，为推动体育用品行业社会责任工作的开展，中国体育用品业联合会正在积极筹备成立社会责任工作委员会，前期已联合中华全国体育基金会成立了中体联公益基金作为平台和抓手。目前，已有部分公益活动在进行或筹划中，未来体博会上也将开设公益项目专区进行宣传。本次工作会上，各方代表积极响应，均赞同社会效益对未来行业发展的特殊意义，大家一致决定要多开展公益活动、多策划公益项目、多参与公益事业。

四、开展国际交流及其他活动：郭超表示，专业委员会将积极搭建交流的平台，组织各会员企业参加海外展会，并考察海外体育场馆设施营造产业链如院校、场馆及配套设施等。未来，专业委员会将陆续策划组织相关行业培训交流活动，希望会员企业积极参与。

走进永康、义乌体育用品企业

2018年9月11-14日，作为2019年体博会招商招展工作的重要内容，体博会组委会相关负责人员分别走访调研了浙江永康和义乌地区的体育用品企业。

永康走访

在永康走访期间，体博会组委会首先与永康市体育局进行了交流。在与市体育局交流过程中，组委会从林局长和产业科相关负责人处了解到，永康当地体育产业企业有1000余家，其中年销售额在2000万以上的企业有88家。对于永康较为明显的产业集群优势，该市体育局特别希望能与体博会组委会一起为体育企业的发展搭建平台，并初步达成择期举办体博会永康推介会的合作意向。

交流会后，组委会一行在体育局相关同志的陪同下参观了永康几家重点企业。

浙江飞剑工贸公司以生产运动水壶为主，从2004年就开始投入铝制运动水壶的研发、生产，出口规模较大，目前年销售额近5亿人民币。飞剑公司特别注重细分产品品类的研发，针对不同运动项目推出了不同的水壶产品，同时飞剑公司还不断尝试

将新材料，新科技运用到产品上，目前已研发并投入生产了“钛”材质的各品类运动水壶。

浙江天鑫公司以生产，出口小型蹦床为主，年销售额3-5亿人民币，已参加过多届体博会。

浙江飞神集团是一家大型集团公司，主要产品有房车、老年代步车、汽车模型等。飞神集团实力雄厚，不仅产品众多，还积极开展体育赛事营销，多次承办国家体育总局航管中心举办的车辆模型比赛等国家级赛事。

义乌走访

体博会组委会在义乌走访期间，一同拜访会见了义乌商贸城、义乌市体育健身行业协会、义乌市体育健身用品协会的相关负责同志，大家进行了全面友好的交流沟通。我方详细介绍了联合会整体情况和体博会浙江企业参展情况，希望地方体育组织能够大力支持、组织更多的本地参展商、采购商去参加体博会，体博会组委会提供多方面的配套服务。双方还积极探讨了在义乌举行专项推介会，扩大体博会在当地的影响，以及考虑在义乌举办体博会专项展等多项设想。

随后组委会一行走访调研了义乌

当地的体育企业。

狂神公司为贸易商，经营范围包括体育用品及文具，自己本身生产球类产品，年销售额几个亿，目前在义乌、武汉、石家庄、成都、临沂、广州等开设有八家分公司。狂神公司非常注重程序化作业，专门开发了一套自用软件，从生产销售到物流仓储井井有条，自动化仓储设备堪比京东物流。

斯坦格护具公司为体博会参展企业，以OEM为主，生产中高端护具产品，年销售额6000多万元，与亚马逊、KEEP等公司长期合作。

胜派公司以篮球、跳绳等为主，年销售额在几百万元，去年拿到729除乒乓系列外产品的独家生产经营授权。该公司也是体博会多年的参展企业。

麦卡公司以足球运动配件为主，年销售额近4000万元。

此次走访永康和义乌的企业，一方面是对体博会长期参展企业的回访，听取企业意见，另一方面体博会组委会对企业也介绍了展会提供的各类增值服务，如自媒体宣传、现场供需对接会等，这也是很多企业不太了解的服务，今后要加强对企业的宣传力度，为展商提供更加精准，更加掷地有声的服务。





