

催热健身潮 激活大消费 “奥运经济”热辣滚烫

巴黎奥运会赛事正酣,“奥运经济”热度居高不下,即便身处数千里之外,也能感受到其掀起的阵阵热浪。

记者近期调研发现,健身房、网球场、羽毛球馆、游泳馆等团购订单量迎来显著增长。同时,冠军同款装备、饰品的热度飙升,让奥运冠军们有意无意间展现出强大的“带货”能力。此外,夜间观赛还带动了夜间消费增长。

研究机构认为,随着更多大型体育赛事的举办和人们对健康生活的追求不断提高,体育赛事将激发出更加巨大的消费潜力,推动体育用品市场、体育赛事经济再上一层楼,联动文旅、餐饮等大消费产业协同发展。

奥运冠军同款热销

“想要巴黎奥运会首金得主黄雨婷同款幸运发夹,压力给到了义乌。”在社交媒体上,有网民如此写道。

7月27日,巴黎奥运会射击混合团体10米气步枪比赛中,中国组合黄雨婷、盛李豪夺金。在为冠军组合高兴之余,“神枪少女”黄雨婷头上的发卡,引起了网友们的关注。“黄雨婷发卡卡可爱”等话题,迅速冲上热搜。不少网友在线“催义乌”。

商户万成英在义乌国际商贸城经营饰品生意多年,这两天时间,仅“黄雨婷同款发夹”就已经卖出数十万个。“夺冠的消息一出,我们就赶紧生产,当天晚上凌晨两三点工厂就做出第一批货,共十几个万,瞬间就被‘抢’完了。”万成英说。

要冠军同款发卡,也要冠军同款拖鞋。当全红婵脚踏一双超有喜感的“丑鱼拖鞋”出场,瞬间点燃了网友们对同款拖鞋的追捧。淘宝上一家售卖全红婵同款拖鞋的商家告诉记者,在全红婵穿此款拖鞋之前每天的销量只有几双,现在下单量猛增,“这几天每天能卖掉几百双。”

淘宝数据显示,“全红婵同款拖鞋”搜索热度本周上升113%。“黄雨婷同款发夹”本周搜索热度上升120%。

“影院看奥运”成新风尚

记者还注意到,今年奥运比赛在国内首次登上大银幕,在电影院里看奥运成为今年观赛新风尚。

“以前球赛季经常在酒吧看比赛,今年在影院看了好几场奥运决赛。影院的屏幕比酒吧更大,观众们带了国旗和应援物,气氛比想象中更好。”在影院观看了奥运乒乓球、网球、羽毛球等多场比赛的林女士告诉记者。

今年,中影院线与央视进行版权合作,在全国范围内符合直播放映条件的800多家影城进行巴黎奥运赛事直播,直播内容包含开闭幕式以及篮球、乒乓球、羽毛球、女子跳水10米台、女排等热门赛事。

据灯塔专业版数据,截至8月5日,影院奥运直播的观看人次接近5万,累计票房突破210万元,其中半数票房由7月30日贡献。当日“莎头”组合在乒乓球混双夺冠,影院奥运直播票房达112万元。

“影院直播奥运的火热程度超出预期,乒乓球混双的预售票全部售罄。”中影国际影城天天中影店经理吴莹表示,“影院看奥运”给了观众更多选择,拓宽影院客群,创新消费场景。

奥运观赛带火夜间消费

本届巴黎奥运会,不少比赛在北京时间的夜间进行。消费者在尽情观看比赛的同时,海鲜、火锅、烧烤等夜宵美食成为热门观赛“搭子”,多地夜间餐饮消费快速增长。

抖音生活服务数据显示,7月26日至8月1日,抖音生活服务平台内小海鲜、火锅、烧烤团购增长颇为可观,订单量同比增长分别达到111%、99%和87%。此外,啤酒和毛豆也成为受欢迎的夜宵单品,订单量同比增幅达到213%、78%。

