

本刊聚焦·体育消费 Ben kan ju jiao

# 运动健身消费 火了

本报记者 王金晶



8月8日，随着东京奥运会落下帷幕，我们也迎来第十三个“全民健身日”。8月3日，国务院印发了《全民健身计划(2021—2025年)》，提出到2025年，全民健身公共服务体系更加完善，人民群众体育健身更加便利，健身热情进一步提高，带动全国体育产业总规模达到5万亿元。国民运动健身的消费热潮奔涌而来。

“您好，您的快递到了。”周末一早，山东日照市民李明就收到了自己网购的跑步装备，这次他更新了自己的跑鞋。而这已经是8月以来，李明第三次在网上下单购买运动健身配套产品了，李明说如今奥运同款、国产品牌已经成为全家人选购相关产品的最新标准。作为首批国家体育消费试点城市之一，日照市日前发布了《2020年度日照市居民体育消费调查分析报告》。经测算，2020年日照市居民人均体育消费为1941.06元，占人均可支配收入的6.8%，占人均消费支出的11.8%。日照只是全国运动健身消费日趋火爆的缩影。近期东京奥运会的举行再次推高了体育消费市场的热度。据京东大数据研究院最新发布的报告，2017年到2020年我国人均体育消费金额持续提升，2020年同比增长超3成。

## ■ 健身产品消费带动全产业链高效运转

据京东大数据显示，近一周，乒乓球拍成交额同比增长达59%，乒乓球发球机的成交额同比增长46%；羽毛球相关配件中羽毛球拍成交额同比增长56%，羽毛球包成交额同比增长35%……大众对基础体育消费品的需求，明显地向更加细分和更加专业的领域扩展，一些新型的体育健身用品成为热销的品类。京东大数据显示，腕力器、握力器、律动机等在2021年上半年都实现了爆发式增长。而大量细分类目的体育项目中，品类不断丰富，例如训练、防护、恢复等，消费者更加细分和专业的需求，也为相关体育产业带来了新的增量市场。北京市体育局联合京东运动从7月23日至8月11日开启了以“爱体育、爱生活”为主题的第二届8·8北京体育消费节，据了解，本次消费节分为“线上买”“线上订”“线上赛”“线上学”四大板块，京东运动在北京市场的成交额环比上涨了100%。并非只有京东，线上新零售平台“真快乐”也通过“全民健身日”等活动，持续提供运动器械、鞋靴、内衣、服饰等高质量运动装备；拼多多平台上，与奥运相关的

热门3C数码、健康饮食类商品在开售的12小时内即库存告急，尤其是国产运动品牌几乎全线“爆单”……运动健身产品的热销，不仅源于全民健身氛围的日益浓郁，与商家不断开发优质运动产品满足市场需求也不无关系。在东京奥运会上，国产运动装备不时闪亮观众的眼球，打破奥运会纪录夺金的举重选手吕小军，他脚上极具个性的金色战靴也引起了大家的注意。据介绍，这双鞋并非普通运动鞋，而是安踏研发的吨位级举重鞋——“吨位鞋”，它采用超耐磨纤维，能承受超14个成人的重量，且能吸收足跟冲击力，降低运动员受伤的可能性。除此之外，安踏的摔跤比赛服采用了防抓科技；摔跤比赛鞋采用了口袋式绑带设计，防止鞋带松脱；体操、蹦床比赛服采用了3D立体剪裁，避免高强度空中动作受风阻影响……安踏集团执行董事、专业运动品牌群CEO吴永华表示，相关运动科技成果，安踏也将陆续应用于大众运动装备。“安踏将持续以奥运品质赋能大众产品。”

仅就产品研发和销售而言，中国制造在国内国际市场的占有率越来越高。在东京奥运会上我们不仅看到了亿健的动感单车、红双喜的乒乓球，还有来自泰山体育的柔道场地以及公路自行车赛的自行车……在产品背后，户外运动产业带浙江金华、运动鞋服产业带福建晋江等再次走入人们的视野。业内人士表示，运动健身行业上游主要包括健身器材、教练培训与课程研发，主要是为健身行业提供硬件设备、人员和内容等资源；健身行业中游主要是线下健身中心、O2O服务平台和健身App，覆盖线上线下健身场景，为健身群体提供多元化服务；健身行业下游主要包括健身食品补给、运动鞋服、智能可穿戴设备等运动周边服务，以及信息查询、社交平台和数据管理等服务。运动健身产业链正在被新材料、新技术、新场景重新定义。