《体育用人造草》国家标准起草组 工作会议在京召开

2018年9月7日上午，国家体育用品标准化技术委员会协同中国体育用品业联合会人造草专业委员会在北京召开了《体育用人造草》国家标准起草组工作会议。

会上，全体起草组成员对照标准征求意见稿，对征求到的61条意见和建议逐条进行了讨论。经过讨论与研究，共采纳意见28条，部分采纳意见2条，不采纳意见31条。

按照采纳的结果，国家标准起草组对征求意见稿进行了认真细致的修改，并最终形成了送审稿。起草组将按照既定程序，将送审稿提报国家标准委员会审理。

《仿真冰场通用技术要求和试验方法》 团体标准审查会在京召开

2018年9月18日中国体育用品业联合会第一批团体标准立项的《仿真冰场通用技术要求和试验方法》团体标准的审查会在京召开。来自业务主管部门、协会、检验机构、研究机构、生产企业和使用单位的12位专家组成了审查委员会，对国内首个

仿真冰场相关的团体标准进行了审查。审查委员会一致同意该团体标准通过审查，上报中国体育用品业联合会批准发布。

仿真冰场作为一种不受地理位置和气候条件限制的纯人工制作而成的滑冰用材质，有利于在全国范围内推

广冰上运动。《仿真冰场通用技术要求和试验方法》团体标准的编制，从技术上对仿真冰场进行了规范，梳理了行业的关键技术。未来该标准的发布，将为政府采购、检测认证以及市场全面推广仿真冰场提供标准依据，填补国内在仿真冰行业的标准空白。



数字技术将决定高尔夫产业未来发展

1988年出生的里奇·福勒(Rickie Fowler)是美国著名高尔夫球选手,在2007年至2008年,他曾经排名业余高尔夫球选手世界第1达37周。2009年他转为职业选手,2016年1月24日,他的世界排名达第4位。福勒代表美国参加了里约奥运会高尔夫球比赛,成绩是第37名。

近日,福勒在移动端社交应用照片墙(Instagram)上发了一张照片,照片显示他正在使用模拟高尔夫系统(golf simulator)训练。模拟高尔夫系统利用计算机情景模拟技术将室外真实的高尔夫球场模拟设计到一套软件系统中,并通过投影机投影展现在球手面前的(一个或三个)幕布上,同时通过传感器对球手击出的球的飞行数据进行采集分析,并实时将所击出球的实际飞行轨迹在幕布上显示出来。模拟高尔夫系统使用真实的高尔夫球和球杆,在30-40平方米的室内打位上实现球手和球场场景的互动:球手与在室外真实击球时一样挥杆,向幕布中的球场击球;画面显示出与真实球场一样的视觉感观,球的飞行角度、旋转量,旋转轴,左右出发角度、飞行距离、弹跳,球杆速度,杆面角度,球杆路径等与在真实球场打球时一样逼真。

目前比较公认的最先进的技术是3D高尔夫实拍技术,一方面克服了红外测量不精准的问题,另一方面

克服了雷达无法精准测量慢速推杆及辐射高强度电磁波的问题。最先运用该项技术的是visualswing模拟高尔夫系统,其优点包括每秒3000张图片的高速相机实拍技术,推杆、挥杆真实准确;悬挂在顶部的3Track高速相机技术,地面无任何约束,可左右手同时击球;能够同时检测球杆杆面和飞行球数据的设备,获取球杆触球瞬间杆面的开、闭,挥杆路径的有内到外、由外到内等关键数据;数字一体化分析平台,除了球撞击及飞行数据的测量功能外,数字一体化平台融合了最先进的挥杆过程数据分析功能,例如杆头分析、球杆选择分析、高球选择对比分析、球手动作的对比分析等,能够真正提高球技。

