

马拉松赛事不仅可以强力拉动城市消费,更已成为体育产业迸发更大潜能的风口,专业人士估计,2015 年马拉松相关产业的市场规模有望达到 300 亿元

# 谁撬动了“跑马”的百亿经济?

■本报记者叶小钟 实习生何倚华

马拉松,这项原本针对专业运动员的赛事,如今却吸纳了越来越多普通的体育爱好者参与其中,成为普通大众的运动盛宴。

当下,如火如荼的马拉松赛事席卷全国 70%的城市,“跑马人群”也呈几何式增长态势,由此催生的体育消费早已提前“开跑”。随着马拉松赛事的不断推广和持续升温,“跑马”早已不仅是一项体育赛事,其蕴藏的巨大商机也被日益挖掘出来。

有专业人士估算,2014 年马拉松赛事运营的收入达到 20 亿元,带动相关行业收入超百亿元,今年马拉松相关产业市场规模有望达到 300 亿元。那么,是谁撬动了“跑马”的百亿经济呢?

## 一项赛事运营: 仅赞助商就有 11 家

每一场马拉松赛事都少不了相关的运营商和赞助商。

主营各类赛事运营的智美体育是今年广州马拉松比赛的运营商,以 2600 多万元中标。乍一看这是很庞大的一笔支出,但仔细算下来,会发现这是一笔“划算的买卖”。

智美体育作为运营商,收入主要来源是各级的赞助商。



东方 IC 供图

■本报记者 吴锋思

12 月 20 日,首届福州国际马拉松赛在福州鸣枪开跑。本届赛事吸引了约 1.5 万名长跑爱好者参赛,分别来自肯尼亚、埃塞俄比亚、美国、英国、加拿大及中国大陆、台湾和香港、澳门等 9 个国家和地区。

2016 年元旦, 厦门国际马拉松赛也将开跑,与福州首次举办国际性马拉松赛事不同的是,厦门马拉松已连续举办 13 年,并已经成为厦门的烫金名片。

当“运动”尤其是跑步成为一种备受追捧的生活的方式,这使得原本进入瓶颈期的多家运动品牌开始迎来了新的春天,整个体育产业也在这股浪潮中拥有了更广阔的发展空间。

## 体育产业将迎来黄金期

记者近日在福州多家运动品牌专卖店

据媒体报道,从去年开始连续两年冠名广马的广汽丰田,冠名费已经达到 1500 万,仅这一家赞助就能覆盖智美体育支付给广马组委会超过一半的成本。而除了广汽丰田,广马还有 10 家赞助商。另外,运动员的报名费收入亦不可忽视。

今年广马人数增加至 3 万人,报名费突破 200 万。除了这些,智美体育还成立了各类马拉松训练营、旅游团等,收入来源丰富。根据智美体育 2015 年上半年年报显示,赛事运营收入 1.07 亿,毛利率达到 62.6%,赚得盆满钵满。

除了运营商,赞助商也是收获颇丰。华南师范大学体育科学学院教授谭建湘认为,企业热衷赞助马拉松赛事主要是因为马拉松既有观赏价值,更具有群众的普遍参与性,由此凸显了马拉松的商业性。

曝光率极高的“跑马”,无疑为这些赞助商的品牌做了一次持续强劲的宣传。特步去年赞助了 13 场马拉松赛事,推出 3 个跑鞋系列产品,去年营收同比增长 10%,达到 47.78 亿元,其中鞋服品类就贡献了 30.43 亿元,收入同样颇为可观。

## 产业链条: 火爆的不仅仅是体育用品

这笔看似庞大的买卖,恰恰源自个体的

体育消费贡献。

随着人们生活方式的改变,运动日益成为一种时尚。越来越多的人投入到运动中来,开始购买鞋服帽等运动装备,为体育用品带来了巨大的商机。

李甜是两年开始前参加“跑马”的,在她看来,一身好的专业装备,不仅能让身体得到更好保护,还能让自己更专注地投入运动。“专业点的跑鞋,一双至少 1000 元以上,再加上衣服、帽子、手表、腰包、眼镜等等,一套装备下来至少都要 4000 元以上。”李甜表示,这还是比较节俭的投入,许多跑马爱好者一年的平均消费超过万元。

广州北京路一家耐克门店的店员告诉记者,近两年购买专业运动装备的人越来越多,尤其是马拉松举办的前后时间段,营业额往住是平时的 3-5 倍。

除了可见的运动装备外,还有一部分容易被忽略的消费,那就是日常营养品。李甜表示,运动量大的跑友平时都会购买一些能量胶、盐丸等,作为关节和肌肉的补给品。“运动对身体的损耗还是有的,所以我们平时都会注意摄入这些营养品。有时拉伤筋骨,肌肉劳损还会有医疗的费用,这些投入都是需要的。”

