

# 马拉松越野赛再出发

本报记者 孙吉正 北京报道

日前，甘肃省人民政府新闻办公室召开新闻发布会，通报了白银马拉松事件的调查结果，并追责了相关负责人及部门。

对此，三夫户外董事长张恒告诉《中国经营报》记者：“在越野赛快速发展的今天，大家需要

## “建议每5公里设置1个CP点”

“从安全的角度来看，相关协会建议是每5公里就需要设置一个CP点。”张庆说。

“越野跑本身就有一些危险性，比赛中一些意外不可避免。”职业马拉松选手八零告诉记者，但不同的承办商，差别很大，良莠不齐。负责的承办方会在路边竖立非常醒目的标识，且会设置全程的巡逻队救助受伤的参赛者，且负责GPS的人员会监视所有选手的位置，一旦出现问题就会让巡逻队立刻前往事发地，这些措施的本质就是尽量避免意外的发生。

上述说法同样得到了一名野外马拉松爱好者王然(化名)的认同。“在圈内，能够举办该赛事的团队或者公司确实不多，且这些公司或者团队的口碑不一。”

王然告诉记者，例如某公司的高管在圈内多次表示，赛事都会以参赛者的安全为第一要务，且在执行上也确实如此，因而受到业内人士赞扬。但仍有部分公司或团队在执行上存在一些隐患，例如CP点(关卡)一般都是选手补给水分以及求助的地方，每个CP点都应该配有救助人员，但是有的承办方为了节约成本，省去了CP点提供的部分功能，这实际上就存在一定的隐患。

“从安全的角度来看，相关协会建议是每5公里就需要设置一个CP点。”张庆说。

对此，上文的圈内野外马拉松

静下来更加细致地把控好流程管理和安全管理的各个环节，更加认真地面对我们所从事的行业风险，把构建一个安全、有序、健康的越野跑生态作为我们共同努力的方向。”

体育产业专家、体育咨询公司关键之道创始人、体育营销专家张庆说：“此次事件的很多细节

说明了由于此前举办越野赛并没有发生重大安全问题，导致了承办方以及参赛者对于突发事件认识不足，也说明了目前这个行业对举办方没有强制性的保障要求，相关部门对相关赛事承办方应该设置具体的要求和应对措施，才能从根本上减少发生悲剧的概率。”



11月19日，浙江温岭市举办第四届警察越野邀请赛暨环浙步道温岭段挑战赛。视觉中国/图

爱好者告诉记者，她参加了数十场野外马拉松，几乎没有承办方可以达到每5公里就设置CP点，绝大部分都是超过10公里的。“目前并没有强制性的规定要求CP点之间的距离，因此CP点都是按照承办方的经验来设置的。”

根据2015年12月21日出台、2016年3月1日开始实施的《体育总局关于印发<体育赛事管理办法>的通知》第三章第十一条：“商业性、群众性体育赛事取消审批，合法的法律主体(包括全国单项协会)均可依法组织和举办，自行确定或协商确定举办地点。”取消了相关主管部门审批的流

程，仅需在营业执照上具备组织赛事的经营许可即可举办商业赛事活动，不存在资质方面的限制条件。

“随着近年来马拉松运动的发展，很多城市尤其是旅游风景区纷纷开始通过越野赛的方式作为旅游推广的手段，越野赛因其不需要交通管制，报名费较高(相较于马拉松，越野赛报名费基本以10元/公里)吸引了很多小型的商业公司从事相关的组织工作。可能一些不掌握越野赛的核心(户外基础技能)就成为了相关从业人员，这势必会存在一定的管理风险。”张庆告诉记者。

# 荣获“2023中经新消费独具匠心奖” 养元饮品深耕植物基饮品领域

作为20多年来深耕核桃乳品类的企业，六个核桃坚持真材实料，从源头产地布局好原料，走出了一条推动产业高质量发展的新路径，深耕于三大黄金产区的原材料筛选，从源头保证产品品质造就优质核桃乳。

日前，由《中国经营报》主办的“长期主义 行稳致远”2023中国新消费高峰论坛圆满落幕。论坛携手专家学者及企业代表，聚焦消费市场变革、高品质消费、品牌出海等热点话题，助力各行业用高质量供给不断激发消费升级意愿，持续释放新的消费潜力，为推动中国经济运行整体向好提供坚实支撑。