在奥运热潮的带动下,全民运动热情持续释放,不仅羽毛球、乒乓球等传统热门项目的大众参与度进一步提升,骑行、冲浪、攀岩等小众运动参与热情也被激活。

抖音生活服务数据显示,7月26日至8月1日,平台内健身房团购订单量同比增长达127%,网球场、羽毛球馆、游泳馆的同比增幅也分别达到76%、68%和66%。攀岩馆相关团购订单量同比增幅达72%。美团数据也显示,奥运会开幕以来,游泳、羽毛球、射箭、室内冲浪、攀岩等项目成为消费者搜索最多的项目。

专家表示,赛事经济作为体育产业的重要组成部分,近年来呈现出蓬勃发展的态势。特别是,赛事经济与其他产业的融合日益加深,体育赛事与旅游、文化、商业等领域的融合,可以产生更大的经济效益和社会效益。随着政策支持体系不断完善,未来,赛事经济持续健康发展将具备更加有力的支撑和保障。

(王舒媛 熊彦莎)

“中国铸铁锅之都”:一口铁锅“闯”世界

■ 刘鹏 李颖

铁水倒模、铸压、打磨、抛光……经过多道工序,一口精致的铁锅诞生。在“中国铸铁锅之都”河南省平顶山市郟县,平均每天约有20万口铁锅从这里发往海内外。

郟县铁锅制造业已有600多年历史,经代代传承和改良研发后,铸造技艺不断升级。2020年,郟县被中国轻工业联合会、中国五金制品协会授予“中国铸铁锅之都”称号。

为了让铁锅产生更大效益,郟县在下辖的广阔天地乡建成6.5万平方米的现代厨具产业园区,集产品研发、检测、制造、销售于一体,入驻各类铁锅及配套企业60多家。

走进园区,一派生产忙碌景象。从业20余年的平顶山钰轩炊具有限公司(简称钰轩炊具)总经理马跃记介绍,郟县铁锅铸造技术先后经历了翻砂、半机械化压铸、超硬质模具压铸、氮化技术等七次技术革新,如今的郟县铁锅密度大、耐腐蚀,而且更加安全健康。

生产技艺的不断更新,助力郟县铁锅进入世界各地。

“以前跑销售的时候,郟县铁锅只在长江



以北比较出名,现在已经名扬海外了。”钰轩炊具销售负责人马跃飞介绍,今年3月,公司接到一笔来自东南亚的订单,“这说明国外对我们的铁锅铸造技艺很认可。”

郟县官方数据显示,作为中国最大的铸铁锅生产销售集散地之一,该县年产不粘锅、高档珐琅锅等各类铸铁锅7000余万口,占全

国铸铁锅生产总量的三分之二,产品远销德国、法国、英国、美国等20多个国家和地区。

郟县铁锅缘何受到海内外市场青睐?河南华邦电器炊具有限公司(简称华邦炊具)总经理汪龙认为,“创新和研发是源动力”,我们会根据海内外烹饪习惯和审美差异,在产品种类和外观上不断创新,满足国内市场需求的同时,研发

第十三届中原月饼文化节荣誉产品发布会在郑州举行

■ 本报记者 李代广

8月5日,在河南省工业和信息化厅指导下,河南省现代食品产业联盟、河南省食品工业协会联合举办第十三届中原月饼文化节荣誉产品发布会在郑州举行。

河南省工业和信息化厅总经济师许新、河南省现代食品产业联盟理事长陈振杰、河南省食品工业协会秘书长牛景红出席活动,牛景红发布了20款“河南好月饼”、10款“十佳月饼”、16款“创新月饼”以及15款“特色月饼”。

陈振杰介绍,举办2024年中秋月饼荣誉

产品认定是为了促进优秀文化创新与发展,引导主流消费群体选择河南优质月饼,促进河南月饼行业高质量发展。

“此次认定不收费,由企业免费、自愿申报,秉持公正、公平、透明、公开的原则,对报名的30家企业90个产品进行品鉴打分。”陈振杰说。

来自濮阳市范县的河南杨家食品有限公司两款产品分别获得“河南好月饼、特色月饼”两项荣誉,河南杨家食品有限公司负责人杨学祥表示,他们将以这次获得荣誉为新的起点,在今后的工作中,狠抓产品质量,多研发更多让消费者喜欢的产品。