全民健身风潮所带动的体育产业发展以及体育消费水平增长,在某种程度上已经“颠覆了人们对体育的传统认知”

# 迎接体育产业的“黄金时代”

善的产业链,品牌效益日益增长。其中,厦门是全国最大的健身器材制造出口基地,泉州的体育用品品牌在国内体育用品业中更是一枝独秀,而宁德福安的按摩器行业通过 30 多年的发展壮大,现已与广东、浙江并列,成为我国按摩保健器材产品生产的三大集聚地。

与此同时,日前由福建省旅游局等相关部门联合举办的清新福建“旅游+体育”互联网营销推广高端沙龙在福建多地举行。福建“旅游+体育”的内容主要包括户外攀爬、乐活马拉松等五大系列的 15 条精品线路。据了解,清新福建“旅游+体育”下一步将根据各地旅游产品和体育赛事、体育项目、体育用品等资源,推出其他如房车、露营、骑行、漂流、攀岩等新线路。

业内人士指出,“旅游+体育”是未来的发展趋势,市场空间十分广阔。

## 盘活体育资源

当下,位于福州金山金洲北路的一个建设项目正在建设中,建成后将成为福州市首座体育文化创意产业园。该项目总建筑面积约 3 万平方米,包括体育培训及体育运动、体育创意办公、体育创意商业三大主题板块,有望构筑体育产业链完整生态。

据了解,为了把福州打造成特色体育强市,该市提出力争到 2025 年全市体育产业总规模达到 1000 亿元,全市参加体育锻炼

“为了更好地运动”似乎已成为跑友的共识,而为了达到这个目标,一些辅助性的运动 APP、智能设备也相应兴起。这些软件和设备可以为跑友提供运动的数据,反映跑步质量,帮助跑友调整自己运动的方式和细节。在这个过程中,他们都已尝到了运动带来的巨大甜头。数据显示,运动 APP“咕咚”去年的用户已超过 2000 万,估值达 1.5 亿美元;小米手环销量已破千万,华为手环也火速加入,试图分一杯羹。

## 城市经济: “钱景”不可估量

作为当下体育产业不可忽视的一部分,马拉松赛事对于一个城市的经济拉动是巨大的。相关数据显示,去年,广马以 2000 万的投入撬动了 8000 多万的经济效益,投入产出比十分可观。

据《2015 年广州市本级部门预算》显示,政府为广州马拉松支出 1030.3 万元,涵盖会议费用、服务和租赁以及服装、用品等;其他的运营、广告等费用都由运营承担,支出 2600 多万元。两者相加,2015 年广州马拉松共计投入 3600 多万元。

这些投入在广州市体育局副局长李志

强看来,是一个撬动巨大经济效益的支点。今年的广州马拉松参赛人数达到 3 万人,加上亲友团、观赛旅客,人数庞大。李志强预计,按参赛者停留两天一夜的时间来算,人均餐饮和住宿支出为 1000 元,这已是 3000 万以上的收入,再加上购物、游玩景点等费用,都为广州的商业带来了一阵消费热潮。

除了举办周期内的经济撬动,更重要的是整个城市带来了名片效应。广州马拉松搭建了体育赛事平台,通过全媒体时代微博、微信、电视等媒介的传播,将广州的城市景观、美食特产、人文风情一一展示,最终延伸至更多的圈子。业内人士认为,这样的名片效应必将扩大城市影响力,吸引更多的人关注广州,带来更加可观的经济效益。

纵观国内多地的马拉松赛事,“钱景”已逐渐浮现,但较之于国际上的马拉松经济效益——如美国夏威夷马拉松每年为当地带来上亿美元的收入,还有广阔的提升空间。去年,国务院颁布的《国务院关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》指出,要通过市场机制积极引入社会资本承办赛事,提出到 2025 年产业总值超过 5 万亿元。在“全民体育”愈发火热的今天,马拉松赛事定会迸发出愈加强劲的经济效益。

## 创维收购印尼东芝 TJP 工厂

本报讯 12 月 21 日,创维集团宣布,正式收购印尼东芝 TJP 工厂,这是创维继 2014 年 9 月收购南非著名家电品牌 Simotec 和 2015 年 6 月收购德国高端家电品牌 Metz 后的又一重大海外发展战略部署,也是创维全面进军世界市场的一个重要举措。

据介绍,印尼东芝 TJP 工厂始建于 1996 年 2 月,位于东雅加达工业园区,距离雅加达约 50 公里,交通便利。该工厂员工人数约为 1300 人,主要生产 LCD-TV 和 Twin-Tub WM。

