



# 2021中国国际服务贸易交易会

## 文旅体育专题展魅力十足

本报记者 韩秉志

在2021年中国国际服务贸易交易会现场，体育服务和文旅服务专题展格外吸引眼球。本届服贸会首次将冬博会、体育文化融合展纳入体育服务专题，并将文化服务和旅游服务合并在文旅服务专题，集中展示新产品、新技术、新服务、新业态，全面立体展示了体育和文旅产业的活力、魅力和潜力。

### 体育服务贸易潜力大

“体育产业在我国经济结构中的作用愈发重要。”在2021年服贸会国际体育服务贸易发展论坛上，北京市体育局局长赵文表示，体育服务是体育产业的重中之重。本次体育服务专题展示内容全面覆盖体育服务9个大类，呈现“展示内容丰富多彩、供需服务机制完善、突出体育文化元素、助力冬季运动发展”四大亮点。

服贸会期间，值得买科技数据中心发布报告指出，今年上半年，多样的运动体验成为休闲娱乐热门选项。年轻消费群体更愿尝试小众奥运项目以展示个性，多元运动方式正从职业赛场走向大众日常。

“在国潮新时尚下，国产运动品牌用实力和颜值获得新增长与新突破。”北京值得买科技股份有限公司运营中心行业中台负责人张宇昂表示，通过提高自主科技在产品上的应用，国货运动品牌美誉度不断攀升，带动销售规模和市场占有率达到快速增长。

“2017年至2019年，我国主要体育服务贸易呈现稳步上涨态势。”国家体育总局发布的《中国体育服务贸易发展报告》指出，2020年受新冠肺炎疫情影响，以体育旅游等为代表的部分体育服务贸易领域遭受冲击，但危机中孕育先机，疫情所导致的一系列变化将为中国体育服务贸易发展带来难得机遇。

数据可以印证这一判断。本届服贸会举办的体育服务项目推介会，集中展示科技体育、智能健身、体旅融合、体卫融合等优秀体育项目。据统计，本届服贸会体育服务专题已签约项目14个，签约额总计111亿元，创历史新高。

### 冰雪产业更具科技范

随着2022年北京冬奥会和冬残奥会临近，“三亿人参与冰雪运动”战略不断推进，冰雪产业发展进入快车道，产业结构日渐清晰。

2021国际冬季运动(北京)博览会主论坛发布的《中国冰雪产业发展研究报告》显示，截至2019年底，我国冰雪产业规模达4235亿元，较2015年的2700亿元增长56.9%。预计到2025年，我国冰雪旅游人数将超5亿人次，冰雪旅游消费超1.1万亿元。

亚洲数据集团副总裁张莉指出，相比于受季节限制明显的室外滑雪场和滑冰场，室内滑雪场、滑雪模拟器和气膜冰场等成为当前冰雪消费新场景；冰雪产业与相关产业融合成为创新发展主流选择；线上场景和非接触式消费需求的增加，使冰雪产业与互联网、大数据、人工智能等技术结合更紧密；“智慧冰雪服务”“智能冰雪产品”等成为发展趋势。

借助科技化、智能化、多媒体展示手段，众多国内外知名冰雪企业在本届服贸会上精彩亮相。天冰重点展示了用于赛事造雪的炮式造雪机和用于冰上比赛场馆的ENGO浇冰车，并在现场搭建了真实飘雪场景。“滑雪人数日益增长，雪场建设投资逐年增加，反过来推动供应商不断发展壮大。”天冰滑雪设备有限公司中国营销总监吕胜明告诉记者。

北京奥康达展示的智能室内滑雪机则为人们带来了接近真实的滑雪体验。“室内滑雪机具有多种训练模式和训练场景，用户可以自行选择难度，有针对性地制定训练方案。”北京奥康达体育产业股份有限公司董事长助理兼营销中心总监杜威表示。

### 提升“时尚智造”话语权

作为本届服贸会8个专题展中最大的展区，文旅服务专题展集中展现了“文化+旅游”“文旅+教育”“文旅+商业”“文旅+科技”等领域融合发展新成就。观众可以现场亲身参与和体验京剧脸谱、造纸印刷、景泰蓝点蓝、制作香囊、捏陶制作等多项传统文化和技艺制作过程，感受中华优秀传统文化的魅力。

从中央电视塔出发，“飞越”北京CBD中央商务区、奥体中心、长城，快速掠过颐和园，再在空中“俯瞰”故宫、前门……仅仅几分钟，京城众多地标和景区的壮美景观一览无余。在文旅专题展区，很多观众都在排队体验“飞越北京”旅游项目。

“体验式旅游占比越来越高，深受广大游客特别是年轻人青睐。目前‘飞越北京’终端已经在中央电视塔、八达岭长城等景点投入使用。”北京奥飞文化传播有限公司总经理王海峰说。

用，未来将在更多景区应用。”北京尚羊文化科技发展有限公司招商经理娄宁说。

“5G+8K”、大数据、人工智能等科技应用，为文旅行业带来更多科技味儿。借助重量仅400余克的5G云VR沉浸式交互设备，观众可“穿越”至230年前的京剧盛世；开进展厅的“复兴号”，让观众在展馆里就能体验高铁驾驶感，欣赏京张体育文化旅游带的美丽风光；红色旅游景区VR全景虚拟导游，带领游客足不出户开启红色之旅。

