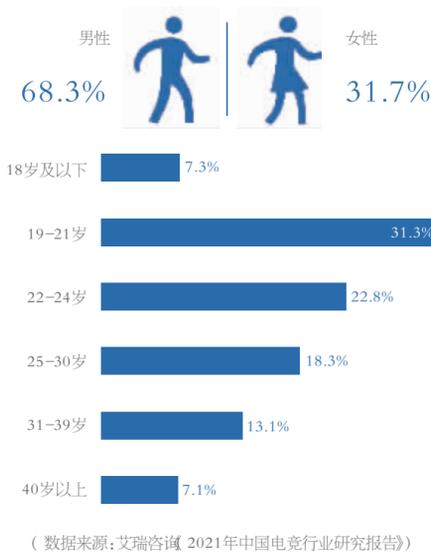


夺冠要送房? 起底EDG背后的朱一航

电竞战队背后不只有互联网大佬,也有地产圈富二代。11月7日《英雄联盟》S11全球总决赛终于决出最后的冠军,EDG战队以3:2战胜DK夺得冠军奖杯,引发国内玩家的集体狂欢,而EDG的背后,便是合生创展集团创始人朱孟依的长子朱一航。尽管被称为“地产圈富二代”,但朱一航的投资布局却并没有被地产所束缚,不仅成立了瞄向电竞产业的超竞集团,还投资游戏公司、新能源汽车等,打造了自己的商业版图。



2021年中国电竞用户画像



东珠投资管理有限公司、深圳珠江煤炭发展有限公司,涉及的领域进一步扩大。

一系列动作还在进行中

随着在各行各业的投资布局不断铺开,朱一航的商业版图也渐渐清晰,同时也显现出更大的野心。

仅以电竞领域为例,今年1月,超竞集团的上海国际新闻电竞中心“项目”正式开工。作为上海市2021年的重大项目之一,该项目一期投资超50亿元,后续则会投入超百亿元,在园区内建设专业电竞场馆、电竞主题酒店、电竞产业孵化器、电竞动漫文化体验中心等设施,实现电竞产业从上游到下游的全产业链。

与此同时,在围绕电竞IP内容方面,超竞集团包括活动策划、节目录制、IP孵化、艺人经纪等新文创板块也已同步展开。值得注意的是,超竞集团此前还曾与腾讯电竞达成合作,想要在全国建立超过10个泛娱乐电竞产业园,加快电竞的产业化。

在投资分析师许杉看来,虽然电竞行业在当下热度持续攀升,并愈发受到各方的关注,但仍是一个需要持续投入的行业,背后要有资本的助力,从而推动整个产业链的建设与完善,因此在整体投资布局上要针对不同领域进行合理地投入与分配。而通过在其他领域的投资,行业间若能进行有效的跨界碰撞,或许也能带来新的空间与契机。

北京商报记者 郑蕊

西街观察 Xijie observation

EDG之夜,全民狂欢之后

陶凤

“在让人失望这件事上,EDG从来不会让人失望。”在LPL粉丝群体中流传着这样一句话。这也是为什么EDG的夺冠之夜,被自己人称为奇迹之夜。

一夜之间,除了“自己人”和圈里人,几乎所有的人都知道EDG,知道他们拿了一个了不起的冠军,知道电子竞技竟然这么火爆。

赛场之外,电竞出圈,是这几年才有的事。从知名选手到月入不菲的游戏主播,从职业组队到背后的庞大产业,以电竞之名,给观众留下深刻印象,让大家开始换个眼光看问题。

被越来越多的人认可,电竞游戏正努力摆脱“不务正业”的社会标签。这个时代的竞技项目变多了,针对不同年轻圈层的喜好,不断细化更新成为大趋势。

千禧年之后,电子竞技一直在潜移默化地影响着中国的年轻一代,即便大多数的年轻人没有亲自参加过竞技比赛,但是相似的游戏经历,熟悉的玩家角色,往往能让这代年轻人倍感亲切,充满共鸣。

