



每周调查

文体梦 苏宁大写的冒险

已至午夜时分,位于南京市苏宁大道1号的苏宁总部两栋办公楼依然灯火通明,苏宁电器和苏宁易购两处公司核心在加速运转。这像是过去一年苏宁多领域、多线城市马不停蹄布局的缩影,苏宁董事长张近东在刚刚结束的25周年庆上发表苏宁青春宣言,勾勒出明年至未来苏宁在体育、文娱、电竞、金融、创投等布局蓝图。不过,距离文体帝国愿景实现,苏宁还需一定时间消化。



巨头的体育产业布局

企业	IP赛事资源	球队
苏宁	旗下PPTV2.5亿欧元获得2015-2020年西甲联赛中国地区独家全媒体版权	中超-江苏苏宁足球俱乐部(5.23亿全资收购)
阿里	阿里巴巴E-Auto 冠名2019-2027年世俱杯	中超-广州恒大淘宝足球俱乐部(12亿元获得50%股权)
腾讯	出资5亿美元获得5年NBA在中国的网络独播权	暂无
万达	10.5亿欧元收购瑞士盈方体育传媒集团	西甲-马德里竞技足球俱乐部(4500万欧元获20%股权)
乐视	4亿美元获得三年香港英超版权	中超-北京国安俱乐部(传闻15亿元获20%股权)

玩“赚”足球 体育不再有钱任性

苏宁25周年庆典现场,张近东压轴演讲声音略微颤抖,这一幕甚至在苏宁与阿里巴巴相互入股战略合作发布会上都未曾出现。让张近东激动的或许是25年来苏宁的成长历历在目,是刚刚5.23亿元全资收购原江苏国信舜天俱乐部,还有未来融合金融、投资、电竞、文娱等产业的“大苏宁”的打造。

北京商报记者注意到,在活动现场体育板块作为首个环节,一定程度体现出未来足球对于苏宁的重要程度。主持人孟非调侃说,5.23亿元全资收购原江苏国信舜天俱乐部,对于苏宁来说是“捡了大钱包”。

对比此前发生和传言的俱乐部收购价格,5.23亿元全资收购一支中超球队在近期的足球市场投资中确实价格最优。去年6月,阿里巴巴12亿元入股广州恒大俱乐部仅占股50%。近期,英超曼城队老板有意3亿美元收购北京国安、乐视体育出资15亿元收购北京国安20%股份。在一位体育产业分析师看来,与广州恒大淘宝队、北京国安队相比,江苏苏宁足球队实力稍差,南京乃至江苏省的球市也不及北京、上海、广州等城市,但江苏苏宁足球俱乐部今年历史性夺得足协杯冠军,并获得出战明年亚冠资格,苏宁品牌获得在世界赛场展示机会。

足球市场上,“有钱不是万能,但没钱是万万不能”一度被当做“真理”。不过,如今巨头涌现的足球市场已不能有钱就任性,需要钱“砸出响声”。参照近年被公认运营最成功的足球俱乐部广州恒大淘宝队,玩“赚”足球的关键已不仅靠花钱。

2010年,恒大集团1亿元买断广州足

球俱乐部全部股权出战当年中国足球甲级联赛,并最终联赛第一的身份“冲超成功”。从中超2011赛季至今,广州恒大连续五次获得中超冠军,并在亚冠赛场上两获亚冠冠军。

在北京大学中国体育产业研究中心秘书长郭斌看来,从国企银行到房地产再到互联网、电商企业,中国足球俱乐部赞助冠名进入新阶段,苏宁加码足球乃至体育文化市场是转型的一个尝试。与广州恒大淘宝足球队相比,苏宁需要培育专业化体育运营、管理人才,广州恒大淘宝队在俱乐部的整体管理、架构和制度搭建运营都有专业团队和丰富经验,球队引入国际成熟球探、职业经理人模式,为球队引入国际大牌球员、主教练打下基础。对于其他球队来说,广州恒大淘宝队有不少值得借鉴的经验。“体育产业向来是高投入且产出较慢的行业,相对滞后的回报往往让不少企业提前放弃。苏宁能否一直保持对足球的高热度有待观察。”

