

## 2025 数博会展出新产品新技术新方案千余项

据新华社报道,由国家数据局主办、贵州省人民政府承办的2025中国国际大数据产业博览会8月30日落幕,共展出新产品、新技术、新方案1300余项,观展人数达9.1万人次。

本届数博会以“数聚产业动能 智启发展新篇”为主题,展现数据要素与人工智能技术融合的最新成果,吸引1.6万余名嘉宾注册参会,375家中外企业参展。

具身智能机器人带来精彩展演、数字人与嘉宾实时互动……在“2025数博会·DATA之夜”活动上,嘉宾沉浸式探讨数据与具身智能产业融合创新的发展路径。

记者了解到,今年有不少企业是首次参展,比如杭州趣链科技有限公司就重点展示了其在数据要素市场化领域的的能力。“我们使用区块链、隐私保护计算等技术,将创新服务融入数字金融、医保、智慧城市等场景中。”公司董事长李伟说,未来他们将持续以数字技术赋能城市治理与产业转型。

一系列新产品、新技术、新方案相继亮相。此次浪潮云洲工业互联网有限公司发布了“行业可信数据空间服务平台”,可助力跨区域、跨行业、跨机构的数据安全可信流通与开发利用。

除举办专业展览外,2025数博会还开展了26场交流活动,分享前沿理论和创新实践,多场行业赛事、供需对接、商贸洽谈也同步进行,促成了一批项目签约。

自2015年举办以来,数博会秉持“全球视野、国家战略、产业视角、企业立场”的办会理念,不断深化内涵、丰富内容、创新形式,已成为我国数据领域引领创新趋势、展示行业成果、促进开放合作的国际性平台。

(向定杰)



## 2025 山西·怀仁羔羊肉交易大会圆满收官 意向签约金额达58.1亿元

本报讯 8月30日,为期3天的2025山西·怀仁羔羊肉交易大会圆满收官。在怀仁市会展中心一楼生态会议室召开的项目推介产销签约大会上,这场羊产业盛会交出了一份亮眼的成绩单:现场签订12个意向采购协议,意向金额共计26.45亿元,场外意向签约总金额31.65亿元,达成意向签约金额58.1亿元。这份成绩单再次彰显了怀仁羔羊肉产业的强大影响力与发展潜力。

本届交易大会以“品牌赋能产业 产业助力兴农”为主题,吸引了来自全国各地的325家企业参展,涵盖种羊、饲料、兽药、精深加工、预制菜、智慧牧场装备等羊产业全品类。现场展览展示区面积达2万平方米,热闹非凡,各参展企业纷纷拿出看家产品与技术,充分展示了羊产业的创新成果与发展趋势。

大会期间,不仅有琳琅满目的产品展示,还同期举办了多场高规格的行业论坛与对接活动。在羔羊养殖金融政策宣讲暨政银企对接会上,多家金融机构现场为企业、创业者解答信贷和保险服务的疑问;多部门现场受理创业补贴申请预审、登记青年创业需求。在专



项展示推介活动暨新品发布会上,行业精英与企业代表齐聚一堂,分享养殖技术干货,交流行业发展方向。在项目推介产销签约大会上,怀仁市政府与北京福来时代品牌咨询有限公司关于品牌建设的项目意向签约,聚焦

区域公共品牌打造,通过专业策划提升怀仁羔羊肉、陶瓷等特色产品知名度,助力地方产业升级;怀仁市农业农村局与云耕江通(山西)科技有限公司关于农文旅的项目意向签约,合作开发农文旅融合项目,整合农业资

源,打造MBO国际港·怀仁国际农文旅交易中心,推动山西农特产品出口,拓展海外市场促增收。

除了商务活动,大会还特别设置了一系列充满地方特色的互动体验活动,“羊杂品鉴活动”“‘怀仁味道’短视频展播”、地方稀有剧种演出、音乐喷泉及无人机表演等活动,让现场的市民和游客大饱口福、大饱眼福,沉浸式感受怀仁羔羊肉文化的独特魅力,也让更多人了解到怀仁羔羊肉从牧场到餐桌的全产业链品质保障。