数字技术促进高尔夫球运动普及

身处异地的高尔夫爱好者可以通过模拟高尔夫系统进行在线比赛,初学者可以通过模拟高尔夫系统进行姿势校正,同时它也是球手体验在不同国际标准球场打球感受的好方法。韩国首尔有1000多家室内高尔夫俱乐部,室内高尔夫俱乐部营造了一年四季愉悦的打球环境,便捷的地理位置大大增加了练习者的打球频率。特别是对于没有高尔夫球场和练习场的城市,室内高尔夫俱乐部是大众接触高尔夫运动的重要窗口,模拟高尔夫系

统是普及、推广高尔夫运动和教育的便捷途径。

数字技术为高尔夫球场的运营提供新机遇

TrackMan公司是世界领先的高尔夫分析技术公司,2018年8月,该公司在其模拟高尔夫系统中发布了著名的圣安德鲁斯球场所有比赛场地的模拟软件。这表明,不仅公立的高尔夫球场开始数字化运营或者合作,私有的高尔夫球场也开始了相关的商业开发。

许多软件公司涉足高尔夫球场的运营行业,一个比较著名的例子就是高尔夫天才公司(Golf Genius),该公司负责38个国家的7850个高尔夫俱乐部或协会的运营工作,在最近一年中,高尔夫天才公司为41.8万多场高尔夫球比赛提供了技术服务。

2017年,私募股权公司阿波罗全球管理有限责任公司(Apollo Global Management LLC)以11亿美元的价格收购ClubCorp控股公司。ClubCorp公司目前在美国拥有众多个人高尔夫和乡村俱乐部,也是美国该领域最大的运营商之一。

来源:体育科技网站Sporttechie与互联网报道(张曙光编译)



2018 年中国体育产业面临的政策环境分析

文 / 陈琳



2018 年是一个传统的体育大年。9 月 20 日，在《中共中央国务院关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见》中，5 个段落、13 次提及体育，体育已经成为促进消费的重要潜力方向，已进入国家经济总体布局，明确了体育产业与智能产业、互联网+的融合发展方向，体育产业被国家发改委明确定义为经济发展的“新风口”，预计“今年底体育产业增加值占 GDP 比重将超过 1%，体育消费将近 1 万亿，体育产业机构数量增长超过 20%，吸纳就业人数超过 440 万。”现在，2018 年过去大半，相关政策显示，体育产业的风口不会缩小，并将向更深层、更专业的方向发展。

体育科学化，从“全民健身”到“全民科学健身”

7 月底，国家体育总局发布《全民健身指南》，这是官方首次面向大众推出权威的运动建议。8 月，国家体育总局又与中华全国体育总会向全社会发布“科学健身 18 法”，普及科学健身小妙招。

在体育科学化方面，过去从体育

器材的科技进步为主，发展到现在，自然地延伸到了健身需要科学指导这个层面。不仅是竞技体育，群众体育同样需要加强它的科学性。推动运动康复也是体育科学化的方向，一是体育界在推动医师协会开出“运动处方”；二是通过运动康复机构用科学训练的手段帮助体育爱好者恢复身体技能、避免伤病。“全民科学健身”的提出，从行业发展角度来说也蕴含商机。

开放与规范，体育产业的现在与未来

在经济发展进入新常态、各行业增速都有所放缓的当下，我国经济迫切需要寻找新的突破口和增长点，纵观世界，体育产业承载的正是这样一个功能。

近年来体育产业有两大重要的政策利好：一是取消了体育竞赛审批，打破了没有垄断，为外界资本的进入提供了基础；二是推动协会的实体化改革，将协会从事业机制变成社团组织，打破了铁饭碗，生存发展的需要逼着各个协会在考虑资源如何变成产品、商品。在放开的同时，市场也在被持续规范。8 月 20 日，国家体育总局出台《关于进一步规范体育赛场

行为的若干意见》、《境外非政府组织在境内开展体育活动管理办法》《体育市场黑名单管理办法》三大法规性文件，进一步监督、规范体育赛场行为与市场秩序，加快体育诚信体系建设，促进体育产业持续健康良性发展。

国家扶植多个体育产业项目，场馆设施是基础

今年 7 月，体育总局与中国工商银行等 4 家银行选出 383 个体育产业项目，获得各金融机构在贷款利率、贷款期限、审贷效率等方面给予的信贷支持，这包括冰上运动中心、康体运动中心、赛车场、特色运动小镇等诸多场馆型项目。