粉丝为自己钟爱的项目欢呼时,并不一定每个人都能理解。但快乐会传染,胜利能提气,这就是电竞的魅力,冠军的意义。

正是在过去20年时间,全球电子竞技采取商业化运作的比赛方式,在全球催生了职业化的电子竞技生态,让那些自认为有游戏天赋的年轻人找到

了一条独特的成功之路。

在那个无限光鲜的夜晚,在LPL粉丝群体中流传着这样一句话。这也是为什么EDG的夺冠之夜,被自己人称为奇迹之夜。不过,他们将面对的产业化之路,可能比游戏本身更残酷。

这条路上的成功典范在中国并不多见,对于电子竞技圈而言,职业游戏玩家的路径虽然清晰起来,但一样逼仄而狭窄。

电竞正名还不能代表一切。它和其他任何一项火爆的职业赛事一样,有资本的强势介入,有残酷的选拔机制,有苛刻的比赛门槛,有严格的训练安排。

据说,火爆的电竞行业有数十万的人才缺口,由此为游戏少年编织出一场光鲜的梦想,也给了他们一个逃避现实的借口,但成为职业选手却是千万分之一的概率,进与退之间隔着风口,还隔着泡沫。

中国的电子竞技产业链长期未能形成良性循环,这是业内的人间清醒。一方面,在某些国家早已发展成成熟的电竞行业,选手的职业素养和专业水准都比国内的选手高,但他们的收入和待遇却和中国选手相差悬殊。另一方面,资方跑路、俱乐部断粮、选手维权讨薪的事件多次发生。

赢了大赛,顶级选手层出不穷,但赚到该赚的钱,健康可持续地发展还在摸着石头过河。电竞产业在争议中长大,但过了狂欢夜之后,要思考的问题只会更多。

成立超竞集团布局电竞产业

11月7日凌晨,EDG战队的夺冠让国内的电竞圈沸腾起来,人们拿着EDG战队的队旗在家中、商圈、学校内欢呼着,庆祝这一兴奋时刻。此时此刻,一则前两天发布的微博:“老板,能不能夺冠就送房,每个队员一套!”又被搜回到人们眼前,在引发热议的同时,也让人们关注到EDG战队背后的老板朱一航。

公开资料显示,朱一航是合生创展集团创始人朱孟依的长子,因此也一直有着“地产圈富二代”的标签。但相较于在地产圈的布局,朱一航在电竞圈内的动作更引外界关注。

早在2013年,朱一航便创办了EDG电子竞技俱乐部,旗下拥有英雄联盟、王者荣耀、绝地求生等分部。据天眼查显示,EDG电子竞技俱乐部的所属公司为上海阳川电子科技有限公司,而该公司由朱一航持股99%的广州超竞投资有限公司持有75%的股份。

除了EDG电子竞技俱乐部外,广州超竞投资有限公司旗下还控股广州超竞教育投资有限公司、上海超竞文化传播有限公司、深圳吡吡互娱科技有限公司、广州竞纪投资有限公司等多家子公司,使得朱一航的超竞集团覆盖了电竞运营、电竞教育、主题产业园、新文创等一系列产业链。

游戏、新能源等多项投资并行

在围绕电竞产业进行的一系列布局正如火如荼地展开时,朱一航在其他领域的投资也未停止。

公开资料显示,今年4月,中国手游科技集团有限公司(以下简称“中手游”)曾发布公告称,以每股3.3港元向哔哩哔哩-S、WideFortune及CenturyNetwork分别发行1.98亿股、5640万股及350万股股票。而WideFortune正是朱一航创立的私人公司,此次配售完成后,朱一航则在中手游持股2.04%。

不只是游戏,新能源汽车领域也有朱一航的身影,1月5日,广汽集团发布增资扩股公告,合营公司广汽蔚来新能源汽车科技有限公司通过引入战略投资者实施增资扩股方案,共计增资约24.05亿元,其中广东东珠智能科技有限公司作为战略投资者增资约19.23亿元,而该战略投资者的背后正是朱一航。

据天眼查显示,截至目前,朱一航在广州超竞投资有限公司、广东韩建控股有限公司等共计14家公司中担任股东,其中11家公司处于存续或在业状态,同时朱一航还在9家公司中担任高管,以上公司涉及电竞、地产、娱乐业、商务服务业等多个领域。而朱一航通过广东韩建控股有限公司控股的广东珠江投资管理集团有限公司,还100%控股广东华夏电力发展有限公司、广东珠江公路桥梁投资有限公司、广东华夏能源投资有限公司、广

