

“双十一”爆款解析： 小小自行车“破风”户外运动大市场



▲ 车手们在天津举行的2023中国公路自行车公开赛中骑行(2023年4月22日摄)。新华社记者孙凡越摄



◀ 3月28日，观众在第二十二届中国北方国际自行车电动车展览会自行车展区参观展出的自行车。新华社记者赵子硕摄

中国足协确定亚足联俱乐部赛事名额分配原则

新华社北京11月12日电 中国足球协会12日发布公告,宣布了协会在2025-2026赛季亚足联俱乐部赛事中拥有的参赛名额,并确立了这些名额的分配原则。

公告介绍,经亚足联确认,中国足协在2025-2026亚足联俱乐部赛事中将拥有2个亚冠精英联赛的直接参赛名额和1个亚冠精英联赛的非直接参赛名额(须参加附加赛),同时拥有1个亚冠二级联赛的直接参赛名额。足协根据亚足联俱乐部参赛准入手册相关规定,并结合足协现有的职业联赛和杯赛体系,确定了参赛名额分配的具体顺位。

其中,2024中超联赛冠军为第一顺位,2024中国足协杯冠军为第二顺位,两队都将获得1个亚冠精英联赛的直接参赛名额;2024中超联赛亚军,为第三顺位,将获得1个亚冠精英联赛的非直接参赛名额;2024中超联赛季军为第四顺位,将获得1个亚冠二级联赛的直接参赛名额。如2024足协杯冠军为联赛前三名,参赛名额按照顺位依次分配,同时2024中超联赛第四名为第四顺位。

根据亚足联相关规定,亚冠精英联赛冠军可获得一个亚冠精英联赛直接参赛名额,并且应为第一顺位,亚冠二级联赛冠军可获得一个亚冠精英联赛非直接参赛名额。如中国足协下属俱乐部获得2024-2025赛季亚冠精英联赛和亚冠二级联赛冠军,参赛名额应结合中超联赛、足协杯成绩及上述顺位重新分配。

中国足协在公告中表示,竞赛成绩达标的俱乐部须通过亚足联俱乐部赛事准入后方可参加2025-2026赛季亚足联俱乐部赛事。如有俱乐部准入未达标,将由2024中超联赛排名前50%且已通过准入的俱乐部按照2024中超联赛排名依次递补参赛。

“北京‘双奥’与中华文化”主题展览亮相雅典

新华社雅典11月11日电(记者陈刚)“北京‘双奥’与中华文化”主题展览11日在希腊雅典市政府新文体中心拉开帷幕。本次展览通过图片、文字、实物和视频资料等多种表现形式,展现了奥林匹克文化与中华优秀传统文化相互交融的独特魅力。

本次展览由北京奥运城市发展促进会主办,由“北京奥运会和北京冬奥会开闭幕式”“北京奥运会和北京冬奥会形象景观”和“北京奥运会和北京冬奥会场馆设计”三个部分组成。展览创造性展示了北京奥运会和北京冬奥会在开闭幕式、形象景观、场馆设计中所蕴含的中华文化元素,包括中国古代四大发明、二十四节气等。

北京奥运城市发展促进会副会长兼秘书长付晓辉在视频致辞中表示,北京和雅典同为世界奥林匹克城市联盟的成员,肩负着传承奥林匹克精神、促进城市发展的共同责任。他希望以此为契机,加强奥运博物馆间的互动合作,推动北京、雅典奥运城市间的交流。

希腊奥委会主席卡普拉洛在视频发言中表示,这次展览借助奥运会这个平台,让中希两国之间的体育和文化交流更加紧密。

乘着“骑行热”的东风,身为“中华老字号”的飞鸽也正转型求变。“过去飞鸽主攻都市通勤产品,近年来,我们的一些入门款公路车销量也不错。”张文磊说,这些新款自行车的价格大都维持在3000至8000元之间,每年都有近10%的销售增量。

多位业内人士表示,过去一段时期,自行车企业往往希望设计一款长效产品,但随着用户对于个性化的需求日益增长,DIY、定制等反馈的数量快速增加。飞鸽正进行骑行俱乐部的选址和设计,用于新款展示和销售同时,也为骑行爱好者们提供定制和交流的平台。金轮集团则推出了智能自行车,骑手通过App既可结交附近车友、实时聊天、组团骑行,还能在虚拟赛道上比赛。

“骑行热”背后,是一笔可观的经济账。在今年天猫“双十一”大促活动中,骑行品牌迎来大爆发,全品类销售额增长超40%,自行车整车销售额增长超80%。京东数据显示,“双十一”期间,折叠自行车、青少年自行车增长创造新纪录。

黄维认为,骑行受到关注带动了自行车行业全方位的提升,不仅赋予自行车产品更多的附加值,为自行车行业不断高端化、品质化发展提供了丰富的市场土壤,也为国产自行车品牌“走出去”,与国际高端品牌市场同场竞争打下了坚实基础。“这就要求自行车企业在不断提升产品‘轻、精、巧、高’的同时,也需要在品牌打造、渠道营销、场景化应用、产品服务等多个方面进一步满足市场需求。”

新华社天津11月12日电(记者梁姊、郭方达)作为一种强身健体的户外运动形式,近年来,骑行正从代步方式,转变为一种生活方式。今年“双十一”,不少消费者选择为自己购置新车,“骑行经济”再度升温。

一辆入门款公路车,再搭配上头盔、骑行手套等配件,来自天津的骑行爱好者张先生,在本次“双十一”为骑行消费了4000余元。“身边很多朋友都在骑行,被他们感染,我也开始觉得这是一项很好的运动。”张先生说。

近年来,越来越多人开始认识骑行、加入骑行。天津市自行车电动车行业协会信息部部长黄维认为:“不同零部件的搭配、改装,让骑行爱好者除骑行本身外,可以在产品上有更多的交流,逐渐也形成了骑行文化。”

中国自行车运动协会数据显示,目前全国的骑行爱好者约有600万人,超1亿人经常性骑行。

从行业来看,自行车是季节性较强的商品,10月以后天气转凉后,往往进入销售淡季。但在“双十一”等消费节点的带动下,企业的销售情况不亚于传统旺季。如自行车品牌TREK崔克,在天猫“双十一”预售首小时就实现了成交额超过1300%的增长。

作为新中国第一个自行车民族品牌,飞鸽自行车自10月进入“双十一”周期以来,线上线下销量喜人。“‘双十一’我们做到了一些产品的全年最低价,10月至今,飞鸽全系产品销量超过52万辆。”天津飞鸽车业有限公司商务中心总监张文磊说。