欧晓理在发改委新闻发布会上也指出，体育产业的新模式新业态不断涌现，35 个体育产业联系点城市和 110 个体育产业联系点单位积极推进各项改革任务，运动健康城市、体育小镇、体育综合体、体育公园和产业园区等平台建设加速推进。

参赛和观赛，两方面需求旺盛

发达国家的发展经验表明，人均 GDP 突破 5 千美元，体育消费会出现爆发式增长，人民有钱有闲有意愿有能力去观赏体育比赛，参加体育锻炼。目前我国人均 GDP 已经超过 8 千美元，体育消费可挖掘的空间很大。现阶段，民众有着观赛以及参赛双方的需求。

从去年开始，国家体育总局积极推动体育综合体建设，就是要为体育产业和其他领域提供一个融合发展平台。依托基础的不同，体育综合体分为大型体育场馆、运动休闲特色小镇、体育运动营地、旅游景区以及工商业闲置空间，建设勾连的美丽乡村等 6 类，希望由此打造出适应我国体育产业发展的特色商业模式。

中国马拉松赛事开始迈入全面升级的时代

文 / 王辉

2018 北京马拉松赛官方近日公布了中签结果：共有 111793 人成功报名，北马成为报名人数首破 10 万的“全马”赛事。与此同时，今年北马的中签率也再创新低，其中 A 类选手中签率为 36.5%，B 类选手中签率为 10.4%。业内人士普遍认为，随着优质马拉松赛事的报名门槛逐步提高，国内马拉松赛事开始迈入全面升级时代。

众所周知，国际田联和中国田径协会的标牌等级评定是衡量马拉松价值体系的标准之一，目前很多城市马拉松赛的短期目标是中国田径协会的金牌赛事，长期目标是国际田径联合会的金标赛事。

据统计，2017 年中国田径协会认证金牌赛事 44 场、银牌赛事 38 场、铜牌赛事 79 场，相对前几年已有了翻倍增长。今年 7 月，国际田联宣布广州马拉松、杭州马拉松、深圳马拉松均获得认证和升级标牌，至此，我国大陆地区已经拥有国际田联认证的 8 个金标和 4 个银标马拉松赛事。从标牌等级评定可以看出，国内马拉松赛事品质升级正在加速。

“比赛由浙江卫视进行现场直播，报名渠道包括杭马官方网站、官方微信公众号、支付宝（搜索“杭州马拉松”），以及“杭银直销”APP；报名参赛的选手在赛前一个月因个人原因无法参赛，均可申请退还报名费；比赛采用先报名缴费后抽签的办法，未获得参赛资格的选手，系统将退回报名费。”近日，刚刚升级为国际银标赛事的杭州马拉松举办了今年赛事的首次新闻发布会。会上，浙江省体育局副局长李华与阿里体育首席运营官余星宇一同用人脸识别技术揭晓报名开通时间。据了解，阿里的这一生物识别技术将被应用于本届杭马，对参赛选手的身份进行检测，在赛事身份验证和区域安全控制上准确、高效地提升赛事安保工作的智能化管理水平。

据浙江省体育竞赛中心副主任潘华群介绍，2018 年杭马将推出多项新举措升级赛事服务体系。“我们与被称为世界第九大马拉松的洛杉矶马拉松赛结成友好马拉松，双方将互相开放报名通道，组织跑者互相参赛。并将按照 AIMS Green Award 认证标准，低能耗运作赛事，目标就是要努力将杭马办成国际田联金标赛事。”

毋庸置疑，马拉松赛事升级的同时也在拉动周边消费。据《2017 年中国体育（运动项目）产业消费研究报告》显示，2017 年我国马拉松跑者的跑步消费约涵盖 45 类相关产品服务，年度平均跑步消费金额达到 13078 元。我国马拉松跑者每花费 100 元在参赛报名费、200 元在日常跑步训练，就会有 512.5 元用于跑步装备的购买、437.5 元用于在赛事举办地的吃、住、行、游、购、娱。马拉松消费中，跑步装备、马拉松旅游驱动的相关产业消费金额远远高于参赛报名、日常跑步训练驱动的本体产业消费金额，马拉松产业对左右岸相关产业的消费带动作用明显。

