

# 产经新闻

责任编辑：刘静  
新闻热线：(010)84151603  
E-mail:grrbcjxw@sina.com

## 迎接体育产业“新·质”时代

新华社记者 林德韧

2019年已经过半，中国体育产业依然走在稳步发展的道路上。新形势、新问题，日前闭幕的2019国际体育产业高层论坛对中国体育产业发展前景、中国特色体育产业发展道路探索等话题进行了深入探讨。

论坛的主题为“新·质”，对于这个主题，论坛主持人张斌解释道：“所谓新就是寓意新时代，质是寓意高质量，这是符合当下时代的旋律，随着综合国力的增长，生活水平提高，中国体育必然走进一个新时代，必然给新的时代带来新的能量，新的质量。”

飞速增长，是近年来中国体育产业发展的一个标志性特点。根据国家统计局的统计，从2014年到2017年，中国体育产业增加值从4000多亿提升到7800多亿，年增长速度达到了24.6%，体育产业增加值占GDP的比重也从0.64%上升到0.94%。

国家体育总局经济司司长刘扶民介绍：“2014年10月国务院印发了《关于加快发展体育产业促进体育消费若干意见》，被业界称作是46号文件。这个文件将中国体育产业纳入国民经济发展当中来，首次明确提出体育产业是新的经济增长点和推动中国经济转型升级的重要力量，在中国体育产业发展的过程中具有里程碑的意义。此后国务院办公厅又陆续印发了《加快发展健身休闲产业的指导意见》、《关于加快发展体育竞赛表演产业的指导意见》，体育总局也和相关部门陆续发布了大约有10多个单项的产业化规划。至此国家推动、部门协调、地方落实的体育产业政策环境和工作机制逐步形成。同时，随着人民群众对美好生活需求的不断提升，体育消费持续升温，极大地推动了全社会关注，可以说日益完善的体育产业政策体系，加上坚实的经济社会发展基础，成就了我国体育产业连续多年来快速发展这样一个格局和结果。”

国家发展改革委社会司副司长彭福伟也表示：“今年是46号文件发布五周年，五年以来，中国的体育产业规模也不断地扩大，结构持续优化，质量逐步提升，新的模式，新业态层出不穷。”

对于“新的模式”和“新的业态”，前来参会的Keep北京卡路里信息技术有限公司总经理李新艳感触颇深，从健身视频分享做起，到如今他们有2亿注册用户数、4000万月活用户。“我们最开始那个形态就是纯线上的，希望能够解决用户想运动但不知道怎么运动的问题，但纯线上跟用户是有距离的，用户需要的不仅是体育，还有社交，所以我们衍生出来很多智能设备，包括面对家庭的跑步机一类的，通过IT支撑，产生的运动数据可以返回到平台上来，通过这些数据可以进一步分析用户的需求，产生更多的科技产品。”李新艳说。

体育的多维度功能和意义，在论坛上反复被嘉宾们提及。清华大学副校长杨斌说：“清华这些校友俊杰当中，有很多人因体育而伟大，因为体育而使他们的一生具有了非常不同的逸韵。”

彭福伟也表示，体育产业是满足人民美好生活需要的朝阳产业，也是绿色产业，体育不仅是一种体育运动，还是一种生活方式，一种教育手段，还是一种精神的载体。清华大学经管学院院长白重恩说：“体育对于人们遵守制度，遵守规则，也是非常重要的，每次奥运会运动员宣誓的时候，宣誓里面很重要的一部分，就是说我们要遵守运动的规则。全社会如果都能像运动员那样，去遵守体育的规则，我相信我们的社会是一个更好的社会。”

在飞速发展的道路上，中国体育产业必然面临着一些现实问题。国家体育总局副局长李颖川说：“我们清醒地认识到当前我国体育产业还处于发展的初期，有效的供给与实际的需求之间确实还有较大的差距，特别是跟一些先进的国家比起来，我们这种差距还是显著的。特别是在一些体制机制障碍上，还有待于进一步破除。体育产业里面的公共服务和理论研究是亟待加强的。”

