

研究简报 - 沃尔玛研究学院 2025

游戏之外：

目录

数据是新的MVP*吗
运动消费？

*最有价值球员

The background of the slide features a dark blue gradient. On the left side, there are several large, semi-transparent spheres in shades of blue, orange, and yellow, some of which are overlapping. At the top of the slide, there are several thin, vertical white lines of varying lengths, creating a grid-like pattern.

这份报告是给谁看的？

这份报告旨在为那些在各国设计和围绕体育活动方面工作的行政人员提供参考。报告重点关注随着新兴技术的更多应用以及人工智能/生成式人工智能对体育影响的日益增加，球迷体验正在如何转变。报告阐述了体育迷体验在赛场内和赛场外正在发生的变化不同方式。

这份报告将引起首席体验官、首席数据官、体育团队经理、体育场运营商以及负责跨渠道提升球迷体验的首席技术和人工智能官的关注。



01

执行摘要



I 执行摘要-技术正在重塑球迷体验



体育场现场直播比赛的热情正在复苏。

从2023年现场观赛观众占比为34%到2025年上升至37%。特别欣赏新技术增强的体育场体验的Z世代和千禧一代，正推动这一增长。



AI/生成式AI正在改变远程粉丝体验。

粉丝正拥抱人工智能：54%的人已从谷歌转向人工智能工具获取体育信息，59%的人信任人工智能生成的体育内容。此外，27%的粉丝愿意为人工智能增强的观赛体验多支付约8%。

— 粉丝们对在直播比赛中虚拟对抗真实体育运动员的可能性感到最兴奋。



数据驱动粉丝文化已到来。

球迷渴望统计数据和实时数据：~70%的人在比赛中想要球员表现指标和实时状况（例如风或与场地相关的数据）。这一点在电信数据使用量在比赛期间，尤其是在赛前和休息期间出现的峰值中得到强调。



粉丝在技术创新和真实体育体验之间寻求平衡。

虽然许多人都使用人工智能和生成式人工智能工具，但超过一半的人担心过度使用科技会干扰现场体育体验的真实性和乐趣。这些担忧包括虚假信息——可能导致对运动员的攻击——以及数据隐私，尤其是在老年粉丝中。

• 为了吸引更多粉丝并维持持续的互动，体育组织必须善用技术——尤其是人工智能和生成式人工智能——以提供最佳的观赛体验。他们必须识别出高潜力的解决方案并制定清晰的实施策略。

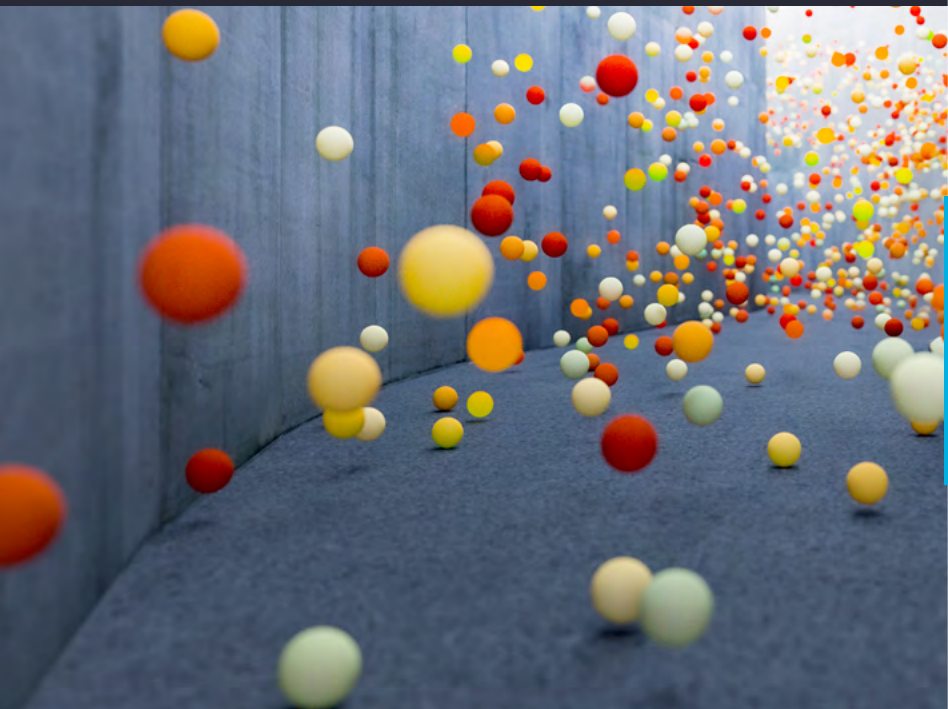
• 同时，他们必须：

– 确保解决方案 **增强** 体育消费体验，不受干扰或掩盖

– 实现 **强大的网络安全措施** 为了保护粉丝（和球员）的个人数据

– 持续地 **验证内容** 在各个平台上共享，以避免传播关于运动队和球员的误导性内容





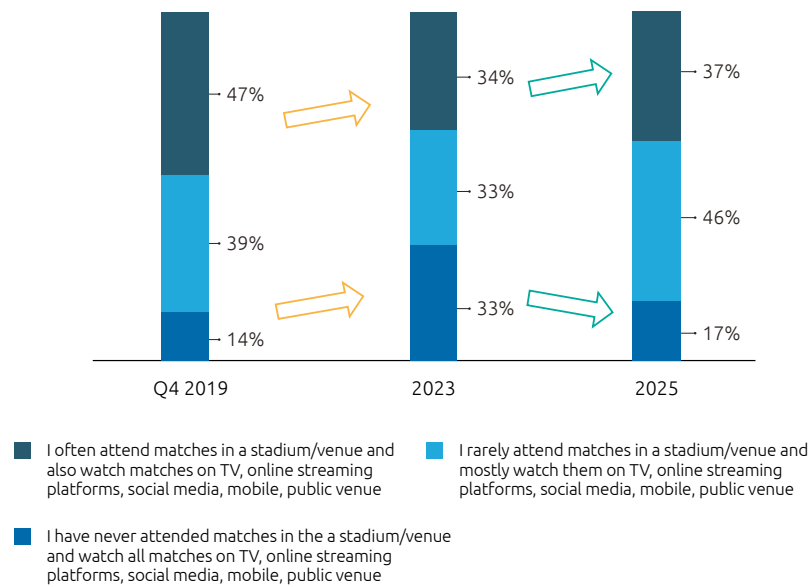
02

球迷们正在回到
体育场



球迷们开始回归体育场

现场观赛球迷的比例有所上升，从2023年的34%上升到2025年的37%。体育场正重新充满活力，证明没有什么能比现场观众的能量更强烈。看台上的球迷不只是观看比赛——他们改变了比赛，将其转变为充满活力、共享的体验。



来源：埃森哲研究智库，《超越赛场》，粉丝调查，2025年3月-4月；N = 7,080名粉丝。《新一轮游戏》，2023年；N = 7,081名粉丝，《体育新兴技术》，2020年；N = 10,363名粉丝。注：此图表的2025年和2023年样本仅包括2019年第四季度调查中涵盖的国家。

3%

在美国，2024年体育赛事的出席率比2023年增长了3%，其中一半是由女子体育推动的。¹

9%

澳大利亚在2024年体育赛事观众人数较2023年增长了9%。²

已售罄

2025年，印第安纳波利斯500成为美国最热门的汽车赛事，首次出现观众席全部售罄的情况，自2016年以来。³

80,000+

法网罗兰加洛斯2025迎来开赛首周新观众纪录，超过8万名观众（2024年为7.5万名观众）。⁴



粉丝们不仅仅是一个收入来源——他们是每场比赛的重要组成部分

//

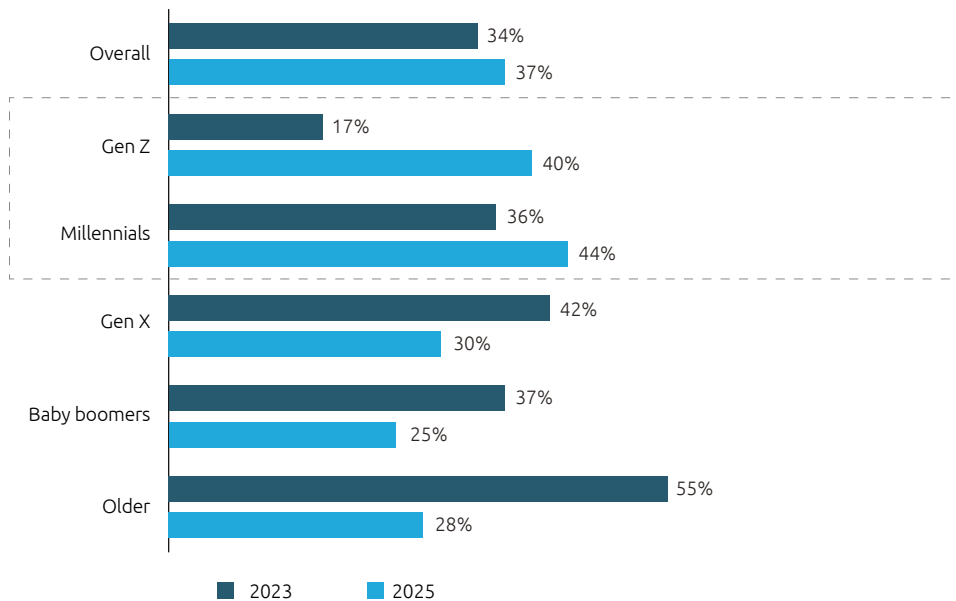
没有比坐在球队巴士上前往千年体育场更好的感觉了，你知道球队将在7万4500名观众面前比赛。你穿过人群，看到人们的笑脸，我从中获得巨大的兴奋感。”⁵

沃伦·盖特兰
前威尔士国家男子橄榄球队主教练

千禧一代和Z世代正推动人们重返体育场

谁進來，誰出去

提到他们经常参加球场/场馆比赛，并且也通过电视、在线流媒体平台等方式观看比赛的车迷百分比。



来源：德勤研究院，《游戏之外》，球迷调查，2025年3月-4月；N = 7,080名球迷，《全新赛场》，2023；N = 7,081名球迷。



现场体育场体验仍然是一个强大的吸引力，不受门票价格上涨的影响

体育迷文化并非单一维度的——它几乎均等地分布在男性和女性之间，并且越来越年轻化。赢得这个多样化的粉丝群体意味着要迎合Z世代的数字渴望，同时尊重永恒的传统。

票价在上涨

22%

2024年5月，体育赛事门票价格上涨了22%。⁶

“通货膨胀”将一直存在

38%

尽管成本不断上升，38%的成年人表示他们愿意承担更多债务，以便让自己能够旅行、外出就餐和观看现场娱乐表演。

13%

至少每十人中有一人（13%）会使用信贷去看戏、观看现场体育赛事或参加音乐会。

错失恐惧症是游戏的名字

43%

根据Intuit Credit Karma的一项研究，Z世代最有可能在娱乐上花钱。虽然近半数美国受访者（46%）在疫情前的娱乐支出比现在少，但许多Z世代消费者（43%）的娱乐支出却更多。⁷