## ■ 健身服务消费持续提档升级

体育消费的结构正在不断优化，一是，消费者对于新型体育运动的消费需求

增强。京东大数据显示，2021年上半年，消费金额增长最快的运动是冰上、滑雪和游泳、户外运动；二是，以各类体育培训、赛事报名和场馆预订等为代表的体育服务消费也迅猛增长。安徽省青年徽商会党支部书记、智跑体育发展有限公司董事长臧宇曾是专业运动员，因而对体育产业有着特殊的情感。他在接受记者采访时说：“这个产业被时代赋予了新的机遇，体育消费也被激发了出来，尽管受到新冠肺炎疫情影响，但可以预见形势一片大好。”他同时提到，不久前，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》，而对于体育培训、体育教育，国家是给予大力支持与鼓励的。对于新蓝海，体育行业从业者是积极的、乐观的。

北京子人健康科技有限公司CEO、子人健身创始人林子人从业10多年，也感受到了近年来健身消费领域的变化。他表示，随着社会的发展，健身已越来越成为一种流行的减压和维持身体健康的方式，从健身概念的萌芽，到运动观念养成，再到对健身服务需求的不断上升，国内的健身环境已经在不断优化。林子人从专业角度看，健身需求中最为热门的减脂当然是以拉高体能消耗极限为主要目标的综合性训练更为有效；但是由于大众体育素质水平较低，无论是心理上还是身体素质上对高强度综合性训练的抵触，导致真正对减脂有效的高强度综合性训练难以推广。为了尝试新的健身服务方法，林子人于6年前在北京开设了一家以高强度综合性训练为主的健身工作室。“从一开始大众难以接受、客户群以职业运动员、高水平健身爱好者为主，到现在逐渐被大众所接受，营业额逐年递增；说明大众对健身的认知在逐渐开放和深入，对高强度综合性训练的接受能力在提高，并且类似的工作室的数量也在逐渐增加。”确实，人们对于运动健身消费的需求是多元的，正是基于时间、地点、健身方式的灵活性，2015年成立于杭州的互联网健身平台乐刻运动，用“7×24小时”“月付

制”“智能化”“全程无推销”等规则重新定义了小型健身房模式。而这种新模式也给予了私教从业者新的拓展空间，乐刻四星教练、北京十里河店明星教练石津子告诉记者，相对于传统健身房而言，签约乐刻运动的私教不需要打卡上班，时间自由，有课就来上课，没课的时间不必在店里，可以自由锻炼。据她观察，在乐刻健身房每天会看到四个人流量的高峰期，早、中、晚、午夜；而当下会员越来越年轻化，她服务的会员大部分都是20出头，没什么健身经验的“小白”，之所以坚持健身是为了有更好的身体状态以应对快节奏的工作和生活。对于运动健身行业的从业者，其服务业态也在不断拓展，臧宇的企业就从体育赛事的策划执行、青少年的体能培训，延伸到现在的数字体育产业园运营等方面。与此同时，在消费领域，体育旅游也正成为新时尚。据中国旅游研究院和马蜂窝旅游联合发布的《中国体育旅游消费大数据报告(2021)》指出，体育旅游成为健康中国战略的示范产业，体育旅游大众化时代来临。数据显示，2021上半年“体育旅游”搜索热度较上年同期增长115%。阿里巴巴集团区域研究中心主任宋逸群认为，体育产业已经成为拉动消费增长的动能之一，研究结果表明：体育消费力与体育产品之间呈现正相关的关系，体育消费力越高，体育产品的消费越多。居民在体育消费方面每增加1%，相应的GDP就能够有0.5%的增长。她同时认为，体育产业市场化与数字化亟待提升：数据化水平低，平台“孤岛化”，市场化运营能力弱，线上线下不联动，消费需求需进一步升级等问题有待解决。南京财经大学教授、现代服务业智库首席专家张为付认为，国内经济发展已经到了追求体育消费和健康消费的阶段，特别是疫情冲击下，人们更注重身体健康和体育锻炼。另一方面，国内体育消费领域已形成完整产业链；相关企业要不断推出更多“新”产品、“新”服务，满足消费者不断变化的需求，培育新的消费增长点，增加自身竞争力，让消费热潮持续“热”下去。

