

从世界杯营销看中国企业转型

世界杯营销，中国企业从未缺席。不过，本届世界杯，中国企业的玩法变了——不再简单追求“刷脸”，而是更懂得“入局”。盘点下来，每个营销案例都如同一堂生动的营销课，见证中国企业从规模扩张向质量制胜的战略转型。

第一课：从“流量”走向“留量”。

世界杯流量池够大，品牌触达效率不可小觑。然而，巨额赞助费用能否顺畅转化为实际消费，并非一道必然成立的等式。过往几届赛事中，部分企业陷入“LOGO越大越好、广告越频越值”的营销误区，动辄上亿美元的赞助账单，最终能沉淀为多少用户“留量”，往往要打上一个问号。

本届世界杯营销呈现出清晰的分水岭。海信、蒙牛、联想等品牌依然选择坚守赞助商席位，借助顶级赛事强化品牌认知，换取海外市场的信任溢价和渠道议价能力。另一条赛道上，TCL、伊利、瑞幸等品牌则转向国家队赞助、球星代言、场景营销等轻量化模式。比如，瑞幸把目光投向“早上看球”这一独特的观赛场景。推出主题套餐、限定周边和即时配送服务，把深夜球赛转化为早餐时段消费动力。

这一课告诉我们，营销不是盲目“刷脸”，企业必须锚定自身市场定位和目标客群，精准布局。从“流量争夺”走向“留量经营”，才是成熟企业应有的理性姿态。

第二课：以文化共鸣激发品牌价值。

本届世界杯期间，泡泡玛特旗下IP Labubu亮相开幕式，成为一道独特的风景线。依托赛事文化场景，泡泡玛特以情绪价值撬动品牌溢价，让年轻消费群体在观赛之余自发分享、讨论，品牌传播顺势而为、水到渠成。

这一课的启示在于，企业营销要学会从抢占眼球转向占领心智。在全球竞争日趋激烈的今天，这种以文化为纽带的情感连接，正成为中国企业从价格竞争走向价值竞争、从产品输出走向品牌输出的突破口。

第三课：让硬核实力为品牌代言。

本届世界杯，最让人眼前一亮的变化，莫过于中国制造从场外助威走向场内裁判。

作为视频助理裁判(VAR)显示合作伙伴，海信将自研高端显示设备嵌入赛事核心判罚场景。从进球是否越位到禁区内是否犯规，裁判团队通过海信屏幕逐帧回放，反复确认，每一次判罚都意味着海信显示技术在承接全球最严苛专业场景的检验。联想则将产品嵌入赛事数据处理和转播系统，为组委会提供实时数据采集、分发和可视化支持。

这堂课告诉我们，只有产品与技术经得起检验，品牌溢价才有支撑。中国企业的技术能力参与定义顶级赛事的数据标准，这种

话语权的提升，比任何广告都更具有说服力。

从追逐流量到精准布局，从广告思维到技术、IP、场景多维价值赋能，本届世界杯见证的，不仅是中国企业在营销手法上的迭代升级，更是经营理念和战略思维的深刻蜕变。当然，营销投入的最终转化，不能仅靠赛事期间一蹴而就。配套传播是否跟进、产品落地是否扎实、渠道转化是否顺畅，这些因素缺一不可。让每一次亮相都沉淀为品牌长期竞争力，这既是世界杯营销带来的深刻启示，也是中国企业从“走出去”到“走上去”、从规模扩张迈向高质量发展的必由之路。



文体市场面面观

全方位扩容、全链条提质

农产品冷链物流迎升级关键期

中国经济网记者 高原 梁木

从田间地头新鲜采摘的果蔬生鲜，到千里之外城市居民的餐桌美食，农产品冷链物流是连接城乡产销、畅通国内大循环、激活乡村消费潜力的关键基础设施。近年来，我国农产品冷链物流行业告别粗放式规模扩张阶段，立足乡村振兴战略大局，聚焦链路补短板、业态多元化、运营数智化，加快行业结构性转型升级。

需求扩容

伴随着居民消费结构持续升级，大众生鲜消费需求从“有量供应”转向“优质新鲜”，加之高端商超扩张、社区团购兴起、预制菜产业快速发展，线上零售、即时配送普及，持续带动冷链物流市场需求。