怀仁市委副书记、市长王国文表示,未来,将以羔羊肉交易大会为契机,持续优化羊产业发展环境,加强科技创新与品牌建设,推动羊产业全链条升级,助力乡村振兴。同时,希望更多企业家关注怀仁、加盟怀仁、投资怀仁,携手合作,共同进一步提升“怀仁羔羊肉”的品牌知名度与市场竞争力,推动怀仁羊产业向着更高质量、更具影响力的方向迈进。

签约会上,怀仁市商务局负责人作了主旨推介,与会企业代表相继发言。

(王荣 王晓雨)

## 创新业态场景 探索多元发展 ——体育用品制造业向服务业转型拓展观察

■ 新华社记者 刘勇

从马拉松赛事运营到AI智能健身房,从跑步俱乐部的专业服务到体育综合体的全新体验——近年来,国内体育用品制造企业纷纷开启转型探索。

国家体育总局发布的《“十四五”体育发展规划》鼓励体育用品企业研发家庭化、智能化运动装备器材,加快体育用品制造业向服务业延伸。2025年政府工作报告提出,深化先进制造业和现代服务业融合发展试点,加快发展服务型制造。

借助政策东风,一批体育用品制造企业正跳出“重生产、轻服务”的传统路径,创新新业态和应用场景,推动制造与服务深度融合,构建新型产业发展格局。

## 转型: 从制造产品到拓展消费场景

随着体育产业持续发展,不同类型的体育企业正沿着不同路径探索转型。“公司每一次转型,都与时代发展和市场需求紧密相连。”天翔体育董事长郑剑强说。

2001年,为响应福州市城市发展战略,天翔体育到当时基础设施尚不完善的仓山区投资建厂,为法国运动品牌迪卡侬代工。2015年是公司转型的关键时期:一方面,公司借区域功能转型之机迁建新厂,并将原厂房改造为体育文创园,吸引多家体育培训和健身机

构入驻;另一方面,公司开始承接多个马拉松赛事的运营,通过赛事提升了品牌知名度。

郑剑强介绍,2023年公司投资5.1亿元开建的智慧体育综合体——天翔悦动城,预计今年年底竣工。“天翔悦动城除商圈配套外,大部分体育项目将由公司自营。”郑剑强说,“这是一种区别于传统商业综合体的新型体育服务模式,以市民健身休闲为核心,体育项目引流,商业配套服务体育,打造全新消费场景和体验。”

全民健身热潮带来健身需求快速增长,为企业创造了新的市场机遇。特步在厦门知名的海岸跑步线路——环东浪漫线开设了一家跑步俱乐部。据介绍,这里不仅提供存包、洗浴、训练、配速挑战赛等免费服务,还提供身体机能专业评估等付费服务,使产品销售成为服务的延伸。

“特步跑步俱乐部是服务前移,更加贴近消费者,增强消费者对特步品牌的认可度和粘性。”特步集团总裁助理齐冰说。

齐冰介绍,特步于2016年在北京奥林匹克森林公园落地首家跑步俱乐部,打破了传统专卖店模式,将门店选址在热门跑步线路而非商圈,以服务跑者为核心。如今俱乐部已拓展至长沙、合肥、南京等多个城市。截至目前,特步在全国累计落地77家跑步俱乐部,依托“特跑族”平台链接超230万会员,每年举办超2000场跑步活动比赛,为跑友搭建了

交流聚集地。

以制造销售健身器材起家的舒华体育,自2022年开始布局自有品牌的健身连锁门店——舒华健身,目前已在20多个城市通过直营和加盟方式开设60多家门店,将自有品牌健身器材直接铺设到门店,同步提供健身服务、器械销售和企业服务。

舒华健身副总经理张奇伟表示,发展服务业减少了对单一业务的依赖,分散了经营风险,也有助于提升品牌影响力。舒华健身的业务模型持续迭代,近期还将推出AI健身房,通过AI技术与健身场景融合,实现从测试、评估、指导到效果反馈的全链条智能化闭环。