为满足年轻观众的期望，体育场科技已被提升。

智能体育场

全球智能体育场市场预计将从2024年的196亿美元增长至2029年的417亿美元，年复合增长率为16.4%⁸

从7万平方英尺的巨型显示屏到无现金餐饮服务，科技感十足的竞技场正在提高现场体育赛事的标准。球队知道，无摩擦、令人惊叹的体育场体验能让现代球迷不断回归——这不仅仅是一场比赛，它是一次沉浸式活动。



为了提升现场游戏体验，体育场正转向先进的科技创新

 实时访问 到游戏统计	 高分辨率大屏幕 采用先进技术	 Convenience: 导航 工具和人群管理
加利福尼亚州圣克拉拉的 Levi's Stadium 有在其移动应用中实现了AR功能支持交互式风扇体验，叠加将实时统计数据和球员信息显示在场上游戏期间。⁹	SoFi体育场，同样位于加利福尼亚州，拥有一70000平方英尺无限巨型广告牌4K屏幕梅赛德斯-奔驰亚特兰大，乔治亚州的运动场有一个光环板，360°屏幕，确保粉丝能从任何角度清晰观看角度，实时游戏更新、统计数据等。¹¹	拉巴特穆莱阿卜杜拉亲王体育场摩洛哥，提供智能人群管理技术为了球迷的安全和便利。¹³
2024年巴黎奥运会场馆配备了使用物联网（IoT）传感器，连接设备、Wi-Fi和5G连接，以实现无缝通信和流媒体，允许粉丝访问实时统计数据、回放和运动员信息。¹⁰	在德克萨斯州奥斯汀的Moody中心竞技场，球迷们可以与一个70英尺数字墙，灵感来自流行的小玩偶玩具，让粉丝能够捕捉事件之前、期间或之后的有趣时刻。¹²	体育场通过使用基于应用程序的位置技术协助查找座位、洗手间和纪念品商店。卡塔尔的体育场在FIFA期间使用了Mapsted的导航技术世界杯2022¹⁴

AI/生成式AI解决方案有助于提升赛场观众体验

未来的球迷不再是被动观众，而是积极参与者——这要归功于人工智能。从能回答任何体育趣闻的聊天机器人，到让虚拟比赛与真实运动员同场竞技的人工智能化身，技术正在缩短球迷与赛场之间的距离。



53%

许多球迷认为，用于购票、游戏时间表、游戏条件等的应用程序是有用的。

票务大师（Ticketmaster），全球大型体育赛事票务管理领域的领导者，与体育科技公司Prospect合作，利用人工智能进行预测和定价策略。¹⁵

票务大师体育宣布 2025年体育技术奖商业智能类别最佳数据与分析奖的获得者。



49%

许多球迷认为，通过人脸识别进入体育场对他们有用。

克利夫兰棕色队已实施面部认证技术以加快体育场入场速度，2023赛季每场比赛有超过1万名球迷使用该技术。¹⁶

该系统平均在两秒内处理票务。每年每条车道节省超过8000美元，并将平均入场时间缩短10分钟。



49%

有粉丝认为，帮助他们了解体育场布局、停车位、座位、大门、洗手间等的app很有用。

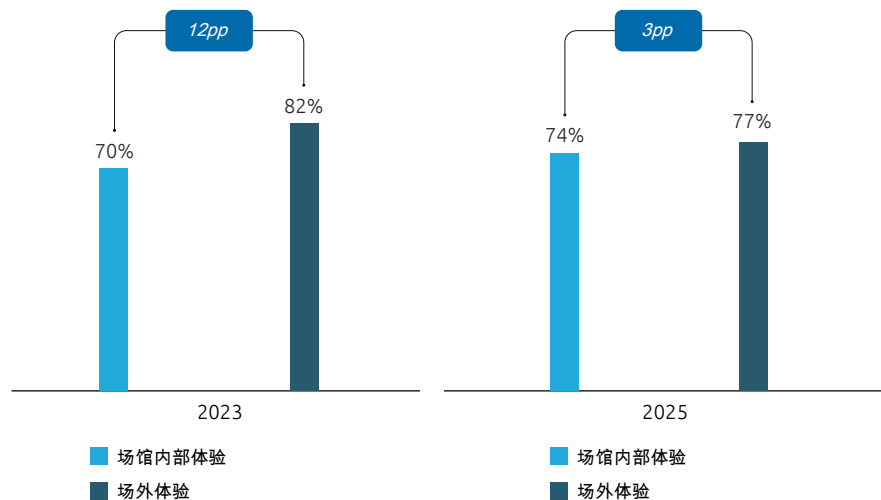
亚特兰大的梅赛德斯-奔驰体育场为球迷提供直接将食物和饮料送到座位的能力，减少等待时间和排队。¹⁷

通过 简化订货和配送，梅赛德斯-奔驰球场为球迷提升了观赛体验。

这些技术正在弥合场馆内与场馆外体验的差距

对于远端球迷而言，人工智能正成为终极运动管家——提供根据个人偏好量身定制的统计数据、回放和新闻。将每位球迷的流料转变为个性化的运动中心，缩短他们与赛场之间的距离。

科技赋能体育观赛体验带来的球迷满意度水平，场内与场外



“人工智能 (AI)、增强现实和虚拟现实 (AR、VR)、5G 以及室内地图解决方案正在为观众创造更具沉浸感和个性化的体验。”¹⁸

首席营收官, MapsPeople*

*一家为体育场内的粉丝们开发地图平台的软件即服务 (SaaS) 公司

来源：德勤研究院，《游戏之外》，球迷调查，2025年3月-4月；N = 7,080名球迷，《全新赛场》，2023；N = 7,081名球迷。



03

AI/生成式AI正在为 远程粉丝体验进行 改造





“体育向来首先是一个激情的故事。但技术正在从根本上改变我们看待体育的方式——以及我们作为球迷的体验方式。多年来，我们看到许多创新承诺重塑这项运动，比如元宇宙。然而如今，已经没有丝毫疑问：人工智能，尤其是生成式人工智能，即将彻底改变我们消费体育的方式。”

托马斯·赫希

EVP和集团外部沟通、赞助和数字总监，埃森哲

大部分粉丝已经转向使用AI/生成式AI工具来获取体育信息，而非传统搜索引擎

54%

有粉丝用AI/Gen AI工具（例如ChatGPT）取代了传统搜索引擎，作为他们获取所有与运动相关信息的首选工具。

*零售行业中有58%的消费者也已经用AI/Gen AI工具取代了传统搜索引擎进行购物。 19

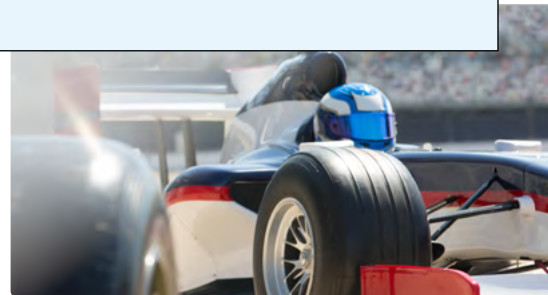
59%

有粉丝信任AI/生成式AI工具分享的体育相关信息。

来源：欧陆计算机研究院，《超越游戏》，粉丝调查，2025年3月-4月
；N=12,017名粉丝。

体育组织与科技公司合作，共同打造以球迷为中心的创新解决方案

法拉利车队和IBM推出了一款应用程序，提供互动F1球迷体验。功能包括赛事中心、意大利语助手、赛事总结和球迷投票。²⁰



粉丝的重点产品



法拉利的全球粉丝群体（估计达4亿）将获得实时赛事总结和人工智能生成的洞察。



通过交互式数据可视化，球迷可以探索遥测数据、轮胎策略、赛道条件和天气影响。



该应用还使用人工智能将过去与现在联系起来，允许粉丝将今天的比赛与法拉利的传奇过去进行比较。

粉丝越来越将AI/生成式AI工具视为个性化的体育内容中心

在其核心，运动仍然关乎激情和社区。科技只是提供了分享这种激情的新方式——而当你做对的时候，这对球迷、球员和这项运动本身来说都是双赢。

67%

许多粉丝希望AI/生成式AI工具能将来自网站、在线搜索引擎和社交媒体平台的所有体育相关信息聚合到一处。

64%

许多粉丝希望AI/生成式AI能够分享根据他们个人喜好量身定制的体育相关内容。

通用人工智能可以利用粉丝的互动历史来创建个性化内容。

“

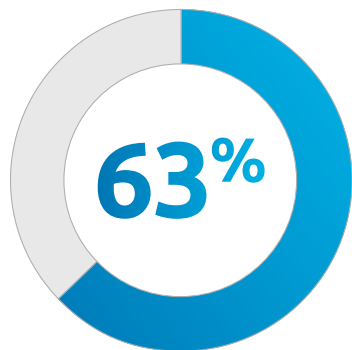
通过分析粉丝的互动历史——他们喜欢的球队、观看过的比赛和关注的球员——生成式人工智能可以制作针对个人喜好的定制化内容。这可能包括定制球员更新、比赛/赛事总结、幻想联赛推荐，或个性化的视频和消息。²¹

瑞安·斯蒂尔伯格
首席执行官 & 总裁，Veritone*

*基于云的AI技术服务提供商

来源：普华永道研究所，《超越游戏》，粉丝调查，2025年3月-4月；N = 12,017名粉丝。

粉丝们最兴奋的是那些允许他们在直播游戏中实时虚拟竞争的AI/生成式AI解决方案



许多粉丝希望在直播游戏中在虚拟空间与知名玩家竞技

来源：埃森哲研究院，《游戏之外》，粉丝调查，2025年3月-4月，样本量=12,017名粉丝。

传奇赛道 - 首次真实与虚拟F1赛车对决 ²²

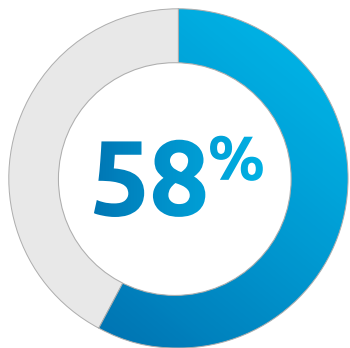
米勒布超级无醇啤酒和威廉姆斯赛车队创建了传奇赛车圈，这是一个电视转播的赛车活动，其中一名真实的世界一级方程式赛车手与传奇世界一级方程式赛车手的AI生成的虚拟形象进行比赛。

- 图鉴之环使用 使用人工智能，机器学习（ML），增强现实，历史赛况数据和实时GPS数据来创建虚拟化身 传奇F1车手的。

- 它 允许真实F1车手实时与这些虚拟化身竞赛，将实体赛车与数字模拟相结合。

- 粉丝享受这个机会 在直播比赛中虚拟参与，将他们甚至更接近于行动。





许多球迷想用不同的策略重播已完成的比赛，
并追踪可能的结果（假设情景）

来源：埃森哲研究院，《游戏之外》，粉丝调查，2025年3月-4月，样本量
=12,017名粉丝。

Hudl Sportscode：人工智能视频分析平台 ²³

该平台易于创建直接链接到关键匹配时刻的交互式报告，支持性能分析。

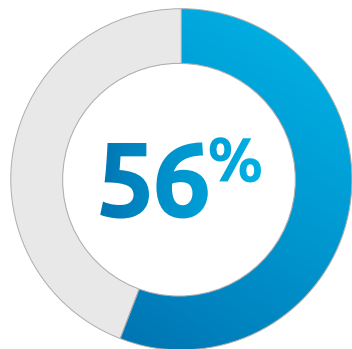
• hudl sportscode是一个 人工智能视频分析平台，那使得教练能够分解战术，跟踪球员表现，并在实时中做出明智的决策。

