



大健康消费市场的火爆,投射出中国市场正在经历着的消费升级

# 健康不止于生活,也蕴藏“黄金机遇”

■本报记者 王嘉旖 王宛艺 占悦

今年进博会上,专区数量持续“扩容”,从第三届进博会的4个上升至7个。仔细剖析分布领域,不难发现,大半都与大健康息息相关。展区之外另设专区,这并非资源重复,而是策展者准确把握产业趋势,秉持“成熟一个设立一个”的原则,精准回应市场需求。

在某种程度上而言,大健康消费市场的火爆,恰恰投射出中国市场正在经历着的消费升级。在这里,人们期待进口的不限于食品、消费品,更期待培育传播一种嵌入“全生命周期”的健康生活新理念。

从垂髫孩童到银发长者,本届进博会上都可寻觅到适配他们的运动项目,除跑步、篮球等人们熟悉的运动之外,更多曾经局限于专业运动员参与的“冷门项目”也开始“出圈”,从冰壶到冰球,“健康中国”正解锁更丰富的打开方式。

## 健康消费需求扩大,市场供给更加丰富

健康消费需求不断扩大,如何更好适配运动方案?多款进博会首发新品瞄准了健康运动领域的“个性化定制”,其中一款名为“心火指数互动体验”的数字应用,就可“量化”读取个人运动风格,并据此匹配运动项目。

生活中,不少老人成为“宅家族”。原因无他,体验感委实不佳。比如,大多数健身房主要为年轻人而设计,适合他们的锻炼器械还真不多。

一个好消息是,在充足丰富的健康运动消费大市场上,老年人也能寻到适合自己的运动器械。本届进博会康复养老专区中,多款数字康复器械集中亮相。不久的将来,老人有望在家门口拥有自己的“智能康复私教”,它们的到来,不仅使人力成本大幅下降,也大大拓展丰富了应用场景。据了解,上海近期正在全面推广的“长者健身房”就有吸纳这类器械。

智慧便捷的同时,一字排开的各类康复器械还体现出“个性化”“全人群”理念。智能踝关节康复训练机器人、坐卧下肢康复机器人……更精细化的运动康复需求均一一满足。

多样灵活的器械丰富了产品供给,让市场看到了更多“黄金机遇”。在业界人士看来,只有市场供给充足,产品才具备优化提升的可能。进博会上,许多参展商都期待自己也能有机会走进基层社区,在提高人们生活品质的同时,也重燃其生活热情。

## 小众项目成为“爆款”,运动越来越有趣

从篮球、足球这些大类运动项目,到冰壶、冰球等普及度并不高的小众运动,一年一度的进博会,就像是各类运动产品的大型“路演场”。

“定点投篮、运球投篮……得分!”互动球场上,不少年轻人在这个由IMAX巨幕场景和LED地板围成的“篮球场”中“竞技”。全民健身氛围下,谁都是“运动员”,随处皆可成为篮球场。

1200平方米的场地上耸立起皑皑雪山,雪花飘落其间,冰壶、桌上冰球等场地依次排开,宛如冬奥会“分会场”。

戴上AR(虚拟现实)眼镜,跨上自行车,就能依次打卡这座海派城市的地标,从中共一大会址到外滩,遍览城市历史。

一个个火爆的体验项目,在“四叶草”亮相,绝不仅止于“体验”。来自海内外的展商、客商也从中寻觅到更多贸易机会。他们的参与,不仅让小众项目变成“爆款”,也让运动这件事本身变得更有趣。

滑雪,这件对北方人来说可能稀松平常的小事,对南方人而言却可能从未经历。在进博会的滑雪体验区,一位来自南方的观展者就将他的“处女秀”献给了“四叶草”。在不少业界人士看来,冰雪运动的魅力不只是好看,更在于参与后会令人着迷。哪怕是滑一段冰,甚至放个爬犁,强身健体的同时,会让你感觉很酷、很刺激。

滑雪、冰壶、冰球……这些冰雪运动项目正随着一届届进博会的举行,在更多南方城市落地生根,更多体验馆纷纷崛起。随着2022年北京冬奥会的脚步渐渐临近,3亿人参与冰雪运动的目标也正逐步照进现实。

从个人到家庭,更丰富多元的健康生活图景正渐次铺陈。这些走入日常生活的“小众运动”,也为健康大产业衍生出不少新增长点。正如一位展商所言,“健康不只是一种生活方式,这其中还蕴藏着‘大市场’”。



▲一位观众在篮球赛事展区体验投篮。本报记者 陈龙摄



▲消费产品展,一名观众体验滑雪。本报记者 陈龙摄



▲进博会中银冰雪互动区内冰壶项目。本报记者 邢千里摄

# “一站式”直通酣畅淋漓的“冰雪奇缘”

■本报记者 王宛艺

杨仲骁是位滑雪运动“发烧友”,闲暇时喜欢带着全家滑雪。但每当他安排行程时,都得盘算:去哪儿滑?谁来指导孩子?装备怎么带?“至少得搜索六七十个平台。”作为迪卡依冬季运动发展总监,杨仲骁很早就开始思考:有没有“一站式”解决滑雪行程的“直通车”?