细胞生态护眼水，学名叫磁共振护眼水，原理就是通过电磁共振物理技术方式，创造的一种具有抑制和清除自由基，特别是抑制和清除羟自由基功能作用的负离子水。通俗地讲，就是电磁能量通过共振传递于水分子与氢氧原子，影响和干预其电子的运动和序列，以新的方式排列组合，形成新的有序规范结构水体。”易乾东多年的研究，得到了权威机构的认可。中科院上海生命研究院《抑制自由基功能的研究报告》对这种技术探索予以充分肯定。此外，经中国食品药品检定研究院鉴定证实，产品在角膜、巩膜、结膜的细胞毒性、过敏性、眼刺激性、全身毒性、皮肤刺激等均为高度安全。科技创新不易，成果保护也让他大费脑筋。“公司多年创新过程中，比较突出的障碍就是知识产权保护局限性和伪科技产品充斥市场，如有不良心思的企业打着科技旗号和概念，肆意炒作，混淆是非，使消费者分不清，最终让消费者带来安全隐患。”易乾东没有明言的还有一个隐痛：自己公司的产品经常被恶意模仿，甚至直接全盘抄袭。作为一名科技型企业的创业、创新者，易乾东希望借助本报呼吁，对民营科技型企业的发展，在资金资本支持政策方面，可以采取打造适合初创型、中小型科技企业资本市场的方法，推动其快速发展。一谈起技术，易乾东的思路立即打开了。“疾病及衰老的根源是细胞受损，细胞受损则来自有害自由基的侵蚀和攻击，催生细胞变异或过早死亡。我们的细

# 协作机器人能干的活儿真不少

本报记者 孙琳

人工智能作为数字经济的重要助推器，不仅能带来生产效率的提升，还会催生新的产品与模式，推动整个产业链的重构。其中，作为机器人产业中冉冉升起的新星——协作机器人，由于实现了人类与机器人真正意义上的协同工作，正在发挥越来越大的作用与价值。“协作机器人是一种被设计成能与人类在共同工作空间中进行近距离互动的机器人，由于其具有易用性、灵活性、安全性、共融性的特点，从诞生至今，已从一个概念性产品进化到战略性产品，应用场景横跨工业与商业服务领域，从大企业向中小企业普及，并有更大规模应用的趋势。”节卡机器人副总裁常莉在接受记者采访时表示。随着数字化转型深入推进，个性化定制的柔性生产线开始成为智能制造的标配，协作机器人更是成了柔性产线的核心单元。“如在精密制造行业，协作机器人可以进行精密配件的抛光、打磨、上下料、装配等各种工艺应用。”常莉举例说。JAKA Zu 3机器人是节卡研发的一款协作机器人，常莉告诉记者，某企业在应用了这款协作机器人后，相较于以前的产线流程，提高了工人

## ■ 线资讯 Yi xian zi xun

### 厦门：多式联运“一单制”改革启动

本报讯(记者 照宁)8月9日，在由中国(福建)自由贸易试验区厦门片区管理委员会主办的厦门市多式联运“一单制”提单首发仪式上，厦门外代国际货运有限公司签发了福建省首份多式联运“一单制”提单，这标志着厦门多式联运“一单制”改革创新正式启动。多式联运是指水路、公路、铁路和航空交通工具相互衔接转运的运输模式。多式联运“一单制”是指“一次委托、一次付费、一单到底”的全程管控服务。近年来，厦门自贸片区积极发挥窗口引领作用，以多式联运推动“海丝”“陆丝”无缝对接。在市委、市政府的大力支持下，厦门自贸片区管委会牵头组织厦门港口局、市交通运输局、厦门海关等单位，针对厦门多式联运业务中不同运输方式间换单手续烦琐、中小微进出口企业融资难、运输数据缺乏共享等短板，积极探索多式联运“一单制”试点工作，着力实现全程管控服务，进一步提升多式联运服务水平。

