



中国制造超级展台的背后竞技

中国企业优势产业已经形成,但高端核心领域仍有不足

■ 本报记者 郝帅

中国体育健儿们在里约奥运会摘金夺银的同时,另一只中国力量也出现在赛场内外:众多中国企业制造的产品及服务受到了多方关注。奥运会在第一次进入南美洲的同时也将“中国制造”的标签更加深刻地印到了当地。

相关业内人士告诉《中国企业报》记者,“中国制造”在近年取得了长足的进步,凭借逐步增强的实力越来越广泛参与到举世瞩目的奥运会当中,相对于竞技体育的不确定性,“中国制造”在奥运会上的发挥非常稳定。而巧合的是参与奥运会的“中国制造”也有着与中国体育代表团类似的特点,即优势项目已经形成且比较集中,而在一些传统领域虽已有突破,但还需形成核心优势。

基础设施建设及服务获突破

相关业内人士告诉记者,其实企业参与像奥运会和世界杯这样的顶级国际赛事并不是想象的那么难,刷存在感其实相对容易,但是真的要有深度且长期合作确实是难事,“中国制造”在此次里约奥运会的基础建设及服务上的深度参与值得关注。

“奥运会重在参与,对于运动员是这样,对于企业也是这个道理。”业内人士表示,“比如说南非世界杯上的呜呜祖拉就很抢眼,但不能代表‘中国制造’的水平。做企业要务实,参与奥运也是这样,而此次中国企业深度参与里约奥运会的基础建设与服务,水平高、质量好。相对于偶然性很强的竞技体育来说,‘中国制造’的发挥非常稳定,应该为其颁发金牌。”

8月1日,里约地铁开往奥运村的专线4号线正式载客运行,巴西代总统特梅尔与国际奥委会主席巴赫成为第一批乘客。而该线上所有的地铁列车均来自于中国中车,此次奥运轨道交通专线超过60%的列车来自中国。数据显示,奥运会期间,每天大约有30万人坐着中国生产的地铁列车,往返于里约市区和奥林匹克公园之间和赛场内外。

事实上,里约奥运会场馆建设之初便被贴上了“中国制造”的标签。作为我国高端制造业代表的中联重科、徐工机械和三一重工的数千台建设机械“会师”里约奥运会场馆建设工地,凭借其优异性能为“中国制造”圈粉无数。同时记者还注意到,在巴西,中国品牌起重机已占据80%以上市场份额。

参与奥运会绝不仅仅是为了宣传,展示实力的同时还要拓展市场。

“不仅仅是奥运会,我们的设备还参与了巴西世界杯、巴西美丽山电站项目、淡水河谷及巴西石油码头建设等重大项目的施工。”中联重科相关负



王利博制图

责人8月10日在接受《中国企业报》记者采访时表示,“为扩大销售,逐步实现本地化经营,中联重科已在圣保罗州设立生产园区,园区占地面积约2万平方米,年产能可达约2.5亿人民币。主要从事机械设备的本地化生产、售后服务等工作。”

上述人士介绍,目前中联重科汽车起重机产品在巴西市场累计销售超过600台,工程起重机产品在市场存量中比例超过20%,累积销售规模约8亿人民币。

不仅场馆建设离不开中国企业,作为此次奥运会供电保障商之一的国家电网,已经是巴西的第三大电力运营商,其所拥有的7000公里输电线路和输变电站,涉及奥运会的输电线路长达3200千米,包含500千伏变电站6座,为里约、巴西利亚、圣保罗等奥运比赛城市的可靠供电提供保障。

家电企业已成集聚优势

相关专家向记者表示,奥运会场馆及周边建设是基础,同时还需要很多配套产品和服务有机地结合起来才能顺利运转。从电视转播技术的应用与配套到场馆、奥运村空调的搭建处处有中国家电企业的身影,展现了“中国制造”在该领域的技术力量。

美的中央空调市场部总监黄国强日前在接受记者采访时介绍,在这次

里约奥运会上,美的中央空调就一举包揽了奥运会所有新建室内比赛场馆100%空调工程。资料显示,美的中央空调进驻的场馆和附属设施多达24个,包括所有8个新建室内比赛场馆、12个既有及其他场馆,以及4个新建附属设施。像自行车、击剑、现代五项等重要比赛场馆以及IBC(国际广播中心)、MPC(新闻中心)、OBS(媒体办公室)、HOTEL(媒体酒店)等重要附属设施,都被美的中央空调承包。

