

稳中有升 同比增长1.65%

2020年前11月文体用品制造业 累计营收2908.54亿元

本报讯 据国家统计局数据显示,2020年1—11月,文体用品制造业2472家规模以上企业累计完成营业收入2908.54亿元,同比增长1.65%,增速较1—10月加快1.58个百分点,比轻工全行业营收增速高3.62个百分点。从三个子行业看,文教办公用品制造完成1367.26亿元,占47.01%;体育用品制造完成1191.21亿元,占40.96%;游艺器材及娱乐用品制造完成350.07亿元,占12.04%。

其中,文教办公用品行业同比下降1.30%,降幅较1—10月收窄0.97个百分点;体育用品行业同比增长6.08%,增速较1—10月加快2.16个百分点;游艺器材及娱乐用品制造同比下降0.86%,降幅较1—10月收窄2.17个百分点。

2020年1—11月,全国文体用品制造业规模以上企业累计完成利润总额181.31亿元,同比下降3.71%,降幅较1—10月收窄4.69个百分点。文体用品行业营业收入利润率为6.23%,环比提高0.37个百分点,同比下降0.35个百分点。从3个子行业看,体育用品制造完成利润总额82.10亿元,占45.28%;文教办公用品制造完成78.90亿元,占43.52%;游艺器材及娱乐用品制造完成

20.31亿元,占11.20%。其中,体育用品制造业利润同比增长5.20%,增速较1—10月加快2.94个百分点;文教办公用品同比下降11.25%,降幅较1—10月收窄3.59个百分点;游艺器材及娱乐用品同比下降4.86%,降幅较1—10月收窄16.3个百分点。

从营收利润率变化看,体育用品制造业营业收入利润率为6.89%,较去年同期下降0.06个百分点;游艺器材及娱乐用品行业为5.80%,较去年同期下降0.24个百分点;文教办公用品行业为5.77%,较去年同期下降0.65个百分点。

2020年1—11月,全国文教体育用品行业累计完成出口交货值918.06亿元,同比增长7.01%,增速较上月加快2.33个百分点。其中,11月当月完成出口交货值105.07亿元,同比增长21.05%。

从三个子行业看,体育用品制造业累计完成577.06亿元,占62.9%,同比增长10.64%,增速较1—10月加快3.53个百分点;文教办公用品制造完成236.55亿元,占25.8%,同比下降2.44%,降幅较1—10月扩大0.24个百分点;游艺器材及娱乐用品制造完成104.45亿元,占11.4%,同比增长11.25%,增速较1—10月加快2.38个百分点。

体育用品制造业因时而变

探索以内循环为主体的双循环新发展格局



“明者因时而变,知者随事而制。”记者近日在采访体育用品制造业相关从业者时了解到,中国体育用品制造业正在积极探索以内循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。

利用赛场拉动市场

运动地材营造市场在迎来全面复苏之时,也在向更环保、更安全、更美观、更舒适的方向努力,在新材料的发展上不断寻找新的突破点。

石家庄英利体育用品有限公司品牌推广负责人李晓东认为,针对运动地材产品的痛点,企业不仅要不断自主研发新型材料及生产工艺,提升产品的运动体验,更要把售前、售中、售后等一系列环节做到精益求精,真正让客户实现一键下单,全程无忧。“运动地材营造一直有‘三分质量,七分施工’的说法,国内企业应在全国各地建立更多的施工驻点,与客户零距离沟通,实现科学调度、及时派工,更好地发挥本土企业优势。”李晓东说。

李晓东表示,现在越来越多的国内企业已经成为奥运会、世界杯等国际重大赛事的场地营造供应商,中国企业应更好地利用赞助国际知名赛事的品牌传播优势,扩大在国际赛事、国际运动协会的知名度及美誉度,从而拉动国际市场的销售。

关键零部件研发迎来新契机

“以内循环为主体,国内国际双循环相互促进是一个长期战略,这一战略有两个非常重要的支点,第一是要形成新的消费体系,进一步扩大内需;第二是要形成更为稳定的供应链和产业链。”中央财经大学体育经济研究中心主任王裕雄说,对于中国体育用品制造业来说,考虑到出口在整个产业中的份额很高,即便国内市场扩大,短期内也不可能替代国外市场,而且未来在国内市场所面临的竞争压力还会加大,所以更大的意义是第二个方面,即利用稳定供应链和产业链机遇,提升核心竞争力。

“目前我国体育用品制造业大而不强,附加值不高,很多关键零部件、原材料来自进口,在双循环格局下,这些关键零部件的研发制造将得到更多的支持,因此对于中国企业来说,关键是要利用这种战略调整的机遇提升产业核心竞争力和附加值。”王裕雄认为,一方面体育用品制造业要在持续扩大的国内市场获得更大的市场份额,另一方面还应高度重视国际市场,要进一步开拓海外市场,通过出口目的地多元化降低风险,特别是要重视东盟市场开发。(中体)