张奇伟指出:“单纯依靠硬件销售的盈利模式面临增长瓶颈,拓展服务业是公司寻求新增长点、同时也是根据未来市场趋势做出的必然选择。”

## 目标: 从“依赖”到“共生”

中国体育用品产业协会副会长、集美大学教授郑志强表示,面对国内竞争白热化、外部挑战加剧以及传统市场趋于饱和等形势,体育用品制造企业正加速向服务业延伸。服务型制造能够在全产业链中嵌入服务环节,拓展利润空间,其定制化和知识密集型特征有

助于企业摆脱同质化竞争,实现高质量发展。

然而,记者调研发现,当前体育用品制造企业在转型过程中“制造养服务”“商业养体育”等依赖模式较为普遍,服务业与制造业共生的良性格局尚未成熟。

郑剑强坦言,体育综合体如果没有商圈配套,单纯依靠体育教培、场馆运营等难以收回成本。但随着全民健身逐渐成为消费刚需,“体育+商业”的模式有望打通营收路径,实现良性循环。

张奇伟介绍说,2024年舒华实现营业收入14.17亿元,其中健身房服务板块占比较低。齐冰表示,目前特步跑步俱乐部提供的服务多为免费服务,尚未形成独立盈利模式。他认为,未来需要通过组建专业团队,创新消费场景,探索新的商业模式。

当前体育企业在服务转型中仍面临多重瓶颈,包括服务业价值被低估、企业重生产轻服务、消费者认可度较低、人才支撑薄弱等。郑志强建议,政府应加大政策支持力度,通过财政补贴、税收优惠、专项资金等方式,鼓励企业与上下游协同发展,优化营商环境,规范市场秩序。同时,加快“互联网+”、大数据等基础设施建设,完善制造业综合服务网络,为企业转型提供技术和数据支撑。企业自身也需注重客户体验、服务质量和供应链管理能力的提升。

(转自新华网)

## 从篮球场到购物车 ——“浙BA”赛事经济观察

■ 夏亮 彭嵩涵

“诸暨王中王,杭州来称王”“潮涌钱塘吞越甲,浇灭暨阳砸惯卡”……场馆内,球迷们为各自家乡球队摇旗呐喊;场馆外,包含互动体验、美食摊位、文创展台的“浙BA·浙里潮集”同样热闹非凡。

经历近一个月的“百县大战”后,浙江省城市篮球联赛(简称“浙BA”)城市争霸赛8月15日晚在杭州奥体中心体育馆拉开序幕,从预选赛脱颖而出的22支球队将展开新一轮的较量。这个夏天,这项覆盖浙江11个地市、90个区县市的全民赛事,点燃了浙江球迷的篮球热情,也为消费市场注入了活力。

## 小球票撬动大消费

作为一项群众体育赛事,“浙BA”票价亲民,最高不超过30元,旨在让更多民众走进赛场,感受篮球赛事的魅力。然而,观赛只是这张球票的功能之一。

在温州,一张“浙BA”球票同时也是“旅游通行证”,球迷凭票可在7天内免费畅游雁荡山、江心屿等28个核心景区,享受楠溪江漂流等12个项目的专属优惠。在丽水市莲都区,观众拥有了最高28元的“浙BA”门票,便等于获得了一张“一票通”大礼包:一张球票联动赛事现场市集消费券,以及几十家本土餐饮店和民宿的专属折扣。舟山市则推出了“凭票根赠盲盒”特色互动活动,吸引球迷游客畅享“看球+抽奖+消费”的一体化体验。

“这相当于把球票升级为‘旅游通行证’。”浙江师范大学体育与健康科学学院院长李启迪说,用这张小小票根,打通旅游、餐饮、住宿、购物、交通全链条,让“看一场球,游一座城,品一方味”成为现实,推动赛事流量高效转化为实际消费力。



