

爱尚体育

让运动休闲在生活中流行

李华林

与传统体育馆不同的是,公园式体育综合体一般置身于环境宜人的公园或绿地中,除了提供运动场所外,还将运动与休闲娱乐结合,寓运动于休闲。目前,国内最大的公园式体育商业综合体“中奥广场”,就坐落在北京丰台区槐房公园内,以千亩生态园林为依托,“中奥广场”既提供滚轴、旱冰、自行车、滑板、滑雪等多个体育运动项目,也拥有天然温泉疗养、瑜伽等休闲娱乐。这种公园式体育综合体的出现,让家庭健身、运动休闲的生活方式成为可能。

区别于职业体育和竞技体育的残酷竞争,运动休闲更崇尚轻松自在的享受和愉悦。在运动中放松,在休闲中锻炼,少了几分血脉贲张的紧张感,多了几许人与自然的和谐之美。比如,运动爱好者们在“中奥广场”滑完一场冰后,可以泡温泉浴放松放松,再点杯咖啡对着千亩绿荫慢慢享受午后时光。

为解决大众体育休闲的问题,近年来我国花大力气建设体育馆。国务院印发的《全民健身计划(2016—2020年)》提出,到2020年,群众体育健身意识普遍增强,参加体育锻炼的人数明显增加,每周参加1次及以上体育锻炼的人数达到7亿,经常参加体育锻炼的人数达到4.35亿,群众身体素质稳步增强。全民健身的教育、经济和社会等功能充分发挥,与各项社会事业互促发展的局面基本形成,体育消费总规模达到1.5万亿元,全民健身成为促进体育产业发展、拉动内需和形成新的经济增长动力源。

在追求运动场馆数量的同时,大众对于体育场馆配套服务的要求也在提升。目前,很多体育场馆设计的本意是用来比赛、训练,对外开放也是附带为之,因而设施简单,服务跟不上。如果运动完就想就近淋浴,或者喝茶歇息,基本难以实现。

对此,有些体育综合体应用“互联网+”技术,尝试用智能化提升服务水平,精准服务体育运动。中奥集团董事长赵克强介绍,精准服务体育运动内涵很丰富,比如利用WIFI提供位置信息,对目标位置做路线导航;记录消费者运动过程中各项技术动作,形成体能检测数据;支持多种支付方式,活动消费都可形成积分档案;针对潜在消费者推送各种商场活动,预约服务、停车、买单等都能在手机上一键完成。最大程度地避免顾客为琐事耗费时间,提升休闲体验的愉悦感。

除此之外,“中奥广场”还安装了自动能耗管控装置,让馆内温度、湿度始终保持在人体最舒适的程度,同时全面覆盖3级过滤新风系统,全年室内PM2.5指数保持在35以内,即使在雾霾较重的天气,空气污染指数依然可以保持在50以内,以便让人流汗的同时能呼吸到清新的空气。

当然,运动休闲不仅是简单地将运动和休闲娱乐做“加法”,还可以融入文化教育、科技研发、医疗养老等其他要素。同“中奥广场”一样,越来越多的运动场馆开始挖掘演艺、娱乐、展览、旅游等多方位功能,注重大众需求,提供细致入微的服务。人们对体育功能有了再认识,体育运动曾经是挥汗如雨、你争我夺的刻板印象,但现在它的意义在扩展,且选择多元,从竞技迈向了人文,从一种身体锻炼,更多地变成了一种生活方式。



和传统体育馆不同的是,公园式体育综合体除了提供运动场所外,还将运动与休闲娱乐结合,寓运动于休闲。(资料图片)

管理监督

居民小区由居民做主

韩秉志

小区是居民的家园。在城市日新月异发展的同时,老旧小区如何改造,考验着一个城市社会管理的综合能力。现在,河北石家庄市桥西区,服务功能日趋完善的社区服务中心成了每一个社区的标配,精准化的服务理念和充满活力的服务模式让每一位居民享受到了更优质的服务。这得益于“基本事务居民自治,基础设施政府扶持,后期管理引进物业”的管理模式。

位于桥西区汇通街道的塔谈社区内,平整的道路、新刷的楼体、崭新的大门、簇新的围栏……处处焕然一新,让人很难想象这里竟是一个村改居社区。“旧貌换新颜,一点儿都不夸张,以前坑洼不平的小道变成了宽阔平坦的巷道,垃圾堆变成了绿化带,闲置的空地规划出健身广场……”居民贾大妈对小区改造后的变化感触颇深。