此次奥运会官方合作伙伴格力电器市场部相关负责人告诉记者,在里约奥运会开幕前一个月,格力成为里约奥运会的“官方供应商”,以100%自主品牌入驻奥运会,其家用空调、中央空调均进入奥运会相关项目,覆盖了比赛场馆、媒体村、奥运村、配套酒店和机场等场所,释放“中国制造”的魅力。

而此次奥运会转播商在技术上的提升也给中国企业带来了利好。

据介绍,里约奥运会主转播商OBS采用了8K技术转播奥运会开幕及闭幕式和游泳、篮球、足球、体操等赛事,还引入高动态范围技术(HDR),以此提升8K超高清的画面回放效果。海信集团副总裁林澜对此表示,海信ULED超画质电视产品今年4月发布了首款8K电视MU9800,并已经实现在全球67个国家上市销售,其中就包括巴西,这为采用8K技

术的奥运转播提供了可以匹配的展示终端。

从“中国制造”到“中国质造”

事实上,“中国制造”已经覆盖里约奥运会的各个层面。从奥运吉祥物到运动员服装、比赛器材,从场馆建设到交通及配套服务,无处不在的“中国制造”把中国品牌通过奥运会平台展示给全世界。相关业内人士对此表示,中国经济与体育都在飞速发展,在世界舞台上,“中国制造”已经进化为“中国质造”和“中国智造”,中国品牌也已经成为新的奥运品牌。

但也有观点指出,“中国智造”还存在短板。素有“梦之队”之称的中国跳水队却只能用外国企业生产的跳板,据国家游泳运动管理中心相关负责人介绍,全世界目前只有美国的一家企业能够生产符合国际游泳联合会标准的跳水跳板。而这样的情况也出现在射击、球类比赛的运动装备中。而出现此类情况的原因是企业追求短期效应的观念还没有转变,缺乏工匠精神,在科技研发方面投入不足。

相关业内人士告诉记者,目前“中国制造”在一些领域已拥有集中优势,从数量上来说十分可观,但在一些具有自主知识产权的高端核心领域还存在不足,这也是“中国制造”未来发展的方向。

里约奥运会:新技术新产品的别样赛场

■ 见习记者 薛午安

里约的这个夏天,注定不平凡。这里不仅是奥运健儿追逐梦想的舞台,还是各国企业展示新技术、新产品的竞技场。在被称为“科技含量最高”的里约奥运会赛场内外,可穿戴设备、大数据、机器人、无人机等新技术、新产品纷纷现身,随着科技向体育行业的渗透,一场全新的体育商业模式也将诞生。

科技武装全身

奥运会赛场上,各国运动员都在为荣誉而战,而在他们的背后,各国企业也在争先研发新技术、新产品,在另一个赛场厮杀。

安踏为我国奥运代表团提供“战袍”和“战靴”。8月9日,中国举重队一举夺得双金。而在他们的脚下,穿的是安踏设计师为国家举重队设计的“力敌千钧”举重鞋。该鞋采用的TALOON抱紧系统和A-FORM缓震科技,处于世界先进水平。此外,安踏还为中国拳击队设计了“虎狼之师”拳击鞋和采用新式面料的“战袍”。该面料由兼具超强弹力和透透透气的轻薄涤纶织成,能促进散热、减轻身体负担,助力中国运动员征战里约奥运会。

大数据分析为备战奥运的运动员们提供了技术支持。今年,中国男篮、女篮终于佩戴上了运动传感装置,用以记录球员在场上跑、跳、变向、加速等所有动作的一切数据,经过软件分析得出球员训练强度的数值,从而制定下一阶段训练强度。这样的科学化训练既可以有效避免运动员伤病的发生,也可以通过调整来达到训练目的。

除了上述产品之外,里约奥运“高大上”的X射线安检设备、视频监控产品等安检设备,也是从中国进口的。据了解,整个里约奥运会期间,有200多台从中国进口的安检设备为奥运会保驾护航。另外,深圳一家公司还为本届赛事提供了约1200套数字对讲机以及若干套自主知识产权的增强型虚拟集群系统。浙江大华为奥运安保工作提供视频监控产品,其人脸识别等先进技术将为奥运安保服务提供信息支持。

智能重构体育

在央视奥运特别节目《巴西的秘密》中,一位名叫“娇娇”的机器人参与了主持,带给观众不少新奇感受。这位“娇娇”由江苏南大电子信息股份有限公司自主研发,是去年风靡网络的担任交通银行大堂经理的机器人“娇娇”的第二代升级版。该公司负责人表示,最核心的技术是语音识别和语义理解,加上大数据库的支撑,“娇娇”就能和主持人对答如流了。除了在电视节目中做主持人,第二代“娇娇”还可以在银行等金融领域、商场等服务场所展现她的魅力。