• 这种方案可以扩展到即时回放和高光集锦。

• 粉丝也可以使用替代策略重新播放已完成的比赛并探索不同的结果。



粉丝正在寻找能够提供高度个性化、实时比赛回放的AI/生成式AI解决方案



很多粉丝希望AI/生成式AI能实时编译个性化的精彩集锦

来源：埃森哲研究院，《游戏之外》，粉丝调查，2025年3月-4月，样本量=12,017名粉丝。

Magnifi：人工智能驱动的个性化高亮平台 ²⁴

Magnifi 利用人工智能，在事件发生后的60秒内识别并分享比赛中的关键时刻以及观众反应。

- magnifi是一个人工智能驱动的平台，帮助体育权利持有者、联赛和联合会自动生成并分发实时的人工智能编辑的精选内容。

- 该工具处理直播体育视频。**人工智能和算法** 为了即时识别球星并识别关键时刻，从而实现近乎瞬间的比赛精华集创作。

- 运动员将最终受益于跨平台的个性化精彩集锦——进球、重播和关键时刻——以获得更丰富的观看体验。





“体育是AI终极的试验场，要求在传感器融合、计算机视觉、分析和建模方面进行创新。作为回报，AI使运动员和团队能够实现不可能，并在过程中重新定义竞争和球迷参与。这是一场共生式的冲刺，每个人都会赢。”

马克·罗伯茨

高德美林生成式人工智能实验室副主任，应用科学首席技术官，高德美林工程

AI/生成式AI在改进现有的风扇技术

54%*

视频助理裁判 (VAR)

为2018年FIFA世界杯推出。使用多
高清摄像机，包括慢动作和超慢动作
摄像机，提供详细的回放并辅助决策。

25

自2018年以来，全球已有100多场赛事采用了VAR。AI
与VAR摄像头集成的系统可自动检测犯规、手球和
实时越位。



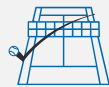
53%*

场地或界线技术

credited with improving the efficiency and precision of marking out sports
田野和球场，这项解决方案包括机器人、GPS和激光引导的
AR线标记工具，并且经常通过AI解决方案增强。

26

除了提高效率和准确性，球场线技术还提供
环保型解决方案，用于运动，更高的安全性，改进的玩法
并增强了观众体验。



51%*

游戏相关数据的应用程序

基于人工智能和机器学习(ML)，这些应用程序提供实时
游戏更新与洞察，玩家比较，预测分析，
等等，以增强观看体验。

粉丝们有广泛的选项可供选择基于
在便利性和运动方面，如ESPN、FIFA+、NFL Game Pass、MLB
在打击、Sofascore、雅虎体育等

28



52%*

个性化相机角度

个性化相机角度为球迷提供更具参与性的
沉浸式观看体验。

用于足球、板球和篮球的，包括无人机
相机，头盔相机，球门线相机，360度相机，
和蜘蛛相机。

27



* 发现此解决方案有用的粉丝百分比

来源：普华永道研究所，《超越游戏》，粉丝调查，2025年3月-4月；N = 12,017名粉丝。



人工智能应用程序/工具提供的个性化内容



国际板球委员会 (ICC) 已将其人工智能技术整合至ICC男子冠军赛2025的数字平台中,旨在打造更加个性化和吸引球迷的观赛体验。

ICC精彩回顾,一项使用先进AI引擎的新功能,追踪球迷与ICC数字工具的互动,包括比赛预测工具和最佳球员投票——并分析他们的行为,生成独特、个性化的锦标赛旅程回顾。²⁹

赛后,粉丝将收到一份个性化纪念品总结,展示他们参与比分预测、最喜欢的球员选择等活动的参与情况。



人工智能应用提升粉丝参与度



国家橄榄球联盟和Adobe扩大全球合作伙伴关系,结合人工智能和创造力,为球迷提供全新的人工智能驱动体验。³¹

粉丝创作型叙事——粉丝可以使用像Adobe Express和Firefly这样的AI工具来创建和分享以其喜爱的球队和球员为主题的美式橄榄球相关内容。

利用人工智能技术,NFL OnePass应用程序将为每位球迷提供量身定制的个性化内容,展示与其球队和球员兴趣相关的精彩集锦、优惠活动和新闻。

组织可以利用人工智能通过分析他们的行为来增强粉丝的参与度。



国际 Cricket Council (ICC) 不断改进其数字产品,以确保在 2025 年 ICC 男子冠军杯期间球迷比以往更加紧密地联系在一起。通过利用人工智能的力量,我们能够为全球数百万球迷创造量身定制的体验,将他们的参与度提升到新的高度。³⁰

芬·布拉德肖
国际商会数字负责人

人工智能/生成式人工智能正增强在户外活动，如环法自行车赛等场合下的观众体验



为自行车赛事创建一个AI驱动的数字孪生

发布基于生成式人工智能的骑行中央智能平台 (CCI)

基于人工智能的创新解决方案正在提升骑行体验

与NTT合作，环法赛事推出了一款基于生成式人工智能的数字孪生版本。利用物联网传感器、边缘计算、云计算、机器学习和人工智能，它提供了一款沉浸式体验，让车手穿越比赛的多样地形。³³

来自马鞍式传感器的实时骑行者数据流，为粉丝提供实时比赛洞察，并为组织者提供全面的运营概览。

由华纳兄弟探索体育欧洲和亚马逊云服务 (AWS) 开发的AI驱动CCI平台，通过提供增强了对直播自行车赛事的解说，**通过即时访问丰富的骑手、场地和赛事历史数据，获取实时洞察**，使得更具吸引力的故事讲述和更深度的粉丝互动成为可能。³²

它在巴西阿拉卡什的2025年WHOOP UCI山地自行车世界系列开篇赛中亮相。

AI正在重塑自行车运动——**从路线规划、性能跟踪到预测性维护、培训，甚至自动驾驶的早期阶段。**³⁴

Tero Labs 提供基于人工智能的自行车安装传感器，提供有关姿势和技术的实时反馈。

Komoot 利用人工智能根据骑行者的偏好为公路、砾石路或山地骑行推荐优化路线。



antoine courbon

数字部门负责人，A.S.O. - Amaury Sport Organisation

技术在全球体育迷参与和现场观赛人数提升中扮演什么角色？

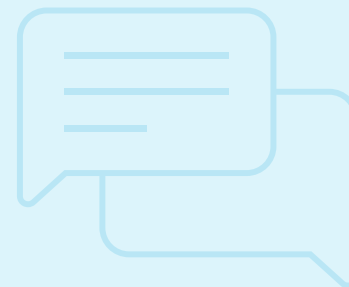
在环法等大型体育赛事中，科技在触达线上新观众和沿途观众方面发挥着关键作用。它重塑了观众参与赛事的方式，简化了观众体验，加深了与赛事的情感联系，并激励他们成为赛事的一部分。由新技术支持的创新内容格式和故事讲述也是很好的例子。

游戏化是另一项将粉丝置于核心的技术发展。例如，环法自行车赛粉丝现在可以实时选择和跟随他们的梦幻团队；为当天最具战斗力的车手投票；全年通过官方视频游戏或学习问答进行游戏；甚至从官方粉丝车内体验比赛。他们观看环法，他们体验环法，他们参与环法，他们分享环法，他们出席环法。

技术也提升了整体的球迷之旅，从数字购票和互动地图到实时新闻、精选内容推送、AR[增强现实]，以及沉浸式直播体验。

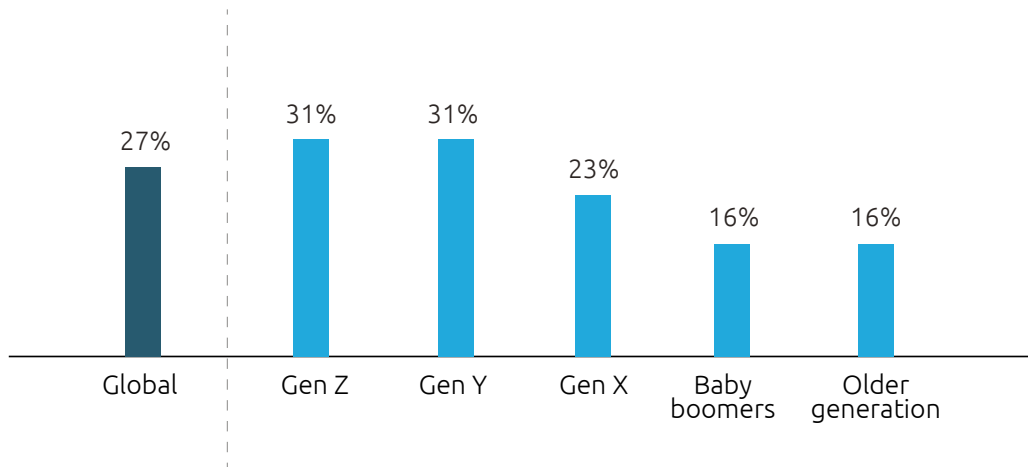
Q. 在这个领域，你认为AI/生成式AI具体扮演什么角色？

人工智能和生成式人工智能为个性化和故事讲述增添了新的层次，从实时洞察（用于解释比赛和策略），定制和本地化的推送内容，甚至与粉丝共同创作。它还可以支持球迷体验，无论是在场还是在线。它将强烈影响球迷的参与度，在不久的将来。



每四位球迷中就有一人愿意为人工智能/生成式人工智能增强的体育观赛体验支付更多费用

你愿意为了更高级别的体育观赛体验而花费更多，该体验由基于 AI/生成式 AI 的工具实现吗？（表示“是”的百分比）



8%

是平均保费
粉丝们愿意付费
AI/生成式AI解决方案

年轻一代，尤其是Z世代和Y世代，显示出略微更高的支付溢价的意愿



04

数据是体育消费 的新MVP*吗？

*最有价值球员





在体育 & 自行车领域，数据在帮助人们理解比赛和吸引公众或新入门者方面发挥着重要作用。对于核心自行车爱好者来说，数据现在是一个强有力的盟友，可以激发和推动讨论。所有体育数据，无论是在比赛前、比赛期间还是比赛后，以及来自粉丝的数据（粉丝的预测、虚拟球队选择等）都引发了大量的讨论和社交媒体辩论。它点燃了粉丝的热情，帮助他们感觉更接近比赛。

