

奥运经济赛,中国先赢一场

巴黎奥运会正在如火如荼进行中,各国运动员正为自己、为国家在赛场全力拼搏。另一方面,作为全球规模最大的综合性体育盛会,奥运会不仅是运动员比拼的赛场,也是各大企业展示产品和品牌实力的良机。在历届奥运会上,许多企业、品牌都会投入重金,以求在奥运会的“经济赛场”上抢下一块大饼。

巴黎奥运会也不例外。实际上,据记者了解,巴黎奥运会的“经济赛”,早在几年前已悄然打响,多名“中国选手”还成功先拔头筹,分得头啖汤。

■新快报记者 郑志辉

超2/3奥运直播信号基于中国云服务向全球分发

2022年,北京冬奥会上有超过22家持权转播机构采用云计算来分发直播信号。今年,巴黎奥运会将由54家转播机构采用云计算来分发直播信号,总计有379个视频直播流、100个音频直播流,预计产出11000多小时内容,比东京奥运会增长15%,成为历史上全球覆盖最广的一届奥运。

据悉,今年巴黎奥运会的国际转播中心面积,比2020年东京奥运会减

少13%,比2016年里约奥运会减少23%。与东京奥运会相比,组委会为IBC提供的电力减少了44%,与里约奥运会相比减少了72%。

此外,今年也将是史上首次广泛应用AI技术的奥运会。如今年巴黎奥运会采用阿里云AI增强的全新转播技术多镜头回放系统,实现看比赛就像看电影一样的“子弹时间”特效,可以让转播画面实现科幻电影的慢动作定

格画面,让观众身临其境多角度看到运动员强化慢镜头、时间静止等效果。

国际奥委会主席巴赫日前表示,2024巴黎奥运会展现了奥运转播的未来,广泛应用的阿里AI技术正在将巴黎奥运会转播带到新的高度。超过三分之二奥运直播信号将通过阿里云支撑的奥运转播云,从巴黎传输到全球200多个国家和地区,走向数十亿观众。

本地“奥运经济”同样如火如荼

随着巴黎奥运战况日渐激烈,国内体育消费热度也持续攀升,全民运动风靡各城市,从传统的足球、篮球、游泳,到骑行、桨板、攀岩等小众运动持续被激活,夏日消费活力展露无遗。

特卖电商平台唯品会数据显示,近期平台上“奥运”“奥运同款”等相关产品关键词搜索量激增,在暑假消费叠加奥运效应的带动下,近期,越野跑鞋、速干T恤、运动Polo衫、儿童防晒服等趋势品类同比销量增长均超过100%。在运动消费中,知名品牌尤其受到欢迎,New Balance销量同比增长超过2倍,特步、安德玛、斐乐、安踏等品牌整体销量增长近50%。

值得一提的是,“奥运经济”同样激发了家电、零食、保健等行业的消费活力,不少消费者为了营造更好的观赛氛围,纷纷入手最新款观影设备、零食酒水等商品,还有的消费者选择购入保健养生、防晒等产品作为科学运动的补充装备。

此外,记者还从饿了么了解到,奥运观赛季的热度已提前在本地生活商家侧点燃。截至目前,已有近200万餐饮、零售商家将参与饿了么平台在奥运观赛季期间推出的免单活动,包括星巴克、瑞幸、CoCo都可茶饮、沪上阿姨、汉堡王、可口可乐、蒙牛等在内多家知名品牌,预计将为平台消费者带来更多优惠福利。

回顾2022年夏季,参与首届饿了么“猜答案免单”的商家约60万家,2023年已飙涨到超过150万家。通过趣味的玩法、低门槛的参与,部分品牌一度收获了营业额200%以上增长,成为品牌商家外卖生意增长的“新跳板”。

奥运还没开始,中国外贸商家已经挣了70亿元

与以往奥运经济集中在义乌等少数产业带不同,近两年中更多数字化的出海产业带都迎来了巴黎奥运会的“泼天流量”。

据透露,今年以来,阿里国际站上奥运经济相关行业的商家,线上出口额已经超过70亿元人民币。

不仅是运动服饰等直接相关行业,像人造草坪及运动地板等阿里国际站上的新兴行业也在奥运前夕快速增长,仅销往法国的订单同比增速就

高达139.58%。

数据显示,在奥运经济的带动下,多地产业带都涌现出通过阿里国际站出海的热潮,仅以广东为例,今年4月以来阿里国际站新增的广东商家同比增长了30%。

事实上,今年巴黎奥运会共设有32个大项、329个小项的比赛,几乎覆盖全部体育运动品类,对各个行业来说都存在热点机会。

广州优格有限公司总经理伍燕珊

日前就透露,还没到奥运,公司的营业额同比就已经增长超60%。

不仅人造草坪借势大涨,优格还通过近两年平台上挖掘的新趋势快速研发出更新的“网红产品”。像近两年刚刚兴起的“板式网球”,其全套场地建设项目,就已经成了优格新的网红支柱型产品,远销海外,并且纵深辐射更多产业带共同受益。“这个新的‘板网场地’,就是以广州出口为中心辐射到江苏、佛山等产业带。”伍燕珊说。

