



◆匹克球融合網球、羽毛球和乒乓球的特點，簡單易學。

2024巴黎奧運會全球矚目，人們在觀賽為運動員加油助威的同時，也紛紛加入到運動行列。香港文匯報記者走訪西安市部分運動場所獲悉，在巴黎奧運會期間，網球等運動項目的場地預訂率大幅上漲，呈現供不應求的狀態。作為此次巴黎奧運會表演項目的匹克球，因結合了網球、羽毛球和乒乓球的特點，方便易學，亦正在內地掀起一股運動熱潮。有企業看中匹克球的市場前景，抓住時機拓展業務。

◆圖/文：香港文匯報記者 張仕珍 西安報道



◆匹克球運動受到年輕人的青睞。

年輕人潮玩匹克球 內地運動消費增 企業趁勢發圍



▲有業界經營者看好匹克球市場前景，將部分網球場改造成匹克球場。 香港文匯報陝西傳真



▶2024第一屆中國匹克球巡迴賽陝西·西安公開賽近日在西安舉行。 香港文匯報陝西傳真

95後的原鑫原本是一名網球教練，今年6月，一次偶然的機會讓她了解到匹克球這項運動。「匹克球看起來非常有趣，今年又是巴黎奧運會的表演項目，我非常看好它的發展前景。」原鑫說，近兩個月來她經常參加相關的活動，還參加了陝西省體育局組織的匹克球裁判員培訓，並報名參加了7月下旬舉行的第一屆中國匹克球巡迴賽陝西·西安公開賽。

方便易學兼具社交屬性

作為一項起源於上世紀六十年代美國的運動，匹克球在傳入中國內地後，迅速被多個年齡段的消費者所接受。當得知匹克球成為巴黎奧運會的表演項目後，許多愛好者都歡呼雀躍，不少人更期待著匹克球能成為下一屆奧運會的正式項目。

西安市奧體網球俱樂部負責人耿海濤告訴香港文匯報記者，匹克球今年以來在內地受到不少人的追捧，俱樂部一些打網球的會員也愛上打匹克球，還有一些單位團建選擇到俱樂部打匹克球。「匹克球融合了網球、羽毛球和乒乓球的特點，非常適合運動新手，運動成本和門檻都比較低。」耿海濤說，本來暑期就是俱樂部的營業旺季，在巴黎奧運會的加持下，熱度更是空前，俱樂部的場地完全不夠用。

此外，憑借較強的社交屬性，匹克球也成為年輕人引領潮流的一項運動。原鑫告訴記者，飛盤之後，目前匹克球的火爆程度超乎想像，未來的發展前景可觀。「參與這項活動的以年輕人為主，在大家看來，這就代表著潮流。」

網球中心改造成匹克球場地

隨著匹克球運動的興起，相關產業的發展也隨之升溫。記者在多個電商平台搜索「匹克球」發現，銷售匹克球、匹克球拍、匹克球服飾、匹克球網、匹克球訓練器等相關產品的商家不在少數，售價從幾十到幾百元人民幣不等。

看中匹克球的市場前景，陝西奧體體育文化發展有限公司也迅速抓住時機入列。「我們一直運營著陝西網球中心的場地，匹克球火爆後，我們將部分場地改造成匹克球場地，非常受歡迎。」公司總經理助理曾雅雯告訴記者，目前公司在西安市建的匹克球場地已有近20片，經常供不應求。

體育公司研生產匹克球拍

儘管發展時間不長，但在陝西奧體公司的規劃裏，匹克球的全產業發展鏈條已經清晰可見。曾雅雯告訴記者，從匹克球場地建設、匹克球裝備製造、匹克球學員培訓到匹克球賽事的組織，公司都做了規劃。「在匹克球場地建設方面，我們已經擁有相對豐富的經驗，未來將給有需求的客戶承建場地。此外，在匹克球裝備方面，公司也已提前謀劃，正著手打造自主品牌的匹克球拍等裝備。」

而據《匹克球拍市場報告》顯示，2021年全球匹克球拍市場規模約為1.528億美元，預計到2028年能實現2.561億美元。隨著匹克球服裝、球鞋市場規模的不斷擴大，不少運動品牌也開始入行，甚至單獨設置了「匹克球」分類，預計匹克球服裝、球鞋市場規模至2026年將實現6.8億美元的增長。