面子要新,里子也要实。“大家坐在一起,有啥意见建议都可以提。先办哪一项,再办哪一项,最后确定的方案肯定要对居民的心思。”塔谈社区书记李凌说。

“以党建引领精准惠民,居民群众‘点菜’,党委政府‘买单’,有效解决了社区居民身边的小事、急事、难事。”石家庄市桥西区委区政府副局长李秀菊介绍,通过居民议事协商发现和培育社区骨干力量,依靠居民协商民主制定社区居民公约,居民群众养成了协商意识,掌握了协商方法,提高了协商能力,真正实现社区的事由居民说了算。

居民自治模式的背后,离不开社区社会组织的支持。今年5月份,桥西区社区社会组织孵化基地正式运行。这也是桥西区首家以鼓励扶持、培育引导社区社会组织发展为目的,通过孵化培养社区居民自发形成的兴趣团体和公益性组织,使居民自治由“无序化”向“有序化”转变,由“零散化”向“组织化”转变,让社区居民自己组织、自己参与、自己管理,最终反哺社区、服务社区,实现自我满足。

互联网理财悄然走进千家万户

经济日报·中国经济网记者 钱箬菴

百姓理财

5年前刚参加工作时,张媛根本想不到,现在的自己能把互联网理财玩得这么溜。用张媛的话说就是:“当初别人已经在‘股海’里挣扎了几个来回的时候,我还在选择银行的定期存款呢。”

近年来,随着互联网技术的迅速发展,网银、第三方支付的崛起,以及手机等移动设备的广泛应用,互联网理财在大众理财需求持续高涨的形势下诞生了。

理财服务随手可得

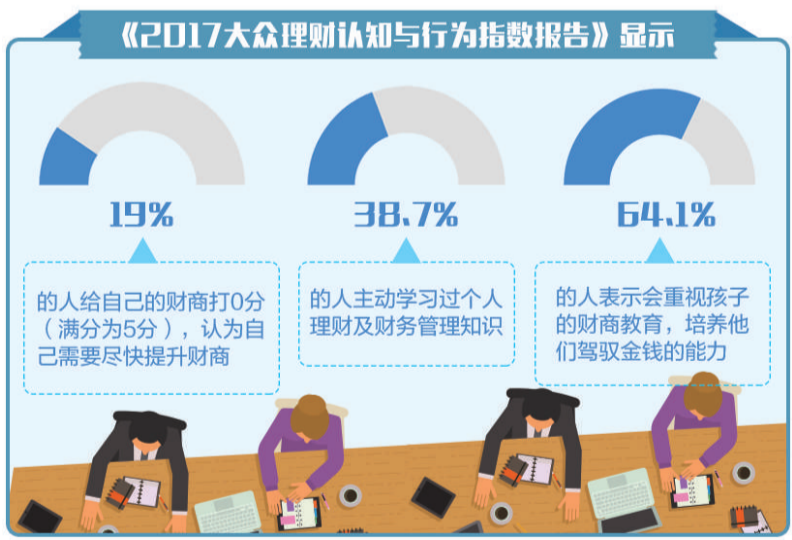
同许多人一样,张媛对互联网理财的最初印象就是2013年余额宝的问世。实际上,2013年是业内公认的互联网金融元年。这一年,余额宝的横空出世让互联网理财进入了大众视野,提升了大众对互联网理财的认知。此后,众多机构纷纷涌入互联网理财领域。

从2016年开始,互联网理财进入监管规范发展期,监管政策密集出台。“《互联网金融风险专项整治工作实施方案》《网络借贷信息中介机构业务活动管理暂行办法》等政策的发布,一方面说明国家对互联网理财的认可,另一方面也标志着互联网理财将向着规范可持续发展方向。”盈灿咨询高级研究员张叶雷表示,这些标志性事件的背后,是人们理财需求的快速增长和国家对普惠金融、社会资本融通的高度重视和支持。

截至目前,互联网理财包括传统金融机构线上化产品销售、互联网基金、互联网保险、P2P网贷、众筹、互联网一站式理财等业务。

为何互联网理财能如此迅速得到大众认可和接受?记者在随机采访中,“方便”“简单”“低门槛”是大多数投资者的普遍看法。“过去必须到机构网点办理业务,现在直接下载相应的手机APP即可办理,同时可供挑选的项目也多,最重要的是很多互联网理财产品可以随时买卖。”在北京朝阳区某地产公司上班的王兆说。

