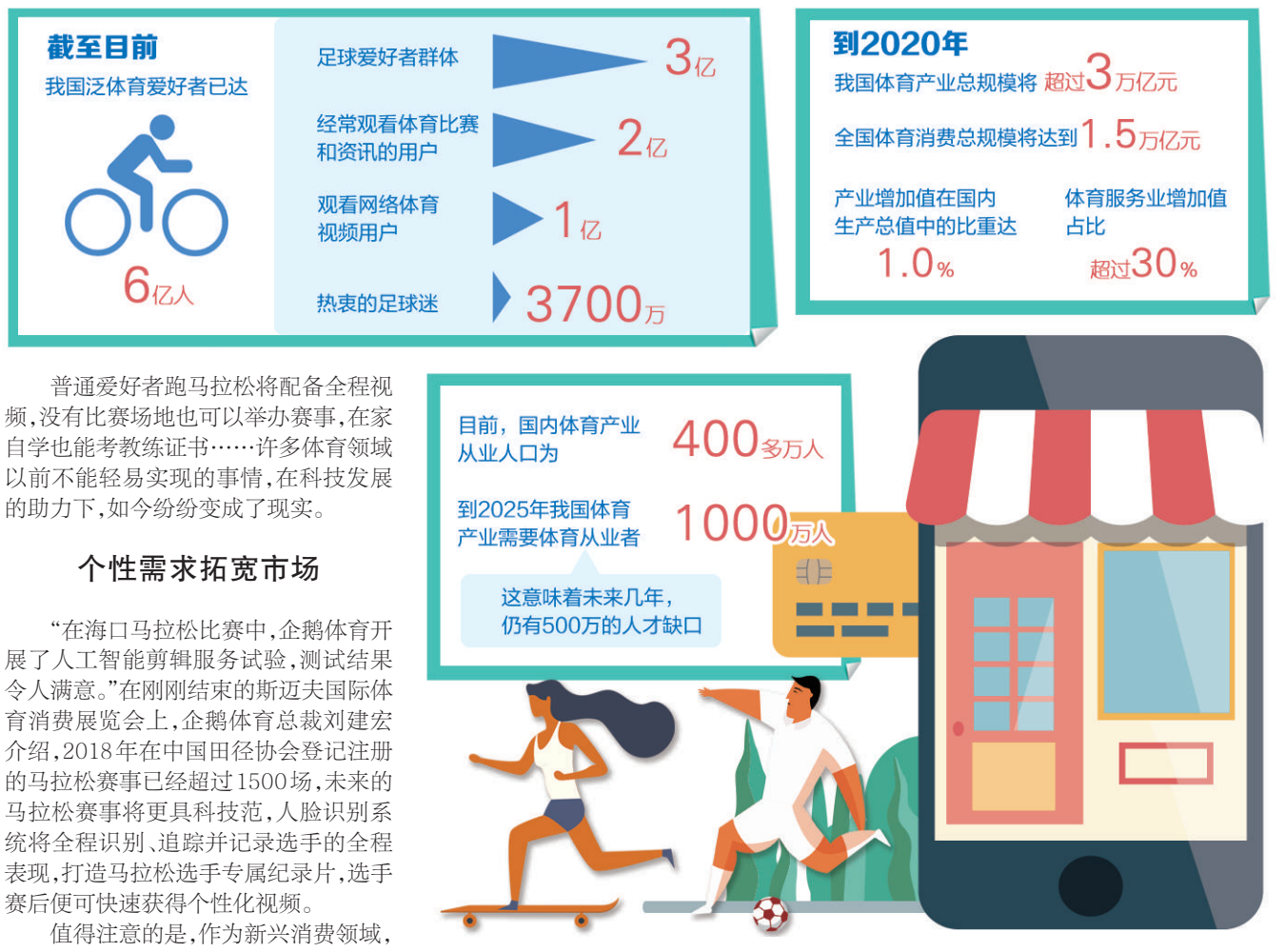
运用新技术满足新需求

体育消费催生不少“新花样”

