

# AI 会如何改变体育？

近日人工智能（AI）领域的新进展又将它推上了风口。在日前举行的首届大湾区国际体育商业峰会上，众多体育界人士都谈到了人工智能的话题——体育人对 AI 的态度如何？人工智能将会怎样改变体育产业？AI 会让真实的体育运动失去魅力吗？

## 勇敢拥抱未知

面对人工智能相关的问题，不少受访者坦率地表示，自己对 AI 还是一个“未知”和“学习”的状态。

中国篮球协会主席姚明表示，对于人工智能，自己还处在学习阶段。“现在 AI 的技术真的是日新月异，每天都有很多新的发现，最近大家看到 Sora 这些东西是很震撼的，也很好奇，好奇心不断驱使我们。”姚明说。

奥运冠军、李宁品牌创始人李宁直言，AI 对自己来说还是一个未知的新鲜事物。“这个还真有点未知，能感受到会带来对于互动交流设计体验，创造更快更更便利，给体育带来更多

快乐的体验。”他说。

女排奥运冠军、惠基金发起人惠若琪日前担任国际奥委会数字化互动与营销传播委员会委员，她认为，体育要勇敢拥抱未知，才能传承下去。

“这确实是一个非常新的领域，去年数字化委员会还在讨论要不要接受电竞，现在讨论问题更多的就是如何用数字化去吸引更多的年轻人，因为奥林匹克要传承下去。”惠若琪说。

## AI 给体育插上翅膀

不少体育人士认为，人工智能在体育方面的应用目前还较为初级，但已经显现出了巨大的潜力，未来的想象空间巨大。

阿里巴巴集团董事会主席蔡崇信认为，目前很多人工智能的技术越来越多地应用并越来越深刻地改变着体育，例如人工智能已经开始深度参与运动训练、身体恢复和伤病治疗。此外，人工智能的视频识别分析技术，

在运动表现分析等领域也越来越成熟。

李宁透露，李宁集团已经在人工智能上有所应用，“我们现在有一点尝试，一些场景的推广运营，产品调整的快速筛选，做了一些尝试，但是还是很初级的。”

姚明认为，从体育的角度来看，人工智能可以成倍放大体育赛事的传播和体验。

“线下的场景我愿意把它描述成为从 0 到 1 的发生，如果没有 0 到 1 的话，后面的 1 到 10 是不可能存在的。但是有了 AI 以后，原来我们可能只能从 1 做到 5、6、7、8，但是通过 AI 我们可以做到 17、18、19、20，这个扩散面，形成的效应是非常大的。想象一下如果没有移动互联网的传播，‘村 BA’不可能被更多人看到。”姚明说。

因为“人”，体育永远无法被取代

美国开放人工智能研究中心

（OpenAI）一年多前推出了 ChatGPT 后，近日推出的视频生成模型 Sora 震惊全球。在未来，面对虚拟世界，真实的体育运动会失去魅力、甚至不复存在吗？

蔡崇信表示，体育最核心的价值在于人，因此无法被取代。“现在的技术可以做到在一个虚拟世界里创造虚拟的运动员，但是从哲学上来说，我觉得真人运动带来的激情与体验永远无法被取代。”他说。

惠若琪也认为，体育最无法被替代的是线下的人的体验，以及人与人之间的“不完美”的交互。

“为什么体育教育很重要，很多东西在书本里学不到，因为他自己的付出和感受到挫折与失败，在与人交往中，是有很大收获的，其实人和 AI 的最大区别在于，人是不完美的，不完美的人相互之间的相处，才会碰撞出更多的火花。”惠若琪说。

（新华社广州 2 月 25 日电

记者 王浩明 韦 骅 刘 刚）



2 月 25 日，人们在全椒县太平文化广场观看舞龙表演（无人机照片）。

当日是农历正月十六，安徽省滁州市全椒县传统民俗活动“走太平”拉开帷慕，巡游队伍穿过太平桥，献上精彩纷呈的民俗表演。

新华社 发 刘玉才 摄

## 安徽全椒：正月十六“走太平”

## 义乌老板娘的新本领

“你好”“Bonjour”“Hola”……网上热传的一段视频里，浙江义乌的老板娘张吉英无缝切换各国语言，如数家珍介绍自家商品。

在义乌市场做了 20 年雨伞生意，张吉英从没想过，自己可以流利“说”出那么多种外语。支撑她的，是义乌国际商贸城推出的商品贸易领域大语言模型和新升级的 Chinagoods AI 智创服务平台。

