

冰雪运动能否热度不减

常理

市场瞭望

进入11月份,气温逐渐降低,新一年的雪季已悄然而至,广大冰雪运动爱好者已经开始摩拳擦掌。2022至2023年雪季,是北京冬奥会结束后的第一个滑雪季,相信不少人既期待又好奇,冰雪运动的火爆是否还将持续?“后冬奥”时代冰雪产业能否实现万亿元的目标?

北京冬奥会的成功举办对我国冰雪运动发展起到了重要的推动作用,让冰雪运动的种子落地生根。冰雪产业规模从2015年的2700亿元增长到2021年的5788亿元。原本小众的冰雪运动,在国家政策的持续发力下,在各地各部门的齐力推动和资本的簇拥下,不断拓展产业链条,实现二三产业融合发展,成为人民群众喜闻乐见的体育项目,具备了稳固的发展根基。

“谁来滑”有了良好的开端——短短几年间,中国冰雪运动参与人口由不足5000万人增长至3.46亿人,由此改变了世界冰雪运动版图。伴随着我国经济发展,冰雪运动的未

来依然可期:我国目前拥有4亿中产阶层,人均GDP多年维持在1万美元以上,表明我国经济水平达到一个新阶段,人们拥有了参与冰雪运动的消费能力。党的二十大开启了建设社会主义现代化国家的新征程,体育强国建设将深入推进,冰雪运动也将在人民群众奔向美好幸福生活的过程中得到进一步发展。冰雪产业通过高质量发展实现2025年万亿元产值的目标前景可期。

南方地区的爱好者也可在家门口享受冰雪运动带来的乐趣。随着冬奥会结束,一批奥运场馆作为宝贵的“冬奥遗产”也将持续发挥作用,成为群众健身休闲和旅游的场所,由此推动冰雪运动普及和全民健身的深入开展。

值得注意的是,由于疫情反复,包括冰雪运动在内的体育产业面临巨大压力。但从长远来看,我国经济社会稳定发展,全民健身、体育强国建设稳步推进,冰雪产业通过高质量发展实现2025年万亿元产值的目标前景可期。

这就要求我们,一方面,要持续推动各种形式、各种专业层级的冰雪体育赛事活动。

体育赛事对于体育产业发展起到了积极的示范和引领作用,运动员在赛场上的英姿飒爽可以在社会上引起共鸣,激发更多的群众加入。北京冬奥会全球转播观众超过20亿人次,社媒互动量达32亿次,对冰雪运动的推广特别是在青少年人群中的推广无疑起到重要作用。要进一步打造具有地域、城市鲜明特色的冰雪赛事活动,推动冰雪体育赛事开发与运作模式逐步走向成熟,增强市场主体造血能力,形成一批有竞争力、影响力的自主冰雪运动赛事品牌,由此推动冰雪产业高质量发展。

另一方面,要继续引导好冰雪消费。数据显示,近两周,全国冰雪世界主题乐园门票预订量比上月同期增长223%,7成以上消费超过200元。天眼查数据显示,截至目前,我国有冰雪运动相关企业9580余家,45.1%的冰雪运动相关企业成立于5年之内。冰雪运动企业要紧跟市场需求,不断提升冰雪运动产品的质量和服务水平,推动冰雪教育培训业、竞赛表演业及冰雪旅游业持续发展,满足消费者的个性化品质化需求,让整个冰雪产业链更加健康可持续。

9月新能源车零售额

36.2亿元

▲ 同比增长58.8%

▲ 增速较8月提升18.3个百分点

▲ 拉动当月社会消费品零售额增长1.13%

10月以来

补贴日均申请量 90辆

消费正回暖

疫情之下,要稳住经济增长,拉动内需是个重要选项。汽车作为代步工具,成为不少家庭愿意投入资金添置、更新的大件。随着北京鼓励汽车更新换代政策实施,在众多展会上大放异彩的新能源汽车,成为近期北京车市上的赢家。

2022年6月2日,《北京市统筹疫情防控和稳定经济增长的实施方案》印发。6月26日,北京市商务局等七部门发布了《北京市关于鼓励汽车更新换代消费的方案》,每辆车给予8000元至1万元资金补助,鼓励淘汰北京乘用车置换新能源小客车。7月1日,汽车置换补贴平台开始受理车主补贴申请。

这项新政策规定,经申请通过旧车和新车信息审核,且符合申领条件的车辆可获得补贴。其中,报废或转出新能源小客车的,每车给予8000元补贴;报废或转出使用1年至6年其他类型乘用车(非新能源)的,每车给予8000元补贴;报废或转出使用6年(含)以上其他类型乘用车(非新能源)的,每车给予1万元补贴。