“股票、期货的专业要求和投资风险较高,信托的起投金额又远超普通投资群体的闲散资金水平,



上图 在近日举行的世界互联网大会上,互联网理财平台“铜板街”的展位吸引了众多观众下载注册,现场体验理财APP带来的便捷投资服务。(资料图片)

右图 投资者用手机在“开鑫金服”的APP上很方便地就完成了投资。



银行理财产品随着实体经济的不景气,收益率不断下滑,退出机制不灵活、期限相对较长等。”张叶雷介绍,但互联网理财的出现给了老百姓更多的投资渠道选择,一些极低门槛的互联网理财产品还让大多数投资者享受到了理财的乐趣。

同时,挖财卓跃财富首席理财师翁伟琪表示,科技作为支撑力量,互联网行业的整体发展为互联网理财提供了必要的技术基础。在宏观层面上,政府支持新产业,特别是政策向第三方支付、普惠金融倾斜;在微观层面上,居民整体收入大幅上涨,带来了理财需求的扩张和居民理财意识的提升,这些都为互联网理财提供了良好的外部条件。

改变百姓理财习惯

在不少业内人士看来,互联网理财让投资者,特别是新生代“80后”“90后”投资者对理财的观念有了迅速改观。“现在仅余额宝一家的规模就相当于4大银行的存款规模,可见市场对于互联网理财的接纳和认可程度。”翁伟琪说。

基于服务和收益获取的便利性,

互联网理财也在同步快速改变着老百姓的理财习惯。随手记与大数据分析机构易观联合发布的《2017大众理财认知与行为指数报告》显示,互联网理财已成为大众理财的重要渠道之一,老百姓人均安装了3.2个理财类APP。“80后”“90后”对于互联网理财的接受程度相较于年长者更高,互联网理财是“90后”投入资金第二多的理财渠道。

对此,业内人士表示,“80后”“90后”新一代的年轻群体,虽然财富绝对值没有上一代积累得多,但是理财意识、学习能力和接纳新事物的能力要远远高于上一辈,从而很快接受了这种起步低、利息高的互联网理财模式。

另一方面,互联网理财的发展也提升了大众对财商的重视程度,激发了老百姓主动学习理财、培养下一代提升财商智慧的积极性。上述报告显示,有19%的人给自己的财商打0分(满分为5分),认为自己需要尽快提升财商。有38.7%的人主动学习过个人理财及财务管理知识。此外,还有64.1%的人表示会重视孩子的财商教育,培养他们驾驭金钱的能力。

“过去的理财产品限于在部分金融机构发售,大部分人与产品接触较少,很少有人会主动去了解产品。现在,人们接触的理财产品多了,这在一定程度上也倒逼投资者主动学习了解理财常识。”翁伟琪说,以挖财旗下钱堂理财社区为例,分析社区里大家的讨论,即可看出挖财的投资者对于金融知识的学习需求,甚至很多人付费去学习这些知识。“这也是大众生活上的一大变化。”

个性化理财成未来趋势

与最初单一推出某个理财产品不同,在随手科技副总裁焦义刚看来,互联网理财的未来将朝着个性化、场景化和智能化方向发展,用多

维度大数据的云平台、智能化算法系统和全业态金融服务深度融合的智能化金融服务,更好地满足大众的理财需求。

“随着国人财富的增长和移动互联网的发展,个人和家庭对理财的需求不断提高。但是,对于绝大多数普通人来说,并不具备专业理财知识。”焦义刚认为,个人和家庭其实与企业类似,不断地有现金流进流出,对于老百姓来说,广泛地提升财务管理效率、合理控制风险、赢取更多收益的需求十分迫切,这将使智能化金融服务在未来扮演广大家庭和个人财务“CFO”的角色。

不仅如此,张叶雷表示,未来互联网理财参与方将更加多元化,越来越多的企业会在自身资源优势的基础上融入互联网金融元素,推出互联网理财产品。同时,跨界合作日益频繁,如4家国有大行与BATJ(百度、阿里、腾讯、京东)分别开展战略合作,在互联网理财领域开展深入研究,以期为用户提供更多理财产品及更优质的互联网金融服务。

