伯尔尼，2026年11月4日

关于世界卫生组织发布2026年青少年缺乏运动数据的致体育用品行业的公开信

携手应对我们最大的竞争对手：青少年缺乏运动

全球体育用品行业的各位同仁：

本信并非致各国政府。

它是写给我们的：作为全球最具活力行业之一的核心力量——制造商、品牌商、零售商和体育联合会。

今天，世界体育用品工业联合会（WFSGI）邀请体育用品产业链上的每一家企业与我们共同签署这封公开信，并承诺采取更多行动，以应对体育和体育活动未来所面临的最大挑战之一：青少年缺乏运动。

通过我们的产品、社区和赞助活动，我们是推动全球体育运动和身体活动参与的引擎。**从任何意义上说，我们都是推动世界前进的行业。**

但**世界卫生组织（WHO）最新数据揭示了一幅严峻的图景：全球86%的青少年未达到推荐的体育活动水平，四分之一的人表示一周内没有进行任何体育活动的日子，而且在世界各地，女孩的体育活动水平始终低于男孩。**

《柳叶刀·全球健康》关于2010-2025年青少年体育活动趋势的文章，以及配套的世卫组织报告*《错失的一代》*，揭示了一个重大的全球性挑战，作为行业，我们必须与其他公共和私营利益相关方共同应对。

这对我们行业为何重要

体育用品行业年营收超过6140亿美元，为全球GDP贡献约6750亿美元，并在全球范围内支撑着2800万个就业岗位。该行业致力于创新、基层项目、运动员赞助、社区倡议以及激励人们运动的产品开发。

世卫组织这份新报告强调，生活方式和环境的变化以及屏幕使用时间的增加，正在减少年轻人参与体育活动的机会。**对于许多儿童和青少年而言，体育和身体活动已被排除在日常生活之外，他们将错失运动所带来的终身身体、心理和社会益处。**

这既是公共卫生、教育、社会和经济方面的挑战，也是体育行业面临的挑战。

参与率的下降削弱了体育运动及我们整个行业赖以生存的社区、人才培养通道和文化根基。如果越来越少的年轻人能与运动建立终身联系，参与率就会下降，人才培养通道就会收窄，社区就会弱化，而我们行业乃至更广泛的体育经济所依托的基础也将变得更加脆弱。

世卫组织的最新研究结果必须成为对所有行业利益相关方及整个社会的警钟，促使我们自问：我们还能做些什么？

应对挑战

每家企业的应对措施各不相同。这可能意味着提高产品的可及性、投资参与计划、支持学校和社区、重新思考我们与年轻人的互动方式，或者利用创新消除参与活动的障碍。

单凭一家公司无法扭转青少年缺乏运动的危机。但作为一个行业，我们拥有得天独厚的优势，能够做出有意义的贡献。**我们拥有全球影响力、值得信赖的品牌、强大的社区联系、行为改变的专业知识，以及植根于运动的共同目标。**

2024年，25家WFSGI成员企业联合行动，旨在提高公众对成年人日益严重的缺乏运动危机的认识。2025年，WFSGI发布了首份*《体育活动影响报告》*，展示了36家企业为提高参与度所做的努力。世界卫生组织（WHO）最新的青年数据显示，进展已陷入停滞，这一挑战正变得日益紧迫。

正因如此，签署本信函的企业承诺将与WFSGI携手合作——既以行业整体身份共同行动，也以各自名义独立行动——在以下四个关键领域采取应对措施：

1. *推出相关举措，以提高青少年参与度、缩小性别差距，并覆盖运动量最少的青少年群体*
2. *通过体育用品行业内外合作，分享最佳实践和循证解决方案*
3. *与能够变革影响青少年体育活动体系和环境的全球、区域及国家利益相关方建立合作伙伴关系*
4. *加强与政府的互动，倡导在健康、教育、体育、贸易和城市规划政策之间建立更紧密的协调，以培养更积极的一代。*

加入我们，贡献您的名字、声音和承诺

我们绝不能接受青少年缺乏运动成为“新常态”，因此，我们诚邀体育用品价值链上的每一家企业加入我们，共同开启这段旅程。尽管我们在市场上可能存在竞争，但只要携手合作，我们就能取得更大的成就。

我们最大的竞争对手是缺乏运动。

我们最大的机遇在于参与。

而以下签署的企业已决定携手合作，共同加入应对这两大挑战的行列。

艾玛·茨维布勒
WFSGI 首席执行官

豪尔赫·卡西米罗
WFSGI联席主席
政府事务与公共事务与公共政策主管，耐克

戴夫·惠勒
WFSGI联席主席
首席运营官，新百伦

签署方

World Federation of the Sporting Goods Industry (WFSGI)

1. 4iiii Innovations
2. adidas
3. Amer Sports
4. ANTA Group
5. APICE
6. ARENA
7. Arc'teryx
8. Armada
9. ASICS
10. ASMAS Sportfachhandel Schweiz (Switzerland)
11. Atomic
12. Bauer
13. Beijing Qiangmeng Sports Development Co.,Ltd
14. Berghaus
15. Brooks
16. Canada Sporting Goods Association
17. Canterbury
18. Capital Sports Corp. Pvt. Ltd.
19. China Sporting Goods Federation (CSGF)
20. Columbia Sportswear Company
21. CORIMA
22. Cycle Europe
23. Decathlon
24. DESCENTE LTD.
25. DT Swiss
26. Elite Sports
27. Ellesse
28. Endura
29. Federation of the European Sporting Goods Industry (FESI)
30. Freewill Sports Private Limited
31. HIRU
32. IIC - INTERSPORT
33. JASPO (Association of Japan Sporting Goods Industries)
34. JOMA Sport
35. Kickers
36. Law Office Dr. Schaefer
37. Li-Ning
38. lululemon
39. Mitre
40. Mizuno
41. Molten
42. New Balance
43. Nike
44. Norsk Sportsbransjeforening (Norway)
45. Oakley
46. On
47. OQUO
48. Orbea
49. ORCA
50. PeakPerformance
51. Pentland Brands
52. PeopleForBikes
53. Plankpad
54. PUMA
55. Restube
56. Revelyst
57. Salomon
58. SBS
59. Scott Sports
60. Sports & Fitness Industry Association (SFIA)
61. SGIA (UK)
62. Shimano
63. Shred
64. SPAIN IS SPORT (Spanish Sport Association)
65. Specialized
66. Speedo
67. Sport 2000 International GmbH
68. SRAM
69. Taiwan Sporting Goods Manufacturers Association (TSMA)
70. Tamasu Co., Ltd.
71. Tecnica Group
72. Trek
73. Tyr
74. Umbro (Iconix Brand UK)

75. Under Armour
76. Union Enterprises Sport & Cycle (France)
77. Victory Group
78. VSSO (Austria)
79. Wearable Technologies
80. WHOOP
81. Wilson
82. Xtep
83. Yonex
84. Zoggs

加入这一行动

本信函仍向体育用品产业链中的各企业开放联署，包括制造商、品牌商、零售商、分销商、体育联合会及行业合作伙伴。

请联系 WFSGI 体育活动负责人 Caroline Brooks（邮箱：cbrooks@wfsgi.org），了解如何代表贵公司正式支持本声明。**让我们携手努力，确保下一代能够体验到体育、体育活动和运动带来的终身益处。**