商户将录制好的中文视频上传平台，可转化成 30 多种语言的版本，输出时还会根据发音调整嘴型。这是“买全球卖全球”的义乌在 AI 技术赋能传统贸易上的最新探索。

用这一平台做了 1 分钟的视频，却火爆出圈，张吉英在三个月内新增五六十位外商伙伴，还有不少三四年没联系的外国客户来要求发新商品。

早期在义乌做外贸，中外语言不通，交流要靠计算器上按数字。“现在他们会用各种数字化工具获客、报价、接单。”一名德国客商感叹于生意伙伴的新面貌。

这项技术投入应用之前，产品行销 100 多个国家的义乌，商户没法精通每种语言，交流不畅一定程度上妨碍了业务拓展。面对复杂多变的经济形势和迅猛发展的数字经济，义乌的传统经营模式正面临越来越大的挑战。但正如历史上每一次迎接挑战，义乌的回答都是：不断创新探索。

人多地少、土质不宜种植，义乌人便以经商为生存之道，用当地产的红糖交换商品，是为“敲糖帮”。改革开放以来，有形的义乌经历了小商品市场的五次迭代，无形的义乌见证了从一般贸易到旅游购物贸易再到市场

采购贸易的发展历程。

21 世纪初，面对中国加入世贸组织的机遇，义乌的大多数商户却不懂外贸、不会电脑。再加上全国与之类似的市场非常多，同行竞争激烈，以至于有人断言义乌市场活不过新世纪的头十年。

这“成长的烦恼”，突出反映在体制机制的不适应——外国人居留、商户融资、出口通关，义乌这个县级行政单位的治理能力如何跟上发展的步伐，亟待改革破局。形象的比喻是，得“给成长快的孩子换上一件大衣服。”

在深入调研基础上，国家层面和浙江省均出台一系列政策，蹄疾步稳扩大当地经济社会管理权限改革，助推义乌持续实现超常规快速发展。

打“创新牌”、走“开放路”、吃

“改革饭”，终于成就这座小城从“鸡毛换糖”到“世界超市”的蝶变。2023 年，义乌进出口总额达 5660.5 亿元，进出口逆势双增长。

当前，义乌在全球范围运营布局海外仓 210 个，正从国际贸易全链路人手建设数字贸易平台，提供一站式数字化选品、交易、通关、结算等服务。

有了科技赋能的新本领，谈起龙年的发展，义乌老板娘自信满满。张吉英希望借助 AI 数字老板娘的功能，进行全天 24 小时的多语种直播，与客户沟通的渠道更通畅，市场机会更多。

义乌虽小，可观世事。这是中国经济改革创新永不停步的一个例证。

（新华社杭州 2 月 25 日电

记者 袁震宇）

## 国家体育总局：联合培养政策将优化

新华社呼和浩特 2 月 25 日电（记者 王春燕 何磊婷）国家体育总局竞技体育司司长、“十四冬”组委会常务副秘书长张新在 25 日接受记者采访时表示，联合培养政策意在全国范围内推动发展冬季项目、给优秀人才集中地区的运动员创造更多参赛机会，相关政策将在“十四冬”后进一步优化完善。

“十四冬”期间，联合培养政策备受关注。张新表示，长期以来，我国冬季项目主要依靠东北地区，南方经济社会发展水平较高的地区基本不开展。为调动运动员输送单位积极性，在“十四冬”实施了联合培养政策。联合培养政策的实质内容，就是运动员所取得的成绩同时计入输送单位和联合培养单位。

张新说，实施联合培养政策还有两方面的考虑：一是联合培养有利于推动全国范围内发展冬季项目，有效促进冬季项目整体水平的提升；二是由于冬运会对各单位参赛运动员人数有规定，黑龙江、吉林等省份虽然在一些项目上有很多优秀运动员，但可参赛人数有限，造成了人才浪费。

“黑龙江七台河市是短道速滑之乡，形成了从小学开始的体系化训练模式，培养了大量短道速滑人才，但这些优秀苗子缺少参赛机会。通过联合培养政策，能够有效激励像七台河体校这样的

基层单位开展冬季项目训练。”张新说。

张新表示，国家体育总局 2018 年实施冬季项目省市区联合培养运动员政策以来，各单位在人才、场地、科医等方面资源共享、优势互补，冬季项目加速发展，竞技实力不断提升，为北京冬奥会取得历史最好参赛成绩提供了有力的政策支撑。