《报告》指出，2016 年厦门马拉松为城市带来近 2.3 亿元的直接经济收益，自 2003 年至 2016 年的 14 年间，累计给厦门带来约 20 亿元的营收。2017 年北京马拉松外地参赛选手参赛期间人均消费达到 3690 元，略高于 2016 年的 3665 元。据测算，2017 年我国大型城市马拉松旅行参赛者的人均参赛旅游消费在 3000 至 4000 元之间。2017 年千岛湖马拉松赛外地参赛选手参赛期间人均消费达到 2469 元，据测算，2017 年我国旅游目的地马拉松旅行参赛者的人均参赛旅游消费在 2500 元左右。

业内人士分析认为，目前我国马拉松跑者消费兴趣开始向越野跑、国外著名马拉松等高端赛事转移，存在较为明显的马拉松运动消费升级。与此同时，部分马拉松跑者开始涉猎铁人三项、骑行等项目的赛事。马拉松跑者消费兴趣向其他大众耐力性赛事的转移成为马拉松消费升级的另一特征。

来源：中国体育报



AI+ 区块链在体育行业的应用



9月21日，2018中瑞人工智能数据大会召开，大会主题是“人工智能 赋能未来”。会议获得了中国信息通信研究院、华盛绿色工业基金会鼎力支持，清华大学、北京大学和瑞士洛桑联邦理工大学等亲情加盟。

会上，vSport创始人白强以“AI+区块链在体育行业的应用”为主题发表了演讲。白强提到vSport体育区块链正试图为体育产业设计一套价值评定体系，该体系基于分布式人工智能(DAI)技术和体育价值评定模型，具有自我进化的能力，目标是通过人工智能、大数据和模型，来评定业内每个人、公司、俱乐部和协会的价值。该体系中的体育价值评定模型含有五大要素：流行指数、互动性、贡献度、参与度和个人映像。

值得一提的是，白强对“科技发展与市场需求之间的关系”的阐述引起了媒体和各界人士的关注。白强特别强调，有需求才会有技术发展，脱离了实体行业，在科技圈内空谈科技没有价值。

他认为，人工智能和区块链如果真的想成功，不能局限在圈内，在自己的圈里谈技术不会有前途，必须走

出去跟现实结合、跟大众结合，从而满足大众的刚需。他举了一个生动的例子——就像鱼缸中的金鱼都在吃互吐的泡沫，不游到江河里去是会缺氧的，现在的人工智能行业和区块链行业都面临这个问题。

白强还提到一些专家教授对区块链发展的认识是有误区的——他们认为现在区块链还处于早期，需要先做出操作系统，然后才能谈应用。但是白强认为，就像PC的发展过程，首先当然有了一定的技术，出现了最初的PC，但最后行业成功的关键还是市场上涌现了大量的需求和应用，使得更多的企业来做PC，然后才带动了操作系统的发展、芯片的发展。否则，没有人使用操作系统，没有人用芯片那也就没有资金进入行业，这个技术肯定也得不到发展，所以技术的发展是跟着现实世界的需求走的。

他还提到了科技圈的一些经验教训，就像当初做RFID物联网的时候，看起来好像开一个RFID展会动辄就5000多人、300多个参展商。最后实际上，小圈子里的市场也就只有那么大，不够分。没有走出去，就没有钱赚，成了自娱自乐。

因此，白强认为，科技创新公司走到各行业中去，挖掘实体行业刚需才是现阶段的关键。比如说，体育行业能够使得区块链产生实际的价值，因为体育行业对区块链有真实的刚需，同时这个刚需是脱离了区块链无法解决的，是有“切肤之痛”的刚需。体育行业的三大痛点是缺乏创收的商业模式、无法规模化盈利、缺乏资本出口。而通过区块链则能实现体育行业的价值聚拢，将影响力变现，从而解决这些痛点。