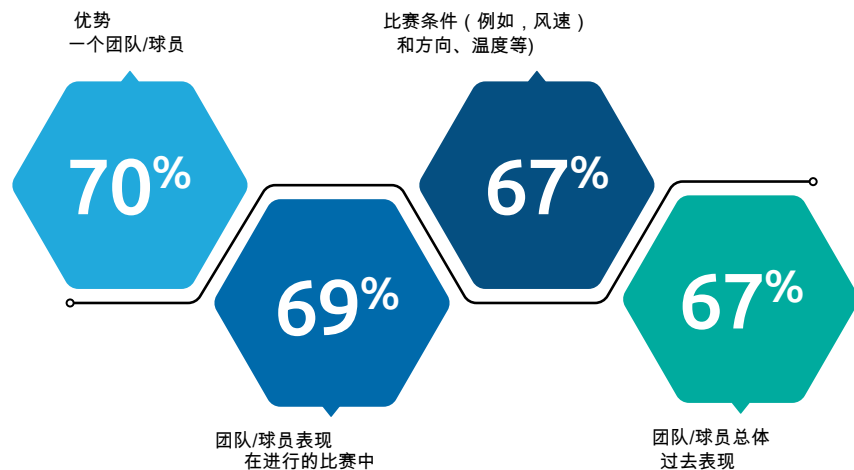
antoine courbon

数字部门负责人，A.S.O. - Amaury Sport Organisation

数据是体育消费体验的核心

体育组织越来越多地使用社交媒体来分享球员和比赛的更新。实时数据和数据可视化变得与记分牌本身一样重要。球迷们不仅想看，还想要实时了解每一个比赛和每一位球员，让数据成为球迷体验新的MVP。

重视所列信息类型的粉丝百分比



X已与NBA签署多年合作关系 在其平台上分享独家原创内容。³⁵



深化粉丝参与的伙伴关系

合作将允许粉丝与现场游戏解说互动，增强他们的体验并加强他们对这项运动的忠诚度。



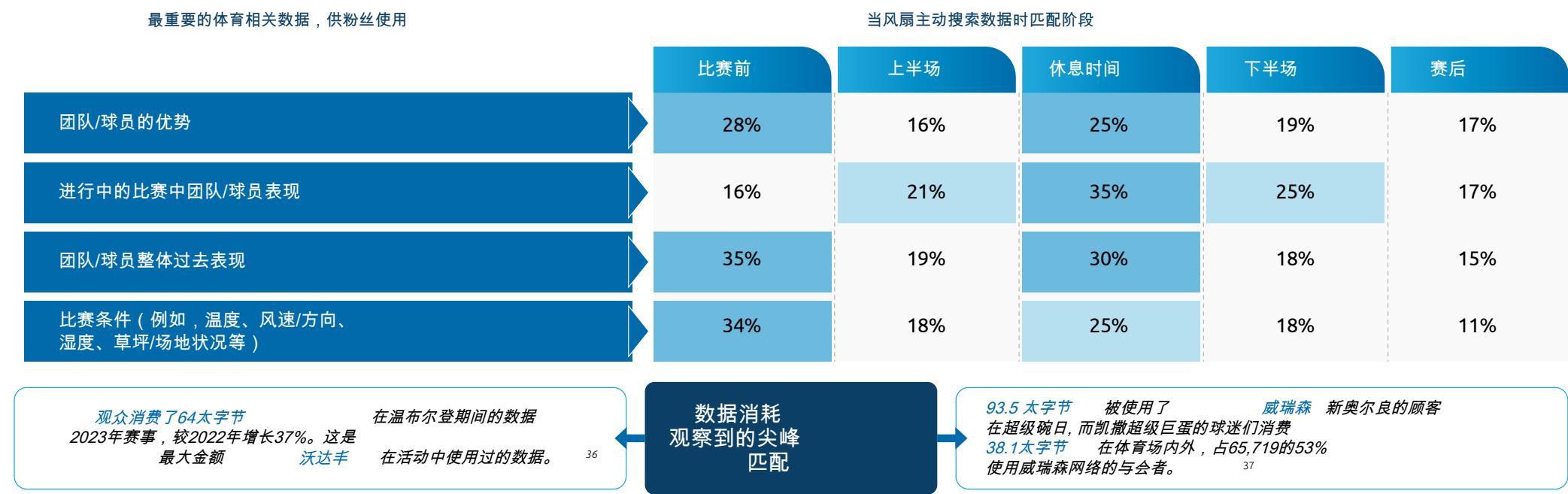
追踪实时比赛 数据和更新

X计划推出一个NBA门户网站，使球迷们更容易访问 **实时追踪比赛**，并在应用内直接访问**最新赛况和统计数据**。

来源：埃森哲研究院，《游戏之外》，粉丝调查，2025年3月-4月，样本量=12,017名粉丝。

数据源填充了实时体育消费体验的空白

粉丝现在像玩游戏本身一样贪婪地吞噬数据。比赛期间网络使用量的峰值记录表明，满足粉丝对数据和背景信息的需求现在已成为比赛策略的一部分。





05

技术过多是
多少技术？





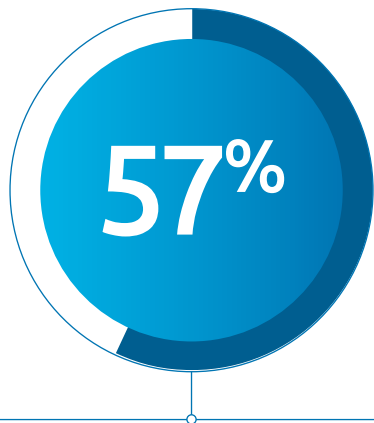
技术应该增强游戏，而不是掩盖它。体育的灵魂在于人类精神和体育精神，而不仅仅是数据。

西伦·桑德比

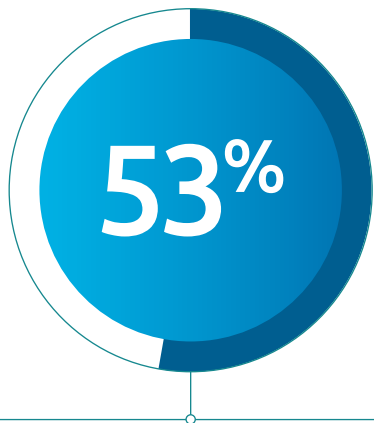
首席执行官，凯捷奥林匹克帆船金牌得主，2004年雅典，2003年获得“劳力士年度最佳航海员”奖，三届世界帆船锦标赛冠军，两届欧洲帆船锦标赛冠军

球迷们警告不要过多技术稀释现场体育的真实性

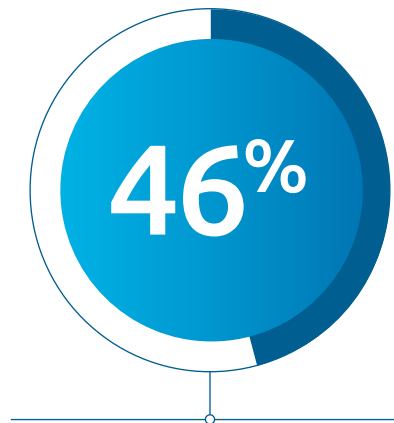
超过一半的球迷认为，过度使用科技损害了体育的真实性，甚至降低了观看直播的乐趣。高科技的增强让球迷兴奋，但增强和干扰之间有一条微妙的界限。体育领域最好的创新是放大了比赛中的戏剧性——而从未抢走聚光灯。



粉丝们认为真实性运动将因过度而受损使用技术和数据。



一些球迷认为科技过度使用已经减少了观看现场体育比赛的乐趣。

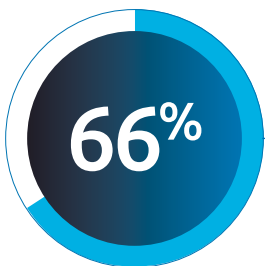


of fans agree that overuse of technology and data will reduce traditional sports competition value.

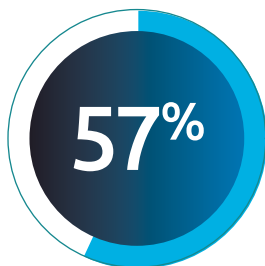
来源：埃森哲研究院，《游戏之外》，粉丝调查，2025年3月-4月，样本量=12,017名粉丝。

运动迷们仍然担心虚假信息传播

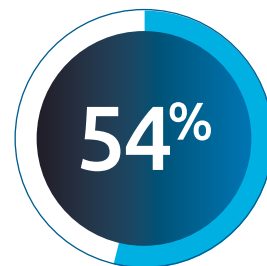
近三分之二（66%）的粉丝担心虚假信息的传播会增加运动员被不满支持者针对或骚扰的风险。体育组织需要牢记信任和诚信是不可协商的。他们需要利用技术清除深度伪造、数据泄露和毒性行为——这样粉丝才能同样获得创新和诚实。



粉丝都同意未经证实关于AI/生成式AI的信息平台让玩家更易受骗子骚扰。



对粉丝的担忧关于虚假的产生导致传播的内容关于错误信息的运动员或体育队伍。



对粉丝的担忧关于模仿使用Gen AI的运动员提供虚假/误导推荐。



使用人工智能保护运动员免受网络虐待 ³⁸

- 在 **巴黎2024奥运会**，国际奥林匹克委员会（IOC）实施了一个由人工智能驱动的系统 **实时监控了35多种语言的数千个社交媒体账号**。
- 系统在玩家看到之前就标记了威胁和辱骂性评论。



与科技公司合作防止错误信息 ³⁹

- The **NFL与科技公司NetApp合作** 专注于 **研发尖端存储技术以确保数据安全** 并简化技术运营。
- 这将有助于通过提供准确和经过验证的信息来防止错误信息的传播。

来源：埃森哲研究院，《游戏之外》，粉丝调查，2025年3月-4月，样本量=12,017名粉丝。



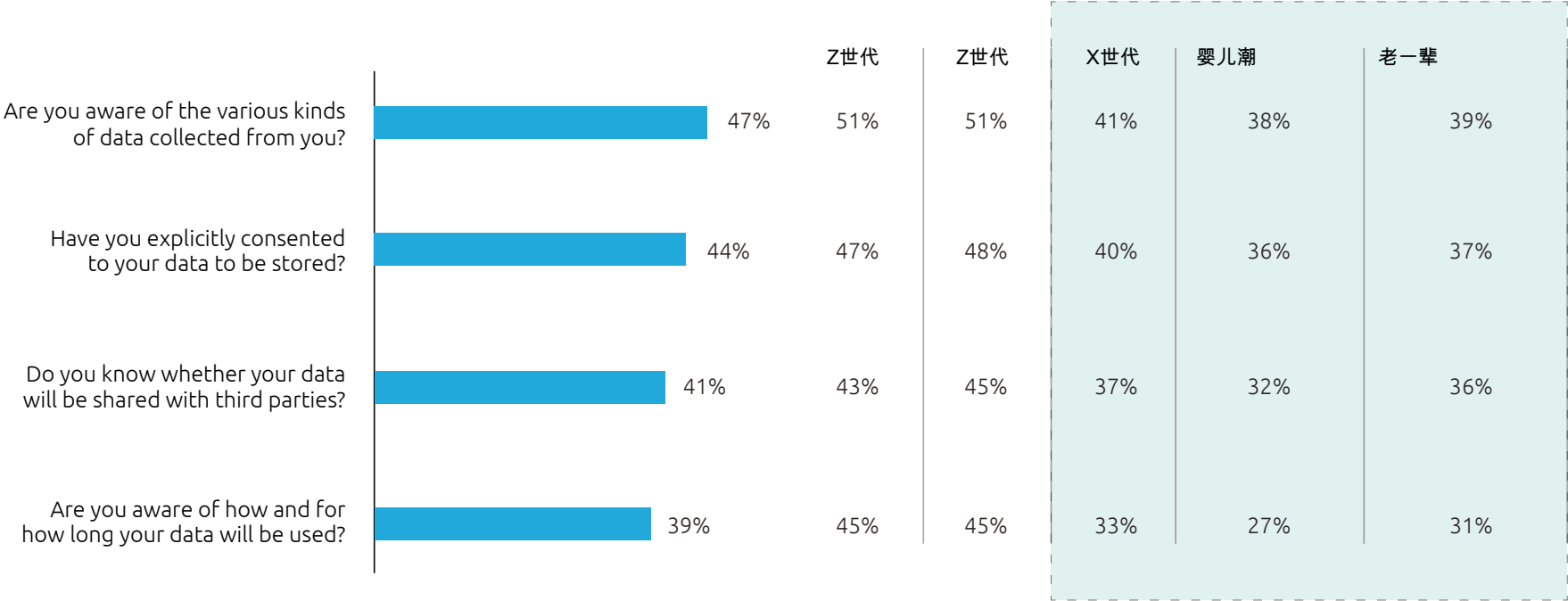
体育有一种特殊的团结能力，而技术应该通过培养积极、包容的互动来支持这种团结，而不是创造更多的键盘战士。