对于中国体育产业的未来，嘉宾们普遍持乐观态度。李颖川表示：“随着支持政策的细化落实，消费需求的逐步释放，资源与资本的进一步对接，体育产业已经展现出强大的内生动力。”

白重恩表示：“当我们的经济进入了小康社会，当人们的生活水准已经达到了一定的水平之后，人们对于生活的追求就不一样了，就不再是满足于衣食住行，更多的人民要追求精神上的需求。所以，我觉得中国到了现在的经济发展阶段，体育产业是到了一个大发展的非常好的一个时期。”



东方IC 供图

# 中国电影产业经历了2015年、2016年的狂飙突进，2017年、2018年开始去泡沫，2019年已趋于理性 走出舒适区，中国电影该“冷静”一下了

本报记者 徐潇

6月23日，电影专资办票房数据显示，2019年中国电影票房已突破300亿元大关。与2018年不同的是，今年的“300亿元大关”略晚了7天。

一个不起眼的时间差值，但对于中国电影行业来说，却有可能是一个发展阶段的时间节点。而中国电影产业经历了2015年、2016年的狂飙突进，2017年、2018年开始去泡沫，2019年已趋于理性，回归“冷静”。

在日前举行的上海国际电影节上，阿里、腾讯、中影、上影、光线、博纳、万达的7位老总坐在一起，聊起中国电影现状和发展，更多谈到的是面对当下的市场环境，电影人如何抱团取暖，解决行业盲目追求流量、收入分配不合理、同质化内容较多等问题。

**“平稳”是当下电影市场发展的关键词**

自2018年以来，影视行业就步入低谷。

一方面，电影市场对内容的需求与要求都在提升，但各大影视公司供给不足，电影票房从快速增长变成下滑；另一方面，中国电影产业也遭遇了资本退潮的危机，增速放缓，一些上市影视公司市值大幅缩水，也给电影企业经营者带来巨大压力。

猫眼专业版数据显示，今年1~5月，中国电影分账票房(不含服务费)累计249.41亿元，同比下降6.35%。在观影人次方面，2019年1月~5月观影人数仅为6.89亿人次，相比2018年同期减少了约1亿人次。这是自2011年来，国内分账票房和观影人次首次出现负增长。

不少专家认为，这一困境和相当一部分影视企业过度追求“流量”热点、片面追求商业效益现象有关。而随着市场对投资回报的要求增加，以及影视项目单体投资规模的日益走高，市场对电影工业化提出了更高的要求。因此，挤出泡沫，淘汰缺乏竞争优势和实力的公司势在必行。

另外，随着5G、超高清技术的落地，电影人独有的院线渠道也在遭遇冲击，对传统影视公司来说产生更大的压力。电影院是否还能吸引更多的观众，也打上了问号。

博纳影业董事长兼总裁于冬表示：“未来5G的发展，带来很多可想象的播放载体的发展，也在对电影提出更高要求。未来电影如果不能提供更好的沉浸式视听体验，或电影制作的技术不能提升到世界级水准，就等于我们将市场拱手让出，而大量本土电影公司也可能沦为BAT旗下内容平台的定制内容供应商。”

无论如何，中国电影的工业化发展之路也



电影院里的自动购票机。东方IC 供图

必须加快步伐。然而，目前现状并不乐观，《流浪地球》的导演郭帆表示：“中国的电影行业还处在工业化最开始的阶段。在我做了《流浪地球》之后，才知道工业化这条路有多难，我们跟好莱坞有多大差距。”

如何找到中国电影工业化发展路径？北京电影学院国家电影智库常务副秘书长、研究员刘正山表示：“工业化的落地最重要的是标准，标准是非常重要的基础。标准化对我们这个行业发展促进作用是非常大的，第一个是建立广泛的认同；第二就是经验和技术的留存；第三就是减少不确定性；第四是提高行业效率。”

