



体博会 流行上线出圈入进博

2020年,疫情重塑了很多人的生活习惯,也将体育用品行业推上了机遇与风险并存的新风口。都说疫情提升了世人对个人健康的关注,壮大了个人体育用品的消费市场,但如何更好地搭建起“你想买”和“我想卖”之间的桥梁,这仍是一个需要反复实践的课题。在不久前刚于沪上落幕的第38届中国国际体育用品博览会(以下简称体博会)上,记者就发现了一些新的亮点。

专题撰稿 本报记者 章丽倩



钟情上海的理由 行家眼中的 “展会之都”

上海,我们这座城市可算是体博会的半个主场,尤其自进博会落户申城后,体博会更是年年雷打不动地将办展场地选在与进博会同场地的上海国家会展中心。“正常来说,明年的体博会大概率还是会在上海办,就在这片场地里办。”中国体育用品业联合会副主席兼秘书长罗杰展望道。

将体博会放在上海,或者让它易地而办,对办展方而言,在场地租金这块上意味着颇为可观的一笔差额。罗杰透露,上海的场馆租金较一般省会城市可能高出近四成。“有不少城市都希望能把体博会迎过去,还开出了很优惠的条件,但上海有着得天独厚的优势,这是我们在租金支出之外必须要去认真衡量的。”

上海国家会展中心距离虹桥机场不足五公里,距离虹桥火车站更近,且都可地铁直达;展馆周边拥有充足的酒店住宿及相关配套;在国内四通八达的高铁与民航网络中,在连通世界的跨国航路中,上海都身处国内城市的最拔尖之列;体育产业内多数企业都在上海设有分公司或经销商,具备充足的参展条件……正因为有了以上这些优势因素,所以上海才具备了成为“展会之都”的条件。

下个月,进博会将在上海国家会展中心重启大幕,届时,新开辟并重点打造的“体育用品及赛事专区”有望成为本届展会新的亮点。

牵线海外亚马逊 小企业面对面试水

徐威是电商平台亚马逊的一名工作人员,平时主要对接国内与欧洲的业务。这次他和同事们参加体博会,是为了给有意向在海外亚马逊上开店的潜在客户群体提供面对面的服务。

那么,展会出面牵线搭桥的这项服务,是否受欢迎呢?从现场面议的情况来看,这一举措确有积极效果——尤其为一些想海外开店却摸不清方向的国内小企业提供了一条有效沟通的通道。

“亚马逊平台,包括海外亚马逊和国内亚马逊,在对产品详情介绍方面都比较简单。我一直想问,如果我们去海外平台开店,能不能在自己产品的页面上介绍得更详细一些,还是说必须遵照统一模板?”罗烨是沪上一家以生产智能体测仪与智能健身器械为主

营业务的公司负责人,在本次体博会上,他就是带着好些开店疑问而来。

罗烨的提问正在亚马逊接待人员备好的常见问题里。“不同国家、不同地区的网购习惯是有差异的。以我们平台的消费者来说,包括北美和欧洲地区,他们会更习惯我们一贯以来简洁的产品介绍。一定程度上,这种习惯与熟悉会有助于顾客下单。”徐威表示,就他的从业经验和亲身体会来说,介绍产品时的简洁流畅和详尽派,本质上没有高下之分,关键就是要放入到具体的生活背景中去判断哪一种更为适合,更容易推动商品的销售。

据国家体育总局副局长李颖川透露,仅4月和5月,中国体育器材的出口额就已达到60亿元,同比增长66.5%,而体育用品在各电商平台的销售增幅也普遍在两成以上。不仅新起步的国内体育用品小企业想去海外电商平台探路,包括在今年第一及第二季度抓住了家用健身器材风口、赢得了一波销售涨势的行业中流企业也在居安思危。

根据中国体育用品业联合会新发布的《2020年全民健身行为和消费研究报告》,家庭健身及家用健身器械在疫情期间呈明显增长趋势。受访者中16%

的人在过去一年中购买过小型健身器械,其中63%为疫情期间购买;受访者中27%的人在过去一年中购买过瑜伽舞蹈用品,其中44%为疫情期间购买。

何佳毅是浙江一家健身用品公司的参展人员,因为抓住了上半年的家庭网购商机,该公司2020年的业绩已可确保稳中有升。他此番与同事来沪参展的目标之一正是接洽海外电商平台。“我们对海外电商配套的物流、客服等方面还是有不少疑问。比起看电子开店手册和通过电邮沟通来说,肯定还是面对面交流更容易有进展。这次来体博会不虚此行。”