数据显示，2025年全国农村网络零售额达3万亿元，农产品网络零售额突破7833.1亿元，同比分别增长6.7%、9.9%。农产品市场竞争从单纯价格竞争转向品质、保鲜度、物流时效的综合竞争，冷链物流成为农产品实现品牌溢价、提升市场附加值的关键支撑。

行业运营数据直观印证市场增长态势。据中国物流与采购联合会冷链专业委员会统计，2020年至2025年，我国食品冷链物流业务总需求从2.65亿吨增长至3.81亿吨，5年增幅达43.8%。

产业端新业态迭代，进一步拓宽冷链应用场景。云南特色鲜花、东北畜禽肉、南方应季果蔬等地域性特色农产品，高度依赖全程冷链实现跨区域流通；预制菜加工、农产品精深加工、乡村休闲文旅等新业态蓬勃发展，推动冷链功能从单一仓储运输向“冷链仓储+初加工+产地文旅”复合型场景延伸。

除市场自发需求拉动外，顶层设计持续赋能，筑牢行业长效发展根基。自“十四五”以来，中央一号文件连续5年聚焦产地冷链物流设施建设，明确部署农产品仓储保鲜冷链物流设施建设工程，引导冷链服务网络向农村延伸。截至2025年，全国已布局建设105个国家骨干冷链物流基地，覆盖31个省市区。2026年中央一号文件明确实施农村电商高质量发展工程，提出加强产地预冷、仓储保鲜、分拣加工等设施建设。北京大学乡村振兴研究院院长雷明表示，政策持续加码叠加市场需求升级，我国乡村冷链物流正式进入全方位扩容、全链条提质的关键发展期。



在拉萨西站铁路货场，龙门吊进行冷链集装箱装卸作业。新华社记者 巨增尼玛曲珠摄

尚存堵点

当前，我国农产品冷链物流仍存在城乡资源失衡、行业标准缺失、运营成本高等结构性短板，冷链断链、损耗偏高、低价内卷等问题依旧制约着行业高质量发展。

首先，城乡冷链布局失衡，产地“最先一公里”短板突出。京东物流调研数据显示，当前我国乡村地区冷链基础设施薄弱，田间地头预冷设备、小型分拣冷库、产地初加工配套设施缺口较大。多数农产品采摘后无法及时预冷，直接导致损耗率偏高。从区域分布看，销地冷库出现一定过剩，而产地冷库供给严重不足，县域及乡村冷链覆盖率偏低；冷链车辆难以直达田间，多次中转、反复装卸进一步加剧产品损耗，推高物流成本。

雷明建议，在果蔬、畜禽主产区推广田间预冷库和移动冷库，每个县域至少配套1座万吨级以上高标准冷链集配中心，推动邮政、快递网点增设冷藏柜。

据了解，自2020年起，农业农村部加大扶持县域冷链体系建设力度，支持家庭农场、农民合作社等建设产地预冷、移动冷库、集配中心等设施，逐步补齐产地冷链短板。

其次，农产品生产具有明显农忙、农闲周期，产销旺季冷链运力供不应求，淡季运力闲置浪费；不同生鲜品类温控标准、运输要求差异极大，企业拓展新品类业务需要定制专属冷链车辆与仓储设备，固定资产投资居高不下，抬高了企业常态化运营压力。

再次，行业标准体系不完善，无序竞争扰乱市场秩序。市场上中小物流企业违规改装车厢、私自扩容、低价竞争等

现象屡见不鲜

上海则一供应链管理有限公司运营副总裁叶柱透露，目前合规冷藏箱的标准体积约为83立方米，但市场上部分企业将其扩容至130立方米甚至180立方米，以此大幅压低单车价格。加之运力阶段性过剩，散户以低价接单，合规企业的利润空间被极度压缩。

还有部分企业为降低成本，运输途中关闭冷机，临近目的地再重启；个别企业采购不符合标准的设备，因设备运行不稳定造成途中“断链”，直接影响农产品保鲜效果。而且，行业尚未形成统一的温控、包装、溯源标准，不同企业、品类执行规范不一，私下违规操作隐蔽性强，监管难以全面覆盖。雷明认为，需加快完善生鲜预冷、差异化温控等细分标准，强化全程温度监测合规要求，以刚性监管推动行业规范发展。