创维表示,收购印尼东芝 TJP 工厂强化并加快了创维开拓和发展东南亚市场的步伐。之前创维在东南亚区域早已有全面的战略市场布局,且取得了傲人的成绩。这次创维收购东芝 TJP 工厂后,创维将会是创维未来东南亚市场业务的主要生产基地。

据悉,收购 TJP 工厂之后,创维将会获得以下优势。首先,所有在东南亚各国销售的电视,都将在新的印尼 TJP 工厂生产,并根据东盟内部关税优惠政策在东盟市场内获得零关税待遇。其次,目前创维同东芝合作的 ODM 项目产品也可在新的 TJP 工厂生产,获得制造规模优势。再次,创维收购 TJP 工厂可获得东芝电视商标在东南亚等市场的授权。最后,创维收购 TJP 工厂后,创维可借鉴学习东芝优秀的海外工厂管理经验,为日后全球化运营做好供应链端人才储备。

创维表示,收购印尼东芝 TJP 工厂强化并加快了创维开拓和发展东南亚市场的步伐。之前创维在东南亚区域早已有全面的战略市场布局,且取得了傲人的成绩。这次创维收购东芝 TJP 工厂后,创维将会是创维未来东南亚市场业务的主要生产基地。

创维表示,收购印尼东芝 TJP 工厂强化并加快了创维开拓和发展东南亚市场的步伐。之前创维在东南亚区域早已有全面的战略市场布局,且取得了傲人的成绩。这次创维收购东芝 TJP 工厂后,创维将会是创维未来东南亚市场业务的主要生产基地。

创维表示,收购印尼东芝 TJP 工厂强化并加快了创维开拓和发展东南亚市场的步伐。之前创维在东南亚区域早已有全面的战略市场布局,且取得了傲人的成绩。这次创维收购东芝 TJP 工厂后,创维将会是创维未来东南亚市场业务的主要生产基地。

创维表示,收购印尼东芝 TJP 工厂强化并加快了创维开拓和发展东南亚市场的步伐。之前创维在东南亚区域早已有全面的战略市场布局,且取得了傲人的成绩。这次创维收购东芝 TJP 工厂后,创维将会是创维未来东南亚市场业务的主要生产基地。

创维表示,收购印尼东芝 TJP 工厂强化并加快了创维开拓和发展东南亚市场的步伐。之前创维在东南亚区域早已有全面的战略市场布局,且取得了傲人的成绩。这次创维收购东芝 TJP 工厂后,创维将会是创维未来东南亚市场业务的主要生产基地。

创维表示,收购印尼东芝 TJP 工厂强化并加快了创维开拓和发展东南亚市场的步伐。之前创维在东南亚区域早已有全面的战略市场布局,且取得了傲人的成绩。这次创维收购东芝 TJP 工厂后,创维将会是创维未来东南亚市场业务的主要生产基地。

创维表示,收购印尼东芝 TJP 工厂强化并加快了创维开拓和发展东南亚市场的步伐。之前创维在东南亚区域早已有全面的战略市场布局,且取得了傲人的成绩。这次创维收购东芝 TJP 工厂后,创维将会是创维未来东南亚市场业务的主要生产基地。

创维表示,收购印尼东芝 TJP 工厂强化并加快了创维开拓和发展东南亚市场的步伐。之前创维在东南亚区域早已有全面的战略市场布局,且取得了傲人的成绩。这次创维收购东芝 TJP 工厂后,创维将会是创维未来东南亚市场业务的主要生产基地。

创维表示,收购印尼东芝 TJP 工厂强化并加快了创维开拓和发展东南亚市场的步伐。之前创维在东南亚区域早已有全面的战略市场布局,且取得了傲人的成绩。这次创维收购东芝 TJP 工厂后,创维将会是创维未来东南亚市场业务的主要生产基地。

# 携手日本研究机构 海尔要造智能马桶盖

本报讯 海尔旗下公司海尔信息科技日前联手日本 JRM 研究所成立联合研发实验室,宣布进军智能洁身器(智能马桶盖)行业,双方联合开发的首款产品——海尔卫玺 V 将在本月上市。

智能洁身器起初作为医疗器械于上世纪 70 年代兴起于美国,80 年代风靡于日韩,目前在日韩普及率高达 85%。2014 年,中国游

客去日本旅游抢光智能马桶盖的消息传遍网络,既反映了消费者对产品的旺盛需求,也反映了消费者对当前国内制造的期望落差。海尔信息科技有关负责人说,此次宣布进军智能洁身器行业正是瞄准了国内用户对于外资品牌产品在产品性能、服务、安装、水质、电压等方面不服中国本土的痛点。据介绍,首批上市的海尔卫玺系列产品成功解