●图为河南省工业和信息化厅总经济师许新(右一)、河南省现代食品产业联盟理事长陈振杰(左一)为获得“河南好月饼”荣誉的企业负责人颁发荣誉证书,左三为河南杨家食品有限公司负责人杨学祥。

国际著名考古学家、美国斯坦福大学教授刘莉到访河南仰韶酒业

■ 本报记者 李代广

8月3日,美国斯坦福大学教授、国际著名考古学家刘莉一行走进河南仰韶酒业,通过实地考察,深入探寻一瓶陶香美酒的“种生养藏酿”之美,了解其独特的酿造工艺,感受这份源自古老传承的醇香与魅力。

在仰韶酒业公司副总经理、总工程师韩素娜的陪同下,刘莉一行先后参观了河南仙门山原生态白酒酒藏基地、仰韶彩陶艺术展示园区以及仰韶世界酒史馆,深入了解了仰



研学游如何回归“有研有学”?

■ 张丽娜 安路蒙 柯高阳

走进名校访学、参观文博场馆、打卡名胜古迹、探索天文地理……今年暑期,研学旅行火爆出圈,迎来了一波新热潮。

与此同时,“研学游变‘到此一游’”“月入一万不够研学7天”等吐槽声也不时出现。研学游如何才能真正实现“有研有学”?

研学市场持续火热也存隐忧

重庆酉阳县桃花源景区推出手工扎染、漆扇DIY、石磨豆腐等10多种研学体验课程;广西金秀瑶族自治县结合当地茶产业,大力发展“茶+文旅+研学”新业态;贵州榕江县利用“村超”带来的巨大流量,将体育赛事、苗侗文化与研学旅行深度融合……

今年暑期,研学市场持续升温,研学游新业态、新产品不断涌现,研学旅行成为学校之外的“有趣课堂”。

从读万卷书到行万里路,研学风潮的兴起,推动了博物馆热、研学营地建设,研学旅行指导师等新职业也受到追捧。艾媒咨询发布的研究报告显示,2023年中国研学游行业市场规模达1469亿元,预计2028年将突破3000亿元。

但与此同时,研学市场也暴露出一些问题。

有的家长反映,一些研学活动游而不学,效果不及预期。

记者日前在扬州中国大运河博物馆看到,多支中小學生研学队伍同时在馆内参观。一名研学指导老师告诉记者,自己是在读研究生,来做兼职;整个研学活动以做游戏为主。“孩子们每天要看好几个点,在这个博物馆预留的时间只有一个多小时;馆里人满为患,我们很难让学生深入了解文物知识。”

同时,一些人吐槽研学旅行费用高、质价不符。在内蒙古某事业单位工作的赵女士,送中考刚结束的女儿参加了跨国研学游,费用4万多元。钱花了不少,孩子却说不上来有啥收获。

在黑猫投诉等平台上,一些消费者投诉研学机构存在住宿标准降级、用餐标准偏低、研学行程缩水等方面问题。

此外,一些研学旅行保障不足,存在安全隐患。江苏省消保委此前所做的一项问卷调查结果显示,近两成的消费者认为研学旅行的安全保障不到位;安全隐患包括研学项目与学员年龄不适配、随行工作人员未经医疗或应急培训、研学旅行产品或场地存在安全风险等。

“教育+”≠“旅游+”

业内人士认为,研学游市场发展较快,不少机构一哄而上,一些问题也随之产生。

——主体鱼龙混杂,缺少行业规范。

随着研学市场兴起,传统旅行社、教育培训机构、地方文旅集团乃至“网红”老师等越来越多的经营主体纷纷涌入,让竞争更加激烈。

记者在“企查查”上以“研学”为关键词搜索相关机构,相关结果达4万多条;其中,成立不满1年的公司就有近3000家。相当一部分研学机构资质不全,课程体系、师资团队和服务管理跟不上;一些机构先拉业务,然后随意转包。