经济日报·中国经济网记者 刘 瑾

透视

在5G、物联网时代即将到来之际，体育消费领域也催生了许多“新玩法”“新花样”。比如参加马拉松比赛可以全程视频记录，没有场地也可以举办赛事、在家自学也能考教练证书……运用新技术，如何为用户提供更好的运动体验，成了体育企业布局的重要方向，我国体育产业也将在新技术和新理念的引领下，挖掘出更大潜力



普通爱好者跑马拉松将配备全程视频，没有比赛场地也可以举办赛事，在家自学也能考教练证书……许多体育领域以前不能轻易实现的事情，在科技发展的助力下，如今纷纷变成了现实。

个性需求拓宽市场

“在海口马拉松比赛中，企鹅体育开展了人工智能剪辑服务试验，测试结果令人满意。”在刚刚结束的斯迈夫国际体育消费展览会上，企鹅体育总裁刘建宏介绍，2018年在中国田径协会登记注册的马拉松赛事已经超过1500场，未来的马拉松赛事将更具科技范，人脸识别系统将全程识别、追踪并记录选手的全程表现，打造马拉松选手专属纪录片，选手赛后便可快速获得个性化视频。

值得注意的是，作为新兴消费领域，体育消费是现代服务性消费、信息服务性消费的重要内容。但是，现阶段中国体育消费形态粗放、单一，消费频次低，尚有大量空白、可拓展的市场空间。

“5G、物联网时代的到来，不仅是一场传播革命，也是一场体育产业革命。”歌华中奥集团总裁王奇认为，我国正处于大众体育消费阶段，体育运动越来越融入人们的日常生活，人人希望参与其中，因而需要全方位的体育服务模式。

比如，英国BT Sport已经将5G直播服务带入足球赛，并首次在现场实现了4K直播。球迷可以通过5G网络连接场内的多个无线摄像头，自主选择球员、裁判等不同的视角来观赏球赛，获得全新的观赛体验。

以企鹅体育测试录制的海口马拉松为例，新的体育服务模式可以在很多场景中应用。中电物联科技有限公司董事长蔡鸿岩表示，比如运动员在赛道上跑步的瞬间，可以通过APP实时观测跑步速度、心率等体征，可以根据数据的收集开展一系列有针对性的服务。北京中奥约动体育产业有限公司创始人罗壹雄也表示，普通运动爱好者如果拥有全程视频记录的话，将极大地提升体育消费的体验。

当前，在体育优质内容向新媒体、短视频领域迁移的背景下，体育消费需求更加注重动态化、碎片化，个性需求的不断深化，打开了新的市场空间。

全新模式颠覆传统

如今，大众体育竞赛项目深受欢迎。随着智能运动设备的发展，跨地域的线上赛事让更多运动爱好者有了参与竞赛的机会。

此前，一场别开生面的智能飞镖赛成为业内焦点。智能飞镖具有标准的蓝牙智能飞镖靶，通过智能感应完成电子自动计分。即便参赛选手不在同一个地方，只要通过网络就可以实现场馆、家庭和社区互联，线上线下对战完全不受地域空间的影响。更酷的是，智能飞镖打破了传统比赛需要统一时间的规则设定，参赛选手可以选择在某些时间，组队完成不同时段的飞镖投掷竞赛，通过电子自动计分排定比赛名次。

“智能飞镖是企鹅体育线上PK赛的其中一项。”企鹅体育赛事事业部总经理卢山表示，企鹅体育线上PK赛是企鹅体育线上竞赛的新尝试，该赛事打破传统模式，改变赛事传统的组织模式和呈现方式，将线下赛事整合至线上，改变竞技的物理时空，基于企鹅体育独家双屏直播技术，双方可同时在线对决PK，胜负结果更加直观，更具有观赏性。

“从职业赛、民间选拔赛再到家庭线上赛，通过新的赛事组织、制作及传播，带来全新的赛事模式。最新的飞镖线上赛，现在已经开始内测，未来很快会上线。”北京夺镖体育文化有限公司CEO王征表示。