的限制;快捷支付可以由支付机构直接进行交易验证等。

中国支付清算协会秘书长蔡洪波表示,针对不同的分类等级实施差别化的监管措施,防止在差异性较大的支付行业实行“一刀切”监管可能带来的不公平性。同时,监管部门坚持正向激励的原则,给予支付机构中的“好孩子”更充分的信任和更有力的支持。

当然,目前限额可能依然无法满足个别大额需求,想发放 10000 元以上红包怎么办?央行相关人士建议,不够部分还可以通过网关或快捷支付方式发放红包。

“尽管我们做了一些调整,但对网络支付的定位没有改变,还是以小额快捷便民为宗旨,

因此仍需进行必要的限额管理。”谢众表示。

临近春节, 马上要依照新规发微信红包了么? 其实并没有那么快,因为办法自 2016 年 7 月 1 日起实施。

发个红包而已,为啥也要遵守这么多的规定?其实,微信红包只是百姓网络支付受到影响的一个缩影。

“新规将渗透到客户网上支付的方方面面,通过强化支付机构的内部管理,可以有效防范风险,充分保护社会公众的资金安全,促进金融服务行业的积极创新。”蔡洪波说,一系列规定并非要为难客户,而是想让支付机构落实好实名制要求,提升支付安全水平,强化“安全底线”。(据新华社电 本报有删节)

# “假酒”窝点:医用吊瓶滴灌封装



东方 IC 供图

12 月 25 日,安徽省淮北市工商、公安部门联合查获隐藏在某居民小区的假酒生产黑窝点。执法人员现场发现该窝点杂乱无章,到处堆放的空瓶和已加工包装好的各种假冒品牌白酒,用于封口的胶水和简陋的灌装设备,将桶装散酒通过漏斗灌装到各种回收品牌白酒瓶中,对瓶口带有防伪保护的高档白酒则使用医用吊瓶进行滴灌,然后就直接封口、包装。

执法人员现场发现该窝点杂乱无章,到处堆放的空瓶和已加工包装好的各种假冒品牌白酒,用于封口的胶水和简陋的灌装设备,将桶装散酒通过漏斗灌装到各种回收品牌白酒瓶中,对瓶口带有防伪保护的高档白酒则使用医用吊瓶进行滴灌,然后就直接封口、包装。

## 10 省区成品油质量抽检不合格率为 18%

据新华社电(记者高敬)成品油质量关系民生,关系大气污染防治成效。国家工商总局 28 日通报,10 省区集中开展的流通领域成品油质量抽检, 检出成品油样品不合格率为 18%,油品质量不合格的加油站 188 座。

工商总局组织河北、山西、内蒙古、安徽、山东、湖北、四川、贵州、陕西、甘肃等 10 省区开展此次抽检工作,共抽检 1065 座加油站,取样抽检成品油 2096 批次。

工商总局市场监管司相关负责人表示,油品质量整体向好,但仍存在着一定的问题。车用汽油的主要问题是硫含量、辛烷值和甲醇含量等不符合国家现行标准;车用柴油的主要问题是硫含量、闪点和冷滤点等不符合国家现行标准。硫含量超标会造成大气污染。

他介绍,出现油品质量的原因包括炼化企业的非达标炼制、终端销售环节及运输保存环节的不善管理。同时,一些加油站问题比较突出,有的站内油品标识不明确,0 号柴油没有标明是“车用柴油”还是“普通柴油”,易误导消费者;有的销售小型炼厂非法炼制勾兑的油品;用低标号汽油同高标号汽油混合勾兑后充当高标号的汽油进行销售;成品油进货渠道多元化,对油品质量把关不严,并且缺乏专业运输设备,导致油品质量难以保证。

## 西部中小企业探讨创新共赢

本报讯(记者高柱 李卿)日前,“2015 中国·西部中小企业发展论坛”在成都拉开帷幕,来自云南、贵州、重庆以及四川属地的千余家中小企业公司齐聚一堂,在经济下行压力下“抱团取暖”,共同探讨企业发展的变革之道。

成都中小企业协会综合服务平台相关负责人表示,在当前民营企业发展面临诸多困境,企业间的资源共享和优势互补,有助于企业持续稳定发展。此外,他们还将通过担保、小额贷款、租赁和典当等四种渠道为企业提供金融服务。

据介绍,本次论坛以关注西部中小企业健康,促进快速转型发展为目标,积极整合资源,实现企业创新共赢。在历时 2 天的会期中,来自各地的企业家分别围绕供给侧改革、互联网思维等时下高频词汇进行了互动讨论。

