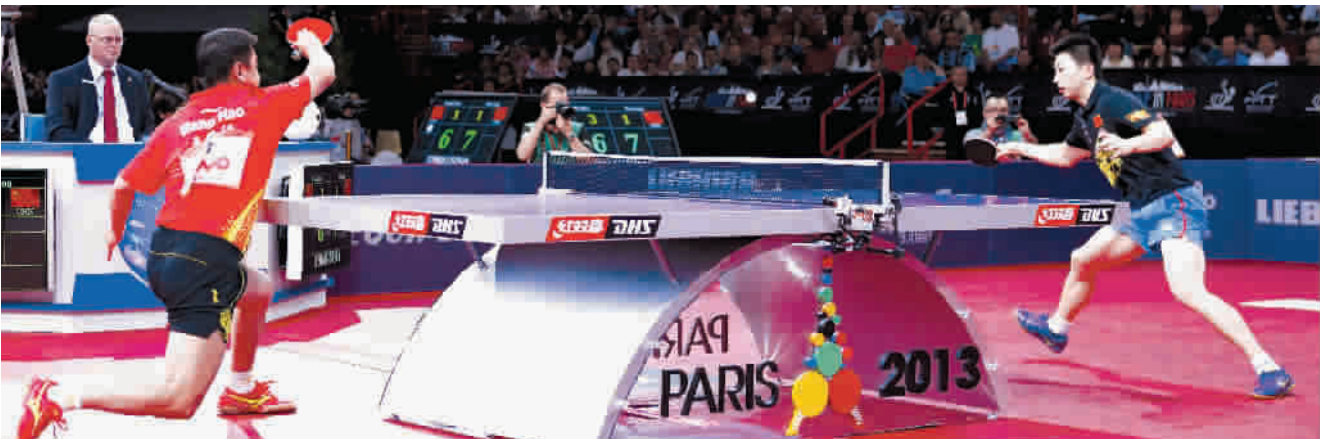


祝贺新民晚报创刊85周年

从竞技殿堂到百姓健康

“红双喜”坚持技术创新不断做大做强做实

红双喜球台上一决高下 本版图片由红双喜提供
巴黎世乒赛男单半决赛,马龙(右)和王皓在



目前还没有精确的统计:在中国有多少张乒乓球台,有多少片羽毛球场地,因为我们总能发现新的运动场地。

无论是社区会所、还是学校和单位;无论是城市的健身场地还是乡村的全民健身点;无论是宽敞的室内场地,还是自由的户外场地,乒乓台是标准配置,羽毛球运动更是大家趋之若鹜。

如果翻翻中国有名的体育用品商红双喜的数据,也可印证这两项体育运动在中国的蓬勃发展。

让普通百姓参与健身

从2000年开始,红双喜一直保持快速增长势头,增速达15%。以球台为例,红双喜每年可以生产15万张球台,这个数字如果平均分配到全国660个城市,每个城市可以分到230张左右。即使是从2005年起,红双喜才投入羽毛球领域,但每年已经能提供将近400万只羽毛球拍。