企业和企业家在恢复和扩大消费中发挥着重要的作用，为表彰他们为提振消费做出的努力和贡献，论坛同期举行了“2023中经新消费驱动力评选”颁奖典礼，经过专业评选机构及相关媒体选拔出获奖企业名单，河北养元智汇饮品股份有限公司荣获“2023中经新消费独具匠心奖”。

此次养元饮品以过硬品牌实力与优异的市场表现入选榜单，荣誉背后是养元六个核桃对品质多年如一日严格把控的成果，也是品牌多年来对于科研实力的执着追求，以及对社会、行业、消费者承诺的有力见证。

作为家喻户晓的六个核桃母公司，养元饮品一直持续在植物基饮品领域深耕，尤其是在近年来刮起的植物奶风潮，使得养元饮品的技术和产品优势得到了进一步释放。养元饮品深知只有持续取得关键技

术突破，才能助力核桃乳产业的升级

发展。养元饮品通过产业链的不断升级，已经建立起从上游到下游实时且有效的监控系统，能够快速有效地了解全国各地各分支机构的供应、经销商、终端消费者纳入到统一的管理体系，符合互联网、云管理、大数据时代的风貌。同时打通了企业物流、信息流、业务流，三流合一，并导入销售管理系统、条码系统、物流系统、销售计划、经销商管理系统建立起一套完整的信息化体系，有效支撑了养元集团的快速发展。

六个核桃作为全国性的植物蛋白饮料之一，其覆盖全国的成绩离不开背后产业链的不断升级和创新。养元饮品将企业内部各分支机构、外部供应商、经销商、终端消费者纳入到统一的管理体系，符合互联网、云管理、大数据时代的风貌。同时打通了企业物流、信息流、业务流，三流合一，并导入销售管理系统、条码系统、物流系统、销售计划、经销商管理系统建立起一套完整的信息化体系，有效支撑了养元集团的快速发展。

此外，养元饮品六个核桃目前已经建立了国际先进的在线质量控制系统，先后引进了多国先进研发设备，保证更快速、及时地检测到产品在每个环节的实时状态，真正做到了生产过程质量控制的全程追溯，提高了企业的质量安

全保障能力和技术水平。作为20多年来深耕核桃乳品类的企业，六个核桃坚持真材实料，从源头产地布局好原料，走出了一条推动产业高质量发展的新路径，深耕于三大黄金产区的原材料筛选，制定了严格的“3·6·36”采购标准，从源头保证产品品质造就优质核桃乳。

通过上述的努力，养元饮品已经成为国际一流的饮品企业，进一步奠定了六个核桃在中国饮品的品牌地位。也及时引进国际先进的实验仪器设备和技

术，并与全球高端实验室进行了资源共享。养元饮品对内发力科研，不断通过技术创新提升产品品质和竞争力；对外合纵连横，引进先进仪器及高端技术，让技术研发始终走在行业的前列。双管齐下，用匠心琢精品塑造企业形象，以创新赢未来开拓市场格局，六个核桃将助力植物蛋白饮料行业走向更加广阔的未来。广告

术突破，才能助力核桃乳产业的升级

发展。养元饮品通过产业链的不断升级，已经建立起从上游到下游实时且有效的监控系统，能够快速有效地了解全国各地各分支机构的供应、经销商、终端消费者纳入到统一的管理体系，符合互联网、云管理、大数据时代的风貌。同时打通了企业物流、信息流、业务流，三流合一，并导入销售管理系统、条码系统、物流系统、销售计划、经销商管理系统建立起一套完整的信息化体系，有效支撑了养元集团的快速发展。

此外，养元饮品六个核桃目前已经建立了国际先进的在线质量控制系统，先后引进了多国先进研发设备，保证更快速、及时地检测到产品在每个环节的实时状态，真正做到了生产过程质量控制的全程追溯，提高了企业的质量安

全保障能力和技术水平。作为20多年来深耕核桃乳品类的企业，六个核桃坚持真材实料，从源头产地布局好原料，走出了一条推动产业高质量发展的新路径，深耕于三大黄金产区的原材料筛选，制定了严格的“3·6·36”采购标准，从源头保证产品品质造就优质核桃乳。

通过上述的努力，养元饮品已经成为国际一流的饮品企业，进一步奠定了六个核桃在中国饮品的品牌地位。也及时引进国际先进的实验仪器设备和技

## 多方保障赛事安全

无论是数量还是参赛人数上，国内的越野赛事仍旧处于发展初期。

在上述事件发生后，国家体育总局一度叫停延期了野外马拉松赛事，并发文称，为切实保障人民群众身体健康和生命安全，从即日起，暂停山地越野、戈壁穿越、翼装飞行、超长距离跑等管理责任不清、规则不完善、安全防护标准不明确的新兴高危体育赛事活动。

