

体育消费

□ 本报记者 王金虎

打开潮流运动想象空间

潮流运动的蓬勃发展、创新的体育消费场景、融合“破圈”的新模式，不断拓展着人们的体育消费边界。

金秋十月，在“亚运经济”和线下赛事全面恢复等因素叠加下，体育消费的“吸金”能力逐渐显现。沉浸式、体验式、融合化、社交化的体育消费新场景不断涌现，体育消费领域多样性优势进一步凸显。近日，记者走访山东济南，从居民对体育运动的参与程度看，飞盘、滑板、电子竞技等新兴运动持续发展。

潮流运动受追捧

“我们有一群喜爱滑板运动的年轻人，滑起来尤其是炫技的时候，好像插上翅膀要飞起来。”来自济南的滑板爱好者刘鑫谈道，如今，随着滑板从街头小众玩法升级到官方竞技项目，济南玩滑板的场地也在增多。“尤其是刚结束的亚运会中，13岁的济南姑娘崔宸曦成为中国最年轻的亚运冠军，这也让济南的滑板运动更受瞩目。”

今年夏季举行的济南潮流运动会世界滑板日(济南站)系列活动，掀起了济南滑板圈的小高潮。来自济南、泰安、济宁、淄博等城市的200余名参赛者在冲浪池中一展身手，在动感音乐中喊出了青春无畏的宣言。“今年世界滑板日恰逢济南潮流运动会，是近年来山东最大的一次滑板赛事活动，也是广大滑板迷的节日。这次活动带动了济南以及全省范围内的滑板运动氛围，让更多人加入到这项时尚健康的运动中来。”济南市轮滑运动协会秘书长崔永涛介绍，由滑板人带动滑板培训，济南的滑板运动已经逐渐形成规模。

随处可见的运动身影，也让“潮运动”装备持续热销。大众热衷的运动，不再局限于跑步、游泳等传统项目，一些有着社交属性的新兴潮流运动，像骑行、飞盘等也格外受欢迎，带动“潮运动”装备持续热销。迪卡侬秀城店导购员表示，如今来购买滑板的用户群体明显增多，相关运动手套、专业防滑鞋的选购也比较多。

近年来，随着全民健身计划和健康中国战略深入实施，我国居民的体育消费和体育活动参与度正在快速提高。在2023“消费提振年”的大背景下，济南市体育局抓住潮流体育的契机，通过体育消费券发放、体育市集以及潮流运动会“三把火”引爆泉城市民的体育消费热情。

据统计，2023第二届济南市体育惠民消费券第一阶段累计拉动消费427.8万元，数百家企业与千余名市民收获了参与潮流体育的新鲜体验。

健身消费成时尚

一套瑜伽服、一张瑜伽垫，再加上APP线上课程，即可开启瑜伽健身。瑜伽服穿着场景早已突破局限，穿着瑜伽裤逛街聚会已经成为新时尚。在全国布局40家自营瑜伽馆的尚婵瑜伽，通过线上与线下多渠道模式带动10万余名女性练习瑜伽。

“女性消费力崛起带动瑜伽训练热潮，就是我们所说的‘她经济’。目前瑜伽已成为我国女性的第二大运动，仅次于跑步。特

别是在短视频、直播带货热潮下，与瑜伽相关的消费品也销售火爆。”山东尚婵文化科技股份有限公司董事长吴海兴说。他深耕瑜伽行业10余年，一路见证了我国瑜伽行业快速发展。根据2022年的相关数据，中国瑜伽行业市场规模约为503亿元，其中瑜伽用品市场规模突破了200亿元。吴海兴认为，瑜伽火热发展，与女性消费者对更高品质精神生活等高层次“悦己”需求密切相关。

针对线下黏性更强的体育运动，尚婵瑜伽推出了APP“哇哇小鱼”。这款具有社交属性的瑜伽“伴侣”，可以记录练习数据、添加学习计划，让用户利用碎片化时间，随时随地选择适合自己的瑜伽课程进行训练。

作为一股竞技体育的新生力量，潮流运动在哪里，活力激情就在哪里。济南市通过政策助力，让体育消费市场乘“热”而上、向“新”而行。如今济南市民每周参加1次及以上体育锻炼的人数达62%，经常参加锻炼(每周3次)的人数达41%，这说明体育消费类型正从以实物型消费为主，转型为参与型消费比重快速上升，体育消费潜力逐步向深层次推进。