### 温州：服装业有了首个团体标准

本报讯(记者 吴志红)8月3日，温州市市场监督管理局、市标准化科学研究院召开“温州市《男西服高级定制规范》团体标准”新闻发布会。据悉，该标准是温州服装行业发布的首个团体标准，标准的发布为温州服装产业健康有序发展提供了技术支撑，也在浙江乃至全国范围内树立起服装时尚定制新标杆。据温州市标准化科学研究院相关负责人介绍，服装定制能满足消费者日益变化的个性化需求，是未来服装行业的新趋势。温州现有300多家定制服装企业，产业规模达到100亿元。虽然温州定制产业非常发达，但目前国内缺乏系统性的标准来规范和指导该行业的发展，更缺乏适合温州男装特点的相关标准，这也限制了服装定制产业的进一步发展。而团体标准最能体

工作的安全性，还帮助企业每年节省2800小时，一年可减少16个操作工的人力成本，达到降本增效的需求。协作机器人已开始普及到更多领域。在3C电子行业，由于产品种类多、迭代速度快等特性，更适合使用小巧轻便、轻量易部署的协作机器人实现柔性生产。伴随着人工智能的成熟发展，协作机器人智能化程度得到不断提高。经过多年探索落地，目前国内协作机器人通过深度融合视觉、听觉、语音识别等，已经在AI+工业、AI+商业、AI+教育、AI+物流、AI+医疗等领域实现了更多场景的应用落地。有关数据显示，预计到2023年，国内协作机器人销量将达2.65万台，市场规模将突破27.1亿元。而另据《2020协作机器人产业蓝皮书》中指出，随着协作机器人技术的不断进步，易用性、安全性和智能性有望获得提升，届时协作机器人在各领域的边界将日趋模糊。对此，常莉预见，协作机器人未来将成为智能制造、无人化商业、智慧城市等多个领域的“智能助手”，赋能各个行业，助力经济社会高质量发展。

首发仪式上，中国工商银行股份有限公司厦门自贸试验区分行与厦门外代国际货运有限公司进行“一单制”银企合作签约，未来将突破传统信贷模式，赋予多式联运提单物权凭证功能，助推“一单制”业务高质量发展。据悉，实施多式联运“一单制”改革将有力推动物流数据信息共享和单证标准化，探索利用多式联运提单物权凭证功能开展信用证结算和融资抵押等业务，解决中小微进出口企业融资难题；有利于加快贸易流通速度，提升供应链的稳定性和竞争力，为实施启运退税政策打下单证、货物流转的基础，对促进厦门港口型国家物流枢纽和国际航运中心建设，及与台湾地区、“海丝”沿线港口物流标准互联互通具有重大意义。此外，近期厦门自贸片区还将针对多式联运“一单制”出台试点工作意见，同时推动多式联运提单物权凭证功能在贸易信用证结算、融资贷款等方面的应用，吸引更多货物向厦门集聚。

现市场变化和行业特点，未来将成为行业内应用最广泛、行业地位最高的标准。为此，温州市标准化科学研究院联合温州市服装商会共同组织牵头，邀请报喜鸟、乔治白、庄吉、百先得、雪歌等多家单位的服装定制专家共同进行标准评审并制定出台了首个具有温州特色的服装定制类团体标准——《男西服高级定制规范》。该团体标准从基本要求、定制需求沟通、设计与生产、检验、交付与确认和售后服务等方面，对男西服高级定制作了规定，对定制场所的选择、人员配备、需求的沟通交流、量体、生产加工、试样、交付及售后等定制服务的全过程进行规范。该标准的发布将助推温州服装定制产业的发展，弥补温州服装时尚定制标准化领域的空白。

### 东方集团植物蛋白肉生产线落成

本报讯(记者 刘艳)7月30日，全联农业产业商会副会长单位东方集团股份有限公司旗下全资子公司哈尔滨福肴食品有限公司(简称“福肴公司”)年产5000吨高水分植物蛋白肉项目建成，标志着中国企业自主研发的高水分植物蛋白肉生产线正式落成，福肴公司也成为中国全产业链高水分植物蛋白肉解决方案供应商。福肴公司是国内最早开始进行高水分植物蛋白肉研究应用的企业，采用双螺杆高水分挤出技术，对植物蛋白进行加工调理，使其质地、风味接近动物肉的形态、口感，利用独有的高水分基材特点，开发出零胆固醇、低脂肪、高蛋白的高水分植物蛋白肉产品。