张叶雷认为,产生这些趋势的原因,一方面是用户对个性化和优质体验的追求在不断提高;另一方面是互联网金融监管趋严,资产端和资金端竞争加剧,整个互联网理财市场老平台退出,新平台加入。为维持自身竞争力,平台必须要加快产品创新、推动跨界合作。

此外,翁伟琪指出:“从更远的角度来看,还有一个大趋势是AI,也就是人工智能的加入,会让理财的变化更加日新月异。”她表示,目前互联网平台也好,银行也好,都加入了智能投顾的研发行列之中,通过标准化的资产配置模型,利用互联网大数据平台构建多重资产组合,让投资者在最简单的流程中,找到符合投资者本身风险承受能力和预期收益的产品。“尽管现在的模型还有待市场和时间的检验,但是这必定是理财模式中最前沿、最具科技化的一种。”

文化装备给生活添色彩

牛瑾

文繁叶茂

先跟大家分享一个好消息,闪耀世界舞台的“5D+”大型创意秀《Memory》明年1月份要在北京首演了。还等什么?赶紧一睹为快吧!一来,集合了百位中国非遗文化优秀代表人物的这场创意秀,用“一招揽尽”的方式,在现场把中国非遗的隽永故事娓娓道来;二来,全球最新的视觉成像技术、别出心裁的舞台道具、7.1声道360度环绕声场系统等营造的科技效果,又会让你身临其境、极度震撼。

问题来了,这与文化装备有什么关系?小到3D眼镜等观影设备,大到舞台、建筑、展会场景布置,都属于文化装备的范畴,《Memory》极度震撼的舞台魅力也正是通过运用尖端科技的一系列文化装备实现的。也就是说,“文化装备”这个词听起来或许有些陌生,但给你带来生活增添的色彩、带来的乐趣却是实实在在的。

一部作品变成文化产品,固然需要编辑或编导的巧妙琢磨,同样也需要相应文化装备的辅助提升。近年来,我国文化产业蓬勃发展,作为文化产业正常运转的“底盘”,文化装备制造业也取得长足进步,技术与艺术的融合成为现实。《中国文化及相关产业统计年鉴》发布的数据显示,2012年至2015年,中国文化装备制造业年均工业总产值达到1.06万亿元,年均增幅11.07%。与此同时,行业发展也面临一些瓶颈。再加上人们对文化产品的需求日益旺盛,“破”“瓶”而出就变得尤为迫切。

那么,何处才是切入口呢?首先,自然是要让我国文化装备制造业更“聪明”一点。要推进文化与科技融合,文化装备制造业就是最佳落脚点。每一次科技进步,都会带来文化业态的更新换代。对文化装备制造

业来说,就是要跟上科技变革步伐,在工艺、流程、材料上,在技术、设备上加快更新,借此提升文化产品和服务的技术含量,推动传统文化产业转型升级。此外,中美文化装备制造业存在3倍盈利差距的现实,折射出的全球价值链分工地位的差异,也在提醒我们,唯有不断创新才能迎头赶上。

可喜的是,大数据、人工智能等新一轮科技革命浪潮带来的数字创意产业变革,恰恰给我们提供了重构文化装备制造业全球价值链的绝佳机遇。为此,行业企业应着手构建完善的文化装备研发、设计、制造产业链,着力研发具有自主知识产权、引领新型文化消费的可穿戴设备、智能硬件、沉浸式体验平台,不断提升数字化、智能化、网络化水平。当然,一些大型文化装备项目,并不是靠一家企业之力就能“挑得起来”的,需要跨

界合作,共同发展。

其次,还要让我国文化装备“走出去”的步伐更快一些。在这方面,提升创新能力是重要前提。只有增强创新能力,掌握前沿技术,提供高端产品,才能确立中国文化装备品牌在国际市场上的整体认知度,改变多年来形成的“贴牌赚钱”“出力不讨巧”的印象。但是,当我国文化装备产品“走出去”成气候之后,就要考虑文化装备产业链条“走出去”的问题了。文化装备毕竟属于消耗品,售后维修、更换零部件等服务也是增强竞争力的重要筹码。

变得更“聪明”和走得更快,对我国文化装备制造业而言,是相辅相成、互相促进的。两者的共同目的,正在让世界见证“舞台上的中国”的实力,在国际比拼中不落上风。当然,更是为了让你我的生活再多一些精彩纷呈的文化产品。