

奥运会上“中国制造”占C位 淘宝产业带彰显研发科技力

文/陈泽云 沈钊 许博恒

拼了！东京奥运会正在如火如荼进行中。中国运动员在场上展示出了不服输的精神，也展现出中国这个体育强国的自信风采。

在东京奥运赛场上熠熠生辉的，不仅仅是夺冠军团，更多“中国制造”也在为“体育强国梦”添注脚：奥运会比赛中使用的乒乓球是来自中国的红双喜，柔道场地以及公路自行车赛的自行车，是来自中国的泰山体育，还有举重比赛的杠铃，3×3篮球地板……明星产品星罗棋布。

这些“中国制造”通过淘宝、天猫等电商平台走向普通消费者、打开国内市场的同时，淘宝上个性化的消费需求、透明的价格体系、用户的快速反馈都推动着健身器材产业朝着品牌化、智能化、数字化方向发展，在越来越多的国际舞台上，展示着中国作为体育运动大国和体育制造强国的实力。

A 奥运会开幕式上的动感单车来自永康

7月23日19时，亿健集团董事长潘岩君早早就守在电视机旁边，一边观赏奥运会开幕式，一边热切寻找一个熟悉的产品——“看！就是这台动感单车！我们生产研发的！”

自家生产的动感单车站上了世界舞台，这令潘岩君格外自豪。潘岩君是健身器材行业的“老将”。2005年，34岁的他在金华永康成立了亿健集团。见证了国内的健身器材从贴牌代工生产、到跟着国外品牌亦步亦趋，再到逐渐实现弯道超车的全过程，企业产品也实现从跑步机、动感单车、椭圆机、筋膜枪、健身镜的全品类延伸。

此前，“大而不强”一直是中国体育器械产业的痛点。华金证券研报中曾指出，ICON、Life Fitness、乔山等国际品牌占据国内高端市场大部分市场份额，而国内大部分生产企业主要通过为知名品牌贴牌加工参与国际市场竞争，附加值相对较低。

但此次东京奥运会上随处可见的中国制造，正在掀开中国体育器材产业崭新面貌。近年来，随着技术研发的深入，原来的行业格局已经有了新突破。“我们在技术上的投入是不设限的，在一些领域

我们甚至已经做到了世界领先！”潘岩君自豪说道。

以亿健旗下的明星产品跑步机为例，该产品就创新使用了AI柔性减震和AI心率检测的双AI技术，将位移、胎压和重力3个传感器设置在跑台上。具体来说，以家庭为单位，男主主人100公斤，女主主人60公斤，跑台能自动记录每一位用户的体重，进行柔性化调整，以最大程度削弱跑台对关节的冲击力。同时，在仪表盘上还会显示心率、体重、热量消耗等数据，用户能查到身体悄然发生的变化。

这种结合了5G、AI、大数据的创新尝试，让中国制造的体育器材含金量不断提升。“我们现在的产品中有25%是出口到国外的！”潘岩君告诉记者，今年以来，由亿健自主研发的双AI跑步机已经在日本、韩国、澳大利亚、德国等地达成包销协议，中国制造进一步打开国门。

数据显示，中国制造在全球健身器材行业占比高达53%。而随着亿健等国内头部生产企业逐步完成对生产体系、产品系列、销售渠道以及品牌运作的积累，成功将自有品牌打入部分国家或地区的消费市场，自有品牌运营渐显成效。



▲亿健跑步机生产线
▼亿健工厂内的自动化机器

B 淘宝用户需求激增 倒逼产品推陈出新

自有品牌的打造并非易事，潘岩君觉得，他做对了两件事：一是早早布局线上市场，二是坚持以产品为基石，“2007年我们第一台跑步机面世，第二年我们就果断上线了淘宝，成为了最早一批进入线上的健身器材品牌”。

为了跟上用户的线上消费习惯，潘岩君做了很多尝试。当时，线上健身器材市场还未实现上门配送安装，一台跑步机通常需要四门人才抬得动，这也在一定程度上制约了品类发展。考虑到该痛点，亿健推出了组装轻巧的折叠式跑步机，一下子打爆市场，并持续热销。随后，亿健打通了日日顺的大件物流服务体系，由专业的物流配送团队负责上门服务、安装，将热销机型从轻巧型向更专业的品类扩展。