这项旨在优化北京市汽车结构、促进汽车消费增长的利好政策一经实施,即带动北京新能源汽车销量同比大涨。来自北京市商务局的数据显示,截至10月31日,汽车置换补贴平台已收到补贴申请9312辆,预计补贴金额7449.6万元,实现新车销售额23.59亿元。9月新能源车零售额为36.2亿元,同比增长58.8%,增速较8月提升18.3个百分点,拉动当月社会消费品零售额增长1.13%。10月以来,补贴日均申请量为90辆,最高单日申请量达169辆,比7月日均申请量提升了50%。燃油车置换电车占总量的近80%,根据测算,车辆年污染物排放能减少100吨以上,车均价格超过25万元,高于新能源车销售均价约10万元。

记者走访市场发现,随着新能源汽车市场日渐成熟、早期车主进入换车期,近期有换车意向的消费者明显多了起来。在位于北京市丰台区的一家比亚迪4S店,北京丰台区市民吴为告诉记者,家中的第一辆新能源汽车就是比亚迪品牌,已经开了6年,正在寻找合意的新车。

同样在2016年购入第一辆新能源汽车的北京朝阳区市民张军,最近也时常在网上浏览新能源汽车信息。在他眼中,开新能源汽车不止有不限号这个“特权”,更是城市道路上的一抹亮色。城市车流中常见的不仅有特斯拉、比亚迪等电动汽车,更有蔚来、小鹏、理想为代表的造车新势力产品。吴为说:“现在,新能源汽车可选的车型多了,外观内饰都有了很大的变化,不少车型的续航里程达到500公里甚至更多。这都让我有换车冲动。”

除了政府出台的利好政策,不少车企也千方百计带动消费。奔驰旗下一些纯电动车型推出的限时购车新方案,提出36期首付0元起、36期0融资费用、期末可买可换可展期。蔚来也设计了优惠便捷的金融方案:首付最低0元起,部分车型36期年化费率仅需3.29%……

业内人士表示,这也是车企刺激消费的一种方式,对年轻消费者尤其具有吸引力,不仅让一些积累有限的消费者圆了购车梦,更为一些原本预算不高的消费者提供了更多的选择。

本版编辑 李丹美 编高妍

奶业消费扩品种、增体验、解难题——

一路常伴乳香行

本报记者 陈力

数据显示,我国人均奶类年消费量14.4公斤,仅相当于世界平均水平的三分之一、发展中国家平均水平的二分之一。

内蒙古堪称“中国奶罐”。目前,全区奶牛存栏143万头,原奶产量673万吨,原奶加工能力1000万吨,占比都在五分之一或四分之一,总量均居全国第一。近年来,内蒙古下大力气为乳业扩品种、增体验、解难题,不断让更多优质产品推向全国。

丰富消费体验

“没来内蒙古旅游、没来伊利参观之前,我对乳业的全部印象,就是每天早上喝一杯牛奶。”来自安徽的消费者赵洁在伊利集团的“产品树”下,直呼过瘾,“真没想到奶产品的消费体验如此丰富”。

这次草原之旅,也成了赵洁的一次奶业消费之旅。她在网红店订餐之后,第一次体验了现煮奶茶:牛奶和砖茶、肉干、炒米搭配,比冲泡奶茶粉醇香很多;第一次体验了酸奶馅饼:吃起来不仅不酸,而且松软香糯;第一次见识了烤奶皮、拔丝奶皮、奶豆腐、奶豆腐月饼、奶糖片、酸奶炒米糖。正如草原全媒的爆款作品《内蒙古奶味有多足》所罗列:无论高温灭菌奶还是巴氏杀菌奶,无论脱脂奶还是无糖奶,总有一款适合你;几十种风味的雪糕、冰淇淋,不但在盛夏令人狂喜,在其他季节依然热卖;只要你愿意,既可以把奶煮着喝,也可以把奶煎着吃、蒸着吃、烤着吃、炒着吃……

伴随着伊利、蒙牛两大乳企先后进入全球乳业十强,内蒙古的乳产品矩阵也更加丰富。液奶、奶粉、酸奶、冷饮等市场规模不断扩大的同时,两大乳企纷纷进军奶酪等产业高端。

数据显示,2017年至2021年,中国奶酪行业市场规模从49.92亿元增长至122.7亿元,年均复合增长率达到25%。消费需求增长强劲的同时,中国奶酪行业还存在着消费占比低、原料依赖进口、产业链不完善等诸多问题。“从米面粮油转向高蛋白、高品质,推动中国市场从‘喝奶’到‘吃奶’,奶酪是推动中国乳业行稳致远的生力军和新动能。”蒙牛集团总裁、妙可蓝多董事长卢敏放认为,推动奶酪行业长期健康发展,要做好四个方面的工作:一是保障品质,二是关注上下游供应链,三是品类创新,四是引导消费。要通过不断地宣传,把奶酪变成每一个家庭每天都吃的刚需产品,驱动奶酪向千亿元级产业发展。