关于具体如何解决三大痛点，白强提到：首先，区块链的通证经济，比互联网更强的拉新能力、比众筹更透明且回报明确，因此可以变革体育业的商业模式。同时，通证经济能够整合区块链所有业态的资源来共同创造利润，再通过区块链对工作量的记录来公平分配利益，从而实现体育行业的规模化。最后，将通证和体育行业的资源、影响力相结合，挖掘并满足各业态的刚需，从而打造出垂直行业的公链和钱包，就能形成有效的资本出口。

来源：洞察网

体育消费当紧扣大众需求

文 / 薛原

体育消费迎来前所未有的发展机遇，能否打造品牌、留下口碑、创出未来？答案就在每一个服务需求的细节中。

体育产业的发展，离不开体育消费的提升。体育消费的提升，需要紧扣大众需求。各地丰富多彩的大众赛事中，有不少生动的故事。

浙江衢州柯城区，境内有丰富的山地森林资源。如何推动全民健身发展？当地政府将人民群众日益增长的健身需求融入生态文明建设之中，将全民健身作为民心工程、幸福工程来推动。近日，柯城区推出首届灵鹫山浙江森林运动会，以森林穿越为主要内容。运动会设计了“森林神射”“丛林掷竹”“急速攀树”等饶有趣味的的项目，秀丽多姿的溪水、岩壁、山林

皆在其中，吸引了当地以及四面八方众多户外爱好者参加，既创新了赛事品牌，又生动诠释了“绿水青山就是金山银山”的发展理念。

在陕西，不久前举行的榆林国际马拉松为了服务外地跑友，与西安火车站积极沟通。西安站根据马拉松跑友和组委会双方需求，设计了周五晚间出行，周日下午返程，周日晚间即可抵达西安的定制列车，同时，还提供了延伸的餐饮住宿等服务。这趟列车不只为跑团服务，个人跑友也可以共享增值服务，被众多跑友亲切地称为“共享火车”。一次马拉松赛事，通过铁路服务链接不同需求信息，整合出行资源，形成新的产品，实现了多方共赢。

体育消费的形态多种多样，蕴含

着丰富的可能性。同时，体育消费对于拉动内需、推动消费升级有着积极意义。无论是灵鹫山森林运动会，还是榆林马拉松的“共享火车”，都说明这样一个道理——以参与者的需求为导向，将参与者的需求放在服务的中心位置，就会得到积极反响。

不同地区、不同赛事、不同人群，体育消费有着广阔的发展前景。体育用品制造、竞赛表演、大众健身是体育产业的几个细分门类，而体育消费的繁盛程度，决定着体育产业的发展结构、发展趋势是否均衡。面对大众不断喷涌的运动健身需求，体育消费迎来前所未有的发展机遇。能否打造品牌、留下口碑、创出未来？答案就在每一个服务需求的细节中。

来源：人民日报



近期体育产业投融资动态

莱茵体育：48亿元投资重庆两江赛事中心

9月9日，莱茵体育与重庆两江新区管理委员会签署《两江莱茵达赛事中心项目投资协议》，在重庆两江新区管委会所管辖的两江新区龙兴片区建设投资不低于48亿元，总占地约597亩的两江莱茵达赛事中心，其中体育设施建设用地约195亩，配套房地产开发建设用地约402亩。拟建设坐席数量不少于8000座的甲级综合体育馆、国际青少年足球培训基地、足球商学院及配套运动健康社区。

该项目计划引进英超中国赛、国际（国内）足球邀请赛、热身赛、亚洲杯（东亚杯）足球赛、重庆市业余足球超级联赛、全国（重庆市）青少年足球联赛、斯坦科维奇杯洲际篮球赛，积极响应国家“北冰南移西扩”发展，引进冰球、花样滑冰等冰上项目赛事以及其他篮球、排球、乒羽、体操、武术等其他单项体育竞赛。