“‘平稳’是当下电影市场发展的一个关键词。”凡影咨询创始合伙人李湛也表示，从受众端的大数据也可以看到，受众规模走向平稳，观影频次也变得比较稳定，年龄结构变得更加平均，各个年龄层观众的需求变得更加多样，这些数据反映了电影消费者的市场正在慢慢地走向成熟和稳定，中国电影产业精耕细作的红利期已经开始。这也意味着，要向质发力。

**讲好故事是电影市场“刚需”**

尽管困难重重且问题不少，但国内电影产业希望仍在，且大有可为。业内人士普遍认为，电影行业经过多年的野蛮生长，需要一段这样的“冷静期”。

在2018年，得益于市场规范挤去了票房增长中的泡沫，让优质电影浮出水面，实现口碑与票房齐飞的态势。一批国产电影突破寒冬的封禁，在这一年里完成了类型、美学、影响力多层次突破。《红海行动》《我不是药神》《无双》等一批优秀的影片不仅在票房上取得成绩，而且在社会影响力上也取得了广泛的社会认同。使得讲好中国故事，成为电影市场的“刚需”。

基于此，中国电影票房首次突破600亿元大关。根据国家电影局的数据，2018年全国电影总票房为609.76亿元，同比增长9.06%；国产电影总票房为378.97亿元，同比增长25.89%，市场占比为62.15%，比去年提高了8.31个百分点，市场主体地位更加稳固。

今年上海国际电影节上发布的《2018年中国电影产业研究报告》指出，2018年全球票房达411亿美元，较2017年上升1.2%。而这一增长离不开中国票房的高速增长。目前中国不仅是全球电影市场第二大票仓，其90亿美元的体量更是占到全球总票房的22%。

普华永道最新预测更是显示，到2020年，中国电影票房收入将达到122.8亿美元，超过美国的119.3亿美元，成为全球最大电影市场。

内容上的精耕细作意味着要向质量发力，产业竞争也将更加激烈。华谊兄弟电影有限公司总经理叶宁表示，更多新玩家正在入场，线上线下联动争夺头部内容成为行业里的新机遇。

目前，国内电影产业不管从工业化程度、票房体量，还是内容审美都已脱离了野蛮的爆发式增长阶段，走入充分竞争时代。当务之急是要着力深耕内容，把质量与市场做强的同时，让一些新业态、新模式能够为电影从制作、营销到衍生消费打开更多空间。

有专家指出，随着中国电影的日趋成熟，丰富的电影内容以及影迷愿为高质量产品买单的“共性”，推动着中国电影工业及其产业链的进一步延伸，IP孵化、衍生周边、文化旅游、实景娱乐等消费形式正成为中国电影价值增长的新蓝海。

## 自主品牌汽车如何逆势突围

本报记者 赵昂

根据中国汽车工业协会的数据，今年5月我国汽车产销量继续下降，当月生产汽车184.83万辆，环比下降9.93%，同比下降21.16%，销售汽车191.26万辆，环比下降3.43%，同比下降16.4%。

在车市逆风的市场环境下，自主品牌汽车受到的冲击不容小觑。去年，中国品牌汽车占乘用车销量比重为43.09%，已经较上一年度下降了1.79个百分点，而在今年1~5月，中国品牌乘用车销量为333.46万辆，同比下降23.25%，占乘用车销售总量的39.7%，失守了40%的市场份额红线。

而在此之前，从2015年到2017年，中国品牌汽车销量占比一直呈上升态势。在市场份额缩减的情况下，一些竞争力有限的自主品牌面临市场边缘化的不利态势，有的品牌销量跌幅突破六成，

消费者关注度持续下降。

如果仅仅将自主品牌市场表现不佳全部归咎于汽车市场大环境，还是有失偏颇。因为即使“蛋糕”缩小，不同车系的销量占比还是呈现此消彼长的态势。5月的数据显示，在乘用车中，德系车和日系车分别销售了38.27万辆和37.2万辆，分别占乘用车销售总量的24.51%和23.83%，其中日系车在车市大逆风的情况下，销量不降反增，降幅最为明显的则为韩系车。而在1~5月的数据中，日系车的销量也呈上升趋势。

