

催热健身潮激活大消费 “奥运经济”热辣滚烫

《中国证券报》6日刊发文章《催热健身潮激活大消费“奥运经济”热辣滚烫》。文章称，巴黎奥运会赛事正酣，“奥运经济”热度居高不下，即便身处数千公里之外，也能感受到其掀起的阵阵热浪。

中国证券报记者近期调查发现，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。“黄雨婷发卡好可爱”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，凌晨两三点工厂就做出第一批货，共十几万个，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”创新消费场景

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，小海鲜、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。

(新华社北京8月6日电)

“蜀宝”“锦仔”亮相！ 2025年成都世运会口号、吉祥物发布

新华社北京8月6日电(记者陈地、夏子麟)6日，第12届世界运动会(下称成都世运会)口号“运动无限，气象万千”(Boundless Sports, Countless Wonders)在京发布，吉祥物“蜀宝”“锦仔”亮相。据介绍，“运动无限”寓意体育精神的无限可能，激励着每一位运动员挑战自我、超越极限；“气象万千”则寓意着成都传统与现代和谐共生，都市快节奏与市井慢生活相映成趣，街头巷尾的安逸气息与拼搏向上的运动精神共鸣回响。

赛事吉祥物“蜀宝”和“锦仔”以大熊猫、川金丝猴为原型，设计团队希望以“双宝”为文化载体，在展现成都生态宜居、热情友好城市形象的同时，呼吁大家关爱珍稀动物、关注生物多样性保护，与世运会注重环保与可持续发展的理念相契合。

成都世运会执委会执行副主席兼秘书长许兴国介绍，吉祥物取名以四川成都特产、我国四大名锦之一的“蜀锦”为灵感，将“蜀”和“锦”分别作为两个吉祥物名称的开头字。第二个字从大熊猫与川金丝猴的形态特征衍生而来，大熊猫憨态可掬、朴实忠厚，得名“宝”，金丝猴机灵活泼、聪明勇敢，得名“仔”。

“吉祥物设计对特有的珍稀动物、代表性植物、非遗的工艺织物以及具有深厚文化底蕴的出土文物进行探索，并巧妙应用。”许兴国介绍，成都的芙蓉花瓣演绎成为大熊猫的内耳；蜀锦的质感与绿水青山融合，编织成吉祥物的服饰；三星堆出土的文物幻化成川金丝猴的耳朵；太阳神鸟纹则成为衣服的文化图案。

第12届世界运动会将于2025年8月7日至17日在成都举办。



“蜀宝”(左)和“锦仔”(右)。图据人民网 成都世运会执委会供图

明确行业协会商会收费行为规则

【三部门发布指南】

市场监管总局会同中央社会工作部、民政部6日对外发布《行业协会商会收费行为合规指南》。指南聚焦当前经营者反映突出的问题，对行业协会商会收取会费、行政事业性收费、经营服务性收费等重点领域，科学、合理设置收费要求，建立健全行业协会商会收费长效监管机制。

指南明确，行业协会商会应当通过会员大会或者会员代表大会无记名投票的方式，制定或者修改会费标准，并向全体会员公开。分支(代表)机构不得单独制定会费标准。行业协会商会应当合理确定会费标准和档次，同一会费档次不得细

分不同收费标准，不得实行浮动会费。

指南规定，行业协会商会不得强制或者变相强制企业或个人入会并收取会费，不得向非会员企业或者个人收取会费；列入行业协会商会会费保障的基本服务项目，不得另行向会员收取费用；不得向同一家会员多头重复收取会费；不得采用“收费返成”“抽成”“分成”等方式通过其他组织或个人吸收会员、收取会费。

部分行业协会商会受法律法规授权具有管理公共事务职能，或者承担政府部门委托事项。这些收费事项具有特殊性，容易产生利用行政权力、行政影响力强制收费、搭车收费等问题。

对于这类行政事业性收费，指南作出多方面要求。要求做好收费公示，在住所或者服务场地的醒目位置公示收费项目、收费性质、服务内容、收费标准等信息，避免收费不透明。禁止利用行政资源强制服务并收费，不得通过与行政机关联合发文、利用行政机关委托事项、通过行政机关违规设置行政审批前置条件等方式，强制企业接受服务并收取费用。

指南将经营服务性收费按照业务类型进行了逐条梳理，比如培训、评比、咨询、考试、展览、刊物等，总计12种情形。

一方面，指南明确行业协会商会开展经营服务活动，其身份等同于经营者，应

当遵守自愿、有偿、质价相符的原则，收费实行市场调节价管理。另一方面，指南对行业协会商会各类经营服务性收费作出了明确提示，提出了监管要求，如电子政务平台服务、行政审批中介服务、咨询服务、培训服务、继续教育、举办展览、销售报刊、会议论坛、委托合作、制定标准、评价评定、评比达标表彰等。指南还明确了各部门监管责任，分类梳理了不同违规行为的处理方式，为监管执法提供了清晰的指引。如超标准、超范围收取考试费，只收费不服务，强制收取服务费等，由市场监管部门依法依规处理。(新华社北京8月6日电 新华社记者赵文君)