增加乳品品种

驴奶能喝吗?在呼和浩特市和林格尔县,内蒙古草原御驴科技牧业有限公司已经走过10年的发展道路。公司旗下草原牧业餐饮有限公司是国内首家以“驴”为主题的文化餐饮食品坊,目前在呼和浩特已建立两家全国连锁餐饮店,现在正在布局上海、广东等地餐饮连锁店。“驴奶粉是乳中臻品、奶粉中的奢侈品。”草原御驴科技牧业有限公司总经理白晋宇介绍,公司采用先进的超高压灭菌及冷冻真空干燥两种技术,保存原奶中的营养和活性,今年投资建设生产50吨驴奶粉的生产线。一期目标年产20吨至50吨成人纯天然无添加保健奶粉,二期将针对肺



绒毯般的草场,珍珠似的高群,使内蒙古成为天然的奶罐。(资料图片)

结核、糖尿病、癌症患者等疾病群体生产配方奶粉。

10年前,锡林郭勒盟被中国马业协会授予“中国马都”。作为核心区,锡林浩特市大力发展马产业。“马的全身都是宝。我们在转化马乳品上强链延链。”内蒙古中蕴马产业集团董事长黄博光介绍,75家马奶加工企业基本转化了养马牧民所产马奶。其中,内蒙古中蕴马产业集团积极构建马产业前端奶源标准化体系,不断完善农牧民利益联结机制,全年敞开收购。为了提高马奶单产,他们还组织业内顶尖科学家联合攻关,启动了“乳用马高效繁育及马奶产品多样生产集成示范”。

内蒙古不同牲畜分布在不同植被的草原上,由此形成了牛奶、马奶、羊奶、骆驼各个品种的奶业版图。在“中国骆驼之乡”阿拉善,全盟建成驼奶加工企业合作社11家,企业收购鲜奶从2018年的30吨增长到目前的3000多吨,驼奶产业进入集约化、工业化生产时代。在“中国乳都”呼和浩特,内蒙古盛健生物科技有限责任公司优质奶山羊存栏突破5万只,成为中国奶山羊存栏第一名。通过牧场标准化、奶羊良种化、生产机械化、管理数字化,公司保障优质羊奶从牧场到工厂全程可追溯。

破解发展难题

蓝蓝的天空,碧绿的湖水,勤劳的阿妈在给奶牛挤奶……这或许是许多人关于内蒙古的一个“嵌入式”印象。“在奶业振兴的大潮

中,这一幕已彻底翻篇。”内蒙古优然牧业有限责任公司一单元助理总经理赵国梁说,作坊式的牛奶生产,根本解决不了国人吃奶好、随时吃的难题。

以优然牧业为例,最小的牧场也有奶牛3000头,大的有24000头。每一天,娟珊奶牛的伙食标准是80元。所有奶牛都享有刷身、修蹄等保健服务,所有牛奶都全封闭进入加工管道。“现代化奶业大生产,首先保证了奶牛的品种好、奶牛的福利好,进而保证了牛奶的品质好。”赵国梁说,伊利、蒙牛、优然牧业等大企业引入超高温灭菌工艺,延长了牛奶的保鲜期;引入新型包材,延长了奶产品运输半径。这不仅使奶源区的人吃奶更加方便、放心,还把“黄金奶源带”上的优质产品推向全国。

在伊利人眼里,世界上只有两种人:喝牛奶的人和喝牛奶的人。“我们在调研中发现,许多人不喝牛奶的主要原因就是乳糖不耐受,喝奶后不是胀肚就是跑肚。”伊利集团液态奶事业部研发总监巴根纳介绍,找到了症结,确立了使命——“把不喝牛奶的人变成喝牛奶的人”,伊利集团大力攻关。

开发“舒化奶”过程中,巴根纳和科研团队大胆假设、小心求证。为了解决工业化成本太高、产品容易褐变难题,科研团队进行了上千次实验。一个指标、一个参数,甚至报告中的一个标点符号都要精益求精。最终,在国内首次采用了业界领先的“无菌添加”工艺以及国际先进的“乳糖水解”技术,在不破坏牛奶原始的色、香、味、口感以及多种维生素

和矿物质的基础上,将乳糖完全水解,让困扰很多人的乳糖不耐受问题变得“不是问题”。在此基础上,巴根纳团队又成功研发出乳铁蛋白型舒化奶等3种不同类型的舒化奶,推出了中老年舒化奶。“伊利舒化奶在全球乳业大会上获大奖,我非常高兴。”巴根纳说,“让更多的人变成喝奶的人,我更加自豪。”

创新成为龙头企业乳品研发的主流。以伊利为例,营销收入在全球乳业排名前五,但是研发能力已进入前二名。

龙头企业“做消费者粉丝”,支持龙头企业也成为各地推进奶业振兴的实际行动。在供给侧,龙头企业从“有没有”转向“好不好”,在需求侧,许多居民的乳品消费从“偶尔吃”转向“终身吃”。在这样相互促进的氛围里,内蒙古驴奶、羊奶、马奶、驼奶等领域的小企业,深耕当地、精耕产品、专耕市场的新一轮创新又开始了。

本报记者

杨学聪



内蒙古盛健生物科技有限责任公司建成全国最大的奶羊基地,实现优质羊奶全程可追溯。

本报记者 陈力摄