数据显示，亿健跑步机去年双11淘宝天猫平台销售达到6800万元，达到了行业第一。今年618销

售额超4000万元，同样为行业第一。在亿健的布局中，占据70%的天猫平台始终是重中之重。

搭上电商发展的快车，对于亿健这样的企业意味着什么？潘岩君认为，电商线上价格体系的透明化、用户评价的交互性，以及后台大数据的沉淀再分析，一方面加速了企业的激烈竞争，另一方面又倒逼着企业不断以产品为核心进行创新，“这几年体育器械的用户越来越专业，他们对于跑步机等产品的性能、外形、舒适度等都提出了新的要求，作为供给方，我们得不断根据用户的需求来对产品进行迭代。而天猫的用户也始终是愿意为品牌创新和好产品来买单的。”

从去年开始，淘宝、天猫出现了对健身器材便捷化的需求，推动着企业全面布局小健身器械，包括智能跳绳、智能呼啦圈、筋膜枪等。2017年，亿健和天猫精灵合

作，推出“能直接对话的跑步机”，一举奠定了行业龙头地位，此后连续4年的“双11”，亿健均为行业第一。而这一款创新产品，累计已经卖出了81万台。

值得一提的是，越来越多体育器材商家走向淘宝、天猫，整个行业开始对生产供应链进行重塑。在亿健位于永康总部工厂，全自动化的mes系统、智能化的设备已经得到了充分应用。Mes系统在计划与生产之间建立一个“实时信息通道”，使企业在生产端能“实时反应”，从下到上实时掌握生产现场的状态，进而将供应链的反应时间持续压缩。据透露，目前亿健的生产排期一般只需15天左右，实现了生产与淘宝反馈和市场变化的“快速对接”。

淘宝天猫金华商家运营中心金华区域经理德升也表示，在商家运营中心累计为5000个商家提供开店、运营、店铺诊断等全方位服务的基础上，今年则继续加速推动金华运动户外产业带向品牌化、智能化、数字化方向发展。

C 智能化数字化不可逆 产业链升级换代

“中国的健身市场太大了，需求格外旺盛，把握住中国消费者的需求，也能够在国际竞争中游刃有余。”潘岩君感慨道。

国务院《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》中明确提出，到2025年体育产业总规模超过5万亿元，体育产业整体发展将会带来健身器材细分行业的增长。区域性产业带欣欣向荣。天眼查数据显示，目前全国体育器材制造企业为2.01万家，其中成立于近5年的企业数量为8400多家，占比超过了1/3。其中，新成立的公司仍主要集聚在几个传统的大省，包括了河北、江苏、广东和福建。

未来，产业带之间要比拼的是？什么样的创新才能符合新时代用户的需求？潘岩君表示，对于健身器材产业来说，智能化、数据化生产早已是不可逆的趋势，谁能在数字化的浪潮中把握机会，谁就能成为体育器械产业的龙头。

天猫数据显示，智能健身镜品类618期间在平台表现非常出色，整体的成交量已经达到大机械行业TOP5的水平。

对于天猫新趋势的判断，潘岩君毫不怀疑。就在日前，亿健的“魔镜”首次公开亮相，从自主研发到正式上线花了一年半的时间。作为集人工智能、内容服务、硬件于一身的新型健身产品，健身镜在关机状态下和普通的镜子没有什么区别，开机之后，镜面上就会出现AI虚拟教练，在线实时指导教学。对于一些没有时间去健身房的消费者来说，可以利用碎片化的时间在家健身，还可以和孩子一起锻炼，增加亲子互动。

潘岩君表示，在亿健的规划中，魔镜是企业布局健康管理赛道的一个入口。未来，魔镜可以与智能健身房、电子哑铃乃至冰箱等家用电器进行连接，从而对用户进行全方位的健康管理。亿健“魔镜”第二代已经提上了日程，会应用最新的物联网技术，届时也会在天猫上做新品首发，“用时髦的话说，我们在天猫积累了一批‘铁粉’，这些用户会为企业创新力买单，是支持我们在研发上不断投入的最大动力。这会成为平台爆款，我很有信心。”