但张新也表示，联合培养政策是一把“双刃剑”，在产生正向作用的同时，也可能因利益关联存在默契比赛等赛风赛纪风险。为防范风险，北京冬奥会后，国家体育总局及时对该政策进行了规范调整，压缩了冰球、冰壶、接力等多人项目联合培养范围，最大程度减少利益关联，同时加强赛风赛纪监督，化解风险隐患。

“由于现阶段我国竞技冰雪发展还不平衡，优秀运动员大多集中于黑龙江、吉林等少数几个省份，在‘十四冬’个别项目的半决赛、决赛中，出现了多名运动员实际上来自同一省份的情况。”张新说，“十四冬”结束后，国家体育总局将对相关政策进行进一步优化完善，通过政策的导向作用，引领各省市区继续重视冬季项目发展，进一步加大自主培养人才力度，推动人才有序流动，实现冬季项目竞技水平不断提高。

## 截瘫患者通过脑机接口实现控制光标

新华社北京 2 月 25 日电（记者 侠 克 魏梦佳）在患者聚精会神注视下，一个红色小球向着屏幕另一端的蓝色小球缓慢移动、接近、重合——这不是科幻电影中的场面。近日，首都医科大学附属北京天坛医院神经外科贾旺教授团队联合清华大学洪波教授团队，利用微创脑机接口技术首次成功帮助高位截瘫患者实现意念控制光标移动，这意味着我国在脑机接口领域取得新突破。

患者是一名 35 岁的青年男性，5 年前因意外事故导致颈椎高位截瘫，完全失去自理能力。去年 12 月 19 日，由贾旺团队为患者成功实施微创无线脑机接口植入手术，将微型脑机接口处理器植入患者颅骨中，并成功采集到脑膜外的感觉运动脑区神经信号。术后第 10 天患者顺利出院。

贾旺介绍，患者居家后，研究团队通过远程指导，对其进行无线脑机接口辅助康复训练。系统通过体外机隔着患者头皮为体内机无线供电，实现神经电生理数据传输，并把脑电信号翻译成外部设备的控制指令。经过近两个月康复训练，患者不但可通过意念活动驱动气

动手套抓握水瓶，还可控制电脑屏幕上的光标移动。

“红球‘追’上蓝球，看似简单的动作意味着患者与科技电子产品通过脑机接口实现交互。”贾旺说，能实现这样的功能，得益于电极的精准定位植入以及神经电生理信号的高效传输和准确解码。

洪波介绍，目前团队正不断优化脑机接口解码算法，计划帮助患者实现通过意念活动控制电子书翻页、光标点击确认等，增强患者与电子设备的交互能力。“微创无线脑机接口的成功植入及意念控制光标的实现，有望为高位截瘫、肌萎缩侧索硬化等神经功能障碍患者提供全新的康复治疗方向，为患者恢复生理功能、回归社会带来新的希望。”

脑机接口是指在人或动物大脑与外部设备之间创建的连接通路，通过记录和解读大脑信号，实现脑与设备的信息交换。此前，该微创无线脑机接口技术在首都医科大学宣武医院，成功让一位四肢截瘫患者实现自主抓握等脑控功能。

## 文旅融合赋能“冰雪长春”

新华社长春 2 月 25 日电（记者 王 帆）随着新雕成的 60 余组冰灯“点亮”元宵节夜晚，长春冰雪新天地本雪季的运营期也即将结束。“龙凤呈祥”冰建、巨型“雪容融”雕塑、长影“冰海报”展览……景区浓厚的冰雪文化氛围，让本雪季前来游玩的游客流连忘返。

这个冬天，长春市通过跨界融合、创新场景，差异化打造冰雪旅游产品，冰雪游热度居高不下。携程数据显示，春节假期，长春旅游订单量同比增长 125%，景区门票订单量同比增长超 6 倍。

来东北旅游得带点独特的伴手礼回家。根据粉雪文化设计的吉雪胸针、倒人热水能看到雪景变化的温变马克杯、展现长春人文元素的冰雪之城围巾……由长春市文广旅局重点打造的文创品牌“长春礼物”，在本雪季推出了 15 款冰雪主题国潮文创产品，广受市场欢迎。

“以冰雪为载体，展示文化自信。”吉林省爱未来文创集团有限公司副总经

理王丹说，旅游发展离不开文化创意，“长春礼物”还与交通部门共同打造“见证城市历史”的 54 路有轨电车文旅专列，让更多人感受长春冰雪文化的魅力。

为实施文化强市战略，推进文旅深度融合，长春市于去年发布《长春都市文旅发展规划》，突出发展遗产、文化等 6 类“都市新文旅”产业；陆续出台《长春市旅游产业建设实施方案（2023—2027 年）》等专项政策文件，支撑未来多年旅游产业发展。