对于业内人士所关心的马拉松项目，国家体育总局指出：需严格按照中国田径协会的竞赛组织标准及相关要求，落实安全风险防控方案、应急处理方案、疫情防控方案和赛事组织方案，向赛事所属省级主管部门进行赛事陈述汇报获批准后，方可举办。

八零告诉记者，在事件发生后，相关部门发布了很多相关规定对行业进行了整顿，尤其是野外马拉松项目，后勤保障方面已经有了很大的改善，很多地方政府动用了

多方力量来保障赛事安全举行。

根据三夫户外提供数据，国外的越野赛文化开始得比较早，赛事相对都比较成熟，数量相较于国内更多，但是整体上规模都会比国内的要小。

据三夫赛事前西班牙赛道设计师Carlos介绍，在西班牙一年有超过2000场的越野赛，但是单次人数超过300人的大规模赛事就很少，很多时候都是百八十人的比赛。目前，国内越野赛总量相较于马拉松也是发展得比较缓慢，据其合作的网络报名平台统计，截至2019年，全国的越野赛总数还不到1000场，单场比赛人数超过1000人的赛事活动不到总数的10%，3000人以上的比赛不到10场，且基本分布在北上广，小的赛事组落地以资源丰富的西南部和西部地区为主。

相比较国外的数据来看，无论

是数量还是参赛人数上，国内的越野赛事仍旧处于发展初期，目前还未形成产业化的商业链，依赖于政府的津贴和支持。国内的越野赛事，通常由当地政府、文旅局、赞助商、营运公司等机构参与。

近期，中国田径协会也发布相关通知，强调各级监管单位要建立健全赛事工作机制，遇到突然重大事件和情况，相关单位需要在30分钟之内口头上报。

“目前，国内对于承办赛事的企业和公司要求不高，所以行业里存在良莠不齐的现象。很多小公司都采取低成本运作，公司专业人士较少，以销售和公关类型的工作团队为主，负责招募选手和政府公关，到了执行阶段就通过临时组建的执行团队来承担最重要的赛道设计规划和管控以及安全和救援等相关的技术工作，因此存在一定的管理风险。”张恒告诉记者。

# 新希望瘦身聚焦主业 向内谋挖潜

本报记者 蒋政 郑州报道

在行业处于猪周期的下行磨底阶段，新希望选择瘦身聚焦主业。过去的一个多月里，新希望通过出售和剥离非主业资产、定增募资、处置空闲猪场等动作，持续降

## 寻求瘦身

日前，新希望发布公告称，拟将旗下子公司山东中新食品集团有限公司(以下简称“中新食品”)51%股权出售给中国牧工商集团有限公司(以下简称“中牧集团”)，交易金额合计27亿元。交易后，中牧集团成为中新食品的控股股东。同时，控股子公司拟转让持有的德阳新希望六和食品有限公司67%的股权，交易作价15亿元，受让方为新希望集团旗下公司。

在此之前，新希望的主要业务包括饲料、白羽肉禽、养猪、食品。2023年上半年，新希望营收694.53亿元，上述业务营收占比分别为56.37%、13.90%、15.31%、8.36%。

受生猪市场行情影响，新希望承受着较大的亏损压力。财报数据显示，2021年至今年前三季度，

## 降低负债率

一位不愿具名的行业人士告诉记者，我国生猪行业预计在下半年会有明显反弹。在此之前，各头部企业都需注意资金流动性问题。

仅以上述两次交易，新希望获得42亿元的资金储备。此外，新希望方面提到，公司在生猪育种单元也会引入战略投资者，预计也会在2023年年底或2024年一季度完成。

记者注意到，新希望在上月底发布的定增募资计划显示，拟向不超过35名特定对象发行A股股票募集资金总额不超过73.5亿元。其中，有22.04亿元用于偿还银行债务。“展望未来三年，公司会按照负债率降到60%左右的目标去管控。一方面要进一步抓好生产经

## 内部挖潜

新希望方面告诉记者，公司战略上关注行情、周期，但是战术上更关注内部。对于猪产业，公司的核心目标是降本、提质量、调结构、稳规模，公司核心内部经营策略是将有效成本做到行业领先。

