



■ 本报记者 周妮

据统计,我国民营企业数量从2012年的1085.7万户增长到2024年底的5650.1万户,体育类相关企业超72万户,其中大部分为民营企业。

在宿迁,就有很多扎根本地的民营体育企业。站在时代风口,它们快速发展,在推进宿迁体育产业高质量发展过程中扮演着“生力军”的角色。近日,记者走进我市多家民营体育企业,探寻这些企业如何通过战略发展、技术突破,为体育产业及经济社会高质量发展赋能。

“一根鸡毛”开辟羽毛球生产新赛道

一场普通的羽毛球球局,通常要消耗2至3个羽毛球。你或许想不到,手中那只轻盈翻飞的羽毛球,很可能就产自宿迁。

走进坐落于宿迁高新技术产业开发区的飞羽(江苏)体育用品集团有限公司(以下简称“飞羽体育”),生产车间里机器轰鸣,工人们忙碌的身影穿梭其间。分拣、拉直、裁片、插球、注胶、勾线……一道道工序有条不紊地推进,原本不起眼的鸡毛,经过工人的巧手与精密的工艺,逐渐蜕变成一个饱满挺直的羽毛球。

“我们公司前身做的是粮食编织袋生意,后来受国际环境影响,才决

定转型。”飞羽体育项目负责人孟健向记者介绍,2024年初,公司团队敏锐捕捉到羽毛球运动持续升温的市场热潮,同时发现行业内鸡毛、鸭毛供应不足的痛点,便大胆将目光投向了尚未被充分开发的鸡毛原料。同年10月,飞羽体育正式成立,成为国内首家专注羽毛球生产的企业,走出了一条差异化发展之路。

孟健办公桌的一角,整齐摆放着多个外观、材质不同的羽毛球。记者随手拿起一个,他随即进行解说:“这就是我们的核心产品——羽毛球。和常规的鹅毛羽毛球比起来,它的毛片偏薄、偏窄,价格也更低,刚好契合训练、娱乐场景对成

本控制和实用性能的双重需求。”正是这份对市场需求精准定位,让鸡毛羽毛球投放市场后,迅速赢得了业余羽毛球爱好者与各类体育培训机构的认可。

产能保障是企业稳步发展的首要任务。为破解原材料供应不稳定、生产布局分散的瓶颈,飞羽体育在成立仅半年的时间里,就迅速铺开产业链布局。一方面在临沂市、莱西市、丹东市等地建立起多个原毛采购加工基地,从源头牢牢把控鸡毛的品质与供应稳定性;另一方面在辽宁省、河南省设立专业化生产制造基地,形成“多地协同生产、总部集中管控”的高效格局。如今,

公司已拥有十多条现代化生产线,每月可生产羽毛球达50万打,产能规模持续领跑同行。

“现在我们的产品完全供不应求,几乎刚从生产线下下来,就被客户订走了。”孟健笑着说,言语中充满对企业蓬勃发展的信心。

不过,飞羽体育的发展之路并非一帆风顺,而是交织了“甜”与“苦”。孟健坦言,由于行业内长期缺乏针对鸡毛羽毛球的专项生产标准,导致部分企业钻空子,市场上出现产品质量参差不齐、以次充好等乱象。这不仅影响消费者的使用体验,更制约了整个细分行业的健康发展。

为破解这一难题,飞羽体育设立了技术研发中心,组建起专业研发团队,围绕鸡毛羽毛球的生产工艺优化、产品品质提升等关键问题开展专项攻关。经过不懈努力,公司目前已成功申请发明专利2项,实用新型专利5项;更率先制定了鸡毛羽毛球生产的企业标准,为羽毛球行业细分领域的规范化发展,提供了极具参考价值的“飞羽方案”。

“别看羽毛球体积小,却是实打实的技术型产品。”孟健说,如何进一步提升生产效率,是企业接下来重点攻坚的方向。他们想要进一步降低生产成本,提升产能,让“宿迁造”羽毛球走得更高更远。

「宿迁造」走向世界的硬实力

如果说飞羽体育展现了民营企业在体育用品细分领域的深耕,那么江苏易华人造草坪有限公司(以下简称“易华草坪”),则书写了民营企业在绿色产业与国际贸易中突围崛起的生动篇章。

9月17日下午,易华草坪的生产车间里,一卷卷色彩鲜艳、质地柔软的人造草坪正从生产线缓缓输出,工人师傅们忙着打包、贴标,准备发往欧洲、中东等地。“这几年我们一直在推动产业转型升级,加大研发投入,产品的科技含量和环保性能不断提升,海外订单稳中有增。”公司负责人

周妮笑着介绍,从2010年涉足人造草坪行业,到2014年成立易华草坪,她见证了人造草坪从“小众产品”到“刚需品”的转变。

步入公司的产品展示厅,仿佛置身于一个“微型绿色世界”,运动系列、景观系列、绿化系列三大类数十款人造草坪产品整齐陈列,每一款都标注着详细的参数与应用场景。“你看这款运动系列的足球草坪,草丝密度高、弹性好,还添加了防滑耐磨涂层。最近由于‘苏超’的火热,各地新建改建足球场的需求大增,这款草坪的订单量比去年同

期增长了30%。”周妮蹲下身,用手轻轻拨动草丝介绍道。

而绿化系列的草坪,则更多肩负着“生态防护”的使命。“这款用于建筑工程覆盖的草坪,不仅能有效抑制扬尘,还能在施工期间保护土壤;还有这款屋顶绿化草坪,重量轻、防水性好,铺在屋顶上既能隔热降温,又能为城市增添一抹绿色。”周妮指着两款特色产品介绍,随着“双碳”目标的推进和城市生态建设需求的升级,绿化系列草坪的市场需求正以每年20%的速度增长,成为企业新的业绩增长点。