以项目建设促产业振兴。据介绍，今年，长春市将新建、续建 5000 万元以上重点文旅项目 92 个，计划总投资 1514 亿元；全年力争竣工项目 20 个以上，计划完成投资 186 亿元。

“以长春冰雪节、消夏艺术节‘双节’带动冰雪和避暑‘双业’发展。”长春市文广旅局产业发展处处长李镇表示，找准发力点、寻求新突破，持续推动长春人文环境优化提升，构建文旅深度融合发展新格局。



## 杭州举办人才交流大会

2 月 25 日拍摄的“起跑春天”2024 杭州人才交流大会现场。当日，“起跑春天”2024 杭州人才交流大会亮相杭州奥体中心体育场，超过 880 家企事业单位携 2 万多个工作岗位现场参会。

新华社记者 韩传号 摄

2023 年，上海市实现出口货值 1.74 万亿元人民币，比上年增长 1.6%。在众多热销海外的“上海制造”中，一些不显眼的商品异军突起，为全球用户和消费者带去独特的体验与价值。

记者从上海海关隶属青浦海关了解到，2023 年，上海青浦区一家企业出口电竞用电动升降桌货值 3.6 亿元人民币，比上年大幅增长四成。

据这家企业的总经理王丹凤介绍，电竞用电动升降桌热销海外，在于电子游戏及电子竞技运动近年来成为众多年轻人的“心头好”，包括电竞用电动升降桌在内的相关设施用品成为“宅经济”热销商品的代表。中国企业凭借强大的制造优势，敏锐地抓住了这一新兴的出口增长点。

“2023 年，我们仅对美国就出口货值近 2 亿元，其他热销市场还有英国、德国、波兰等。”王丹凤说。

据青浦海关统计，2023 年，在电竞用电动升降桌等热销商品带动下，青浦区实现家具及其零件出口货值 8.5 亿元，比上年增长 32%。

来自上海海关的统计显示，2023 年，上海锂电池出口货值达 382.4 亿元，比上年增长 50.5%。少有人知的是，锂电池相关木包装出口也被“带火”了。

据上海宝山区一家生产企业的负责人孔祥军介绍，由于锂电池属于危险货物，价值较高，相关包装产品的质量要求比常规的托盘、包装箱高出许多。抢抓锂电池木包装出口商机，不仅更好地满足了海外市场需求，还可以推动国内生产企业转型升级。

目前，这家企业的锂电池包装木箱月均出口量接近万只。进入 2024 年以来，企业迎来订单高峰，一直在加班赶工。

豆腐乳是中国传统民间美食。作

为调味品，其既可在喝粥、吃馒头时食用，也可用来烹调风味独特的菜肴。2023 年，上海奉贤区出口豆腐乳 126 吨，主要目的地是东南亚和北美。近日，最新一批 1.2 吨豆腐乳从上海出口新加坡。

据上海海关隶属奉贤海关物控查验二科科长沈珏介绍，豆腐乳近年来正在走出海外华人圈，受到更多国外消费者的认可，这些新消费群体喜欢将豆腐乳当作奶酪一样涂抹在面包上食用。

“我们帮助相关企业健全生产加工卫生控制制度，送去预约申报、预约检验服务，及时出具检验检疫证书，确保上海生产的豆腐乳快速通关出口。”沈珏说。

据上海海关统计，2023 年，上海出口食品货值 110 亿元，比上年增长 21.2%。豆腐乳只是众多“上海滋味”的缩影。这些舌尖上的“上海滋味”，

虽出口货值并不显眼，但拉近了上海与海外消费者的情感距离。

在全球市场低迷的背景下，“上海制造”的一些不显眼商品为何畅销海外？除了紧抓国际消费新热点、自身设计制造水平出众、有国内大市场依托等因素外，上海海关的一组数据值得关注：2023 年，上海有进出口记录的企业数量达 5.9 万家，比上年增长 6.3%，其中民营企业 4.2 万家，比上年增长 8.8%，经营主体活力充沛。民营企业实现进出口货值 1.31 万亿元，比上年增长 6.2%，增速明显高于全市进出口总体 0.7% 的增速，占全市进出口的比重已达 31%，比重较上年提升 1.6 个百分点。拥有较强创新与适应能力的民营企业携手外商投资企业和国有企业，共同撑起上海外贸的“一片天”。

（新华社上海 2 月 25 日电 记者 吴 宇）