入局电竞 培养“苏宁粉”反哺电商

苏宁另一重要布局在电竞市场。从张近东仅有的4分钟发言中以及整个25周年庆典的晚会流程可以看出,电竞将是苏宁足球之后第二个重要发力点。苏宁方面介绍,未来公司将打造“PPTV+苏宁电竞联盟(Suning Electronic Sports,以下简称“SES”)”模式,线下尝试与电竞俱乐部合作,以职业赛、全民赛、高校赛的形式推广,同时在全国各个门店打造50家电竞体验馆;线上则主要依托旗下PPTV转播资源,对SES电竞赛事进行实况直播。

苏宁入局电竞市场较晚但野心不小。在一位电竞行业资深分析人士看来,苏宁涉足电竞拥有资本、电商及实体零售方面

的优势,不过对于苏宁整体而言,拓展电竞市场最重要的是培育粉丝营销。“电竞行业包括游戏开发、内容制作、视频直播等多个细分领域,且不少领域都处在大规模烧钱阶段,苏宁深入行业布局存在巨大风险。只将电竞作为吸引‘90后’、‘00后’等年轻消费者,培育品牌熟知度的手段更明智,若持续深入,进入游戏产品开发、内容制作、后期营销等全产业链,苏宁则要面对来自多方的竞争压力。”

国家新闻出版广电总局指出,2015年中国游戏用户数达到5.34亿人,同比增长3.3%;中国游戏(客户端游戏、网页游戏、社交游戏、移动游戏、单机游戏、电视游戏等)市场实际销售收入达到1407亿元,同比增长22.9%。易观智库发布的《中国电子竞技产业专题研究报告2015》显示,在电竞产业核心环节游戏内容提供商市场,已经拥有腾讯、网易、完美世界、英雄互娱、巨人网络等多个巨头;在游戏直播领域,也拥有包括优酷土豆、爱奇艺、龙珠直播、虎牙直播、游戏风云、熊猫TV等平台;在电竞赛事方面,NEST、WECG、WCA、CPL、HPL、ESWC等已在业内广为知晓。在上述分析人士看来,游戏内容开发、直播、赛事组织等方面对资金、技术、经验要求较高。但通过组织赛事、培育知名游戏主播,向电商或实体店引流,对苏宁是最有效的变现、培养潜在消费用户的途径,“毕竟当前电竞市场想要盈利,回归电商还是主流做法”。

发力创投 追逐BAT脚步

创投或许是苏宁战略拓展计划中最值得期待的领域。据苏宁方面介绍,苏宁青年创业计划投入3亿元启动资金,投资对象将面向大学生及青年创业者。投资方

向为O2O融合、智能硬件、文化创意和二次元等全新领域。同时,苏宁还将打造集工作、休闲、娱乐为一体的创客空间,总面积达1万平方米。按照规划,创客空间的启动时间初步定在明年3月底,这种具有苏宁品牌效应的创业模式还将在北上广深等地推广。

北京商报记者统计发现,去年,BAT(百度、阿里、腾讯)三家企业分别对外投资19个、16个、21个知名项目,包括O2O、社交、文化教育、硬件、金融游戏、电商、交通物流、网络安全等多个领域,汇集了Uber、蜜芽、饿了么、人人车、优酷土豆、圆通速递等。相比来看,苏宁投资动作鲜有露出。从此次公布的创投计划来看,苏宁未来在多渠道、多领域全线发力。

据了解,创业传播也将会依靠PPTV拍摄创业真人秀的形式吸引外界关注,同时,也会与创业者、外部投资基金、创业孵化机构合作。目前合作的团队和机构有巨聚网络、爱拍原创、应诺、创客空间等。

尽管创投领域众多,但对文娱行业的投资将是苏宁最为重要的领域。据苏宁此次公布的文化计划显示,至2020年在苏宁各大商业广场建设超过200家电影院。为了区别于传统电影院,苏宁方面称,旗下大的电影院将更加智能化、个性化,但并未透露详细建设规划。有分析人士认为,从上游影视IP开发、内容创作,至中游通过PPTV、零售平台进行播放和衍生交易,再至下游,苏宁影院和生活广场接入实体消费。苏宁从现有产业资源进行规划布局,思路清晰,从加码电商开始,苏宁逐渐淡化了电器标签,文娱、体育等领域加速布局,另一个“苏宁”正在努力追赶BAT。

北京商报记者 李铎 孙麒麟/文
CFP/图 李燕/制表