近年来，莱茵体育分别签署了桐庐国际足球小镇、萧山“律动浦阳”小镇、成都葛仙山运动休闲小镇、义乌体育休闲小镇等特色小镇；通过委托经营及拿地自建方式获得重庆盘龙体育生活广场、嘉兴秀湖全民健身中心、莱茵未来科技城体育生活馆、丽水莱茵体育综合体、南京莱茵之星体育综合体等项目，体育空间布局取得了较好的进展。目前拥有及运营的核心IP包括：重庆女足、斯坦科维奇杯洲际篮球赛、亚洲职业篮球联赛、全国家庭健身挑战赛以及浙江女子冰球队、浙江女子冰壶队等。

新爱体育：完成8.5亿元A轮融资

9月4日，当代明诚发布公告宣布，旗下新英体育与爱奇艺共同成立的新爱体育获得由华人文化集团公司和红杉资本中国基金联合设立的中国健腾体育产业基金与曜为资本共计



3.5亿元融资。据当代明诚《增资协议》，中国健腾体育产业基金出资3亿元认购新爱体育8.96%股权，曜为资本则是以5000万元的资金认购新爱体育1.49%股权。

5日，在爱奇艺体育A轮融资发布会上，新爱体育CEO喻凌霄说：“在公司成立一个月的时间里完成了A轮融资。应该说在体育行业里，我们的融资速度是无人比肩的。”加之8月初IDG资本和汇盈博润注入的5亿元战略投资，刚刚成立40余天的新爱体育迅速完成8.5亿元A轮融资，投后估值达到33.5亿元。新爱体育已经成为体育行业内又一个超级体育公司。

街舞品牌 Caster：获千万美元天使轮融资

9月18日，街舞厂牌[Caster]近期完成数千万元天使轮融资。本轮投资方为爱奇艺、辰海资本和武汉互娱，穆棉资本担任独家财务顾问。

Caster 由创始人石头和舞者

Evo、Danny 一同创办于2005年，至今已在国内开设10家舞蹈教室，旗下舞蹈教师超百名，培养学员数百万人。今年10月，Caster首家概念店将在上海虹口足球场揭幕，占地面积约1000平方米，定位于年轻人的潮流聚集地。除了舞蹈教室外，还包括潮牌集合店、娱乐公共空间等。零售与文娱属性的体验式消费的结合，也是现在商业地产升级的趋势之一。在课程设置上，Caster分为少儿课程和成人课程，基本涵盖与街舞相关的所有舞种。少儿课程平均客单价为120-150元，而成人课程则为80-120元，与市面上大多数舞蹈工作室相比，这个价格并不高。对此石头表示：“过高的价格会把很多小白学员推向一些粗制滥造的机构，这与我们想要推广街舞文化的初衷相悖。”据了解，2017年Caster舞蹈培训营收约2000万元，一直处于盈利状态。此外，Caster旗下还有品牌赛事、街头文化产品制作等方面业务。

（陈琳 摘编）

双奥场馆 赛后运营新思路

文 / 何青汉



去年8月25日，北京市发改委公布关于五棵松冰上运动中心项目的批复，同意五棵松建设冰上运动项目中心作为2022北京冬奥会冰球比赛的热身馆及训练馆。至此五棵松成为名副其实的“双奥场馆”，转场工作的越发熟练也为赛后场馆的运用提供了更多可能性。

据了解，五棵松场馆在奥运会后的利用率在70%左右，2016年，场馆群活动数量达到500多场，覆盖人群500万。北京2022冬奥会结束后，五棵松场馆将承载冰上赛事、演出的新功能，在为北京市民提供丰富文化活动的同时，也破解了奥运场馆赛后运营的世界性难题。

今年九月，又有两场大型赛事在这里上演，2019年国际篮联篮球世界杯亚洲区预选赛第二阶段，中国队首个主场比赛将于9月17日在北京五棵松体育馆举行。就在男篮世界杯的两天后，NHL中国赛也要在同一片地上演。为了满足不同比赛对场地的需求，五棵松场馆华丽变身，几天内便铺设出了符合国际比赛标准的冰场，并将在接下来的时间内频繁进