积极融入经济发展新格局 探索发展新思路

体育产业示范单位抢攻差异化细分市场

面对国家经济发展新局面,作为体育产业的国家队和排头兵,国家体育产业示范单位积极融入经济发展新格局,不断探索企业发展新思路。

“和大多数健身器材企业一样,我们的内外销业务在疫情初期受到较大影响——商业俱乐部纷纷关停,扩张无从谈起,国际市场客户订单调整或延迟……”青岛英派斯健康科技股份有限公司是国内健身器材行业一家上市公司,也是国家体育产业示范单位,市场管理中心总监冯纵前告诉记者,随着疫情防控进入常态化,健身器材市场逐步回暖,企业运营状况不断改善。

“为了拓展国内市场,我们针对专业竞技训练队、军警部队等对体能训练有高端专业需求的客户群体,开发高端竞技器材,获得了国家赛艇队、国家皮划艇队、中超青岛黄海足球俱乐部、中国人民解放军陆军某部等专业客户的认可。”冯纵前表示,针对国内市场,公司启动了“为中国企业健康管理赋能”战略项目,开拓企事业单位健身房市场,为企业员工打造健康福利新模式,更为中国企业提供全新发展内部动能。“在家用市场,我们推出了实景单车等新型时尚家用器材,利用智能互联技术让这些家用健身器材成为多场景下的游戏与社交产品,充分满足了疫情防控常态化后居家健身的新需求。”针对国际市场,他们全面优化网站,拍摄产品视频,将展厅搬上互联网,方便海外客户了解新产品,以弥补因疫情导致国际展会缺失带来的外销推广的不便。

“运动地板一直有‘三分质量,七分施工’的说法,为此我们建立了100多支施工团队,并在全国各省建立施工驻点,与客户零距离沟通,实现科学调度、及时派工。”国家体育产业示范单位石家庄英利体育用品有限公司品牌推广负责人李晓东告诉记者,面对疫情的影响,公司不仅在产品创新方面不断打造核心竞争力,更把售前、售中、售后等一系列环节都做到精益求精,真正让客户实现一键下单,全程无忧。

“针对国际市场,我们利用奥运会及国际篮联官方独家供应商的品牌优势,有效拉动了在国际市场的销售。”李晓东表示,目前已有英国、德国、法国、俄罗斯、加拿大等多个国家的篮球协会、专业俱乐部采购了他们的产品。2020年的国外销售额基本与2019年持平。(王辉)

企业根据学校需求设计、升级产品,对质量要求更严格

啥样的体育用品才能进校园?



体育用品、器械也成了研发和创新的“新方向”。

教育部体卫艺司司长王登峰曾谈到了家庭体育作业的概念,他认为这些对于行业会有很大促进。

目前,学校、家庭都对体育用品和体育器械有购买的需求,这些需求都会促进体育产业加大研发力度,深入

调查消费者需求,扩大受众,将点做成面,把体育用品体育器械和体育相关的产品都按照国家相关标准生产,体育用品将更还保,更安全,更丰富的运动性能。

目前,体育用品公司积极参与到青少年体育赛事中,深入体育赛事的需求,精准地了解消费者需求,加速升

级产业。

据了解,体育用品公司峰峰轮滑就是如此,按需创新制作出一款“两用鞋”。利用直排轮滑和滑冰运动技术相同的原理,通过“轮滑进校园”活动,让更多青少年在校期间学习和掌握轮滑运动技能,先成为“轮滑人口”,再转化为“冰雪人口”。因为很多学校目前缺乏轮滑器材装备,制造企业发明了“陆冰雪”三用器材,为“轮转冰·陆转雪”提供了器材保障。这款两用冰刀鞋,在直排轮滑鞋的基础上通过“冰刀”替换“轮架”变身为一款青少年冰鞋,希望“两用鞋”能为青少年学习滑冰减少成本。

目前,学校或机构对于校园体育设施的要求十分严格,这也使企业更加重视对产品质量的打磨。但是厂商之间的“价格战”往往会产生“劣币驱逐良币”的效果,挤压高质量产品的生存空间。质量高的设施和器材价格相对较高,反而没有竞争优势。对此现象,广东绿城体育产业集团董事长、常务副总经理徐靓表示,行业自律非常重要,要把相关的技术标准主动向社会各界披露,让教育人士、学校负责人等群体充分了解情况,这样才有利于他们做出正确的决策。(郝君)

寒假运动培训即将“走起”

公布了招生计划。

据马宁教练介绍,往年寒假,春节前后他们各有1个培训班,但今年提前放假,他们准备在春节前增加1个培训班,“这都是根据家长的需求而制定的,现在的家长都希望孩子能健康成长、多运动,少在家看电视、玩手机。”马宁表示。