布琳·E·拉斯克

经理，青蛙 - 欧洲信息技术服务公司，前美国大学网球运动员

大多数粉丝缺乏了解AI和Gen AI驱动的体育观赛工具如何工作的意识

老年粉丝的防范意识通常较低，使他们更容易受到数据隐私风险的影响。



来源：埃森哲研究院，《游戏之外》，粉丝调查，2025年3月-4月，样本量=12,017名粉丝。

体育组织正在与技术供应商合作，以保护球迷的个人信息

科技创新必须伴随着坚不可摧的隐私保护。体育组织需要在场外通过在每一个环节保护个人数据来赢得粉丝的信任——失去那种信任是没有人能赢的游戏。

NBA的亚特兰大老鹰队 与 Acronis 合作

40

- 2024年4月，NBA的亚特兰大老鹰队宣布与 Acronis（一家网络安全公司）建立合作伙伴关系供应商，以加强网络安全工作。
- 该合作旨在加强鹰隼的数字基础设施和安全保障关键数据及系统**确保风险信息保持安全。**

谷歌云和马德里竞技 马德里合作伙伴关系

41

- 专业足球俱乐部马德里竞技面临网络安全威胁，例如数据泄露和勒索软件攻击；这些可能会影响运营，声誉，并危及粉丝数据安全。
- **To 保护运营和风扇数据**，俱乐部已采用谷歌云的备份和灾难恢复服务，自动加密静止数据，确保安全性和快速恢复从干扰中。

JSW体育采用 数据保护框架

42

- 在印度，JSW Sports已经实施了全面的數據保護政策 **为运动员管理个人和健康数据员工，以及粉丝。** to
- 俱乐部已采用数据保护影响评估工具（DPIA）用于评估风险与处理敏感数据相关。



06

科技崛起对职业体育界意味着什么？





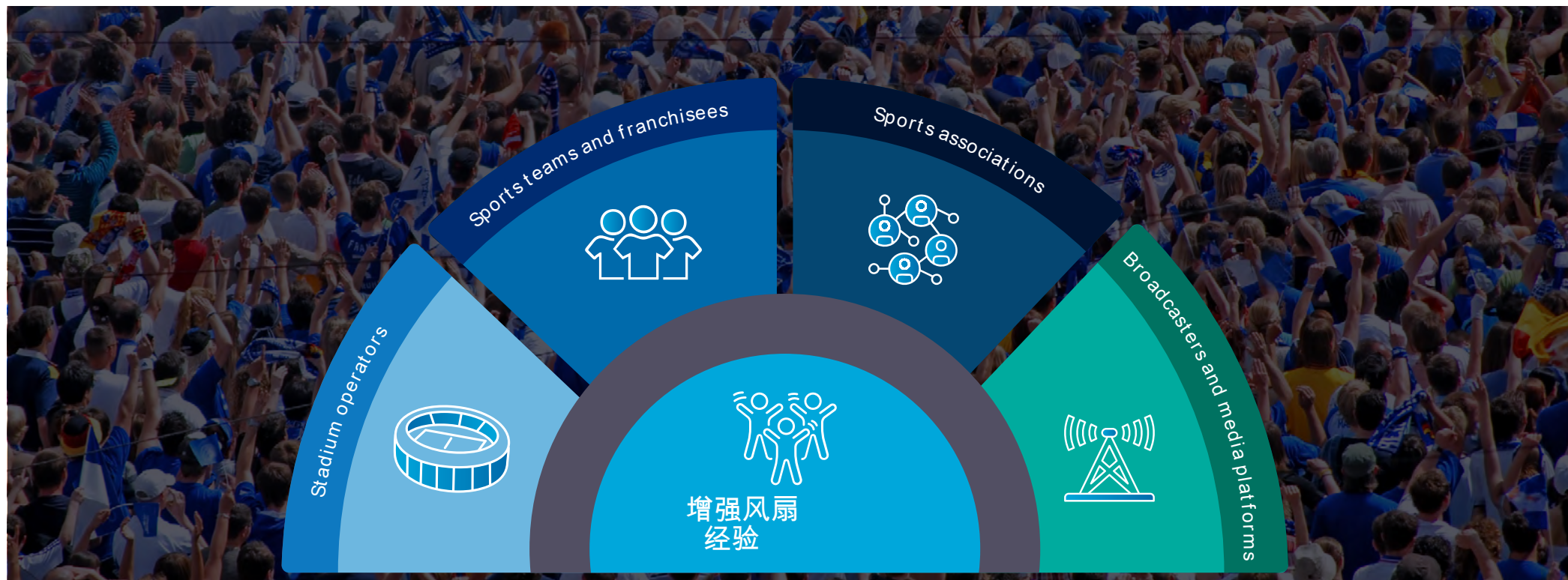
如果我们想要在未来保护体育赛事的收入，我们需要考虑如何让体育赛事以吸引人的目的地进行自我革新。

查理·邦恩斯

管理顾问，Capgemini 发明队长，担任 Capgemini 英国橄榄球队队长6年，卡迪夫大学法学院橄榄球队前队长

科技提供了多种杠杆来改变风扇体验

体育永远属于球迷。世界上所有的技术都不会改变这一点——它应该只是让球迷更接近他们所喜爱的比赛。



体育场运营商应投资“智慧体育场馆”基础设施，实施粉丝友好型应用程序，并利用技术和数据为粉丝个性化体验

对于团队、联赛和场馆而言，战略方针明确：进化或被淘汰。拥抱技术革新（合乎道德地）不仅仅是升级——它是体育如何建立更深层次球迷忠诚度和确保未来成功的关键。

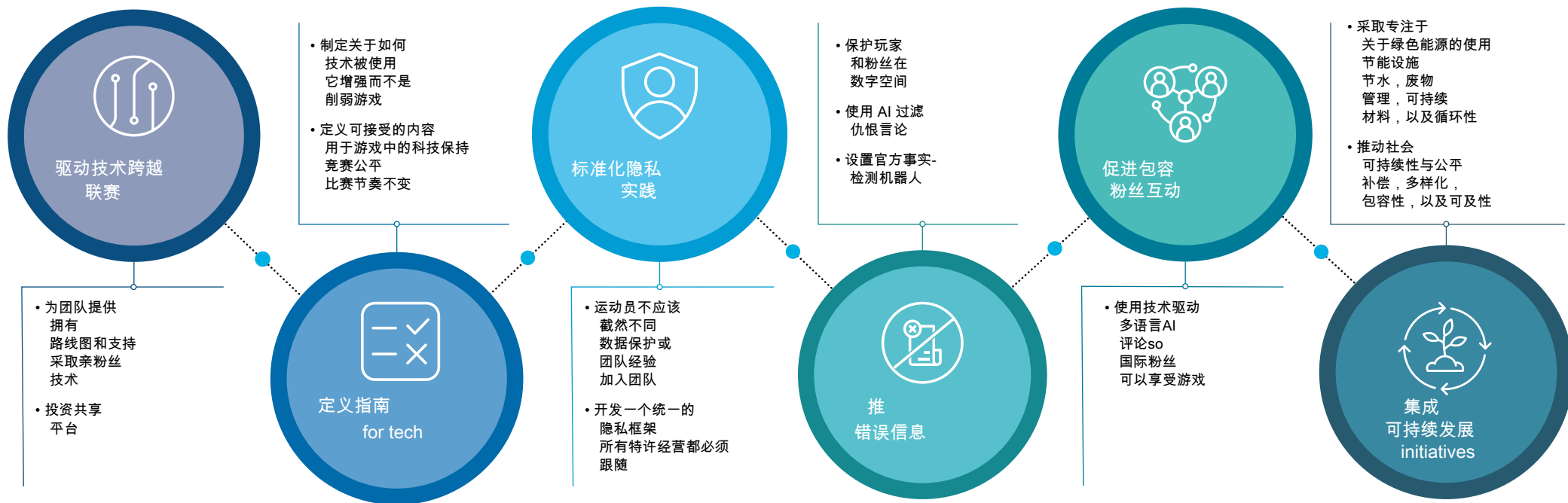
	投资“智慧场馆”	实现风扇友好的应用程序	利用科技提升获取途径和便利设施	使用数据个性化现场体验
什么？	- 升级连接性 (5G 无线网络、物联网传感器) 和互动显示 - 确保风扇具有实时性 信息触手可及	- 部署移动应用程序以 导航，移动票务 座椅服务 - 集成AR功能以 提升粉丝价值	- 拥抱包括 人脸识别入门和 无现金支付 消除 等待时间 - 手机订餐/饮品 允许粉丝留在他们的座位上 享受动作	- 使用数据定制赛场内 offerings - 通过应用程序发送定向报价 (商品，座位升级) 基于粉丝偏好 - 提供 “技术轻量级选项” 技术知识较少的粉丝，例如 售货亭和员工协助
为什么？	缩小舒适差距 家庭观看	增加了一个新的维度和 吸引年轻人	便利性提升了粉丝 满意度和退货率	让参会者感到舒适

今天的球迷不只是在比赛日呐喊助威——他们全天候参与。聪明的球队在那里与他们相遇，打造一体化数字平台和互动体验，让球迷精神全年保持活跃。

使用AI进行个性化粉丝互动	创建一站式数字中心	变现技术增强型产品或服务	游戏化并丰富全年参与度
• 集成 AI/生成式AI助手 将聊天机器人部署到您的应用或网站中，以回答粉丝的疑问、提供游戏更新和生成个性化内容，将它们整合到您的粉丝互动策略中	• 67%想要聚合— 渴望个性化的“一站式”“商店”为所有体育信息 • 开发或增强您的团队移动应用程序/网站，使其成为一个综合枢纽：实时比分、幕后视频、球员统计数据、社交媒体动态、梦幻体育集成等，所有功能一体化	• 粉丝愿意为高级体验付费 • 提供可选附加服务：独家内容的订阅（例如，其球队的人工智能编辑的每周精彩集锦）、AR商品试穿功能，或带有教练评论的“第二屏幕”应用程序	• 激发粉丝的竞争和社交本能。运行 幻想联赛、预测游戏和AR/VR体验