行场馆转换，提高场馆利用率。

专注细节 国际标准打磨冰场

据了解，2016-2017赛季，五棵松作为KHL联赛昆仑鸿星冰球俱乐部的主场，在2016年便已完成场地改造，现在主场馆的规格已经达到国际赛事标准。NHL中国赛今秋二度来华，为了提供更好的比赛环境，五棵松早早便开始了制冰工程，喷漆、画线、铺设冰面，偌大的工程，细节之中见专业。

制冰工程受天气影响较大，温度、湿度都会对冰面造成影响，为了铺设符合国际标准的冰面，场馆方五棵松从北美请来了专业制冰师。“这些国外制冰师都是NHL联赛各场馆的一线制冰师，具有世界顶级水平。”五棵松场馆技术总监助理赵更凡介绍。据了解，冰的温度如果太低，当场馆进行转换时，冰面会被重物压碎。此次五棵松新制成的冰温度则保持在零下6到零下8度。水质是又一处细节，矿物质含量较多的水制冰往往耗时更长，浪费能耗，同时滑行的速

度也会受到影响。“北京自来水和软化水的杂质相差四到五倍，所以这次制冰我们用的是过滤后的软化水。”赵更凡说道。此次制冰完成后，冰面将一直保持到明年四月份。

快速转场 秘密在于冰被

冰面保持到明年四月意味着要频繁地进行冰球馆与其他活动场馆的转换，也意味着从17日男篮世界杯预选赛开始，五棵松场馆之后的活动都要在4厘米厚的冰面上进行。这些都得益于“冰被”的铺设。

“冰被”是一层铺设在冰面上的灰色板子，如同冰面的“被子”一样隔绝冰面与外界的热量交换。早在2016年，五棵松作为北京首钢篮球队和昆仑鸿星冰球队的主场时，就需要频繁地进行冰球、篮球场的转换，五棵松特地从加拿大进口了一套冰被，薄薄的一层冰被却大有作用，起到了保温、支撑的效果。赵更凡介绍，这套冰被有三个特点：重量轻、硬度大、保温效果好。据了解，这套冰被的硬度很大，与五棵松场馆同样材料的冰被上曾架设过两、三吨重的过山车。

冰球场的转换在国外是各个场馆普遍采取的做法。据了解，美国斯台普斯球场最快可在3个小时之内实现转换，五棵松的平均时间在6到8个小时，具体时长则根据活动搭建要求略有不同，这样的速度在国内首屈一指。“条件理想的话，最快在4个多小时就能完成场地转换。”赵更凡说道。

未来几年，随着“冰丝带”的落成和首都体育馆的改造完成，场馆转换也将成为国内大型场馆的常规化操作，具有两年多转场经验的五棵松团队所打造的“五棵松速度”已成为行业标杆。

来源：中国体育报



英超曼城俱乐部推出球迷智能手环

近日，曼城俱乐部与瑞士创业公司 Turnpike Group 展开合作，双方联手推出曼城“fantom”球迷智能手环，自称是世界首款足球智能手环。在曼城提供的内容基础上，“Fantom”为球迷提供了各种功能，包括实时比赛数据更新、突发新闻、粉丝调查和测验等等。此外，“Fantom”内置 NFC 芯片，可以提供非接触式功能，如俱乐部季票的输入和支付，当某个球迷靠近另一球

迷时，设备也会发出提示。

相比拥有数以万计功能的智能手表，这一球迷智能手环提供的每一项功能都针对球迷的需求设计。例如，在比赛中，Fantom 球迷智能手环会开始进入倒计时模式显示比赛还有多久结束，并且还会将比赛数据实时发送到手环上。同时，来自俱乐部的独家新闻、赛后球员评分以及球迷测验等功能也被集成到了这一智能手环中。

作为曼城足球俱乐部推出的特别版本，除了上述功能外，这一带有铝合金外壳、彩色触摸屏幕与亲肤硅胶腕带的曼城 × Fantom 球迷智能手环还采用了象征俱乐部的天蓝色设计，球队队徽与醒目的“MANCHESTER CITY”字样同样出现在腕带上。

来源：东方头条网