面对市场竞争加剧、产品单价下降的行业趋势,民营企业如何实现“稳中有增、跑赢同行”?周妮给出了她的答案:“战略要稳、创新要快。”

为了持续提升产品性能,易华草坪在上海设立了分公司,扩大销售队伍,同时引入大数据分析、AI等智能技术,优化生产调度和客户服务,创新营销模式。易华草坪还组建了专业研发团队,围绕草坪的耐磨度、抗老化性能、阻燃性、恒温效果等关键指标开展技术攻关,累计获得36项技术专利。

谈及企业发展,周妮多次提到宿迁营商环境的助力。“政府‘无事不扰、有求必应’的服务理念,给了我们很大的发展底气。从组织政策解读培训、传递最新扶持政策,到帮助我们对接海外展会、拓展国际市场渠道,每一次需要支持的时候,政府都能精准对接,为我们扫清了不少发展障碍。”她说。

“接下来,我们计划进一步扩大研发投入,开发更多适用于不同场景的新型人造草坪,让‘宿迁造’草坪在绿色产业赛道上走得更远、更稳。”周妮说。

“一份热忱”深耕本土体育市场

在宿迁体育产业蓬勃发展的浪潮中,星乐星体育江苏有限公司(以下简称“星乐星体育”)宛如一颗稳步攀升的新星,自2014年成立以来,便坚定地扎根于这片土地,深耕本地体育市场。公司负责人王猛,担任宿迁市体育裁判员协会会长与宿迁市青年商会秘书长等多个职务,凭借对体育事业的满腔热忱与深厚行业积淀,引领着企业不断探索前行。

在业务布局上,星乐星体育构建了“校园体育+大众健身”双轨并行的服务体系。一方面聚焦校园体育核心需求,提供从体育器材供应、体育馆规划建设,到定制化器材研发、足球场与跑道专业铺设的全链条服务,为学校体育

教学与活动开展提供坚实的硬件保障;另一方面深耕体育公园建设领域,以打造便捷可达的健身空间为目标,助力完善“15分钟健身圈”建设,让市民在家门口就能享受优质健身资源。

谈及如何在竞争激烈的体育市场中找准方向,王猛有着自己的见解:“关键要有一双会发现的眼睛,敏锐捕捉市场需求的变化,找到别人没看到的机遇。”2023年,他通过对宿迁市民健身需求的细致调研与深入分析,发现很多企业将重心放在专业体育场馆建设上,却忽略了大众对“家门口”户外健身场所的迫切需求。

王猛表示,事实上,大多数市民更倾向于在户外进行锻炼,体育公

园已逐渐成为大众健身的热门选择,市场前景十分广阔。基于这一精准洞察,星乐星体育果断将业务拓展至体育公园建设领域,随后成功承建了宿豫区金色威尼斯游园、宿迁经济技术开发区黄河街道体育健身公园等多个项目,为宿迁市民打造了一个功能齐全、环境舒适的户外健身“打卡地”。

在杭州第19届亚运会举办期间,凭借过硬的轮滑专业技术水平,以及丰富的高水平赛事执裁经验,王猛成功被亚运会组委会选入裁判团队。回忆起这段经历,他仍印象深刻。“当时去杭州参加亚运会,我不光做好本职裁判工作,还特意挤出时间,认真参观了当地的一些体育场馆建设。”

王猛说,在参观场馆时,他经常蹲下来甚至趴在地上,仔细观察地板的材质、铺设工艺。为的就是多学一些有用的经验,用到宿迁的体育场馆建设中。

星乐星体育的成长之路并非一路坦途。2024年,承建宿迁经济技术开发区某个体育公园项目时,公司就遭遇了不小的挫折。由于缺乏相关知识,团队铺设了蓝色的塑胶地面,投入使用后才发现问题,蓝色在阳光照射下会出现泛白现象,严重影响使用效果。为了保障项目质量,王猛毅然决定铲掉重铺,为此额外投入了20万元。现在回忆此事,他仍觉得这笔“学费”交得对,“那次的经历让我深刻领悟到,无论在哪个

行业,都要持续学习新知识、补全能力短板。”

随着宿迁公共场所体育健身设施日益增多,市民的健身选择愈发丰富,但王猛又敏锐地发现了新的问题——儿童专属篮球场缺乏、体育公园亲子互动区亟待完善和残障人士友好健身设施不足。为此,他提出“全龄+友好”建设理念,主张体育设施需覆盖全年龄段需求,尤其聚焦儿童、残障人士等特殊需求,让健身资源真正无差别惠及每一个人。

“接下来,我们将持续深耕服务品质与技术创新,以‘全龄+友好’的理念为指引,参与到宿迁更多体育设施的建设中,为推动宿迁体育事业的发展贡献力量。”王猛说。

记者手记

在飞羽体育的车间,记者看到了一根根不起眼的鸡毛,被精心“雕琢”成飞向全国各地的羽毛球;在易华草坪的展示区,记者感受到“宿迁造”走向世界的硬实力;在星乐星体育承建的体育公园,记者听到了居民畅谈

“家门口就能健身”的满足,读懂了本土企业“接地气”的服务初心。这三家企业的故事,恰是宿迁民营体育力量的生动缩影。企业没有“跟风走”,而是以“找痛点”的敏锐观察力洞察市场变化,带着敢闯敢试

的破局意识主动求变。从这些企业的发展轨迹中,我们真切感受到:民营体育企业早已不再是体育产业舞台上的“配角”,而成为了推动市场活力迸发、满足民生体育需求、赋能城市高质量发展的重要“生力军”。