位于首钢园3号场馆内的“公园礼物”同样人气爆棚。本届服贸会期间，北海公园在直播中介绍非遗宫廷刺绣技法和北海特色文创产品；中山公园带来了鲁迅、来今雨轩茶社的红色故事；10余种公园文创冰淇淋更是吸引观众驻足打卡“雪糕天团”。

“文旅新技术、新产品、新服务、新场景、新业态闪亮登场，从不同角度映射出‘科技赋能文旅、创意引领新生’主题。这些高颜值、高价值文创展演，正在通过新的时尚叙事，引领与带动相关地域、相关行业融合创新发展。”全球化智库副秘书长、研究员张伟表示，作为文明互鉴、国际交流的重要载体，我国文旅产品与服务融入更多绿色低碳、可持续发展理念，这将有助于进一步提升中国文旅“时尚智造”在全球文旅产业的话语权与影响力。



北京冬奥会在即，大众对冰雪运动、冰雪旅游的热情逐渐升温，冰雪产业正迎来黄金发展期。

不过，机遇虽好，亟待补齐的短板也很多。比如，冰雪运动、冰雪旅游具有鲜明的季节性特征，导致冰雪产业发展一年之中“冷热不均”；比如，冰雪产业的初级形态比较明显，人均场地设施不足、专业人才缺乏等等，这些都制约了冰雪产业进一步走向高质量发展。

当前，要克服冰雪产业发展面临的诸多制约因素，就要及时调整产业结构和经营理念，加快从以前单一的滑雪、看雪向更加多元化的方向转型。

由于地理气候等差异，目前国内比较好的室外场地往往局限于一地或者一个区域，难以实现全季运营，难以更好满足消费者的需求。室内雪场由此成为近年来产业发展新方向。在不少从业者看来，在南方投资雪场建设的成本巨大。不过从另一角度看，室内雪场不受季

节与天气变化的影响，这一点带来的经营稳定性及运营时长优势，在一定程度上可对冲

### 冰雪产业要告别

成全季运营模式，突破季节限制，还可以打造多业态多季节的衍生文旅产品。优质运动场地在一定程度上还可以助力冰雪运动推广普及。

除了经典项目以外，开拓青少年冬令营、冰雪赛事、冰雪音乐节等项目，升级消费场景，提升消费者的体验正成为拉动产业发展的“最优解”。不难看出，各个冰雪运动项目应从产品打造、生态构建、品牌传播、管理优化和强化保障等方面进行综合提升。

近年来，冰雪产业结构不断优化，利用AR/VR技术不仅改变了传统现实形式，大量的线上赛赛事应运而生。政府应及时给予政策扶持，促进企业持续挖掘。在B端，推动冰雪装备等产业快速发展。在C端，促进冰雪产业品牌不断“破圈”，通过运动社交更好地推广冬季运动。

随着冰雪产业不断发展，全国各地消费者的冰雪运动需求正在被激活。做好冰雪产业品质提升与区域协同并重，就可以打通产业发展新阶段的“任督二脉”，“带动三亿人参与冰雪运动”也将逐渐成为现实。

图① 2021年服贸会体育服务专题展区，观众通过VR（虚拟现实）技术体验越野滑雪的乐趣。  
本报记者 翟天雪摄

图② 2021年服贸会上，观众在文旅服务专题展区参观。  
本报记者 翟天雪摄

图③ 9月5日，参会者在服贸会首钢园区文旅服务展馆体验无线屏互动拍照。9月2日至7日，2021年中国国际服务贸易交易会在北京国家会议中心和首钢园区举行。参会者在各个展馆亲身体验视听娱乐、卫生健康等项目。  
新华社记者 任超摄



## 文创“网红”齐聚朝阳

本报记者 李佳霖

9月4日，2021年服贸会文旅服务专题展区北京市朝阳区展厅，首个国家级5G新媒体传播平台央视频、潮玩文创第一股泡泡玛特、智能影像“独角兽”企业影谱科技等一批文创领军企业，以及60余家国内外品牌文化企业，以线上线下相结合方式集中亮相。

目前，北京市朝阳区登记注册文化企业8.9万家，其中规上企业2358家，占全市42.8%，均居全市首位。今年上半年，朝阳区新增注册文化企业3617家，同比增长51.8%。全区规上文化企业实现收入1278.2亿元，同比增长21.2%。

在文化科技融合方面，影谱科技重点展示人工智能影像互动新技术，观众可现场进行沉浸式影像互动体验。人机智能交互品牌企业鲸世科技重点展示艺术品3D体验、沉浸式意念交互新技术；知识服务“独角兽”企业得到APP则全面

核心竞争力，助力北京建设全球数字经济标杆城市和国际消费中心城市。

近年来，朝阳区在全市率先出台文化产业融合发展示范园区管理办法和认定标准，首批认定了10家文化产业融合发展示范园区和10家文旅消费街区，鼓励园区打造书坊、小剧场、美术馆、体验馆等特色文化空间，举办创意市集、戏剧节、音乐节、文化沙龙等丰富多彩的文艺活动，繁荣发展夜间文化消费，有效更新城市空间和城市功能。比如，潘家园打造的文玩直播基地自2020年底运行至今，订单已突破400万单，交易总额突破6亿元。经过多年培育，751、郎园、潘家园、三里屯、北京音乐产业园等一批“网红”打卡地和文化消费商圈逐步形成，为朝阳区经济发展注入了新动力。

今年上半年，朝阳区文化体育娱乐业实现收入264.4亿元，同比增长45.5%。以文化与数字科技融合为主要特征的新型文化消费，逐渐成为朝阳区发展的新引擎。