高校百英里接力赛、乒乓球联谊赛、体质达人联赛、沿黄九市马拉松接力赛、全民健身运动……一项项全民健身活动精彩上演。济南市通过增强全民健身和全民健康深度融合，引领新运动时尚，更多人在强身健体的过程中，感受到体育之美和悦己之乐。

完善设施补短板

2022年是潮流运动的爆发年，参与者多为年轻人，趣味性、挑战性、多样性以及社交属性等都是他们参与潮流运动的主要原因，相关消费由此快速崛起。中国体育用品

业联合会发布的《2023年中国体育用品行业发展趋势报告》指出，目前我国已成为全球最大的体育用品消费市场之一。

济南“生活体育化、体育生活化”的健身氛围日趋浓厚，初步形成了具有泉城特色的全民健身服务体系。今年以来，济南共举办133次(项)较大规模的市级全民健身活动、572次(项)区县级全民健身活动，参与群众达到450万人次。

济南市体育局相关负责人表示，济南持续培育“潮流体育消费季”和“冰雪体育消费季”品牌效应，在各商圈馆所推出“体育市集”“潮流运动会”“体育研学”等惠民体育消费活动，打造月月有赛事、月月有活动、季季有亮点的体育消费盛宴。此外，积极开展全民健身“运动汇”赛事节庆活动，组织系列社区乒超、球王海选、商BA、体质达人赛、广场舞秀、职工运动会等群众赛事，拉动群众体育消费。济南市还将传统、新兴、大众、小众体育项目融合起来，注重时尚新兴体育项目发展。

建设指南。全市15个精品果园平均亩产达到3000公斤以上，优质果品率达80%以上，亩产值8000元以上，让农民切身感受到了“绿水青山就是金山银山”的魅力。

与此同时，宜都大力发展柑橘深加工，先后培育、引进了土老憨生态农业集团、丰岛食品等农业产业化龙头企业，生产柑橘罐头、陈皮调味品和橘醋系列产品，在全国率先实现柑橘全果利用。

为进一步提升柑橘产业辐射带动作用，推动农旅融合，今年宜都首次举办“橘马”赛事。活动以“柑橘宜品，宜都有情”为主题，21.0975公里的赛道串连起金色橘园、4A级景区青林休闲旅游区及秀美清江等景点，步步皆风景，程程享风光。选手们一边奔跑，一边欣赏如画般的美景。

马拉松搭台，乡村游唱戏。“橘马”不仅引来众多跑者参与，还吸引了八方游客。当天比赛一结束，来自武汉的参赛选手张丽就

带着女儿来到附近的橘园采摘橘子。“和孩子一起体验丰收的喜悦，还预订了温泉酒店。泡着温泉，吃着自己摘的橘子，特别惬意！”张丽说，宜都山清水秀，环境优美，以后会带着家人再来。

随着赛事的举办，在赛道旁的青林休闲旅游区，游客们纷至沓来，赏青林小戏，猜灯谜唱民歌，体验农耕文化，品尝农家美食。农家乐老板廖圣月一边洗菜切菜，一边招呼上门的客人。马拉松开赛前一星期，他家就迎来了不少游客，这几天生意更是火爆。“不光是我家，这一片几乎天天满客，青林小院、橘红休闲山庄等民宿也早就预订完了，单子都排到月底了……”廖圣月满脸欢喜。

为让游客吃好、玩好，宜都市文旅局精心策划，推出“橘香采摘游”“秋登高山游”“乡村骑行游”“生态康养游”等秋季特色旅游线路。青林寺村提前一个月组织农家乐和民宿进行培训，规范服务、整修店面、增添物资，用

优质的服务 and 地道的美食迎接各地游客。“橘马”也带火了宜都土老憨橘醋庄园、梁山风景区、龙湖湿地公园等乡村旅游景点，乡村民宿、农家乐供不应求。新晋网红打卡地三渡水野奢营地仅周末两天就接待游客400余人。“两溪两桥”环线游依旧火爆，游客们参观胡敌纪念馆、红色故事馆，接受红色文化熏陶，传承弘扬革命精神。

宜红茶烤羊排、三峡灌汤鱼包、丹阳龙凤糕等特色美食吸引众多游客前来品尝，宜都宜红茶、富硒茶、清江鱼、土老憨橘醋等土特产品销量猛增，土鸡蛋、山野菜、橡子豆腐、土辣椒等地道山货也成为外地游客的抢手货。