李宁（中国）体育用品有限公司李宁篮球上市规划总监刘继征表示，新技术带来了运动体验的变革，在5G时代，智能运动装备有着很大的潜力和发展空间。目前，李宁和企鹅体育正在进行街头篮球、羽毛球等赛事的全方位合作，互动式的直播提升了用户的运动体验，赛事的整体影响力也有极大提升。

在刘建宏看来，新技术对体育产业带来了冲击的同时也带来了机遇，能否把握时机脱颖而出就看谁能更好地适应时代，同时满足个性化和普众化的需求。

线上培训解决“痛点”

今年初，体育总局、国家发展改革委印发《进一步促进体育消费的行动计划（2019—2020年）》，明确指出近两年的7大重点任务，其中丰富体育消费业态和培育体育消费观念成为产业发展的重中之重。

虽然，中国已进入体育产业发展黄金时期，体育行业也已成为当前最热门的行业之一，但体育人才的极度匮乏已经成为制约我国体育产业快速发展的瓶颈之一。

据统计，国内目前体育产业的从业人口为400多万人，只占国内劳动力总人口的0.5%，要想实现2025年5万亿元的产业规模，体育产业的就业人口就要达到全国就业人口的1.5%，这意味着届时需要最少1000万的体育从业人口。未来几年，这500万的人才缺口如何补齐将是考验体育产业的棘手问题。

在斯迈夫国际体育消费展览会期间，企鹅体育推出了全新培训产品“鹅校场”体育学院，将上架更多具备资质认证的专业课程。同时，还与完美世界教育、联盟电竞携手布局在线电竞教育。

“此次合作将充分发挥各方优势，进行资源的深度融合。”联盟电竞互联网科技有限公司首席执行官冯青告诉经济日报记者，通过在线培训平台，电竞用户不仅能够获得全面而系统的电竞职业培训知识，还将通过线上培训与在线考试相结合的方式获得相关资质认证，这将有助于解决行业面临的从业人员缺口问题。

“在多年的实践中，我们发现中国体育真正的‘痛点’领域是体育线上培训。”刘建宏表示，未来将致力于打造“线上培训+线上考试+线下考试=行业证书”的一站式互联网体育培训服务，满足不同受众的服务需求，助力体育教育尤其是幼儿体育教育的人才培养事业，打造中国体育的线上人才基地。

智慧化、数字化成餐饮消费发展方向

“新餐饮模式”新在哪

本报记者 吉蕾蕾

中国烹饪协会近日发布的数据显示，今年1月份至4月份，全国餐饮收入13925亿元，同比增长9.3%；限额以上单位餐饮收入2921亿元，同比增长7.1%；全国餐饮收入占到社会消费品零售总额的10.8%。中国烹饪协会会长姜俊贤表示，新形势下，餐饮行业持续在业态、产品、服务上创新，不断激活发展潜力，正由传统餐饮服务业向现代餐饮服务业转变。

如今，餐饮边界线越来越模糊，产业链向上下游延伸拓展、经营模式混搭、成品半成品标准化、食材加工产业化、新零售、共享餐厅迅速发展，特别是智慧餐厅、未来餐厅等的出现为消费者带来了日新月异的消费体验和服务。比如，近年来备受消费者欢迎的“超市+餐饮”就能提供一站式的在线购物体验。

“餐饮在线化是大势所趋，而且还在继续深入。”美团餐饮学院院长白秀峰分析说，典型的消费体验就是“提前点、到店吃”，不再需要到店排队、点菜，甚至排队付款开发票等，所有就餐环节都在线完成。

姜俊贤分析说，在互联网科技推动下，餐饮行业形成了多渠道并举、多资源并用的“新餐饮模式”。与此同时，一些地方特色餐饮的品牌效应和影响力日益提升，极大地推动了农业、食品加工、旅游文化等一系列相关产业发展。