直到2019年第二届进博会上,迪卡依接洽了旅游度假连锁集团Club Med后,合作伙伴多了,朋友圈逐渐扩大,也为“金点子”转化为“直通车”创造了条件。“依托进博会,企业在整个全产业链布局有了可能。”

经过一年多酝酿,眼下,迪卡依最新发布的冰雪运动品质体验一站式解决方案,与Club Med、国际滑雪联合会培训项目“爱上雪”等品牌开展合作,将产品、专业教练教学、场地、体验、活动赛事等资源进行整合,打通冰雪运动普及的各项痛点。

“这是‘沉睡’的冰雪市场被打开后的迫切需求。”杨仲骁告诉记者,恰逢冬奥会契机,冰雪经济迎来窗口期。原本堪称小众运动的滑雪逐渐降低门槛,不再被冠以“专业运动”“极富挑战”这样的形容词,安排一场滑雪也不再是一件绞尽脑汁的事儿。

事实上,销售数据就能说明滑雪如何从运动员的专业训练逐渐变成Z世代的生活

方式:冰雪运动员更普遍使用的是单板,但去年迪卡依卖得更好的明显是单板滑雪设备。因为单板,正是时尚生活的标志。

当经济、便捷的消费门槛降低,体验者发展成为爱好者,一站式“冰雪奇缘”是必然趋势。

早前,企业围绕产品就有相关服务的探索。譬如,此前开发的租赁体系——冰雪产品在迪卡依卖场中可租可售。消费者在上海看中迪卡依店里的雪板之后,可以扫码后到其他地方的雪场里自提,这样就不用长途托运行李。

记者在现场看到,迪卡依展台本身也是“一站式”的一个缩影,还原了欧洲勃朗峰

的雪山风光。这边是本届进博会全球首发的新品——适合婴幼儿上雪道的创新滑雪板,解决了标准儿童雪靴对婴幼儿来说太硬太重的痛点;不远处是联合国综合滑雪培训体验品牌SNOW51引进的专业滑雪机,一旁的滑雪装备也已“配齐”。参观者们跃跃欲试,现场接受专业教练一对一指导教学,来体验滑雪的乐趣。

“中国冰雪产业正值最快增长期,北京冬奥会将会成为冰雪产业的爆发点,2022年将迎来全民冰雪运动热潮。”杨仲骁表示,随着冬奥会的带动、国家政策扶持、资本进场以及公众参与度的提高,冰雪产业将是一个增量市场,发展前景值得期待。

■本报记者 王宛艺

“刹车减速,打方向!加油!”在久事智慧体育展台,四台专业的F1电竞中国冠军赛官方设备——新款F1电竞模拟器前围拢着跃跃欲试的参观者,想体验一把“速度与激情”。一旁,24岁的许臻明作为场馆技术支持,正不厌其烦地指导着初次体验的新手。

这是许臻明成为F1车迷的第16年。和许多电竞赛车手一样,“坐上赛车飙一圈”是他最初的梦想,但赛车多少有些遥远,为了更加靠近梦想,“我大学时一接触到电竞模拟器,便从此一头扎进了虚拟的F1赛道”。

2019年对于他而言是特别的那一年,久事智慧体育突破重重阻力拿到F1电竞版权,中国成为第一个落地举办F1电竞赛事的国家。“一次全新的‘盛会’,把全国各地的电竞赛车爱好者集结在了一起”,就在那届F1电竞中国冠军赛上,大学刚毕业的许臻明获得了全国第八名。

眼下,在第四届进博会现场,上海久事体育产业发展(集团)有限公司与一级方程式世界锦标赛有限公司也在线上签下新一轮合作协议——F1中国大奖赛与F1电竞中国冠军赛两大赛事继续落户上海。