健身镜的火爆是当前中国体育器械产业升级的一个缩影。不仅仅是智能健身镜，包括智能动感单车、智能划船机等不少智能健身产品也纷纷得到资本的青睐，智能健身时代即将到来。今年3月发布的《2020中国健身行业数据报告》显示，2020年中国健身人口增长至7029万，健身人口渗透率为5.02%，同比增长3.19%，随着人工智能和物联网技术的融合发展，智能健身产品正在成为健身产业新的风口，更成为中国体育产业“弯道超车”的新赛道。

数字经济智库首席研究员胡麒牧表示，中小企业在奥运经济中的表现展现了国家产业发展的活力与创新力。中国工厂原本就有着完整的生产能力，也在近年逐步练就了产品研发能力，它和淘宝这个消费趋势的风向标产生化学反应后，充分彰显出互联网的“快”和中国工厂的“能”，最终成就出中国制造的“新”，在这个奥运舞台上，中国工厂练就的数字化能力为体育经济增添新的诠释方式。

疫情数据曾被删除 疑点重重的美国公共卫生事件

流感

据美国媒体日前报道，美国佛罗里达州卫生部网站曾显示当地2020年1月和2月出现新冠肺炎症状或新冠检测结果呈阳性的171名患者数据，但该数据于2020年5月4日晚被删除。此事引起外界对美方做法的质疑。

2019年下半年以来，美国的一些公共卫生事件疑点重重，美国公众需要真相，国际社会需要答案。

检测

美国官方数据显示，美国2020年1月21日报告首例新冠病例，2020年2月29日报告首例新冠死亡病例。

美国媒体《棕榈滩邮报》和《迈阿密先锋报》日前披露说，佛罗里达州卫生部网站曾发布当地2020年1月和2月出现新冠肺炎症状或新冠检测结果为阳性的171名患者数据，然而这些数据于2020年5月4日晚被删除，后来该州卫生部发现删除数据导致病例号中断，又不得不恢复相关数据。

加利福尼亚州圣克拉拉县卫生部门2020年4月21日公布的尸检报告显示，美国最早一例新冠死亡病例出现在2020年2月6日，比联邦政府公布的首例死亡病例早了20多天。当地官员还称，加州最早的感染病例可能出现在去年12月。

2020年4月30日，时任新泽西州贝尔维尔市市长梅尔哈姆透露，自己的新冠病毒抗体检测结果显示阳性，并认为自己在2019年11月感染新冠病毒，比美国官方报告首例新冠确诊病例早2个多月。

2020年11月30日，美国疾病控制和预防中心研究人员在美国《临床传染病》半月刊上报告说，他们检测了美国红十字会2019年12月13日至2020年1月17日期间采集的7389份血液样本，结果发现其中106份含有新冠病毒抗体。这意味着那时候新冠病毒或已在美国出现，早于美国官方报告首例新冠确诊病例的时间。

2020年7月，弗吉尼亚州发生不明原因呼吸系统疾病，靠近马里兰州德特里克堡生物实验室的两家养老院出现不明原因导致肺炎的呼吸道疾病。2019年9月，马里兰州报告称“电子烟肺炎”患者病例数增加了一倍。美疾控中心说，美国伊利诺伊州一名使用过电子烟的患者2020年7月29日因严重肺部疾病住院，并于2020年8月20日死亡。这是美国报告的首例“电子烟肺炎”死亡病例。

美疾控中心报告说，自2019年7月开始，已有2807人感染“电子烟肺炎”，死亡68例。高烧、干咳、呼吸困难、全身无力、磨玻璃状“白肺”影像——医生对病人的描述与新冠肺炎症状几无差别，且致病原因未知。而2020年2月份新冠病毒开始流行后，疾控中心就停止了对“电子烟肺炎”相关数据的统计。（新华社）