行业观察

- 随着互联网技术进步和消费升级，餐饮行业持续在业态、产品、服务上创新，“新餐饮”模式逐渐兴起
- “新餐饮模式”，就是在互联网推动下，运用智能科技开展多渠道并举、多资源并用的新型服务模式。比如，线上点餐、到店即食，高科技产品代替人工，智慧餐厅、未来餐厅、无人餐厅逐渐普及
- 新技术、新体验、智慧化、数字化将成为未来餐饮消费发展的方向，移动化、自助化、智能化消费新体验也将成为餐饮业未来发展的重要领域

经济日报记者了解到，如今，从美食团购、外卖、外送，再到用高科技代替人工，包括迎宾机器人、服务机器人、智能炒菜机、刷脸支付，乃至无人餐厅，科技创新正在引领餐饮行业发展。2018年众多餐饮企业陆续登场亮相的智慧餐厅就是最好的例证。比如，老字号五芳斋联手阿里口碑APP，在杭州打造了旗下首家“无人智慧餐厅”；周黑鸭和微信共同打造的“智慧门店”亮相深圳，刷脸进门、点赞支付；京东旗下首家“未来餐厅”亮相天津，提供机器人服务及菜品制作。

姜俊贤表示，预计未来3年到5年，智能科技将大面积地渗透餐饮业，从而影响整个餐饮行业。因此，推动高质量发展、提质增效依然是当前餐饮行业改革发展的主题。

“2019年将是餐饮业、甚至是生活服务业领域数字化升级变革的重要一年。”姜俊贤分析说，随着5G时代如约而至，数字化技术将更有效地为行业赋能，餐饮行业处于由外延扩张型向内涵集约型转变、由规模速度型向质量效率型升级的过程中，需要从产品、技术、运营管理到支付、物流、数据、云计算等在内的全方位创新。换言之，新技术、新体验、智慧化、数字化将成为未来餐饮消费发展的重心，移动化、自助化、智能化消费新体验也将成为行业未来发展的重要领域。

值得注意的是，餐饮业要想实现高质量发展，还需要提升食品安全水平、注重营养健康、满足社区服务和多元化、定制化、个性化消费新需求。姜俊贤建议，餐饮企业要适应市场新需求、新变化，可以积极开拓团餐、老年餐饮、社区餐饮等市场，注重社区开店，以“小吃”“小喝”“小店”“小味”的亲民形象占领市场。

此外，要大力发展标准化食材的统一加工、规模化生产，培育大型连锁餐饮集团，提高餐饮产业的集约化供给能力；创建业态混搭的创新模式，结合便利店、商超等经营业态，以跨界经营的新零售模式，彰显出满足消费者便利生活理念的服务主张。

事实上，餐饮作为生活刚需，在我国的市场还有巨大发展空间。据中国烹饪协会预测，2019年餐饮业将继续发挥促进经济稳定健康发展的重要作用，预计全国餐饮收入将达到4.6万亿元左右。同时，在互联网、物流冷链技术的推动下，餐饮通过线上线下结合，将挖掘出新的增长点。

一周点睛

国内钢企业绩下滑

新闻回放：最近统计显示，钢企毛利从4月份的每吨700元左右降至目前的300元左右。同时，一季度上市钢企财务报告显示，国内上市钢铁企业一季度业绩遇冷，总体盈利大幅缩水，净利润同、环比均出现大幅下降。

点评：受巴西淡水河谷溃坝事故，以及澳洲铁矿石供应下降影响，上游主要原材料铁矿石价格的快速上涨是造成钢企效益下降的主要原因之一。同时，受环保督察和山西焦化行业整改影响，国内焦煤、焦炭价格也出现强势上行。总之，综合成本的不断攀升蚕食了钢企的利润。如果后续市场需求没有出现明显改善，那么二季度钢企交出的成绩单不会太理想。

空气净化器市场遇冷

新闻回放：奥维云网数据显示，2018年空气净化器市场规模116.7亿元，同比下滑28.0%，线上市场零售额同比下降25.7%，线下同比下滑33.4%。

点评：2015年，是空气净化器市场爆发的一年，短短4年时间，该行业整体发展已出现退潮现象。4年间，众多企业涌入市场，推动行业快速发展的同时，也造成了行业内的无序竞争。当前，空气净化器市场新增品牌越来越少，但产品质量不稳定、同质竞争、虚假宣传等问题却越来越多。随着消费者对空气净化器的需求逐渐回归理性，产品竞争越发激烈，一轮行业洗牌在所难免。