创新驱动

直面多重挑战，国内冷链物流行业从服务模式、运输链路、数字技术三大维度创新突破，推动行业从要素驱动转向创新驱动。

针对云南鲜花、高原果蔬、冷冻畜禽等细分品类，冷链企业定制专属冷链车厢与温控系统，实现一类生鲜一套冷链方案。同时龙头企业加速自建闭环冷链体系，京东物流创新构建“全货机+高铁冷链+干线公路”多式联运立体网络，针对荔枝等短保鲜品，联动产地前置仓开展直达运输，最大限度压缩中转时长，保障生鲜的极致新鲜度。“我们搭建覆盖仓储、运



京东物流工作人员在冷链运输车辆内装卸樱桃生鲜包裹。(资料图片)

输、分拣、销售的自主冷链网络，依托全域库存调度系统，平衡全国供需差异，稳定生鲜供货品质。”吉林省长春皓月清真肉业股份有限公司战略发展总监李志飞介绍。

当前，数字化管控已覆盖农产品冷链全链条，田间移动冷藏仓集成智能温控、远程监控系统，采摘后即刻完成预冷保鲜；运输环节搭载实时温度采集设备，实现冷链链路全程可追溯。同时物流企业依托大数据算法，智能规划运输路线、精准匹配供需运力，有效降低车辆空驶率。自动分拣、智能仓储、无人值守冷库等智能化设备逐步普及，进一步减少人工干预误差，全面提升冷链运营效率。

“冷链物流行业高质量发展，核心是依托技术、模式、制度的创新，培育行业新质生产力。”雷明说，未来行业发展更要数字化、标准化、精细化改造，破解冷链断链、成本偏高、竞争无序等痛点。

随着国家冷链基础设施持续完善，行业标准不断统一、数字技术全面普及，未来农产品冷链物流将进一步打通产销堵点、补齐城乡链路差距，持续降低生鲜流通损耗，让更多优质乡土好物走向全国，助力乡村振兴与国内统一大市场建设双向赋能。

废弃厂区变身绿茵热土

本报记者 王金虎

夜幕降临，位于山东淄博市桓台县索镇街道的淄博0533足球公园内灯火通明，球场上两支足球队正在激烈对抗，场下呐喊声此起彼伏。这是淄博市“好运山东·八巨化工·商会杯”8人制足球联赛的第5个比赛日，当日8支来自各区县商会、本地企业的代表队轮番登场，把夏夜的球场氛围推到了顶点。

“过去，踢球想找一块带草皮又不伤脚踝的标准场地，得绕大半个淄博市。”淄博周村区青商球迷三关足球队球员王道

凯说：“当初听说桓台要把闲置多年的老热电厂改造成专业足球场，大家半信半疑。直到去年第一次来试踢，脚踩在国际足联FIFA认证的人工草皮上，所有人都很意外，没想到闲置老厂区能变成这么高标准的球场。”

王道凯所说的高标准球场，前身是索镇街道一处闲置10余年的热电厂旧址。2023年以来，当地以城市更新为抓手，探索出“政府搭台、社会资本唱戏、专业团队运营”的全新盘活模式，让沉寂多年的工业遗产“长出”连片绿茵。

改造之初，两大难题摆在面前：千万级别的建设资金从哪来？专业场地

的高标准施工谁来落地？如果走政府全额投资的老路，不仅土地收储成本高昂、缺乏专业团队，后续也极易陷入“建得起、养不起”的困境。索镇街道办事处副主任朱凯介绍，街道最终选择把主动权交给淄博籍职业球员出身的青训教练侯志强，由街道负责对接手续，协调水电接入与周边环境治理，把核心建设和运营权完全交给项目团队。

2025年，侯志强牵头成立零五三体育发展(淄博)有限公司，成为项目的建设运营主体。为破解资金难题，团队两头同步发力：一方面主动对接本地深耕多年的知名企业，讲解体育公园带动周边业态、激活城市闲置空间的长远价值，争取企业的认可与支持；另一方面联络了一批同样热爱足球的企业负责人，大家凭着对本土足球事业的情怀一拍即合。最终项目采用股份制经营的模式，一共吸引了15名志同道合的股东加入，前后累计募集到1800余万元建设资金，彻底解决了项目的资金缺口。