为什么自主品牌汽车在市场竞争中不敌日系车？

在车市大环境不利的情况下，汽车生产销售“口红效应”明显，即消费者有“低价产品偏爱趋势”。自主品牌汽车与日系车在这方面有个共同点，即不管面向的是何种消费者，其提供的产品，总要比其它国家品牌汽车售价低一些。显然，日系品牌很好地利用了“口红效应”，做到了销量不下降，份额反增加，

自主品牌车企必须意识到，在一线城市限号且环保要求日益提升的情况下，大部分消费者是不会

但自主品牌则不然。

为什么消费者有了“低价产品偏爱趋势”，却依然不愿意选择同样价格较低的自主品牌汽车呢？

事实上，在现有的工业生产条件下，造出一辆汽车并不难。但是，汽车工业则是一个复杂工业体系，其不仅涉及上下游产业链，从上游研发到精密生产，从市场细分到销售管理再到后期服务，构成了一整套复杂的运营管理体系。并且，这一套体系要跟随汽车技术、市场环境、消费者需求的变化而更新，以应对不同条件下的外部环境和同业竞争。这一点，恰恰是自主品牌企业的短板。

在油耗、维修、保养费用等方面，日系车被公认为具有优势，而这优势背后，则是其研发和精细化生产能力的体现。遍布城乡的4S店，不仅仅构成了其销售体系，更是后期服务体系，后者的经营效益，不弱于节省少许支出，而选择自主品牌吗？

如今，汽车市场正在经历新一轮的洗牌，在新能源和高排放标准方面，一些国外品牌已经提前进行相应技术积累，对此，自主品牌车企要有所准备。否则，谁也无法保证，40%的市场份额红线，是否还能收复？

把来之不易的铁皮，装在低端车辆上的，自己的主要市场应当是二三线城市和中小城镇。但是，如果只需要增加少许支出，甚至不增加支出，就能买到质量更好、消费体验更佳、使用支出更低、后期服务更便捷的其它品牌车，消费者还会只为了节省少许支出，而选择自主品牌吗？

有专家指出，随着中国电影的日趋成熟，丰富的电影内容以及影迷愿为高质量产品买单的“共性”，推动着中国电影工业及其产业链的进一步延伸，IP孵化、衍生周边、文化旅游、实景娱乐等消费形式正成为中国电影价值增长的新蓝海。

## 查“癌”，还是“挨宰”？

——癌症体检乱象调查

新华社记者 董小红 帅才

明明没有病却被检查出癌症，打着“免费海外知名医院癌症体检”的幌子诱骗上钩，一些癌症体检机构甚至雇佣无资质人员……近年来，癌症体检受到不少人追捧，但记者调查发现，这些看起来“高大上”的癌症体检机构和项目，背后猫腻不少、问题重重。

**癌症体检花样百出**

“谁都怕得癌症，听说能提前体检出来，宁愿花钱也要去检查一下。”70岁的成都市民李先生，从朋友那里得知一家民营体检机构的癌症体检不错，忙不迭地去了解。

工作人员介绍，X光片可以看出肺癌，套餐里少不了它；前列腺彩超可以发现早期癌变，这100多元的项目也要加进去……一项项加进来，李先生的体检费用达到了4000多元。

成都市第三人民医院体检部医生李妮说，以X光片判断肺癌，在专业人士看来颇不靠谱，因为这种方式的漏检率太高了。彩超能筛查早期前列腺癌也被夸大了，其作用只能是供病变筛查参考。

记者走访成都、长沙等地一些癌症体检机构发

现，基础套餐、职场套餐、夕阳红套餐、亚健康套餐、儿童套餐……各类项目让人眼花缭乱，价格更是从几百元到四五千不等。

在长沙一家体检机构的癌症体检套餐里，记者看到包括肝胆脾胰双肾彩超、乳腺彩超、血常规、心电图、肝功能八项、肾功能三项、癌胚抗原检测和彩色经颅多普勒检查，还附加中医体质辨识和经络穴位测评。