体育协会和联赛有独特的机会大规模部署技术

联盟必须以身作则，确保技术提升比赛水平而不损害公平性或球迷信任。制定统一标准——包括数据隐私、人工智能的伦理使用和可持续性——确保每一项创新都能使整个体育受益。



广播公司和媒体平台有一个独特的机遇来推动沉浸式观感体验

粉丝们不再只是观看——他们正在掌控局面。无论是同时观看四场比赛，还是从沙发上管理一支幻想球队，观众与参与者的界限正在以最好的方式变得模糊。

构建独特的数字体验：

- 使用人工智能提供替代解说饲料或不寻常的摄像机角度
- 在VR中制作实时游戏，全息显示屏

促进技术使用的透明度：

- 明确突出AI的使用
- 使用AR来增强可解释性，而不是让观众不知所措

提供沉浸式、互动式广播：

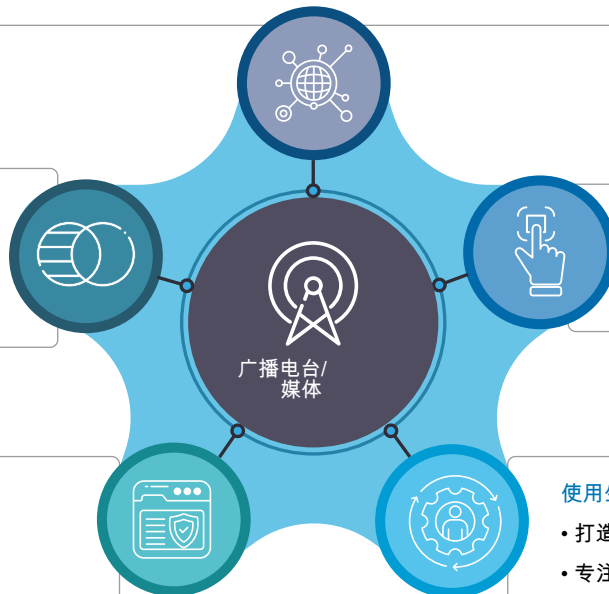
- 让粉丝选择他们的摄像机角度、解说或屏幕上的内容数据叠加

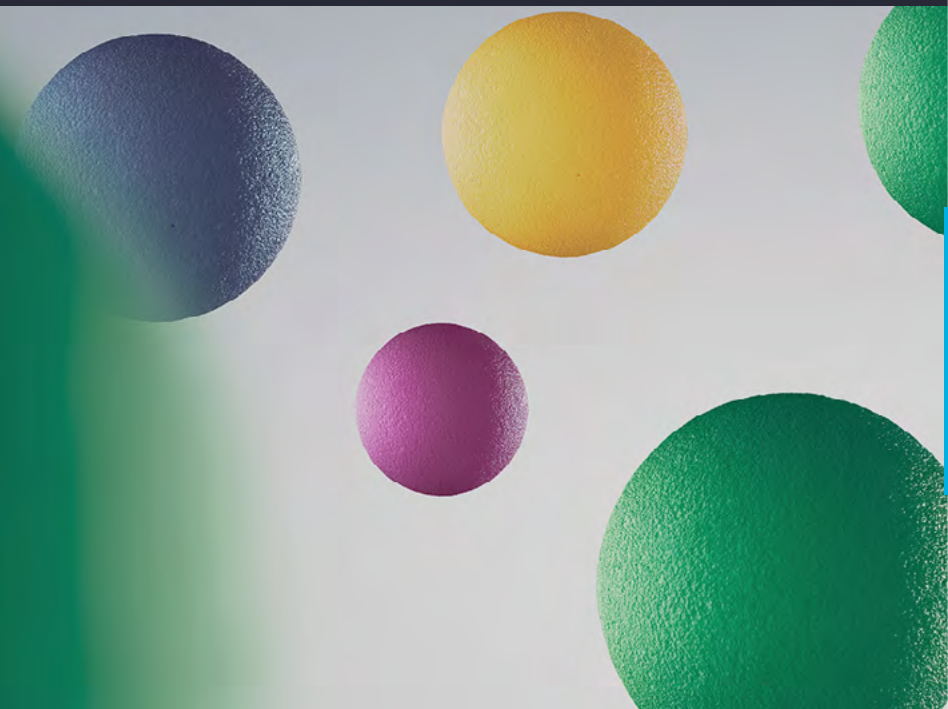
安全整合社交和粉丝生成的内容：

- 与社交媒体平台合作以扩大影响范围
- 确保持续活跃的版主管理

使用生成式人工智能进行内容创作和个性化：

- 打造个性化、AI 筛选的精华内容
- 专注于个性化通知





07

嘉能视正在帮助提
升球迷体验





随着赞助合作的演变，最具影响力的赞助合作将发展成真正的合作关系——在此关系中，技术合作伙伴不仅展示尖端成果，而且与权利方共同创造大胆的想法，以推动创新并塑造该运动的未来。

史蒂文·韦伯

副总统，英国首席技术官和创新官，埃森哲

毕马威有悠久的推广体育运动和利用技术提升球迷体验的历史



凯捷是2025年女子橄榄球世界杯的主赞助商和女子橄榄球的全球合作伙伴。它一直在合作 **与世界橄榄球联合会合作，通过数据分析、人工智能和基于云的解决方案提升球迷体验：**

- **匹配预测器：**这是一个互动应用程序，全球橄榄球迷可以在这里互相竞争，并在预测比赛中与一个Capgemini机器人对决。
- **数字统计中心：**这是一个独特的工具，它结合了历史数据和生活数据，为受众生成更深入的见解。
- **橄榄球传奇app中的虚拟点球：**这是一个基于VR的解决方案，允许球迷在一个虚拟橄榄球场内参加罚球比赛。



凯捷是 Ryder Cup 的全球合作伙伴。 **它部署了一个名为Outcome IQ的人工智能预测工具，以在2023年莱德杯期间保持球迷的参与度。**

亚历山大·施图尔比姆, 森泰菲资本保险人工智能领导者 分享了关于角色的内容
“ **它提供了一个概率估计** 在2023年罗德与泰勒杯期间Outcome IQ的表现 **哪个队伍可能会赢得每个洞、每场比赛和锦标赛。而且它的酷炫之处在于，每当一名球员打出球时，它就会更新。这是一项真正现代化的体育分析服务，我们在世界舞台上展示了它。**”

在2023年比赛中，罗德杯官网收到的观看量约为5亿次，统计数据向160个国家和6.2亿户家庭进行了广播。

结合数据、工程和AI/生成式AI赋能的帆船爱好者，使风“可见”：Capgemini的Wind Sight IQ案例研究™



1

凯捷开发了WindSight IQ™ 与 America's Cup 合作。

2

该技术采用激光雷达(LiDAR)、传感器融合和科学计算来揭示风向模式。

3

岸上安装的先进传感器以每秒30,000个光脉冲扫描竞赛区域，以捕捉空气粒子的速度。

4

实时风场数据集成到一艘帆船模拟器中，使整个赛场能够创建动态风图，并使用AR和VR图形显示。

5

该解决方案根据实时变化的风压、剪切（水流产生的应变）、方向和速度可视化最佳路线，帮助评论员和观众预测和分析团队策略。

具有潜在应用的运动

除了帆船赛事之外，WindSight IQ™ 技术还有其他潜在应用，包括：



赛车运动



高尔夫

“

通过技术创新，将激光传感器技术与先进工程以及新的可视化技术相结合，WindSight IQ™ 将数字世界和物理世界融为一体。

”

执行副总裁、首席技术官 – WindSight IQ™，凯捷



使用WindSight IQ™ 我们的优先任务是找到正确的平衡：以一种既能让人得出深刻见解又不影响赛车体验的方式来展现风。我们的目标是让观众感受到胜利，并理解船员在船上所面临的挑战和决策。”

梅兰妮·布拉丝

设计总监，frog——Capgemini Invent的一部分

遇见我们内部的Capgemini运动明星



安德烈亚斯·基利特

- 1. 进行运动：职业足球
- 2. 成就：在费内巴切 SK 效力参加超级联赛。2018/2019 年冠军，2016 年瑞典区域冠军，2017 年约恩雪平南部年度最佳球员
- 3. 在嘉信利中的作用：招标经理和客户经理，Sogeti瑞典



安妮·容

- 1. 进行运动：足球
- 2. 成就：甲级联赛和乙级联赛（如1.FC萨尔布吕肯、1. FC法兰克福等），在德国顶级联赛中排名前三~10年
- 3. 在嘉信利中的作用：副总统，客户体验转型与咨询客户合作伙伴，汽车行业，德意志银行，德国



查理·邦恩斯

- 1. 进行运动：橄榄球
- 2. 成就：过去6年担任 Capgemini 英国橄榄球队队长，卡迪夫大学法学院橄榄球队前任队长
- 3. 在嘉信利中的作用：凯捷创新英国管理顾问



达米安·沃西翁

- 1. 运动项目：划独木舟
- 2. 成就：法国锦标赛10 times, 法国划独木舟队的3部分多年，世界青年锦标赛第七名

3. 在嘉信利中的作用：

— 副总裁，智能工厂负责人，法国凯捷创新公司 – 首席体育官，法国凯捷创新公司



格利特·博特梅勒

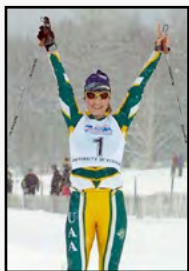
- 1. 进行运动：高性能航海
- 2. 成就：德国、欧洲和世界帆船锦标赛冠军，2007 年在瓦伦西亚代表德国参加了美洲杯
- 3. 在嘉信利中的作用：高级总监，制造与高科技行业，咨询客户合作伙伴凯捷创新



Pape-Philippe Amagou

- 1. 进行运动：篮球
- 2. 成就：四次法国冠军，参加了2010年世界杯
- 3. 在嘉信利中的作用：管理顾问，埃森哲金融服务

| 遇见我们内部的Capgemini运动明星



Mandy Kämpf

1. 运动项目：越野滑雪
2. 成就：在德国国家队效力5年，德国全国冠军1次（成年组），青少年世界锦标赛（第16名）；美国（国际大学生体育）：两次NCAA一级分区冠军；6次全美最佳阵容；阿拉斯加安克雷奇大学名人堂成员；体育画报“人群中的面孔”；美国全国锦标赛（成年组；同时为全日制学生）——第3名；作为学生运动员，曾担任大学滑雪教练（助理）4.5年，期间大学滑雪队在美国大学生体育协会锦标赛中历史性获得第4名；部分学生运动员参加了U23世界锦标赛和奥运会

3. 在嘉信利中的作用：总监，公众，Capgemini 发明



西伦·桑德比

1. 运动项目：前水手，欧洲级和英灵级
2. 成就：2004年奥运会金牌得主（三次奥林匹克活动；2000-2008年），三次世界时间冠军，两届欧洲冠军冠军。荣获“罗尔斯·罗伊斯世界 sailor of 2003年的年份”
3. 在嘉信利中的作用：挪威毕马威创新首席执行官



托马斯·德拉克

1. 进行运动：曲棍球教练
2. 成就：在阿姆斯特丹担任最高级别18岁以下教练，目前是荷兰乌德勒支的高级教练（第二高级级别）
3. 在嘉信利中的作用：荷兰市场部高级经理