白酒业将建防伪追溯平台

新闻回放：全国白酒质量安全追溯体系建设试点工作启动会议于5月30日在四川省泸州市召开。会议决定，将加快推进全国白酒质量安全追溯体系建设，并加快建立和完善全国白酒业防伪追溯平台。

点评：质量安全事关行业发展。近年来，白酒产业快速发展，质量安全标准体系逐步健全，检验检测能力不断提高，全过程追溯体系正在逐步建立，白酒质量安全保障能力得到提升。但是，我国白酒质量安全工作也仍面临不少问题和挑战，劣酒、假酒时常对市场造成负面影响，威胁消费者健康。因此，通过制定及实施严格的标准，建设质量安全追溯体系等手段，将进一步保证白酒安全，确保消费者“舌尖上的安全”。

市场瞭望

探索农产品运输新模式

生鲜物流坐上高铁专列

本报记者 王轶辰

5月30日13时05分，烟台火车站G474次复兴号列车缓缓驶入站台，这是今年第一列“春果第一枝·高铁极速达樱桃专列”。中铁快运烟台站营业部员工迅速进入12号车厢，给座椅装配防护罩，在座椅间隙和快运专柜中有序码放装有樱桃的蓝色高铁集装袋。这节樱桃专车内都是北京市民网购的每盒5斤以下的小包装，近千个北京家庭第二天上午就能吃到新鲜的烟台大樱桃。

随着樱桃销售进入旺季，中铁快运、顺丰速运合资组建的中铁顺丰国际快运有限公司拓展“高铁极速达”服务，依托“复兴号”专用车厢及快运专柜为樱桃种植农户服务，提升农产品收益，保障樱桃高效、新鲜运输。

中铁快运济南分公司副总经理方颖告诉经济日报记者，此次山东樱桃季共推出“高铁极速达”樱桃专线19条，从济南、青岛、烟台等樱桃主产地出发，将山东优质的樱桃运送到北京、上海、广州等14个主要消费城市。方颖介绍，“高铁极速达”自2017年电商黄金周推出以来，目前服务范围已基本覆盖高铁列车能够到达的直辖市、省会城市以及部分省内二三线城市，为山东地区樱桃寄递打下了良好的基础。

樱桃高铁专列的上线，有效降低了物流运输成本，为小县城农特产品“走出去”提供了更多机会。顺丰速运鲁东区总经理袁亮表示，高铁运输具有独特的优势，其运输速度比传统的冷链干线快，车厢温度恒定适合樱桃的存放，安检和提货程序比专机简单。中国果品流通协会樱桃分会名誉会长杨杰表示，樱桃对运输速度要求极高，以往的空运无法满足需求，高铁网络如果能够充分利用起来，将能够极大促进樱桃产业的发展。

早在去年“双11”期间，中铁顺丰就尝试采用“高铁+生鲜”的创新模式，为丹东草莓、赣南脐橙、运城苹果等农特生鲜产品提供物流服务，在市场上取得了良好反响。截至目前，该模式已在生鲜、医药等多个领域实现较为广泛的应用。

“中铁顺丰结合双方在铁路网络和终端收派网络方面的优势，快速把生鲜农产品运到消费者的手中，搭建起农户和消费者之间的一座桥梁。”中铁顺丰国际快运有限公司副总经理彭征表示，今年中铁顺丰将携手各铁路局集团公司启动多个服务“三农”项目，为无锡水蜜桃、浙江杨梅、云南松茸等多地农产品提供由高铁运输衔接快速取派网络的“高铁极速达”服务，探索现代物流服务与生鲜农产品运输新模式，提升农产品物流服务品质，帮助更多地域的特色农产品走向市场。

本版编辑 王薇薇 李 景