与这些数据对应的,是中国体育产业的蓬勃发展。2012年中国体育产业增加值3135.95亿元人民币,比2011年增加14.44%。

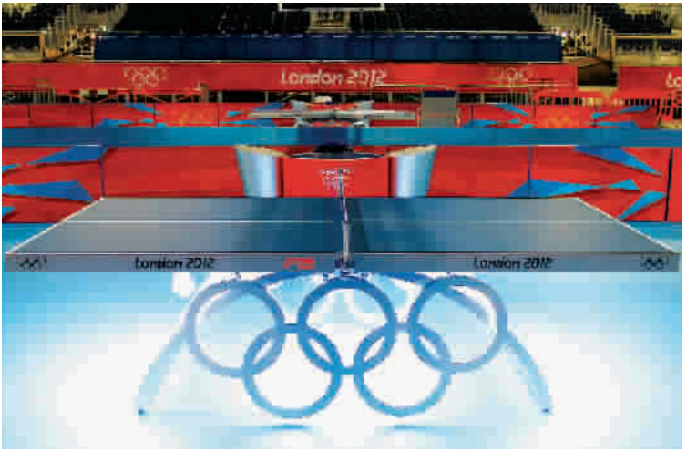
但即便如此,中国体育产业占GDP的比例也不过0.6%。反观美国:体育产业一般要占到GDP的2-3%,体育产业包括体育健身、体育竞赛、体育用品、体育传媒等诸多领域,其中健身娱乐差不多是整个体育产业的一半。欧美人有着良好的体育传统和健身习惯,学校体育、社区体育都形成了一定的规模,比如马拉松就能吸引大量非专业运动员参与。在全民健身方面,中国的发展空间还非常大。

今年9月,国务院常务会议专门部署发展体育产业,要推动体育产业和全民健身的快速发展,提出了一系列措施,比如放宽转播限制,取消群众赛事审核,盘活体育设施,发展体育服务业等。

“我们一年投入支持的全国民间比赛活动,包括乒乓、羽毛球,大大小小的加起来要100多场,今后还要投入篮球等项目”,红双喜总经理楼世和谈及业余赛事活动说,“作为一个专业化运动品牌,红双喜保持着专业领域的技术领先优势,品牌有号召力。大家对红双喜的认知大部分源自各种顶级赛事,电视转播镜头一扫,就能看到奥运会或者世乒赛上用的红双喜球台。我们签的运动员都是超一流的,比如大家熟知的王励勤、马龙、王皓、丁宁、李晓霞。但对普通人来说,这些比赛和运动员都身居殿堂



■ 新民晚报红双喜杯迎新春乒乓球赛成为申城最大的乒乓球业余传统赛事



■ 红双喜“五环彩虹”球台被国际奥委会永久收藏

之上,可远观但不能亲历,红双喜要花力气做的,就是想办法让普通人能够充分参与到体育运动中来。水源再好,也要流入大海才有广阔的空间,大众健身就是这片大海。”

令人欣喜的是,新民晚报红双喜杯迎新春乒乓球公开赛,已成为沪上乒乓球爱好者家喻户晓的传统赛事,每年报名者踊跃,并得到了国际乒联代表大会主席沙拉拉以及徐寅生等知名人士的肯定。

做与别人不同的东西

专业领域技术领先,是红双喜的核心。没有这个,品牌的号召力和影响力会大大削弱。为什么大赛和顶级运动员都喜欢用红双喜装备呢?红双喜最近十几年的快速发展究竟有什么奥秘呢?

红双喜有一个很好的传统和氛围,要么不做,要做就做不一样的东西,尤其是一个已经在行业里占主

导的企业,已经建立了很多行业标准,要打破自己更难。

彩虹球台是红双喜的“当红小生”,从2003年第一次在巴黎世乒赛上出现至今,已有11年的历史,在世界大赛上出尽了风头,11年里,有6次出现在世乒赛上,2次出现在奥运会赛场上,每次内涵都不同。明年在苏州举办的世乒赛,红双喜打算在彩虹造型基础上,打造一个更亮丽的球台。

说到今年7月开始实行的新材料乒乓球和最近炒得火热的双色球,以及2012年到2014年这三年里关于乒乓球的故事,实在是太多了。

今年7月在山东举办的乒超联赛总决赛,用的是能在电视转播中看清旋转的双色球。所有人赛前都揪着一颗心,因为在之前的训练试用时,听到不少不同声音和反馈,国际乒联也犹豫是不是继续试验双色球。直到总决赛第一天结束,德国运



