

# 成都世运会特许商品零售店北京首店开业

## 拼图徽章盲盒首发 AI萌宠蜀宝和锦仔亮相

4月27日,在成都世运会倒计时100天前夕,北京奥园City街开园,成都世运会官方特许商品零售店“北京首店”在此间落成,首个世界运动会AI吉祥物“萌宠”也正式亮相。

据悉,该店由成都世运会执委会宣传部(开闭幕式部)与全国文创领军企业北京华江联合打造,选址在奥林匹克公园内北中轴景观大道,与“鸟巢”“水立方”相邻。除奥园City街店外,成都世运会官方特许商品零售店在北京礼物景观大道店、北京礼物鸟巢LM店、北京礼物双奥主题店、北京奥运博物馆文创店以“店中店”形式同步开业,“五店齐开”将构建起宣传世运、推广成都的有力平台。

去年9月,成都世运会官方特许商品零售店“成都首店”开业;今年1月,“哈尔滨首店”揭幕。成都世运会特许经营围绕世运会吉祥物及标志,目前累计推出玩具类、非贵金属制品类、办公文具类、生活用品类、陶瓷制品类等16大系列共计360余款特许商品,共开设41家零售店(点)。

在“北京首店”开业活动中,多款文创精品首发,包括:成都世运会四川省拼图徽章套装全球限量发行2025套,以拼图形式展现四川省21个市州的文化精髓和独特地貌;“蜀运三千年”盲盒手办围绕成都多维文化图谱创作,融合世运会精神与巴蜀文化底蕴;此外还有吉祥物四季冰箱贴礼盒、青花款陶瓷手办摆件等。

最具科技亮点的,当属成都世运会与智能萌宠新生代品牌ropet®联名打造的AI萌宠吉祥物“世运AI双宝”——蜀宝和锦仔,这也是全球首对世界级综合性赛事AI人工智能机器吉祥物。

据ropet®创始人何嘉斌介绍,“世运



蜀宝



锦仔

资料图片

AI双宝”是一款融合人工智能与人本主义设计的AI萌宠陪伴机器人,设计瞄准年轻运动人群的审美,兼具运动、文化和科技属性,搭载独有的人工智能系统和自适应的学习算法,拥有个性化的学习

能力,能够识别人类的音乐、运动、语言、面部表情,“它不仅会越来越懂你,还能在陪伴中逐渐形成双方的独特联系。”

华西都市报-封面新闻记者 戴云

## 设计师揭秘: 蜀宝锦仔为何“Q萌”?

蜀宝和锦仔,这对世运会吉祥物从诞生之日起,便以“Q萌”俘获人心。它们的形象创意灵感来自哪里?外观又隐藏了哪些四川惊喜?4月27日,成都世运会吉祥物设计师杨立夫首度发声,揭秘创作幕后。

双宝着中式服装,盘扣是银杏叶

“蜀宝和锦仔着中式服装,衣服上的盘扣,是成都人最熟悉的银杏叶。”杨立夫介绍,以大熊猫、川金丝猴为原型创作的蜀宝和锦仔,命名以“蜀锦”为灵感核心,将“蜀”和“锦”分别作为两个吉祥物的开头字,第二个字从大熊猫与川金丝猴的形态特征衍生而来。大熊猫憨态可掬、朴实忠厚,得名“宝”,川金丝猴机灵活泼、聪明勇敢,得名“仔”。在它们的中式着装上,设计师将绿水青山的渐变色与世运品牌的蓝紫色进行融合,作为整个吉祥物服装的底色,并将金沙太阳纹的黄橙色作为点睛色,最终形成了吉祥物的文化色彩。

在外观形态上,成都的芙蓉花瓣演绎成为大熊猫的内耳,三星堆出土的文

物幻化成川金丝猴的耳朵。设计团队希望以“双宝”为文化载体,在展现成都生态宜居、热情友好城市形象的同时,呼吁大家关爱珍稀动物、关注生物多样性保护,这与世运会注重环保与可持续理念相契合。

体现运动气质,省去眉毛等元素

“吉祥物是世运会的视觉形象,是连接体育与大众的桥梁,因此在形象上要考虑简洁大方。”杨立夫揭秘,因为要体现运动气质,设计时省去了吉祥物的眉毛、睫毛等元素,这也是让蜀宝和锦仔看上去非常“Q萌”的原因。

为何吉祥物是大熊猫和川金丝猴的组合?杨立夫解释,世运会的赛事是有很多互动性和趣味性的,因此想给大熊猫找一位伙伴。大熊猫非常稀有,因此它的伙伴也需要具有稀有性。而川金丝猴具有这种特性,同时也给人带来活泼和活力的感受,与成都的气质很像,因此确定了大熊猫与川金丝猴的搭配。