奥运旅游消费热提前点燃

奥运会等全球性赛事的加持,“China Travel”热潮的兴起,让今年暑期跨境游双向升温。5月底,欧洲旅游委员会曾预测:2024年中国游客欧洲游人数上较2023年将有20%的增长。

借奥运会商机,支持支付宝的40万欧洲商户热盼中国游客到来,覆盖大型百货商场、便利店、机场、免税店、餐饮店和旅游景点等欧洲游的方方面面。

为了迎接即将到来的大客流,巴

黎旅游局近日宣布牵手蚂蚁集团的Alipay+跨境服务,让中国游客和其他亚洲游客都可以上支付宝搜“惠出境”,就能发现“巴黎城市页面”了解奥运实用攻略,还能在巴黎旅游局官网用Alipay+支付并享受奥运优惠码。目前在巴黎,无论是从机场出来用G7出租车打车,还是预订买欧洲火车票;无论是在自动贩卖机上买零食,还是在巴黎春天、老佛爷等热门商场购物,中国游客都能用支付宝。

“通过和Alipay+的合作,我们能提高服务亚洲游客的水平。便捷高效的支付体验,能确保他们的巴黎之旅无障碍。”巴黎旅游局总经理科琳·梅尼格说。

据悉,2022年以来,蚂蚁集团联合多方伙伴,推出了“外卡内绑”(下载支付宝境外银行卡)和“外包内用”(通过Alipay+服务让境外钱包客户来华直接扫码付)2套解决方案,方便千万中国商家,无需机具改造,便捷做全球游客生意。

广电果断出手整治电视“套娃”收费 上半年各指标合格率均超过96%

新快报讯 记者郑志辉报道 7月29日,国家广播电视总局公众号通报了治理电视“套娃”收费和操作复杂工作第二阶段工作进展情况和成效。

据悉,今年上半年,各有关部门通力合作,治理链条上各类主体全力以赴,圆满完成第二阶段目标任务。截至6月30日,全国党政机关会议定点酒店、三星级及以上酒店、7个试点省市酒店中具备软件升级条件的1.62万家酒店,全部完成治理工作,252万间酒店客房实现便捷看电视。

据中国消费者协会调查评估报告显示,97.9%的用户表示酒店电视操作总体上实现了简便。新增117家机场提供电

视频道直播服务,总数已达215家,占全国机场总数的78.8%。

互联网电视播控管理得到优化强化,7家互联网电视集成平台联合20余家主流电视机终端厂商进行整改,涉及互联网电视终端2.812亿台。超2亿有线电视和IPTV用户完成遥控器红外学习,初步实现一个遥控器看电视;组织研发成功基于红外、蓝牙和星闪的新型三模通用遥控器,并在6省有线电视和IPTV运营商开展测试验证;同时,积极完善手机遥控器。

中国消费者协会调查评估报告显示,已有超过八成的用户完成红外遥控器学习,用户使用满意度超九成。研发

成功8款嵌入式微型机顶盒和3款有线电视单向网关,实现机顶盒小型化、隐藏化目标,正在6省有线电视和IPTV运营商开展业务适配和测试。基本实现中央和省级有线电视和IPTV电视直播频道不少于7天免费回看。

广电总局每周对治理落实情况的监测显示,“套娃”收费方面,各指标合格率均超过96%,其中收费包备案、付费单片数量等关键指标合格率已达100%;操作复杂方面,开机看直播、开机时长、开机广告等指标均未发现违规情况。

会议还部署了今年下半年治理工作重点任务,具体包括:一是全面完成酒店电视治理;二是全面实现一个遥控器看

电视;三是加快实现电视机机顶盒一体化;四是巩固治理成果、建立长效机制。制订智能电视机“便捷看电视”标准规范,加快完善覆盖关键环节、终端设备的统一技术标准和规范;推动有线电视、IPTV和互联网电视三个业务体系各类主体规范运营,全面提升服务质量和管理水平。建立互联网业务准入和退出机制,在坚决遏制违规互联网电视直播业务增量的同时,推进治理存量,加快实现合规转化,等等。



一起了解更多
数智资讯