泰米尔·穆尼尔

1. 进行运动：拳击
2. 成就：在巴基斯坦全国赛中获得银牌，在伦敦资本杯中获得铜牌
3. 在嘉信利中的作用：用户体验技术顾问，英国



卢西亚诺·博托尼

1. 进行运动：橄榄球
2. 成就：东北地区联赛（3.联赛）2010/2011和2011/2012（柏林SC橄榄球队）
3. 在嘉信利中的作用：副总裁，汽车业务亚太区ERD负责人，嘉信监理工程



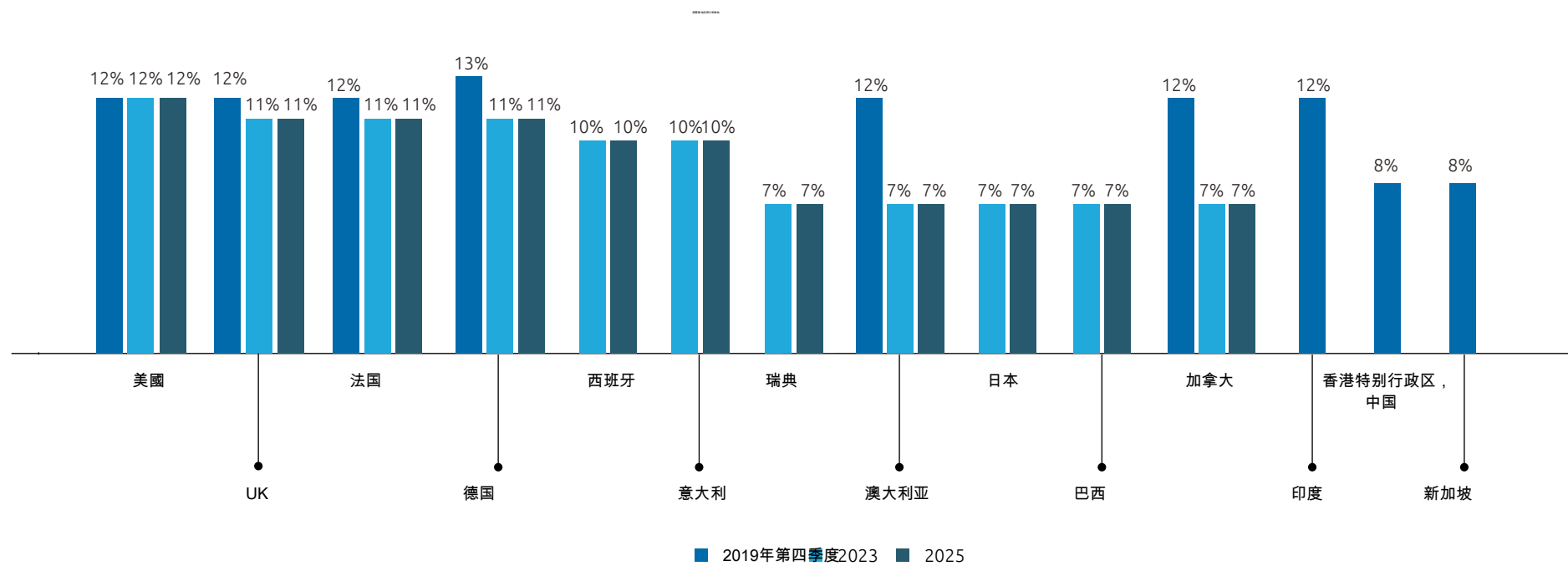
08

研究方法

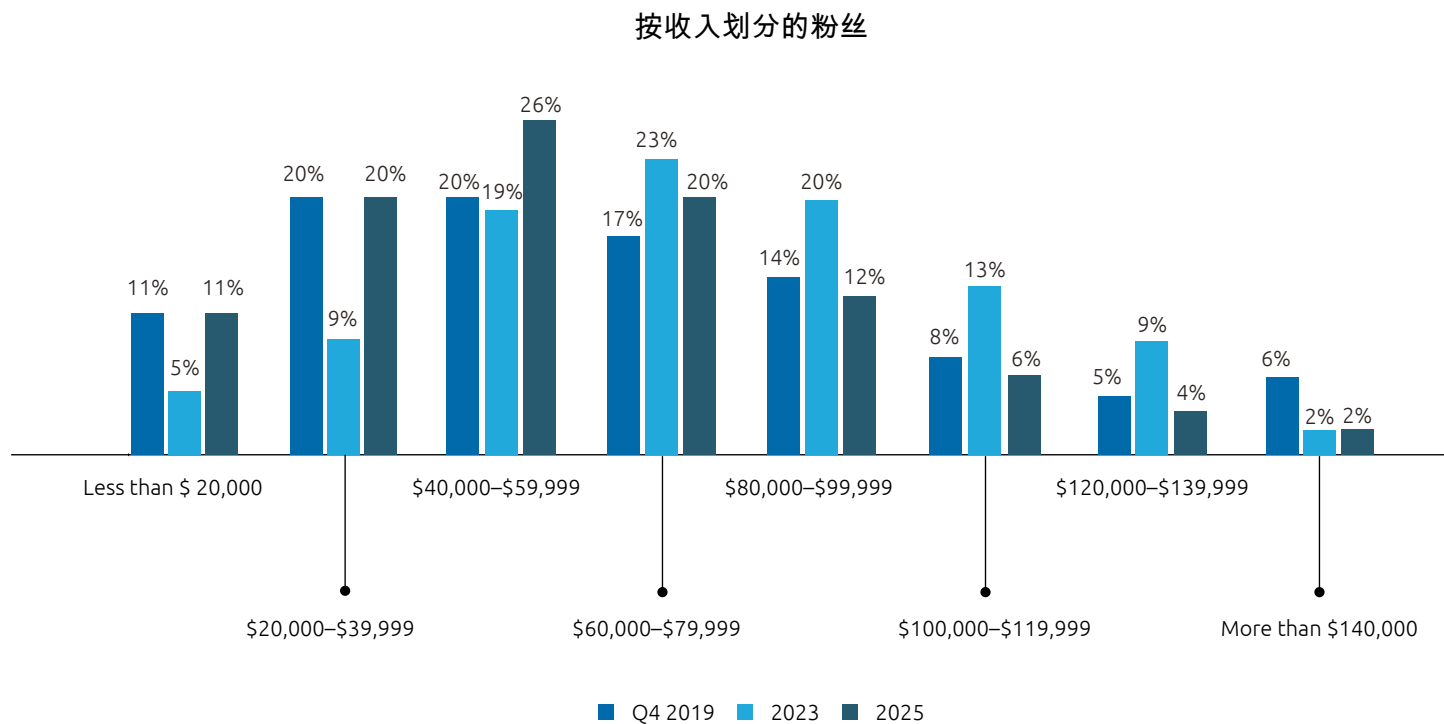


研究方法 (1/3)

这份报告是《体育科技》系列的第三版，第一版是 [运动中的新兴技术](#)（发表于2020年1月）和第二版 [一场全新的球赛：为什么体育科技是一场变革者](#)（2023年5月出版）。对于这本第三版，我们在全球范围内调查了11个国家和地区共12,000名定期观看和关注体育赛事的体育迷。

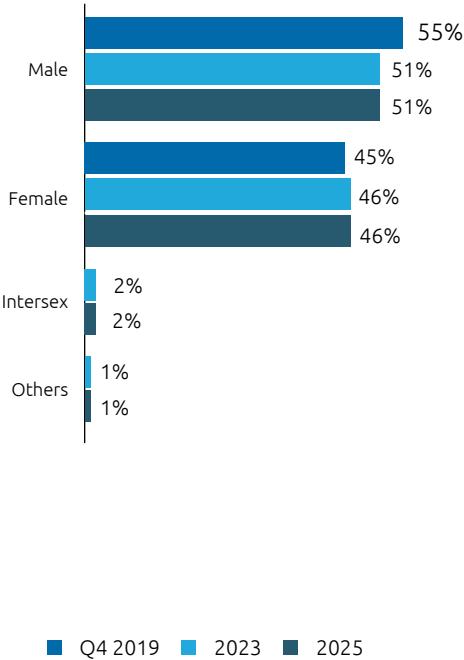


| 研究方法 (2/3)

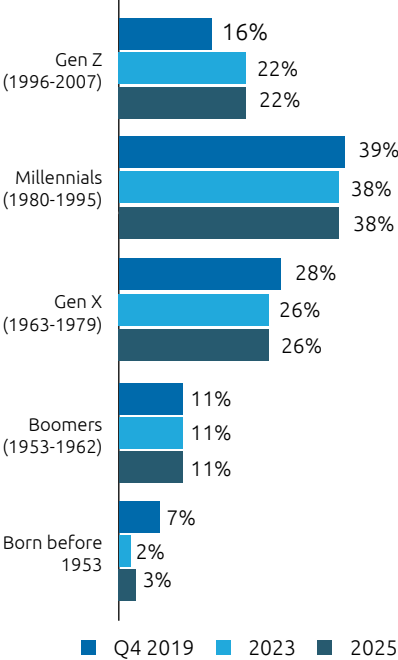


| 研究方法 (3/3)

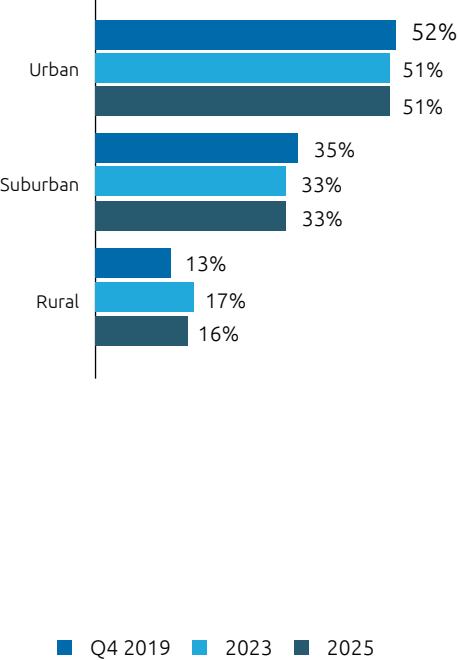
按性别划分的粉丝



按年龄段划分的粉丝



按居住地区划分的粉丝



参考文献

1. 两圆，“2024年体育观赛回顾 – 美版”，《2025年2月26日》。

2. 两圆，“2024年体育观赛回顾 – 澳大利亚版”，“2025年3月12日。”