资金落地后，改造施工的难题又接踵而至：老旧热电厂的厂区内堆着不少遗留的废弃设备、建筑垃圾，部分地面沉降不平，完全达不到足球场的铺设标准。施工团队花了近1个月完成全厂区的清废整平，对原有地面重新做了硬化加固，避免后期草坪出现沉降变形；依托原有建筑结构做轻量化改造，低成本改造成办公室、更衣室、配套宿舍，既省下了大笔拆建成

本，又保留了老厂区的工业记忆。

整个改造工程从2025年3月正式启动，仅用3个月就完成了基础条件更成熟的两块高品质人工草坪球场建设，快速投入试运营；之后又陆续完成了土壤改良、排水系统搭建等精细工程，赶在2025年年底让两块对养护要求更高的天然草坪足球场顺利投用，原本沉寂多年的废旧厂区彻底变成了满是活力的绿茵场。

为了避开“建完就闲置”的运营误区，运营团队还搭建起了覆盖全年龄段的完整赛事体系。“运营至今，这里已经成功承接中国足协青少年邀请赛、淄博市城市联赛等8项高水平专业赛事，承办各类民间赛事950场次，吸引4.5万人次参与。”侯志强介绍。

如今的淄博0533足球公园，6块专业足球场整齐排布。球场边的2500平方米配套服务用房里，青训教室、运动康复室、球迷休息区一应俱全。外地队伍来参赛，同步拉动了住宿、餐饮、交通等消费，目前相关项目已带动周边餐饮、住宿等关联产业增收超800万元。

“我们用最小的改造成本，把沉睡的工业空间变成了全民共享的体育阵地。”桓台县县委常委、索镇街道党工委书记王帝说，下一步，淄博0533足球公园还将陆续增设篮球场、匹克球场等，给周边市民提供更多运动选择。同时，串联马踏湖国家湿地公园等本地文旅资源，推出“跟着赛事游桓台”特色线路，让这片从废弃厂区长出来的绿茵热土，持续释放民生红利和产业动能。

黄河为何每年

问：近日，黄河2026年主汛期前调水调沙正式启动。这也是自2002年实施以来，黄河开展的第33次调水调沙作业。为什么每年都要调水调沙？

答：水少沙多、水沙关系不协调，是黄河复杂难治的症结所在。黄土高原每年冲刷大量泥沙进入黄河，其中数亿吨泥沙淤积在下游河道。日积月累，河床不断抬高，形成危险的“地上悬河”。

多水库联合调度

今年的黄河调水调沙采用多水库联合调度模式，以万家寨、三门峡和小浪底水库调控为主，支流陆浑、故县、河口村水库进行配合。

作为黄河中下游防洪、水沙调控体系中的关键控制性工程，小浪底水利枢纽控制着黄河91.2%的径流量和近100%的输沙量。小浪底调水调沙，本质上就是人工制造“精准可控的生态洪峰”。

与2025年相比，本次调水调沙小浪底水利枢纽起调水位达252米，较2025

10亿立方米，水量相对丰沛，更有利于冲刷下游河道。

根据水利部黄河水利委员会调水调沙预案和数字孪生小浪底系统预演计算结果，本次调水调沙预计将持续21天左右，预计于7月12日前后结束水库调度，水库排沙将超1亿吨。

守护黄河安澜

每年小浪底调水调沙开始后，都会有很多网友慕名前去，一睹“黄河之水天上来”的喷沙奇观，预计7月6日左右能在小浪底水利枢纽看到这一景象。如果运气好的话，或许还能看到“双龙齐舞”的场景。

不过，这场年度“放水大秀”，从来都不是为了观景，而是为了守护黄河安澜的关键举措，兼具降低悬河风险、修复河道生态等功能。

目前，黄河已进入主汛期，此次调水调沙持续时间较长，河道流量大。水利部门将加强水文监测预报，强化水利工程联合调度，

在确保防洪安全基础上，充分发挥拦库迎汛、抗旱保灌保供、水库排沙、河道减淤、迎峰度夏、河口生态补水等综合效益。

(文/本报记者 吉蕾蕾)



更多报道 请扫二维码