华西都市报-封面新闻记者 赖芳杰

## 小众运动“圈粉”带动新消费

### ——成都赛事经济观察之一

世运项目跑酷跃动校园、“轻运动+”在商圈流行、公园里到处是运动的身影……在2025年成都世界运动会即将迎来倒计时100天之际,记者采访发现,多个小众潮流运动走进大众视野,展现出成都在打造世界赛事名城、推动体育消费方面的积极成效。

#### 跑酷走红校园街头

定点助跑起跳、身体顺势钻过栏杆……近日,“世运进校园·跑酷我最炫”活动在成都市天回小学举行,数十名学生在跑酷名将何意瑜的指点下穿越各种障碍,展现出不俗的运动能力。

跑酷诞生于法国,属于体操大项中的一个分项,被很多人称为“移动的艺术”。今年8月,它将作为2025年成都世界运动会的竞赛项目亮相。

这项运动已在天回小学引入发展超过2年时间。“跑酷不仅是一项运动,更是培养学生空间思维与应变能力的教育载体。”天回小学校长何运强介绍,学校已构建起“普及课+社团+校队”的三级培养体系,并开发了原创跑酷课程,今年将以成都世运会为契机,引入更多新兴时尚运动项目,助力学生全面成长。

今年3月,由成都市体育局、成都市教育局和共青团成都市委联合开展的“2025年‘爱成都·迎世运·动起来’世界

运动会项目校园推广活动”正式启动,预计将向1000余所学校推广普及成都世运会小众项目。

眼下,随着成都“世运热”不断升温,像跑酷一样的小众运动正加速“出圈”。走进迪卡侬成都天府店,每逢周末及节假日,店外广场上的西南地区首个Playground运动能量场就人声鼎沸,各种新潮运动体验“点燃”大家的运动热情。

“仅清明节假期的销售数据就能显示,部分小众运动装备很受追捧。例如,轮滑运动装备销售同比增长22%,钓鱼运动装备增长24%,飞盘装备增长45%。”迪卡侬成都天府店工作人员说。

#### “轻运动+”融入商圈生活

在成都,一种全新的“轻运动+”消费场景也非常火爆。

“解锁‘脱单’新方式@匹克球,和心动一起入门”——近日,一则以匹克球为主题的公益“脱单”活动海报引发关注。作为一种新兴的体育运动项目,匹克球是一项结合了网球、羽毛球和乒乓球元素的球拍型运动,具有上手快、适宜人群广、社交属性强等特点。由匹克球担任“月老”,很多人感叹体育和生活的“次元壁”破了,殊不知这在成都已不是新鲜事。

4月12日,在成都锦华万达广场,2025年锦江区首届匹克球比赛暨世界运动会项目推广活动结束了一天的激战。本次比赛的参赛者涵盖了不同年龄段和职业,包括省内高校学生、匹克球俱乐部成员、匹克球爱好者等超200名选手参与,充分展现了匹克球“全龄友好”的独特魅力。

匹克球带来的快乐,在成都的不同商业综合体里“发酵”——成都万象城开展为期一个月的“匹克球动态展”、成都银泰城购物中心推出“匹克球快闪潮流运动周”活动、成都潮流商场COSMO举办“匹克球新手赛”……

近年来,随着匹克球等小众项目不断“圈粉”,类似的“轻运动+”赛事及活动被引入商场,流量进一步转化为“留量”,助力成都体育消费释放更多活力。

京东与成都市电子商务企业协会发布的《2024年成都线上消费活力报告》显示,成都消费者在健身、骑行、网球、匹克球等运动上消费增长亮眼,其中匹克球球拍销量同比增长超10倍。

#### 新潮运动点亮城市公园

人间四月,春光明媚。作为公园城市示范区,成都的公园里处处可见锻炼的人群。

最近,位于成都温江区的鲁家滩潮玩运动公园已开始“繁忙”起来。在12

片蓝绿色板式网球场内,身穿轻便运动装的市民,正和自己的“运动搭子”练习着对角接击;园内的儿童乐园、星空营地等配套场地也逐渐热闹起来——这个“藏”着亚洲最大板式网球中心的公园,成为了市民周末运动休闲的新去处。

板式网球起源于墨西哥,结合了网球、壁球、乒乓球和羽毛球等多种运动的特点,和匹克球一样具有门槛低、易上手、老少皆宜等优势。在成都,这项运动同样受到了越来越多市民的喜爱。

位于成都高新区的桂溪生态公园也有一处板式网球中心。每逢工作日晚上或周末,这里的板式网球场常常人头攒动,有高手、也有“菜鸟”,大家尽情享受这项新潮运动的乐趣。

“我才接触板式网球3个多月,觉得上手比较快。它已经变成了我的日常健身活动。”板式网球爱好者宋先生说,大家相聚公园里一起打球聊天,锻炼身体的同时也交到了很多新朋友。

公园里的市民运动会、绿道上的运动嘉年华……随着跑酷、匹克球和板式网球等新潮运动的兴起,成都公园的运动氛围正在不断升温,各类体育消费场景也在不断丰富升级,成为城市生活方式更新的重要一环。

(新华社成都4月25日电)