「線上售賣紅紅火火，但在西安，目前我們想買匹克球的相關裝備，線下門店還特別少，這也從一定程度上反映了匹克球裝備市場未來的發展空間。」曾雅雯表示，陝西奧體體育文化發展有限公司已經著手布局匹克球的器材裝備製造產業，「經過多方調研，我們與沿海的一家公司合作，請他們代工生產屬於我們自己的匹克球拍。」目前球拍樣品已經製作好，不久的將來即將面市。「我們計劃會在商超線下門店進行推廣，也希望未來能拓展更廣闊的市場。」

活動吸引客流。在西安市南郊的一家商場，夏日啤酒節正舉辦得紅紅火火。工作人員告訴記者，每到晚上，廣場上就聚滿了客人，大家坐在一起看著大屏幕上的奧運直播，喝著啤酒聊著天，氛圍很好，也帶動了經濟的發展。

更有商家藉著巴黎奧運會的契機，做起了「在西安體驗巴黎」的生意。長安·視無界VR體驗館的工作人員告訴記者，今年6月底，他們推出了「永恆之美·巴黎聖母院」的項目。「戴上VR眼鏡，顧客便可穿越到巴黎聖母院，開啟一場沉浸式的奇妙之旅。每根柱子都看得清的哥特式建築、每個花瓣都看得清的玫瑰花窗，讓人連連讚嘆。」工作人員說，自巴黎奧運會開幕以來，許多顧客在「逛完巴黎聖母院」後，還和體育迷們一起觀看巴黎奧運會賽事，為中國健兒吶喊。「目前每天前來體驗的客人絡繹不絕，一般都要排隊十分鐘以上。」工作人員告訴記者，趁著巴黎奧運會的熱潮，他們將會把這個項目持續做下去。



◆西安市的運動品牌店裏，顧客絡繹不絕。



在巴黎奧運會的熱潮下，西安一些網球俱樂部學員增多。 香港文匯報陝西傳真

有平衡車、小輪車俱樂部稱，今年暑期招收的學員明顯增多。

內地城市暑期掀運動消費熱潮

受到今年眾多高規格體育賽事的影響，大眾對戶外運動產品的整體需求上升，運動品類消費高速增長。電商平台「奧運」、「奧運同款」等相關產品關鍵詞搜索量激增，「奧運經濟」並激發了家電、零食、保健等行業的消費活力，不少消費者為了營造更好的觀賽氛圍，紛紛入手最新款設備、零食、酒水等商品。

馬拉松、騎行、登山等戶外活動持續風靡，水上運動、草原越野、山地探險探險露營等消暑戶外玩法創新融合，推動戶外運動的產品供給日益豐富、參與人數不斷增加，實現戶外消費場景創新發展。

多家網球俱樂部場地供不應求，周末預訂爆滿；體育類培訓班暑期報名人數明顯增多；運動器材銷售商借機與奧運加大宣傳，銷售業績明顯提升。

各類室內運動場館預約進入暑期高峰，很多場館羽毛球等熱門項目日預約人次破千，中午、晚間熱門時段每天「滿場」，部分項目預訂還需提前兩天。

廣百股份、廣州友誼在內的商場引入多個主題展覽、明星商品。北京路步行街廣百股份舉辦「樂動當夏—2024夏日潮玩節」。廣州友誼奧運會期間，奧運元素商品整體銷售喜人，奧運配色跑鞋、T恤等特色單品更吸引了大量消費者追捧。廣州東山百貨推出了電視、空調、零食飲料、戶外運動裝備等商品的大幅折扣優惠。統計顯示，松下、格力等名牌空調在這場大促中，銷售增長高達120%。