球场育商机、体育服务经贸 上海首届商、协会足球赛开幕

本报记者 丁荣

10月11日,2020年“黄浦·我来赛”黄浦区第三届市民运动会“一兆韦德杯”首届商、协会足球赛在卢湾体育场拉开序幕。32支来自商会、协会以及社会单项组织的足球队参赛。

本届比赛由上海市足球协会指导,黄浦区第三届市民运动会组委会主办,黄浦区体育事业发展有限公司承办,黄浦区足球协会、黄浦区户外运动协会协办。上海市体育局副局长、一级巡视员赵光圣,黄浦区副区长、一级巡视员李原,中国足球协会教练员委员会副主任、上海市足球协会技术总监朱广沪,中国商业联合会文化发展分会副会长杨长春等领导和嘉宾共同为比赛开球。

中华人民共和国成立71周年以来,我国经济社会取得了举世瞩目的成就。上海作为全国改革开放的排头兵、创新发展先行者,在引领、团结、凝聚、

服务全国经济、贸易进而推动全国经济社会的发展中起到重要的桥梁和龙头作用。在沪商会和协会助力着上海经贸与全国各地的友好往来,推动着各地经贸联络,也促进了各商、协会间的沟通交流、共赢发展。

在上海市足球协会指导下,黄浦区体育局创新推出了商、协会足球赛。本次比赛得到了一兆韦德、功成体育、GMF运动等社会力量的实物赞助、资金赞助,充分体现了“社会力量唱大戏、各类人群齐参与、政府资源作保障”的体育赛事杠杆作用。32支参赛队伍中有6家纯商会组织、12家校友组织、6家相关体育组织、8家行业组织代表,体现了比赛服务各类团队人群的初衷。

代表上海远行足球俱乐部参赛的魏子杰是上海瑾杰汽车服务有限公司总经理,通过“以球会友”,他认识了许多企业和商会的朋友,大家在球场上共同酝酿商机。“比赛提振了大家的信

心!工作的压力在球场上得到了释放,甚至还有球场上的朋友共同化危为机!”

黄浦区体育局党组书记、局长沈云表示,黄浦区体育局将通过商、协会足球赛的载体,为各大商会、协会搭建体育服务经贸的平台,促进各商、协会交流进而更好地服务全国经贸往来,进一步放大上海进博会效应,努力创造更好的营商环境,推动经济健康可持续发展。



朱广沪与参赛球员

■ 短讯

上海市第三届市民运动会 2020“战FUN宝山” 业余篮球联赛开赛

10月11日,上海市第三届市民运动会2020“战FUN宝山”业余篮球联赛在宝杨宝龙广场火热开赛。

为了加速宝山“篮球城”建设,进一步整合资源,推广篮球文化,以2020“战FUN宝山”全民健身品牌的发布为契机,创建了“宝山区业余篮球联赛”,简称BABL。

近年来,宝山区积极推进“篮球城”建设,上海宝山大华女子篮球俱乐部落户宝山,NBA标准的宝山体育中心篮球馆多次举办不同级别、不同年龄、不同职业的篮球赛事活动。篮球运动在宝山有着广泛的群众基础,渗透于宝山的各个企业、园区、社区、校区,“宝山篮球城”的内涵正在不断丰富,篮球特色品牌的名气也越来越响。

黄浦打造职工 足球品牌赛事

10月11日,2020年“黄浦我来赛”黄浦区第三届市民运动会第四届“老凤祥杯”足球联赛在卢湾体育馆拉开序幕。

足球运动是一项世界性的体育运动,深受广大职工的喜爱,具有广泛的群众性。据了解,本次比赛是黄浦区连续第四年举办面向在职人群的足球联赛,前来参赛的队伍都是各机关、企事业单位的足球爱好者。

更重要的是,黄浦区足球协会通过连续三年开展职工足球赛,进一步丰富了职工群众的体育文化生活,让职工们在工作之余放松了身心,更增强了职工间的团队凝聚力。区足协表示,未来将继续通过整合社会资源,为更多职工足球爱好者搭建“以球会友”的平台,展现职工的多面风采。