“癌症体检需要针对特定高危人群，并不是每个人都适合，也不是所有人都需要做全套癌种的筛查。一些常规筛查如心电图等其实对筛查癌症作用有限，中医体质辨识等更是缺乏针对性，如果癌症筛查跟一般体检项目差不多，还有什么用呢？”四川一家大型公立医院体检中心负责人说。

**漏诊误诊、“夸大升级”“无病生癌”**

眼花缭乱的癌症体检，实际效果会如何呢？湖南南乳癌患者刘女士告诉记者，她每年都在一家医院的健康管理中心做癌症体检，前年做乳腺彩超时发现了一个微小结节，体检中心的医生说是良性的，她也就没放在心上。一年以后，刘女士发现乳腺结节增大，摸上去硬硬的，她才去医院做了乳腺钼靶检

查，后来确诊为早期浸润性乳腺癌，“如果当时体检中心提醒我早点做钼靶或穿刺检查，我可能发现得更早，治疗效果也更好。”

记者调查了解到，目前设置癌症体检的大多是一些民营体检机构，这些机构和相关癌症体检项目良莠不齐，乱象丛生。

——发展失序，缺乏资质，容易造成癌症漏诊、误诊。知情人士透露，一些商业体检机构盲目追逐利益，专业性差、发展失序，“创造”了“五花八门”的癌症体检项目，有的还雇佣无资质人员从事体检诊断工作，导致癌症漏诊、误诊发生。

“比如肿瘤本来就有隐蔽性，光靠照普通CT漏诊率较高，而一些商业体检机构阅片的人就是社会上招聘的，经过短期培训就上岗，缺乏相关资质，又怎么能判断出癌症呢？”四川一名体检机构业内人士透露说。

——“夸大升级”患者病情。记者调查发现，一些民营体检机构甚至将一些患者的病情“自动升级”，如让一些患有妇科炎症的患者“陡然生病”，将其病情夸大为子宫癌，然后通过索取患者身份证件、户口本和合作医疗证，虚构诊疗信息，从医保部门骗取医保资金。

——推销“高端”海外癌症体检，“无病生癌”。记者从湖南省公安部门了解到，近年来，湖南省公安

部门查处了多起利用海外就医虚构病情实施诈骗案件，其中机构和中介公司联合哄骗老年人去国外体检，查出假癌症，给予假治疗，骗取老年人钱财。

“最多的一位受害者被骗了60多万元，国外假专家说她得了乳腺癌和肺癌，让她进行治疗，后来受害人回国后找专家会诊，并无癌症病症，才知道自己上当受骗。”办案民警说。

**加强行业标准建设，设立“黑名单”**

四川省肿瘤医院健康管理·肿瘤筛查中心主任程幼夫介绍，目前我国癌症体检缺乏相关的行业标准和规范，体检前缺乏科学的讲解和个体化体检套餐设计建议，体检中缺乏统一规范的专业化服务流程及路径。体检后又缺乏健康评估和跟踪管理，使得体检的效果“大打折扣”。

“癌症体检需要更专业化、个性化，可以参照国外的一些成熟模式，比如推行‘1+X’的体检项目，1是指基础的常规体检项目，X是指针对特定高危人群的不同癌症种类筛查项目。”程幼夫说，目前该院已建立四川首个肿瘤筛查中心，探索建立了一套癌症体检规范，体检人员需要进行专业问卷调查，通过问卷调查再选择特定的体检项目，随后由专业医生针对检查结果进行咨询并随访，不同于普通体检，癌症体检需要做到体检服务“一管到底”。

中南大学湘雅二医院办公室主任李异建建议，体检行业应该加强自律、自净，提高准入门槛，制定严格行业标准，建立黑名单制度和退出机制，针对体检行业违法行为，卫生主管部门必须加强监管，及时查处并向社会公布处理结果，有效约束体检机构非法经营，规范体检市场有序发展。

(新华社电)

## 产经观察