近日,360公司也上线了奥运机器人“小安”,它采用太空机器人的虚拟形象,可以智能回答里约奥运的相关问题。“小安”的核心技术是理解能力和应答能力,可根据问题匹配精准答案,具有深度学习能力。“小安”充分体现了360搜索从“搜索”到“AI对话”的跨越,也代表了搜索引擎未来的发展趋势:人工智能与搜索深度融合,在信息多样性、结果准确性和搜索便捷度等方面大幅提升用户体验。

针对里约奥运,百度提供了专门的搜索页面,从任何平台,只要百度“里约奥运”或相关关键词,奖牌榜、赛程及媒体报道最新消息都会汇总出现在同一页面。微博也专门为奥运开辟了入口,其开放的媒体属性让运动受到了全民关注,引起了广泛讨论。游泳名将孙杨以微弱差距憾失金牌之后,他的一条微博“遗憾,感谢,我会继续努力”,不到12个小时点赞数就超过200万。

射箭项目“电子靶”代替裁判肉眼;跆拳道项目引进电子护具和电子裁判装置;田径项目在终点线设置终点摄像机,这些都可以更准确和精确地判断运动员的成绩,实现比赛的公平公正性。

提升比赛结果的精度、改善运动员的赛场表现,新技术、新装备全面拥抱奥运。越来越多的新科技也运用在了日常的体育领域之中,大到赛场调配,小到运动手环。科技和体育融合正快速走向现实,相关行业将迎来迅速发展。

奥运会上的中国制造(部分名单,排名不分先后)

企业名称	为奥运会提供的技术、产品或服务
中国中车长客股份公司	提供了“奥运地铁”全部15组(90辆)列车。累计获得100列(400辆)电动车组,34列(204辆)地铁列车的订单,承担了里约热内卢约82%的城市轨道交通运营。
国家电网巴西公司	拥有7000公里输电线路和输变电站,为里约、巴西利亚、圣保罗等奥运比赛城市提供供电方案和服务。
三一重工股份有限公司	提供包括挖掘机、压路机、汽车起重机和泵送设备在内的多种设备。在马拉卡纳球场改建工程现场以及里约奥林匹克公园等多处施工地点都有三一挖掘机的身影。三一重工在巴西圣保罗建有工程机械研发生产基地,总投资则达到2亿美元。
徐州工程机械集团有限公司	里约奥运场馆建设所用的工程机械中,徐工提供的产品数量居首位,占比过半,尤其是起重机和混凝土设备的占比达到了80%。
中联重科股份有限公司	为奥运会赛场基础设施建设提供工程机械设备。
雷沃重工股份有限公司	在橄榄球、击剑和现代五项主场地德奥多罗体育馆,雷沃重工提供装载机和挖掘机等设备。
格力电器股份有限公司	为里约奥运会运动场馆和运动员村提供空调设备。1998年进入巴西市场,2001年设厂,目前排名巴西市场占有率前三。

企业名称	为奥运会提供的技术、产品或服务
美的集团	美的中央空调为24个场馆和附属设施提供空调设备。
北京利亚德电子科技有限公司	作为NBC方面的LED显示战略合作伙伴,为NBC方面提供LED高清显示视效方案,全程记录2016年里约热内卢奥运会的精彩赛事。
雷士照明控股有限公司	为跳水场馆提供系统照明服务和专业照明方案。
同方威视技术股份有限公司	为里约奥运会开幕式马拉卡纳场馆提供了80多台安检设备,为整个马拉卡纳区提供了140多台安检设备,为整个奥运会提供了近260台安检设备。
浙江大华技术股份有限公司	为赛会提供270台可360度旋转的球形摄像机,并利用先进的人脸识别技术,对可疑人员实行预控。
361度国际有限公司	提供火炬手服装,还有奥运会和残奥会所有的技术官员、医疗人员、志愿者、赛会服务者和其他工作人员的专业运动装备和服装。
北京华江文化发展有限公司	生产里约奥运会和残奥会的吉祥物维尼修斯和汤姆。
浙江武义金誉家纺实业公司	提供各国国旗及拉拉队用品。
江苏金陵体育生产公司	提供排球比赛的排球网柱、裁判椅等奥运比赛器材,打破日本企业在奥运排球器材史上50多年的垄断。
河北泊头张孔杠铃生产公司	提供举重器材。
深圳海能达公司	为奥运会开闭幕式、帆船比赛和奥运村提供了约1200套数字对讲设备,以及若干套自主知识产权的增强型虚拟集群系统。