不仅是羽毛球项目,记者也了解到,太原不少篮球培训机构也纷纷推出了“寒假班培训项目”。“我们有集训队,也有8岁到10岁的基础班,课程年前年后都有。”山西青年少篮球培训基地荣标体育负责人表示。

羽毛球、篮球培训一般都在室内进行,而一些户外项目,也受到一些“熊孩子”的青睐。记者了解到,最近太原各大滑雪场、轮滑培训机构也都纷纷推出了寒假培训班,招生情况目前还不错。

对此,一些学生家长表示,在做好疫情防控安全前提下,希望孩子能度过一些快乐、健康的寒假生活。“多进

行一些体育锻炼,增加体质,这对孩子健康成长是很有帮助的,尤其在大吃大喝的传统过年期间。”(宗文)



声音

据《中国青年报》报道,在日前举行的第二届全国学校体育教学改革论坛上,一位与会专家讲了这样一个故事:南方某地一所小学的足球成绩特别好,校足球队年年在当地拿金牌。有一天,这所小学的校长突然不知道在校园足球开展方面还能做什么,向专家求助。专家反问了这位校长:“你教孩子足球,就是为了拿金牌吗?”这位校长由此茅塞顿开。

教孩子足球,到底是为了什么?弄清楚这个问题,需要全面、准确把握学校体育的目标。只有知道“为什么出发”,学校体育才不会迷失方向,否则必将走进死胡同。受金牌至上等观念影响,在某些地方,一些学校的体育变得功利化,将目标窄化为在比赛中夺得奖牌,在考

试中获得高分。当体育被纳入中考并被赋分后,一些学校不是以学定教、以学定学,而是以考定教、以考定学,体育沦为提分工具。

另一方面,多举行竞赛既可以野蛮学生体魄,增强学生体质,也可以文明其精神,增强规则意识、合作意识、竞争意识等。可是,一些学校考核和评价体育教学质量时,唯“奖牌”论,以奖牌多少和奖牌级别高低论英雄,导致体育教师把争夺奖牌或名次作为体育教学和训练的首要目标,把体育竞赛和训练当作日常,忽视了体育的育人功能。在这些学校,体育教学目标虽明确但不准确,说到底,还是没有真正弄清楚教孩子运动到底是为了什么,学校体育的目标到底是什么。教学过程的教育性是所有学科教学

必须遵守的原则和遵循的基本规律,体育教学也是如此。学校体育教学只追求夺得奖牌,或在考试中获得高分,是一种捡到芝麻丢了西瓜的做法。

近段时间,两段有关孩子参加体育活动的视频火了——一位是摔倒在起跑线上但奋起直追,最终夺得比赛冠军的北京短道速滑小选手;另一位是在5米跳台上踌躇了10分钟,最终迈出勇敢一步以完美姿态入水的上海跳水小女孩。体育的力量在这两个孩子身上展现得淋漓尽致,让每一位旁观者感动。大家感动的与其说是他俩夺得冠军和完美的姿态,不如说是两者不服输不放弃的顽强意志。这就是体育的魅力和价值所在,将以体育智、以体育心的功能发挥到极致。

学校体育是实现立德树人根本任

务、提升学生综合素质的基础性工程,是加快推进教育现代化、建设教育强国和体育强国的重要工作,对于弘扬社会主义核心价值观,培养学生爱国主义、集体主义、社会主义精神和奋发向上、顽强拼搏的意志品质,实现以体育智、以体育心,具有独特功能。无论是考试成绩还是竞赛奖牌,都只是学校体育的副产品,不是首要追求的目标。学校体育教学的终极目标,应该是“四位一体”,即让学生在体育锻炼中享受乐趣、增强体质、健全人格、锤炼意志。以此为目标,学校体育就不会以提高竞赛成绩为根本追求,而是以促进学生全面发展与健康成长为基本遵循。唯有如此,学校体育才能回归本源,学校体育的地位才能得到提升。(中国教育报)

丰台区市场监管局之窗

丰台区市场监管局积极做好寒潮期间特种设备安全保障工作

为了应对北京近期寒潮天气,保障辖区内居民供暖供气安全,丰台区市场监管局针对锅炉、大型游乐设施、电梯等八大类特种设备多措并举,加强监管,落实使用单位主体责任,排除安全隐患,确保设备安全运行,保障居民温暖过冬。一是约谈企业,做好自查。约谈丰台区供暖锅炉使用单位,切实保障人民群众温暖过冬。二是围绕重点,做好检查。依据特种设备安全法的要求对特种设备使用情况进行检查,要求使用单位要切实提高政治站位,压紧压实安全主体责任,严格落实各项规章制度和操作程序。三是根据寒潮预警,做好提示。根据市气象局发布的大风寒潮预警,及时提示大型游乐设施、客运索道、起重机械等特种设备使用单位要严格按照安全技术规范作业,防止因大风寒潮出现意外情况。(樊晓鹏)