中亚五国领导人会晤 关注阿富汗局势

据新华社电 哈萨克斯坦、土库曼斯坦、乌兹别克斯坦、塔吉克斯坦、吉尔吉斯斯坦五国总统6日在土库曼斯坦港口城市土库曼巴希举行会晤，商讨睦邻友好关系与区域合作进程。

据哈萨克斯坦总统府网站消息，中亚五国在即将迎来独立30周年之际举行领导人会晤，在维护地区安全、发展区域经济、促进商贸联通、深化人文交流、加强环保合作等多个领域达成一致。根据会晤后发表的联合声明，

五国认为尽快平息阿富汗局势是维护地区安全稳定的重要因素。五国支持所有有关国家和国际组织为恢复阿富汗和平稳定及社会经济发展所作出的努力，并愿提供一切可能的援助，帮助阿富汗恢复和平。

五国认为，进一步加强贸易、金融、工业、能源、农业等领域之间的联系，确保中亚地区可持续发展是各国的首要任务；五国同意成立中亚国家工业企业理事会，将哈萨克斯坦阿斯

塔纳国际金融中心作为连接中亚地区与外国投资者的金融经济平台；五国将进一步强化过境运输能力建设，简化物流出境手续，发展现代化交通基础设施，全力打造连接南北、横贯东西的国际走廊。

此外，五国领导人责成各自国家外交部近期完成“2022年—2024年地区合作发展路线图”草案的审批工作，并表示将在下次中亚领导人会晤时签署《21世纪中亚发展睦邻友好合作条约》。



希腊山火 一人死亡数十人受伤

8月6日，消防员和志愿者在希腊雅典东北部的阿菲德纳斯地区进行灭火作业。持续多日的希腊山火6

日继续肆虐，截至目前已造成一人死亡，数十人受伤。希腊受连日极端高温天气影响，全国出现多起火情。希

腊政府已启动欧盟盟事保护机制寻求支援，并获多国响应。

新华社发

拜登给美国新能源车设目标 2030年实现境内一半新售汽车为可“零排放”汽车

美国总统约瑟夫·拜登5日签署行政令，给美国新能源车产业设定一项目标：2030年实现美国境内一半新售汽车为可“零排放”汽车，包括蓄电池电动车、插电式混合动力车、燃料电池车。

不具有法律约束力

美国运输统计局数据显示，2020年美国境内售出的混合动力车、插电式混合动力车和电动车共约76.1万辆，不到汽车销售总量的0.5%。

拜登5日下午在白宫南草坪签署这项行政令，身边站着美国车企“三巨头”通用汽车公司、福特汽车公司和斯特兰蒂斯公司高管。

拜登随后站在一排新能源车前对媒体讲话：“电动化，没有回头路。现在的问题是我们领先还是落后。”

这项行政令写道，美国需要“设定一项目标来提振国内市场：2030年销售的所有新乘用车和轻型卡车中，50%应为零排放汽车，包括蓄电池电动车、插电式混合动力车或者燃料电池车”。

这项行政令并不具有法律约束力。美国环保组织“安全气

候交通运动”说，车企就这一目标的自愿承诺“靠不住”，拜登政府为减排做得不够。

特斯拉没有受邀

通用、福特和斯特兰蒂斯在联合声明中说，它们致力于在2030年实现这三家车企电动车销量共占美国电动车销售总量的40%至50%。

不过，这三家传统车企说，美国政府必须投入“数以十亿计”美元，才可能实现拜登设目标。

美国汽车工人联合会反对政府制定具有约束力、旨在以电动车取代燃油车的仓促转型政策，拜登因而多次拒绝民主党同僚的意见，没有制定强制性目标。

特斯拉公司首席执行官埃隆·马斯克没有收到邀请。马斯克5日上午在社交媒体推特发文：“特斯拉没有受邀有点奇怪。”

宝马集团、本田汽车公司、大众集团、福特、沃尔沃汽车公司发表联合声明说，它们支持拜登政府所设目标，但美国政府必须“采取大胆行动”，“培养消费者需求”。日本丰田汽车公司表示愿为这一目标“尽一份力”。

吴宝澍（新华社特稿）