通过消费券、文旅套餐、场景创新等差异化策略,“浙BA”成为全域经济联动的纽带。事实证明,小球票,有大能量。浙江省体育局数据显示,第一阶段“浙BA”共举办预选赛250场,累计观赛人数达到77.88万人次,赛事带动文旅商旅综合消费6.03亿元,门票收入576.36万元。

## 文体旅商融合的实践

当夜幕降临,赛场内的助威声与赛场外的叫卖声交织成独特的城市交响曲。

在温州市体育中心外的“篮街福”市集上,29个后备箱摊位升腾着烧烤烟火气,瓯绣、米

塑等非非遗技艺展示穿插其间。平阳赛场的“供富大篷车”汇集了怀溪番鸭等20余种当地小吃,球迷扫码就能将这些特产直邮到家。“看场比赛顺便把特产都买齐了,省心又有气氛”,一位带着孩子观赛的女士展示着她的购物袋,道出了不少球迷的心声。

“浙BA”是篮球赛,却又不止于篮球赛。以赛事为契机,杭州文旅推出“十三邀 浙BA 荣耀礼遇”,客队所在地市或者区、县(市)的居民以及所有来杭参加比赛的球队队员,都能在赛后三天享受包括旅游、吃喝、体验在内的40项优惠内容的文旅大礼包,可谓诚意满满。台州在全市开辟了11个户外第二观赛空间,分布在椒江区葭沱老街、临海市银泰城等特色

街区与核心商圈,同步推出的“啤酒+音乐+冲浪+夜游”球迷狂欢季活动,将篮球热情延伸至海岸线。

“浙BA”的创意中场秀则成为展示地方文化的窗口。永嘉赛场上,永昆剧团的水袖演员与街舞少年同台;在泰顺县,千年提线木偶表演喷火绝技;东阳则把横店片场的古装“帝后”请进赛场派发文旅礼包。

浙江省文化广电和旅游局公开数据显示,“浙BA”预选赛期间,全省共举办文旅等市集390场,总摊位11247个,售卖金额达1.74亿元;联动发放文旅、体育、商超消费券9665.61万元,带动文旅消费4.23亿元。

## 赛事流量变县域经济增量

“浙BA”分两个阶段,预选赛阶段,11个设区市通过“百县大战”各决出1支冠军队;城市争霸赛阶段,这11支县冠军队将以“独立身份”代表本市,与11支由其他县市区整合而成的市级联队正面对抗。

“这种赛制恰好契合浙江县域经济实力与市区比肩的发展特点,天然生成了极具对抗性

和传播力的话题场景。”李启迪说,通过“浙BA”,诸暨的“袜都”、柯桥的“布都”、义乌的“小商品之都”等地方产业获得了更加广泛的全国关注,进一步提升了公众认知度和影响力。

“梭子蟹是横着走的,希望我们的‘南哥’(苍南)能够横扫‘浙BA’!”苍南县金乡徽章厂副总经理潘雪子骄傲地展示着公司的最新款冰箱贴——一只俏皮可爱的梭子蟹用大钳子举起篮球。

这款将苍南168黄金海岸线特色海产品与篮球元素巧妙结合的文创产品,从设计到上市仅用了3天时间,刚推出就被抢购一空,成为赛事期间的“网红单品”。

事实上,预选赛阶段各区县类似苍南这样结合本地特色开发的产品不在少数:诸暨有防滑纱篮球袜,义乌更有各式各样的加油道具,不一而足。

“这些产品不仅是简单的纪念品,更是各地‘一县一品’产业的缩影。”李启迪说,“当篮球撞击地板的声音混着游客扫码支付的提示音,这项全民赛事已超越体育本身,成为浙江县域经济活力涌动的脉搏。”

(转自新华网)

## 江西遂川:光伏阵列绘就生态共融致富景

近年来,江西遂川县高效利用土地资源,将光能转化为电能,源源不断输送绿色动力,助力乡村走上低碳发展、产业兴旺的康庄大道,让光伏成为村民增收“阳光存折”。

图为遂川县左安镇东岗村,光伏板与梯田、民居相映成趣。 李建平 摄影报道

