

# 中国企业积极“参赛” 奥运经济热力十足

新华社北京7月30日电《中国证券报》30日刊发文章《中国企业积极“参赛”奥运经济热力十足》。文章称,从运动员装备到小巧精致的纪念品,再到先进的体育器材……乘着巴黎奥运会的东风,不少中国企业正通过各种方式“参赛”,诸多“中国制造”亮相,中国品牌走向国际舞台,奥运经济热力十足。

## “奥运消费”火热

在北京王府井李宁旗舰店,火红的“以我为名”乒乓球系列专业装备引人注目。“这款系列专业装备只能在线上购买,是国家乒乓球队参加巴黎奥运会的队服同款。”该店工作人员向中国证券报记者介绍,“不少顾客将该系列装备当作礼物送给朋友。”

除了李宁,在安踏 PALACE 店,记者看到,身穿比赛服的人体模特摆出拳击、举重、跆拳道踢腿等动作,展示在多个橱窗内。

“安踏推出了安踏灵龙 Tee,提取 ANTA LING LOONG 形象,将小灵龙龙头演绎在服装上,以此祝愿奥运健儿龙运当头、拔得头筹。”安踏工作人员指着一款服饰告诉记者,“这款 T 恤卖得特别火,网上已经断码了,线下店的码数也不全了。”

在中国国家队特许零售店内,材质各异、形态各异的巴黎奥运会以及残奥会的吉祥物“弗里热”惹人爱。“现在货不是很多了,之前已经卖出很大一部分。”该店工作人员表示。

“奥运消费”火热,数据可以印证。特卖电商平台唯品会数据显示,近期平台上“赛会同款”等相关产品关键词搜索量激增,在暑期消费叠加奥运效应带动下,越野跑鞋、速干 T 恤、运动 Polo 衫、儿童防晒服等品类销量大增。

天猫数据显示,7月13日以来,天猫奥林匹克官方旗舰店进店人次大幅增长,吉祥物“弗里热”毛绒商品和纪念币已进行14次补货。

## “中国制造”亮眼

去年以来,义乌国际商贸城体育用品行业的商户们陆续接到大量奥运相关产品订单。旗帜、挂件、运动服、手环等奥运相关产品漂洋过海,抵达塞纳河畔。据义乌海关数据,今年1月至6月,义乌体育用品及设备出口50.2亿元,同比增长42.3%,其中对法国的体育用品出口额增长显著。

据巴黎奥组委数据统计,本届奥运会80%的吉祥物都是由中国制造。同时,各类望远镜、助威棒、加油围巾、钥匙扣等赛事周边产品也主要来自中国厂家。

除了“中国制造”,更有“中国智造”。7月26日,2024巴黎奥运会开幕式在塞纳河畔举行。在全球观众注视下,来自深圳市艾比森光电股份有限公司的“黑科技”——艾比森LED大屏点亮了塞纳河两岸,为开幕式提供稳定流畅的超高清显示支持。“我们公司奥运会提供了50多块大屏,开幕式的主屏就用了我们的产品,

有100多平方米。”艾比森相关负责人说。

## “中国品牌”强势输出

7月24日,巴黎奥运会“中国之家”在法国巴黎开门迎宾。作为中国奥委会官方健身器材供应商,舒华体育携多款健身器材亮相“中国之家”,向世界展示中国体育科技应用在健身领域的先进成果,让世界看见“中国品牌”力量。

“今年入驻的产品在功能性、智能性、娱乐互动性及科学性方面都有很大提升。”舒华体育副总裁李瑞峰表示。

不仅是舒华体育,霸王茶姬在巴黎圣拉扎尔火车站开设快闪店,喜茶在巴黎打造快闪店“喜茶巴黎观赛茶室”,盼盼食品成为2024年巴黎奥运会中国体育代表团官方赞助商;阿里巴巴人工智能(AI)能源管理工具“能耗宝”被应用于本届奥运会的所有比赛场馆……众多“中国品牌”借着奥运东风,在海外强势输出。

“品牌出海”作为中国企业寻求高质量发展和新增长点战略机遇已逐步成为市场共识。借助世界重大赛事平台,众多中国企业加快“走出去”步伐,进一步提升品牌影响力和国际声誉。

