

欧美补贴新政催热休闲体育用品

——“永康质造”谋变突围抢抓新商机系列报道之三

休闲体育用品厂商怎么也料不到，他们能在疫情时期迎来一场意外的收获。近段时间，大量欧洲人淘入筋膜枪、蹦床，在家锻炼起筋骨，并以自行车、电动滑板车代替公共交通上下班。在此利好的刺激下，这些原本应在下半年迎来销售旺季的产品成了目前国际市场上的宠儿。

外贸形势风起云涌的背后，我市休闲体育产业正乘“风”而起。据金华海关驻永康办事处统计，我市1月至4月实现外贸进出口总值81.4亿元，其中，体育用品及设备出口大幅增长，仅4月出口额同比增长就达19.3%。记者近期采访多家企业也了解到，5月以来，健身器材外贸走势仍持续向好，有企业的出口量甚至同比增加了2倍。



□记者 应柳依

电动车类产品海外大热

要说“电动滑板车是危机中的赢家”，永康市康狮工贸有限公司董事长金新康是十分认可的：今年以来，自家的儿童电动滑板车出口订单不仅没有减少，反而同比增长了近40%。

电动滑板车是如何成为市场宠儿的？

5月以来，为鼓励绿色出行，意大利政府出台新政：市民购买自行车和踏板车、电动滑板车，政府给的红包多至500欧元。不仅如此，法国也有类似政策出台。

海外剁手党在毫不手软薅羊毛的过程中，意外带热了国内电动滑板车的出口行情。

一组来自阿里巴巴旗下跨境电商平台速卖通的数据显示，5月电动车类产品的销售额同比大幅增长，欧洲涨幅最为显著，意大利近900%，英国750%，法国380%，在体量本身就很大的西班牙也增长了280%。

与此同时，阿里巴巴国际站的数据也显示，近期相关词条日均询盘量上升133%，累计订

单量上升158%。财政补贴的效应仍在持续放大。

康狮公司坚持创新研发了十余年，始终定位高端市场，在欧洲、中东等地区收获了大量拥趸，其中，中东市场营收占总营收约70%。疫情期间，因为订单暴涨，该公司生产的电动滑板车很快卖空，客户不断追加订单。

电动滑板车在海外大热的背后，惠及了我市相关生产厂商，以“1”带“N”，包括筋膜枪、蹦床等在内的休闲体育用品的外贸形势同样一片喜人。

直观反映到浙江天鑫运动器材有限公司身上，这家企业提前迎来了它的销售黄金期。“最大的变化即小蹦床外贸出口订单同比增长了2倍，早就达到了过去旺季的水平。”天鑫公司总经理俞渝航表示，从目前在手的订单来看，生产排程已至9月，眼下最发愁的还是怕赶不及交货。

产品迭代性能优越叩开高端市场

欧洲的休闲体育产业因为疫情蒸蒸日上，这带给我市相关厂商无限机遇的同时也带给他们更多的挑战。

“补贴只是暂时的，等到这波潮水过后，留下来的都是经过大浪淘沙淬炼过的坚实品牌。”在金新康看来，电动滑板车在欧美遭抢购的背后，更考验企业对产品的研发能力。

早在2003年，金新康就投入巨资在阿里巴巴国际站开店和推广，专注滑板车产品研发生产和销售。在与阿里买家的互动中，康狮公司实现产品转型和数据沉淀。

经过多年产品迭代，现在，康狮公司主营的电动儿童滑板车全面具备进入欧洲市场所需的认证条件，以体积小、重量轻打通了欧洲超市销售渠道，牢牢地占据欧洲及中东地区市场的一席之地。

去年年底，一个欧洲大买家在阿里巴巴国际站考察后，相中了康狮公司的滑板车。为了促进后续交易，两位来自欧洲的采购人员不远万里亲自到公司拜访，并签下了一笔数额不小

的订单。年后，康狮公司克服重重困难，顺利给欧洲买家发出了第一批货。

“这个客户是个专业买家，他对生产商要求非常高，从工艺技术、产品设计，到操作可行性等环节，都逐一进行确认。”金新康说，海外的优质客户大多看中的的是产品的综合品质。

今年，为了更好地打入中东市场，康狮公司根据客户需求开发了几款新品，从产品结构入手，做适当的“加法”，新品投放终端后优势立现，一下子为客户争取到上浮15%的利润。除此之外，康狮公司还在筹备海外建仓事宜，以便在掌握产品性价比优势的同时，能更好地扎根当地做好售后服务。

在研发路上，客户的反馈同样令俞渝航如虎添翼。“今年，我们针对客户需求不断对产品进行改良升级，其中，针对一款蹦床植入了感应灯带，使用者在上下跳动的过程中可以让灯带自动开关，增添了运动的趣味性和互动性。”俞渝航介绍，在科技加持下，该产品面市即获得消费者高度认可，并大大提升了溢价能力。

记者手记

“高烧”下的冷思考

应当说，近期休闲体育用品在国际上的表现已经在业内引起广泛关注。然而，对于其遭遇疯抢的原因及其可持续性，市场解读存在分歧。

其中，乐观者认为，在较长一段时间内，政策补给及供需关系仍是该类产品走强的主要推手。在意大利和法国等国的财政补贴加持以及海外全民健身热的形势下，休闲体育用品还将迎来一波又一波春潮。

认为休闲体育用品“高烧”的背后存在非理性因素的预期者也不在少数。这类人认为，尽管休闲体育用品在海外刺激政策推出后一度供不应求，但市场狂热只是短期现象。在政策调控和理性回归的共同作用下，休闲体育用品的走强不具有可持续性，甚至有可能会迎来断崖式下跌，引发剧烈市场波动。

在我市，已有厂商闻风而动。浙江飞神车业有限公司在海外电动滑板车大热的情况下，仍不遗余力地创新研发，向国内市场倾斜杠杆。今年，该公司推出的新品TROXUS碳纤维滑板车不仅工业设计感十足，还以俱乐部形式尝试了国内销售渠道的创新。

事实上，近年来，休闲体育作为一种新兴业态，正逐渐表现出了以下动向：提供的内容不再是炫耀品，而是体验品；不再是使用品，而是依赖品；不再是只满足个人需求，而是满足群体需求；不再是单纯健身休闲体育产品，而是附带文化属性的产品。

这样的例子并不罕见。在北京，一些社区已出现了几平方米大小的健身仓，打通了社区健身最后一公里，依托互联网+人工智能技术，刷卡消费，每天完成适量运动已成为时尚。大众对健康的需求，生活方式的转变，社会资本找到了健身服务、指导的细分市场。

不过，接轨新兴业态仍需时日。现阶段，本地休闲体育产业中的大部分企业，至今微笑曲线两端还未掌握在自己手上，更谈不上有合理规划营销模式，仍缺少一定的品牌影响力。

如何让休闲体育用品走得更远？“高烧”之后应有冷思考。倘若在本地休闲体育产业中能涌现一部分优质产品领路的现象，那么在显著羊群效应推动下，就能长期而有效地倒逼品牌建设，从而不断拉动市场需求。