根据新希望披露的数据，11月份，在运营场线出栏肥猪的完全成本降到了15.6元/公斤左右，希望年底能够降到15元/公斤以下，明年全年平均的养猪成本会低于15.5元/公斤。相比较而言，牧原股份在11月的生猪养殖完全成本为14.9元/公斤，温氏股份在10月的肉猪养殖综合成本为15.6元/公斤。

根据徐洪志的推测，如果成本能够降至14元/公斤，可以保证2024年是盈利的。这也意味着新希望仍

低公司负债，增加资金储备，以此应对外部市场行情。

同时，《中国经营报》记者获悉，一场由公司高层参加的“利润池挖掘工作会议”日前在新希望召开。该公司希望工作更加快捷高效，去除“大公司病”；发动“全员打粮食”，

新希望累计亏损近150亿元，资产负债率达72.76%，为上市以来最高水平。

多位行业人士告诉记者，新希望盈利出现较大波动的原因在于介入养猪业务。该公司在2016年切入养猪板块，并在2019年、2020年赶上猪周期红利，盈利颇丰。之后选择产能扩张，却遇到猪价回落，最终导致连续三年亏损。

实际上，新希望的离产业，尤其是离屠宰规模，一直处于行业领先地位。对于新希望转让该板块的控股权，外界不乏质疑和讨论。新希望方面告诉记者，过去几年因为猪周期波动，公司对白羽肉禽板块的投入有限，使其扩表能力受到限制。但该产业需要资本、资源的持续注入，当前公司向其倾斜资源有难度。

营，降低成本，改善利润；另一方面要推动权益类融资。”新希望方面告诉记者。

记者注意到，从2022年起，新希望就开始处置闲置猪场，相继回笼资金超20亿元。新希望方面表示，这一工作仍在积极推进，今年年底到明年，都会有一定的现金流入。同时，新希望的资本开支也在收缩，今年总体预计在40亿元左右，明年大约在20亿元左右。

整体来看，头部生猪养殖企业负债率均在60%以上，天邦食品逼近80%。相关企业大多通过定增计划、可转债计划等途径融资储备“余粮”。

“企业选择更加谨慎的资本开支计划和储备资金计划，既是为接

向内要利润、要现金流。

这并非孤例，多家头部生猪养殖企业均有类似动作。一方面通过定增募资等手段获得资金，另一方面减少资本开支，采取更加稳健的扩张政策。同时，在养殖效率上追求精细化管理，力求开源节流。

布瑞克·农产品集购网高级分析师徐洪志认为，这是新希望瘦身计划的一部分。通过出售和转让资产来改善现金流是当务之急。同时，剥离非核心业务，聚焦生猪和饲料板块，对于提高新希望的核心竞争力也有很大的帮助。

新希望方面告诉记者，此次两次交易完成，负债率会下降4%-5%，并给公司带来一定投资收益。同时，随着管理资源、资金进一步聚焦于饲料、养猪产业，会对公司经营能力形成良性助推。

徐洪志表示，当下市场正处于猪周期的下行磨底阶段。目前来说，更好的选择还是聚焦主业。

“在上市公司的战略层面，新希望将更加聚焦‘饲料+养猪’的两大核心主业，同时对其他优势产业引入战略投资者。”新希望方面说。

下来做打算，也是当下迫切需要做的事情。储备资金可以帮助企业应对市场波动，确保生产经营的稳定进行。”IPG中国区首席经济学家柏文喜告诉记者。

不过，有券商研报指出，2023年以来，生猪养殖行业呈现“深亏损、高负债、慢去化”特征。主要原因之一是在行业主动去化背景下，头部养殖企业现金储备仍具韧性。

“对于头部企业来说，自身获得融资之后，去产能的动力会减弱。也就是说，在一定程度上，头部企业融资是行业去产能的减速器，但也是迫使行业产能结构性重组的助推器。”香颂资本执行董事沈萌表示。

率，降低养殖成本，并提高生猪养殖自动化、智能化水平，降低人力成本。

此前，包括牧原股份、温氏股份等企业在接受记者采访时均提到，行业低谷期应苦练内功，做到精细化管理。比如，牧原股份提到的从饲料、育种、健康管理、养殖、屠宰五个环节进行挖潜，做到每头猪的600元的成本挖潜空间；扬翔股份采用数字基因育种、创新养殖模式、智能设施养猪、坚持生态养殖和提升产业价值等。

“生猪养殖企业在降本增效和组织效率提升等方面均有很大的挖潜空间。作为头部企业，理应充分发挥市场调节作用，合理控制扩张速度，提升自身高质量发展，引导市场回归良性空间。”柏文喜说。