■ 夏煊泽代言红双喜羽毛球拍

相关链接

红双喜大事记

1959年“红双喜”品牌乒乓器材在上海诞生。

1961年红双喜乒乓球和乒乓球台在第26届世乒赛上亮相,成为第一个进入世界大赛的中国体育品牌。

1995年6月上海红双喜体育用品总厂成立,结束红双喜品牌分散经营的局面。

2000年红双喜40毫米乒乓球第一个获得国际乒联批准,其技术标准被采纳为国际标准。红双喜成为悉尼奥运会指定乒乓球,成为中国第一个进入奥运会的体育品牌。

2003年红双喜成为第47届巴黎世乒赛供应商,“彩虹”球台、新型挡板等亮相世乒赛,被誉为“史上最美世乒赛”。红双喜重建举重生产基地。

2004年红双喜成为雅典奥运会器材供应商,投资建立具有世界领先水平的羽拍生产流水线与生产基地。

2005年股份制改造完成,成立上海红双喜股份有限公司。

2007年红双喜成为世界举重锦标赛比赛器材。

2008年红双喜为北京奥运会提供乒乓、羽球和举重器材。

2009年红双喜自主研发的“炫灵”系列羽毛球拍上市。

2012年红双喜为伦敦奥运会提供乒乓、羽球项目器材。“五环彩虹”被国际奥委会永久收藏于瑞士总部。

2013年红双喜新材料——有缝球研发成功,将改变120多年的赛璐珞乒乓球历史。

多色球

2014年的东京世乒赛,中国乒协提交了一份多色球提案:“以两个不同颜色同一材质的半球体构成的乒乓球,两个半球体以一种辅助线区分”。

这份提案由红双喜负责研制数种多色球样品,其中选择了一种白橙乒乓球作为提案,它用橙色半球体和白色半球体相连,橙白之间以黑线分割。

在用高速摄像机拍摄、慢速回放的多色球运动视频中,可以更加清晰地判断乒乓球运动的三个物理指标:第一是球的旋转方向,上旋转、下旋、侧上、侧下等;第二是乒乓球的转速,每分钟乒乓球能旋转多少转;第三是乒乓球的击球速度。

这份提案让“旋转、速度快断和可视化”成为一种可能,满足了观众对于观赛的一种期待。

动员奥恰洛夫给国际乒联运动员委员会主席写了封信,对新球进行称赞,国际乒联和中国乒协也迅速做出肯定,在这个项目上投入不少的红双喜,才放下心来。

双色球能让人看清旋转,能让选手有效判断球的飞行轨迹,这样有利于转播,能提升观赏性,通过相关软件的开发,还能迅速计算出旋转速度和出球速度的数值,通过现场屏幕和电视转播画面进行数据化传播,这样让观众对乒乓运动更感兴趣,对推动运动普及有好处。

不管是比赛要求,还是运动员本身,都希望能用最好的器材,展现最好的赛事效果、最佳的竞技状态,这也是竞技体育运动项目追求更高、更快、更强的动力。红双喜要做的,就是开动脑筋,用最好的技术,做能激发运动员技术的器材。

在竞技领域站稳脚跟后,就要想办法参与各种改革,普及推广运

动,扩大运动的群众基础。中国乒协最近几年提出“第三次创业”,提出通过各种办法,扩大运动影响,比如进行慈善捐赠、走出国门援助项目薄弱国家和地区,举办乒乓夏令营等,红双喜参与了其中不少活动,7月向云南捐赠了大量体育器材和现金,8月份冒着埃博拉的危险去非洲进行乒乓训练活动。

群众性的羽毛球运动在中国开展得非常好。过去羽毛球拍柄都是木头做成,外面绕柄皮,时间长了,柄皮容易脏要更换,一般人换柄皮实在麻烦。红双喜在2010年发明了一种一次成型的工程塑料柄,握感舒适,颜色也丰富了,性能上还具有减震功能,改变了123年的羽毛球拍木头柄历史,成为红双喜年400万支乒乓球拍中的一支生力军。

“创新是企业永恒的主题”,楼世和对红双喜未来的发展充满信心。 陶邢莹