据不完全统计，自公布“橘马”在宜都举办以来，超过50万名游客到宜都旅游打卡，实现旅游综合收入近5亿元，且保持着强劲的长尾效应。



图① 2023 济南潮流运动会世界滑板日(济南站)系列活动。

郭尧摄(中经视觉)

图② 在山东省乐陵市泰山瑞豹复合材料有限公司的碳纤维自行车生产车间，工人在装配作业。

新华社记者 范长国摄

近日，商务部对家政服务信用信息平台进行升级，上线“家政信用查”小程序，为消费者提供家政企业和家政服务员信用信息查询服务。消费者使用“查服务员”功能，扫描二维码并经服务员本人授权后，可以查看其个人信用记录、所获国家职业技能等级证书等信息。

近年来，我国家政服务市场规模持续扩大，但也存在信用记录不完善、失信惩戒机制不健全等问题。部分家政企业以哄抬价格、虚假宣传等手段误导消费者，扰乱市场秩序；部分家政服务员隐瞒真实信息、不按合同约定提供服务，甚至有偷盗雇主钱财等情况发生。“找个满意的阿姨很难”，许多消费者感叹，通过家政公司找服务人员好比“拆盲盒”——包装太多、透明度不够、得看运气。

了解和信任感的缺乏，不仅可能增加服务供需双方的摩擦，也不利于家政服务业长期健康发展。信用信息平台的建立和升级，抓住了消费者的“痛点”。通过手机小程序，消费者可以便捷查验家政企业是否靠谱，对雇用的家政服务员“知根知底”，知情权和监督权得到更充分的保障，消费风险降低，消费满意度进一步提升。

对于家政企业和家政服务员来说，信用是最好的招牌。通过小程序，家政服务员可以全面展示自己获得的国家职业技能等级证书等信息，信用良好、专业过硬的家政服务员更有可能赢得消费者的青睐和市场的肯定，增加工作机会和收入。企业运用小程序，能更加高效地进行员工管理，也能借此树立良好企业形象，提升品牌价值。

家政服务业要长足发展，规范秩序尤其重要。信用信息平台是以信用为核心的新型行业监管体系，其建立健全不仅能进一步畅通家政供需对接，更能发挥“良币驱逐劣币”作用，营造诚实守信的良性竞争环境，倒逼从业人员规范服务行为、提升服务水平，促进家政市场提质扩容，向规模化、专业化发展。

要注意的是，有关监管部门、平台等一方面要对录入的信息做好把关、核实工作，确保信息准确可靠，另一方面要按照法律法规保障好从业人员的隐私权和信息安全，采取科学的技术手段和管理制度，防止数据丢失、泄露或被非法利用。

目前，“家政信用查”小程序已经归集超过1.9万条家政企业信息和超过1535万条家政服务员信息，行业透明化发展又前进一步，后续还应完善纠纷调解机制和守信激励、失信惩戒机制。例如，将保持良好信用的家政企业和服务员纳入白名单，加大推介力度，引导消费者优先考虑；将失信主体纳入黑名单，并按照规定予以一定限制和惩戒。

家政服务关系千家万户，眼下，家政从业人员的量、质与市场需求之间还存在缺口。小程序之外，还应提升家政服务人员的专业技能和素质，提供更多培训资源，并将培训情况和考核记录纳入信用信息，为行业培养和储备更多人才，促进消费规模进一步扩大。

“橘马”带火乡村游

本报记者 柳洁 董庆森

“8个人，周六过来，订3间民宿。”“想到附近橘园采摘精品柑橘，帮忙联系一下。”“明天中午到，订两桌饭……”10月18日一大早，湖北宜都高坝洲镇青林寺村迷迭小轩老板廖斌远的电话就响个不停。“橘子成熟季本就是旅游旺季，上周六的马拉松更是带来了一大批外地游客。”

10月15日，2023宜都橘园半程马拉松在湖北宜都市国家柑橘农业公园开跑。来自全国各地的6000余名跑友在橘园竞速，2万余名观众呐喊助威，共赴“橘马”盛筵。“春日清江岸，千柑二顷园。”宜都地处北纬30度，是国家宽皮柑橘生产优势区域，是“中国柑橘之乡”。“宜都蜜柑”被认定为国家地理标志农产品，是湖北十大名果之一。全市柑橘种植面积32.6万亩，年产值超过100亿元，带动农民增收20%以上。

近年来，宜都大力推进柑橘绿色种植，出台了包括100多项技术指标的精品橘园



湖北宜都蜜橘吸引马拉松跑友。

刘传东摄(中经视觉)