专家表示,2024年是“体育大年”,巴黎奥运会、亚洲杯、欧洲杯等吸引着全球目光。借助国际赛事,企业能迅速提升品牌知名度和美誉度,这不仅是绝佳的品牌营销机会,更是“中国品牌”出海的好时机,有助于进一步巩固和扩大市场份额。

## 人民子弟兵奋战湖南湘潭抢险救援一线



▲这是7月29日拍摄的涓水湘潭县河口镇华中村堤段决口险情现场(无人机照片)。

新华社记者 陈思汗 摄

◀7月29日凌晨,在湖南省湘潭县易俗河镇四新堤附近,抢险人员在转移被困群众。

新华社记者 陈思汗 摄

新华社长沙7月30日电(记者杨晓敏)涓水湖南省湘潭县段近日发生3处决口险情,洪水淹没部分村庄。险情发生后,人民子弟兵迅速赶赴一线开展抢险救灾工作。

湘潭县易俗河镇四新堤28日晚发生决口后,武警湖南总队湘潭支队官兵迅即出动,携带冲锋舟等救援装备,赶往现场转移受灾群众。武警湖南总队某部

29日凌晨紧急出动兵力支援一线,开展转移受灾群众、运送物资、医疗巡诊等抢险救援工作。

截至7月30日14时,湖南省军区组织长沙、株洲、湘潭3地官兵、民兵,携带60余艘冲锋舟、20余艘橡皮艇赶赴一线,全天不间断进行拉网式排查和救援工作。

目前,人民子弟兵仍在有序进行搜救转移群众、巡堤、固坝等工作。

## 半年突破1.2万亿元 我国跨境电商跑出“加速度”

新华社电 记者7月30日从国新办举行的“推动高质量发展”系列主题新闻发布会上了解到,跨境电商等新业态已经成为稳外贸的重要力量。据海关统计,2024年上半年,我国跨境电商进出口1.22万亿元,同比增长10.5%,增速高于同期我国外贸整体4.4个百分点,2023年我国跨境电商进出口较2018年增长1.2倍,跑出“加速度”。

(记者邹多为、唐诗凝)

## 深圳将打造“三全”智能产品矩阵

新华社深圳7月30日电(记者印朋)《深圳市加快打造人工智能先锋城市行动方案》30日对外公布。方案由中共深圳市委办公厅、深圳市人民政府办公厅印发,提出强化智能产品创新布局,打造全身、全车、全屋“三全”智能产品矩阵。

方案提出,深圳将围绕高频应用场景重点发展智能产品。打造全身智能产品矩阵,丰富智能手机、智能电脑、扩展现实(XR)智能交互终端等的功能;打造全车智能产品矩阵,加速智能驾驶等产品布局,实现电动化与智能化深度融合;打造全屋智能产品矩阵,开展有线无线通讯体系等软硬件攻关,提供一体化智能家居解决方案。

据了解,深圳将结合自身产业优势,在智能产品、应用场景、智能网联汽车等领域重点发力,打造“全栈创新先锋、智能产品先锋、数据跨境先锋、场景应用先锋、智能驾驶先锋”,推进人工智能先锋城市建设。

## 我国公交车保有量超68万辆

新华社石家庄7月30日电(记者黄韬铭、叶昊鸣)截至2023年底,我国公交车保有量达68.25万辆,其中新能源公交车55.44万辆,占比81.2%。运营线路达7.98万条,公交专用车道突破2万公里,2023年完成客运量416.3亿人次。

这是记者30日从交通运输部获悉的。“我的公交我的城”主题宣传活动同日在河北沧州启动。

交通运输部运输服务司二级巡视员耿晋军在启动仪式上介绍,近年来,交通运输部会同相关部门加快完善法规、政策、制度和标准,依托国家公交都市建设、绿色出行创建等行动,指导各地深入实施城市公共交通优先发展战略,公交发展取得了明显成效。去年印发的关于推进城市公共交通健康可持续发展的若干意见提出了15项任务举措,城市公共交通条例已列入《国务院2024年度立法工作计划》,正在加快出台。

“城市公共交通正迎来新一轮政策窗口期。”耿晋军表示,交通运输部正在研究起草进一步推进城市公共交通优先发展的政策以及公交车和动力电池更新实施细则。