整理：香港文匯報記者 張仕珍



顧客在店裏購買羽毛球拍。

匹克球源於美國

話你知

匹克球是1965年在美國華盛頓班布里治島發明的一種兒童庭院遊戲。該運動融合了網球、羽毛球、乒乓球三項運動的特點：首先，球場面積與羽毛球場完全一樣，但匹克球網為落地式；球拍形似大號的乒乓球拍，材質由最初的木質逐漸被效果更好的玻璃纖維、碳纖維等新型材料替代；球體大小似網球，但材質為空心塑料，且表面布有26個(室內)或40個(室外)圓孔。在中國，匹克球最初主要集中在珠三角地區，其後逐漸在內地多個城市蔓延開來。今年7月，第一屆中國匹克球巡迴賽在陝西西安舉行第二站公開賽，掀起了西安的匹克球運動熱潮。

隨著巴黎奧運會的進行，全球體育熱潮再次被點燃，奧運經濟效應亦隨之顯現。在古城西安，一些商家和體育俱樂部抓住奧運機遇，推出相關活動，在豐富市民文化生活的同時，也成為奧運經濟效應的受益者之一。

體育用品生意提升

位於西安市南二環的陝西省體育場聚集了大量的體育品牌經銷商。在一家乒乓球器材銷售店裏，銷售人員王先生高興地告訴香港文匯報記者，他們銷售的乒乓球是今年巴黎奧運會的獨家供應商，公司專門做了宣傳海報，一方面為奧運健兒加油，另一方面也是品牌的展示。「看到國家乒乓球隊員的優秀表現，我們非常開心，店裏也一直在直播巴黎奧運的相關內容，供來店客人觀看。」王先生說，乒乓球作為中國的「國球」，一直推廣得比較好，但巴黎奧運會開幕以來，還是掀起了一股運動熱潮，店裏的生意也有明顯的提升。

「小輪車是一項相對大眾的運動，成為奧運會項目的時間也不長，但這項運動正受到越來越多人的關注。」在一家平衡車、BMX小輪車俱樂部，工作人員告訴記者，進入暑假以來，俱樂部的學員人數明顯提高。「本屆巴黎奧運會，中國選手鄧雅文奪得了自由式小輪車女子公園賽冠軍，創造了中國自由式小輪車的歷史。一些家長也受到振奮，前來我們店裏諮詢，希望能帶孩子過來嘗試一下。」

商場舉辦活動吸客

此外，西安市的一些商業中心也推出奧運相關的

游泳羽毛球射箭成全國熱搜

巴黎奧運會星光閃耀，引爆全民運動熱潮。據美團數據顯示，7月份，「體育運動」的搜索量環比增長180%，奧運會開幕以來，射箭、室內衝浪、攀岩等項目成為消費者搜索最多的項目。而隨著內地氣溫攀升，市民紛紛走進游泳館、健身房等室內運動館。

市民到跳水館另類「追星」

西安奧林匹克體育中心是第十四屆全國運動會的舉辦地，全紅嬋、張雨霏等奧運冠軍都在這裏書寫自己的輝煌。巴黎奧運會舉辦期間，去西安奧體中心游泳跳水館游奧運冠軍游過的泳道，看全紅嬋拿金牌的跳水台成為了不少西安市民的「追星」方式。「西安奧體中心游泳跳水館，成人60元人民幣就可游3個小時，非常划算。作為比賽場館，這裏的水質好，水溫也適合長距離游泳。」平日喜歡游泳的羅女士說，一想到奧運冠軍也曾在這裏游泳比賽，自己心裏還有點小激動。不只是西安，美團數據顯示，

今年7月以來，全國「游泳場館」的搜索量同比增長30%。

與此同時，7月以來，美團平台上的「羽毛球」訂單量同比增長90%，上海、北京、西安、武漢、天津、鄭州、長春、青島等地的增速位居前列。其中，上海地區羽毛球的訂單增速可達135%，北京地區羽毛球訂單增速達80%。此外，射箭、攀岩等運動也大受大眾喜愛。7月美團上「射箭館」的搜索量同比增長40%，「攀岩館」的搜索量同比增長62%。其中，上海的攀岩團購訂單量同比增長335%，北京同比增長104%。

隨著中國運動員獲得獎牌數量的增加，網球、乒乓球等球類運動的線上訂單量也快速增長。美團數據顯示，7月以來網球運動的搜索量同比增長超過六成，網球體驗課、網球培訓季度課包在平台熱銷，網球運動相關團購訂單量同比增長172%，乒乓球的相關團購訂單量同比增長50%。



顧客在挑選購買乒乓球裝備。