## 创维收购印尼东芝 TJP 工厂

创维表示,收购印尼东芝 TJP 工厂强化并加快了创维开拓和发展东南亚市场的步伐。之前创维在东南亚区域早已有全面的战略市场布局,且取得了傲人的成绩。这次创维收购东芝 TJP 工厂后,创维将会是创维未来东南亚市场业务的主要生产基地。

创维表示,收购印尼东芝 TJP 工厂强化并加快了创维开拓和发展东南亚市场的步伐。之前创维在东南亚区域早已有全面的战略市场布局,且取得了傲人的成绩。这次创维收购东芝 TJP 工厂后,创维将会是创维未来东南亚市场业务的主要生产基地。

创维表示,收购印尼东芝 TJP 工厂强化并加快了创维开拓和发展东南亚市场的步伐。之前创维在东南亚区域早已有全面的战略市场布局,且取得了傲人的成绩。这次创维收购东芝 TJP 工厂后,创维将会是创维未来东南亚市场业务的主要生产基地。

创维表示,收购印尼东芝 TJP 工厂强化并加快了创维开拓和发展东南亚市场的步伐。之前创维在东南亚区域早已有全面的战略市场布局,且取得了傲人的成绩。这次创维收购东芝 TJP 工厂后,创维将会是创维未来东南亚市场业务的主要生产基地。

创维表示,收购印尼东芝 TJP 工厂强化并加快了创维开拓和发展东南亚市场的步伐。之前创维在东南亚区域早已有全面的战略市场布局,且取得了傲人的成绩。这次创维收购东芝 TJP 工厂后,创维将会是创维未来东南亚市场业务的主要生产基地。

创维表示,收购印尼东芝 TJP 工厂强化并加快了创维开拓和发展东南亚市场的步伐。之前创维在东南亚区域早已有全面的战略市场布局,且取得了傲人的成绩。这次创维收购东芝 TJP 工厂后,创维将会是创维未来东南亚市场业务的主要生产基地。

创维表示,收购印尼东芝 TJP 工厂强化并加快了创维开拓和发展东南亚市场的步伐。之前创维在东南亚区域早已有全面的战略市场布局,且取得了傲人的成绩。这次创维收购东芝 TJP 工厂后,创维将会是创维未来东南亚市场业务的主要生产基地。

创维表示,收购印尼东芝 TJP 工厂强化并加快了创维开拓和发展东南亚市场的步伐。之前创维在东南亚区域早已有全面的战略市场布局,且取得了傲人的成绩。这次创维收购东芝 TJP 工厂后,创维将会是创维未来东南亚市场业务的主要生产基地。

创维表示,收购印尼东芝 TJP 工厂强化并加快了创维开拓和发展东南亚市场的步伐。之前创维在东南亚区域早已有全面的战略市场布局,且取得了傲人的成绩。这次创维收购东芝 TJP 工厂后,创维将会是创维未来东南亚市场业务的主要生产基地。

创维表示,收购印尼东芝 TJP 工厂强化并加快了创维开拓和发展东南亚市场的步伐。之前创维在东南亚区域早已有全面的战略市场布局,且取得了傲人的成绩。这次创维收购东芝 TJP 工厂后,创维将会是创维未来东南亚市场业务的主要生产基地。

创维表示,收购印尼东芝 TJP 工厂强化并加快了创维开拓和发展东南亚市场的步伐。之前创维在东南亚区域早已有全面的战略市场布局,且取得了傲人的成绩。这次创维收购东芝 TJP 工厂后,创维将会是创维未来东南亚市场业务的主要生产基地。

创维表示,收购印尼东芝 TJP 工厂强化并加快了创维开拓和发展东南亚市场的步伐。之前创维在东南亚区域早已有全面的战略市场布局,且取得了傲人的成绩。这次创维收购东芝 TJP 工厂后,创维将会是创维未来东南亚市场业务的主要生产基地。

创维表示,收购印尼东芝 TJP 工厂强化并加快了创维开拓和发展东南亚市场的步伐。之前创维在东南亚区域早已有全面的战略市场布局,且取得了傲人的成绩。这次创维收购东芝 TJP 工厂后,创维将会是创维未来东南亚市场业务的主要生产基地。

创维表示,收购印尼东芝 TJP 工厂强化并加快了创维开拓和发展东南亚市场的步伐。之前创维在东南亚区域早已有全面的战略市场布局,且取得了傲人的成绩。这次创维收购东芝 TJP 工厂后,创维将会是创维未来东南亚市场业务的主要生产基地。