市场火热还催生出研学旅行指导师这一新职业。一些机构通过开展所谓的培训办证敛财。网络平台上,一些培训机构声称“交费1000元、30天拿证书”,有网友发帖称“第一次考研学旅行指导师,7天拿证上岸”。

——课程研发不足,缺少创新产品。

研学旅行是一种通过旅行开展研究性学习的活动,本质是“教育+”,而非“旅游+”。然而一些家长反映,很多研学游就是传统观光旅游产品“穿衣戴帽”后摇身一变而来,能吃好喝好住好玩好,却少有教育内容;打着研学的旗号,研学体验项目及课程设计却主题模糊、内容空洞。

江苏省消保委问卷调查显示,34.7%的受访者认为组织机构缺乏经验;31.5%的受访者认为研学课程设计不科学、教育功能缺失;

韶酒业的发展情况、品牌文化、工艺水平和陶香品质,并对仰韶酒业大力传承和弘扬七千年仰韶文化给予了高度认可。

仰韶文化是中国新石器时代重要的考古学文化,距今约有7000年至5000年。近年来,随着考古学的不断发展,仰韶文化的内涵和外延得到了进一步拓展。刘莉教授作为国际知名的考古学家,长期致力于东亚早期文明的研究,对仰韶文化有着深厚的学术造诣。

2021年,美国斯坦福大学刘莉教授和中国西安西北大学崔根枝教授对仰韶村遗址第



●暑假期间,位于青岛栈桥书店的印象国风艺术馆举行拓印研学活动,吸引学生前来学习、体验。

新华社记者 李紫恒 摄

21.7%的受访者认为研学导师不专业。

——研学合同“埋雷”,缺少维权途径。

广西南宁市民周女士给孩子报了外地研学游,旅行社给出一份合同,合同对消费者规定了高额违约金,提前7天告知不能参团也要交全款50%的违约金;但与此同时,合同对餐饮标准、服务质量等规定都很含糊。研学过程中,由于对接出了问题,原定方案里的很多事情无法落地。家长们找旅行社沟通退费遭拒,最终不了了之。

今年“3·15”,中国消费者协会发布的2023年十大消费维权舆情热点中,“研学游”“低价游”欺骗诱导暗藏陷阱引发的相关投诉上榜。有的研学机构为逃避自身责任,不与消费者签订合同,或者合同中“埋雷”,增加了消费者维权难度。

减少乱象,提升研学质量

业内人士认为,随着研学市场日趋火热,公众对研学游的期待和要求也越来越高。亟须完善监管体系,减少行业乱象,推动研学市场健康发展。

“研学的本质是教育和学习,要让孩子在游览中学习,不能把研学游简单办成观光旅

适用于国外市场的轻型铸铁锅等产品。

他以华邦炊具为例说,该企业最初仅生产50多种产品,现在已达300多种。其中,华邦炊具生产的珐琅锅,在欧美市场零售价最高可达300多美元。

同样坐落在广阔天地乡的“渤海铁锅交易中心”,是郟县政府与天津渤海商品交易所的合作成果。在这里,不仅可以了解郟县铁锅的生产情况,还能直观看到铁锅等厨具通过跨境电商在全世界的销量。

“我们公司每年生产的大概500万只铁锅中近六成销往海外。”汪龙介绍,随着中国跨境电商的迅猛发展,华邦炊具已试水跨境电商平台。

郟县官方数据显示,2023年,该县铸铁锅产业实现总产值31.7亿元人民币,出口总额8970万美元;2024年上半年产值18亿元人民币,出口总额4000万美元。不仅如此,郟县铸铁锅产业亦带动逾1.5万人就业。

郟县县长李红民受访时表示,该县将进一步加大对铸铁锅产业的支持力度,以增品种、提品质、创品牌为核心,不断提升郟县铸铁锅在国际市场上的竞争力。