3. 福布斯，“2025印第500赛道吸引创纪录观看人数超过700万”，“3月27日，2025。

4. 罗兰加洛斯，“2025开赛季：新的入场人数记录”，2025年5月24日。

5. BBC，“科林·杰克逊的挑战自我——动力-沃伦·古特兰德”，“访问”2025年5月。

6. CNBC，“‘funflation’效应：为什么美国人花在旅行上的钱太多了今年夏天娱乐”，“2024年6月26日。

7. cbiz，“z世代挥霍娱乐开支成本上升”，2025年5月访问。

8. marketsandmarkets，“智能体育场市场”，2025年1月。

9. tisa，“物联网在体育中的应用：智能体育场如何带来巨大改变”，2023年4月7日。

10. teceze，“数字化创新如何塑造2024年巴黎奥运会”，2024年7月26日。

11. fti delta，“体育粉丝参与度：过去与现在”，2024年9月18日。

12. sports venue technology，“技术如何提升体育场粉丝体验”，2025年5月访问。

13. tfc stadiums，“穆莱阿卜杜拉亲王体育场：摩洛哥体育传统的见证”，2025年2月21日。

14. Mapsted，“用于可持续绿色体育场的定位技术”，2023年6月1日。

15. Sports Technology Awards，“2025年体育技术奖”，2025年4月23日。

16. Wicket，“智慧体育场馆：尖端技术如何重新定义体育场馆”，2024年12月18日。

17. MarketsandMarkets，“智慧体育场馆市场”，2025年1月。

18. Digital CxO，“智慧体育场馆正在改变球迷体验”，数据访问时间为2025年5月。

19. Capgemini Research Institute，消费者需求调查，2024年10月至11月，样本量=12,000名消费者。

20. AI杂志，“法拉利与IBM为全球F1手机用户推出AI风扇应用”，2025年5月6日。

21. 福布斯，“生成式AI：体育产业的关键新团队成员”，2023年9月28日。

22. 体育商业期刊，“2025年体育商业奖：科技获奖者揭晓”，2025年3月5日。

23. HUDL，“教练和分析师讲述的HUDL Replay的关键功能”，2022年10月15日。

24. Magnify，“探索AI赋能叙事的力量”，2025年5月访问。

25. 国际足联内幕，“视频助理裁判（VAR）”，2025年5月访问。

参考文献

26. 肖菲尔德，《现代背后的技术运动场地划线：2024年有哪些新变化？2024年8月20日。

27. Photographyreal.com，“捕捉动作：动态运动中的定位和角度照片”，2024年2月28日。

28. 体育首先，“数据分析如何增强体育应用中的粉丝参与度”，访问2025年5月。

29. ICC，“人工智能将革新数字体验在ICC男子冠军杯2025上2025年2月13日。

30. 同上。

31. 商业线报，“国家橄榄球联盟和Adobe联合发布人工智能驱动的风扇体验合作”，四月23, 2025.

32. UCI，“华纳兄弟探索公司联合亚马逊网络服务推出生成式人工智能驱动的自行车中央智能平台”，2025年5月访问。33. AI商业，“环法数字孪生为球迷提供实时赛事观赛体验”，2023年7月13日。34. 英国自行车组织，“探索人工智能对自行车运动的变革性影响”，2025年5月访问。35. 社交媒体今天，“X宣布与NBA扩大内容合作”，2024年12月17日。36. 沃达丰，“沃达丰创温布尔登网球锦标赛有史以来使用数据量之最”，2023年7月20日。37. 威瑞森，“威瑞森助力超级碗周日胜利网络体验”，2025年2月25日。

38. 国际奥委会（IOC），《用于在2024年巴黎奥运会期间保护运动员免受网络虐待的人工智能系统》，2024年5月7日。39. 科技杂志，《NetApp与NFL的交易如何重塑体育数据基础设施》，2025年4月15日。40. Verdict，《粉丝参与如何影响体育网络安全》，2024年12月18日。41. ZAWYA，《谷歌云与马德里竞技扩大网络安全合作》，2025年3月26日。42. ET LegalWorld，《体育俱乐部现正采用数据保护框架》，2025年3月17日。

作者

认识专家



托马斯·赫希

EVP-集团外部沟通、赞助及数字总监
thomas.hirsch@capgemini.com

托马斯·赫希于2019年被任命为集团外部沟通、赞助与数字总监。他负责Capgemini新闻关系、社交媒体和赞助业务。在他的管理下，Capgemini于2023年成为 rugby world cup 的赞助商，直到2027年的 ryder cup，2021年和2025年的女子 rugby world cup，第37届America's Cup，以及最近的 Tour de France、Vuelta 和其他一些标志性自行车赛事的赞助商。在此之前，托马斯担任法国及欧洲集团外部沟通与数字总监，负责市场营销，并负责外部沟通、数字、市场分析师和赞助业务。在加入Capgemini之前，他曾在Havas、Nike、Fleishmann & Hillard等国际公司工作。托马斯在Sciences PO获得硕士学位。他还是法国主要传播总监协会 Entreprises & Médias 的董事会成员。



梅兰妮·布拉斯

设计总监frog - 沐容于Capgemini Invent
melanie.bras@frog.co

梅兰妮·布拉斯是frog公司（属于Capgemini Invent）的设计总监，她领导着一个分布在大巴黎、蒙彼利埃、里昂、图卢兹和南特的五个工作室的设计团队。拥有超过十年的设计经验，她热衷于将设计、新兴技术和工程相结合，以打造创新解决方案。梅兰妮专注于体育和制造业，并大力倡导设计的力量，用以加速市场进入策略、协调不同利益相关者，以及将富有远见的想法转化为切实成果。

作者

认识专家



Steven Webb

副总统，英国首席技术官和创新官，埃森哲
steven.webb@capgemini.com

史蒂文·韦伯是英国咨询公司嘉信的首席技术官和首席创新官，负责塑造技术方向和战略，整合新兴趋势、生态系统合作伙伴关系和实用创新，以推动可持续增长和客户影响。他的职责涵盖技术领导力、架构治理和战略创新，尤其关注生成式和代理式AI。

具有软件工程和架构背景，史蒂文已在数字、云和以客户为中心的平台上交付了复杂的程序。他目前正推动德勤在英国的“以人工智能引领”议程，塑造人工智能治理、交付和合作伙伴关系

史蒂文热衷于体育运动，致力于推动多项体育合作项目，在全球舞台上融合人类的雄心与科技卓越，并助力嘉信茂（Capgemini）处于体育科技创新的前沿地位。



马克·罗伯茨博士

卡普吉尼生成式人工智能实验室副主任，应用科学首席技术官，卡普吉尼工程
mark.roberts@capgemini.com

马克·罗伯茨是一位新兴技术领域的远见卓识的思想领袖，曾与世界上一些最具前瞻性的研发公司合作，帮助他们拥抱新技术的机遇。拥有人工智能博士学位，并在技术创新的前线工作了近二十年，马克在将AI应用于实际场景中创造商业价值方面有着独特的视角。他还对AI在工程、科学和研发中的变革力量拥有深厚的专业知识。



布伦·E·拉斯克

经理，青蛙 - 欧莱雅集团一部分
bryn.raschke@frog.co

布林是 Frog 公司（Capgemini Invent 的一部分）的一位经理，Frog 公司的前美国大学网球运动员，终身体育爱好者，曾在 NWSL 工作并在 WTA、ATP 和 LPGA 比赛中进行志愿者工作。在三个大洲亲眼见证了体育的力量后，她认为最难忘的体育时刻是与他人共同度过的时刻。布林尤其受到女性体育所具有的积极影响所驱动，包括跨性别者和非二元性别运动员的包容性参与，可以对社会和边缘化社区产生积极影响。这种观点推动她帮助客户通过同理心、联系和共享的重大时刻来重新构想客户体验。

作者

Meet the Capgemini Research Institute



杰罗姆·布瓦特

头，Capgemini研究院
jerome.buvat@capgemini.com

杰罗姆是盛宝咨询研究机构的首席。他与行业领袖和学者紧密合作，帮助组织理解新兴技术所带来的商业影响。



**苏布拉马尼亚姆·卡维
贾·维贾亚拉格avan**

高级经理，德勤研究院
subrahmanyam.kvj@capgemini.com

苏布拉马尼亚姆是 Capgemini 研究院的高级总监。他热爱探索软件吞噬的世界中，技术对各行各业的商业和消费者行为的影响。



阿米塔

高级经理，德勤研究院
amrita.a.amrita@capgemini.com

阿米塔在市场调研和消费者洞察方面拥有跨行业和跨地域的丰富经验。她的博士工作是一个关键兴趣的融合，探索消费者行为和数字支付，重点关注移动钱包。



Anil Sharma

高级顾问，埃森哲研究院
anil.f.sharma@capgemini.com

Anil是Capgemini研究院的一名高级顾问。他专注于战略研究与咨询，为商业领袖提供关于新兴技术的洞察。

主要贡献者还 wish to thank Jean-Baptiste Perrin、Siren Sundby、Charlie Boyns、Oliver Graham Smith、Lucas Lauret、Fabien Meuris、Jonathan Ducros、Matthew Pigg、Sam Connatty、Victoire Grux、Mollie Mellows、Amol Khadikar、Dominique Banon、Punam Chavan、Subhadra Chakraborty、Aparajita Paul、Vibha Palekar、Amitabha Dutta 和 Manish Saha 为他们对该报告的贡献。

联系我们

转变你的粉丝体验



托马斯·赫希

EVP - 集团外部沟通

赞助与合作总监

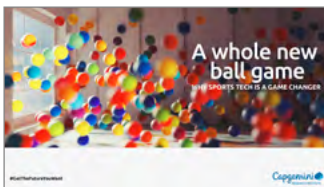
thomas.hirsch@capgemini.com

关于埃森哲研究院

凯捷研究学院是凯捷在数字化方面的内部智库。该学院发布关于数字技术对大型传统企业影响的研究。该团队依托凯捷全球专家网络，并与学术和技术合作伙伴紧密合作。该学院在印度、新加坡、英国和美国设有专门的研究中心。该学院凭借其研究成果质量，连续六年被评为独立分析师评出的全球第一——这是行业首创。

访问我们的网站 www.capgemini.com/researchinstitute/

更多的Capgemini研究 институт публикации



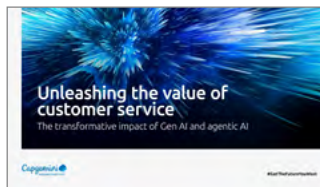
一场全新的游戏：为什么体育科技是一场变革者



体育领域的新兴技术：重塑球迷体验



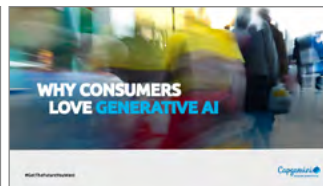
2025年 对当今消费者而言 什么重要



释放客户服务的价值



连接健康研究



创造性人工智能和生成性人工智能



组织中的生成式AI 2024



数据驱动企业 2024

订阅埃森哲研究院的最新研究



扫描二维码或访问以获取我们报告的副本

<https://www.capgemini.com/capgemini-research-institute-subscription/>

Capgemini Research Institute

Fields marked with an * are required

First Name *

Last Name *

Email *

☐ By submitting this form, I understand that my data will be processed by Capgemini as indicated above and described in the Terms of use *

Submit





关于埃森哲

嘉信是全球业务与技术转型合作伙伴，帮助组织加速其向数字化和可持续世界的双重转型，同时为企业和社会创造切实影响。它是一个由超过50个国家、340,000名负责任的多元化团队成员组成的集团。凭借其55年以上的深厚传承，嘉信被客户信赖，以释放技术的价值来满足其全部业务需求。它提供从战略和设计到工程的全流程服务和解决方案，这一切都得益于其在人工智能、云和数据方面的市场领先能力，结合其深厚的行业专业知识和合作伙伴生态系统。该集团报告2024年全球收入为 €22.1 亿。