福肴公司所生产的高水分植物蛋白肉产品，以黑龙江寒地黑土生长出来的绿色非转基因大豆、玉米、富硒稻米、野生蘑菇等优质农产品为主要原材料。所申报的“高水分植物肉”项目，已入选2021年黑龙江省重大科技成果转化项目，是17个项目里唯一一个食品项目。在国家政策的大力支持下，在健康饮食和营养均衡的倡导下，福肴公司高水分植物蛋白肉生产作为食品深加工的标杆项目，有望拥有快速发展的良好环境和规模巨大的市场空间；随着植物蛋白肉的销量不断攀升，当地农产品需求量也将显著增加，福肴公司有望带动农产品上游的农业增效和农民增收。

## ■ 界观察 Ye jie guan cha

# 一滴水里的黑科技

本报记者 杨朝英

近日，中办国办印发《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》，引起全民关注。《意见》提出，坚持学生为本、回应关切，遵循教育规律，着眼学生身心健康成长，保障学生休息权利，整体提升学校教育教学质量。“学生是祖国的未来。为学生学习成长提供舒适的环境和条件，不仅需要党和国家的规范引导，也需要社会各界付出艰辛的努力。科技界自然责无旁贷。”长期关注教育和学生成长的绵阳天一世纪生物水业有限公司董事长易乾东在接受采访时说。他创业的主要方向，就是要解决青少年眼健康这个社会痛点。直白地讲，就是通过科技手段不断提高细胞生态护眼水的功效，以缓解青少年近视问题。一滴水，看似普通，内中却大有乾坤。

## 坚持 来自于使命感

虽然国家高度重视防控儿童青少年近视，但儿童青少年近视高发的态势依然明显。从2021年第26个“爱眼日”国家

卫健委组织的近视防控研讨会上获悉，我国中小学青少年的近视率已达到了53.6%，近视将成为这个时代的流行性疾病，已成为影响我国国民，尤其是儿童、青少年眼健康的重大公共卫生问题。为此，中央提出，我国学生近视呈现高发、低龄化趋势，严重影响孩子们的身心健康，这是一个关系国家和民族未来的大问题，必须高度重视，不能任其发展。预防是最经济最有效的健康策略。“立足更精准更有效地防，优化完善疾病预防控制机构职能设置，创新医防协同机制”成为重要路径。“中华传统文化讲究防患于未然。预防胜过最好的治疗。”易乾东说，20多年前，自己就已经意识到这个问题的严峻，并且逐渐把精力放在近视防控上。比如，绵阳天一世纪生物水业有限公司、上海易芊锦科技有限公司联合创建的乡村振兴“近视防控”光明工程，就是创新医防协同机制的有益探索。项目通过开展培训乡村、社区、学校近视防控知识和技能，并提供应用手段，培养造就一大批近视防控的宣传队和践行者，在乡村和社区、学校开展近视防控

科学知识普及与宣讲，同时应用所学习的近视防控措施为乡村儿童青少年服务，促进中央提出的“全社会都要行动起来，共同呵护好孩子的眼睛，让他们拥有一个光明的未来”的思想落地。

## 前行 源于科技助力

这里就不得不提一下易乾东研发的“黑科技”细胞生态护眼水了。与传统使用不同剂量阿托品的方案不同，从本质上来讲，细胞生态护眼水并不是药水。“但我们的研发和生产体系，并不比药厂的差。这也正是我们能长期发展的技术保障。”易乾东对此很有自信。他的依据是，眼睛是人体含水最多的器官之一，绝大部分眼疾都是脱水性氧化自由基损伤细胞所致。所以，解救眼睛健康的根本是抑制脱水性氧化自由基损伤。一谈起技术，易乾东的思路立即打开了。“疾病及衰老的根源是细胞受损，细胞受损则来自有害自由基的侵蚀和攻击，催生细胞变异或过早死亡。我们的细