尽管许臻明的身份由“车手”转换为赛事导播,但他依旧充满期待:更多“赛车手”的梦想将被点亮,更多同他一样的年轻人被“体育+电竞”的运动新场景所吸引。

事实上,虽是“初生牛犊”,但F1电竞凭借人气资源也开始反哺传统赛车运动。疫情让F1中国大奖赛按下“暂停键”,F1电竞中国冠军赛却发挥数字体育线上参赛的优势,满足了一些车迷对相关优质内容的需求,迎来

# 在虚拟F1赛道上圆一回“赛车梦”



一波逆势上扬。F1电竞中国冠军赛媒体负责人黄捷介绍,因为F1电竞门槛更低、参与面更广,譬如F1电竞圈速王挑战赛,面向全体受众,让不少参赛选手纷至沓来。“越来越多人因为电竞赛事,了解赛车,转而爱上赛车。”黄捷说,虚拟体育与现实体育的界限逐渐被打破。

F1电竞赛事为上海打造国际赛事、电竞之都积蓄动能,通过三年本土化培育和精品赛事IP建立起体育消费新路径,引领虚拟体育发展趋势,逐步形成了新的体育产业生态圈。

目前,通过线上线下联动,F1电竞的产业正在不断延伸。久事智慧体育已在全国十多个城市推出F1电竞的线下体验,同时推出线上线下培训课程、模拟器代理销售和售后服务等。“包括我们跟嘉定区签约总决赛的落地,也带动了区域内一系列产业的发展,溢出效应逐步扩大。”黄捷说。

■ F1电竞赛事为上海打造国际赛事、电竞之都积蓄动能,通过三年本土化培育和精品赛事IP建立起体育消费新路径,引领虚拟体育发展趋势,逐步形成了新的体育产业生态圈

▲F1电竞中国冠军赛全新竞赛设备——由荷兰引进的新款F1电竞模拟器在中国首次亮相。本报记者 陈龙摄

# 卫生间的这个“扶手”会测体脂数据

■本报记者 王嘉旖

老年友好的未来居所长啥样?看似是普通房间,内里却大有乾坤。从温度到湿度,每个关乎生活感知的细节都能“自控”。今年进博会上,记者在松下展位看到了智慧养老升级版。从智慧床垫到能适应个体需求的光系统,“硬件”不再割裂,而是融通成为整体,真正嵌入老人24小时生活。

清晨,老人起身时不必再耗费大把时间适应刺目光线;入夜后,老人也不必在床上辗转反侧难以入眠。一个深眠唤醒系统悄悄运作,实时感知老人身体状

态,并据此调节室内照明、温度、湿度,创造出一个更适宜的睡眠环境。

“不要小看这个系统,它还具备‘自主学习’功能,会实时更换数据。”展会工作人员屈靖介绍说,即便是面对同一位老人,系统也不会照搬同一个模板或数据,而是会根据老人实时情况随时调节。

在老人最容易跌倒的卫浴间,更是有着满满的适老巧思。单拿一款坐便器来说,初代版考虑的是如何确保老人起身坐下的安全性。进阶版逐步嵌入舒适元素,解锁尝试提供花式扶手,探索试验各款材料,直至精雕出“最佳版”。到了今年,坐便器还“外挂”了尿检功能。老人只

需将尿液样本放在检测仪器内,就可自动分析读取pH值、潜血、肌酐等7项常规数据。一旦数值发生异常情况,老人可就近社区卫生服务中心或邻近医院就诊,不必等到发病后再就医,成功实现将“健康防线”前移。

如今,带着各种技术光环的适老生活空间在中国已迈入实体化运作阶段。不久前,地处江苏宜兴的大片竹海中,就产出了一个智慧康养“试验场”——雅达·松下社区。在这里,所有居住空间充分延续了“匠人精神”,没有放过一处可适老提升的细节。步入卫浴间内,许多人或许会将坐便器两侧横杆误认为是“扶

手”。但其实,除了简单帮扶老人起身外,它还兼具“隐藏功能”——体脂数据检测,相当于将智慧健康小屋搬进老人家中。健康数据实时传回后台,一旦发生异常情况,也可在最短时间内迅速应对。

技术手段持续更迭焕新,不过,养老始终事关人的感受度。作为“硬件商”介入康养领域数十载的松下,早已深知专业人才的重要性。如今,其已在日本培育起成熟的“介护力量”,甚至还开设专门培训学校,让“技术+人”的效用发挥至最大。未来,包括松下在内的传统硬件商还期待,能在广阔的中国市场挖掘“软服务”,做大养老服务市场,也产出更多“金点子”。

▲在进博会松下电器展台上的康养主题板块,展出了多款最新产品。

本报记者 袁婧摄