多地迎来“初雪” 旅企开打冰雪旅游卡位战

正逢立冬时节,多地相继迎来初雪,冰雪旅游热度也再次升温。11月7日,北京商报记者从多家OTA处获悉,随着北京2022年冬奥会的临近,部分OTA平台“赏雪”“赏雪”相关旅游搜索热度环比上涨213%,这也意味着,冰雪主题度假、冰雪运动等旅游项目都将迎来更多客流。与此同时,各家旅企也纷纷推出冰雪旅游的相关优惠活动,争抢冰雪所带来的红利。在业内人士看来,随着国内旅游消费水平的提升,人们对于冰雪旅游的需求也在逐渐发生变化,而推出多样的玩法也就成为了各旅企所要探索的问题。

“赏雪”旅游热度环比上涨213%

初雪降临,人们想要出门“踏雪寻梅”的心情逐渐高涨。

天气预报显示,北京、天津、内蒙古、河北、陕西、辽宁、吉林、黑龙江等地迎来大到暴雪。人们在朋友圈赏雪的同时,也想出门身临其境地感受一下初雪的到来。根据同程旅行大数据显示,11月7日上午,“赏雪”“赏雪”相关旅游搜索热度环比上涨213%,除了北京故宫、西安古城墙等热门赏雪景点之外,各地可以看雪的度假酒店也受到了游客的关注。

其实,不仅是因为雪季的到来,伴随2022北京冬奥会的临近,也使我国进入了冰雪旅游的旺季。雪景观光、冰雪主题度假以及冰雪

运动等与旅游相关的项目广受关注。同程旅行相关负责人介绍,今年的冰雪旅游也将呈现短途、高频的特点,中国游客更倾向于“就地看雪”,在居住地周边寻找赏雪、玩雪景点。

另一边,在疫情变化的影响下,国内消费者的滑雪需求由欧洲、日韩转向国内,张家口、长白山、亚布力、松花湖、北大湖等集滑雪、度假为一体的滑雪场订单量爆发式增长。在携程平台上,70%以上“滑雪客”会二次复购滑雪产品,深度滑雪爱好者不断增加。与此同时,根据携程数据,超30%的一二线城市用户选择在雪季来临前预订滑雪产品。在9月底的“北国早鸟价,滑雪抢先囤”携程BOSS直播间,单场直播GMV甚至达到近800万。

由此可见,冰雪旅游即将迎来旺季,或将成为今年旅游市场的复苏剂。

商家争抢冰雪红利

冰雪旅游的走热,也引来众多旅企争相布局,纷纷推出各种与冰雪旅游相关的优惠政策以及优惠活动,意在抢夺更多的市场份额。

飞猪数据显示,截至目前,包括滑雪游、雪乡游、雪世界游等在内的冰雪旅游商品“双11”期间预订量同比增长206%;长白山万达悦华/智选3晚连住套餐含温泉/滑雪/水乐园“融创全国6城8店2晚含双早+滑雪权益+玩乐项目”等热门冰雪旅游商品累计已被预订近10万件;“双11”期间整个长白山地区包含滑雪体验的酒店类产品都很受欢迎。

北京商报记者还了解到,针对“双11”,同程旅行也准备了优惠活动,帮助用户玩转雪季。据了解,用户登录同程旅行App或小程序,不仅可以享受超值酒店套餐,还可以领取各类大额优惠券,优惠范围覆盖全国各大冰雪目的地。

不仅是销售渠道,在目的地方面,各旅企也在做着布局。近期,吉林文旅联合携程等旅游平台共同发放了1000万元消费补贴,力图推广吉林冰雪资源,拉动全国游客对吉林省冰雪的消费需求。在此次活动中,用户可以通

过携程旅行App门票首页中部banner,点击进入“温暖相约,燃冬吉林”专区,挑选冰雪补贴产品并下单,景区组合产品最高可省750元,热门景区门票最高优惠125元。

在业内人士看来,各旅企的积极布局,也是看中了冰雪旅游市场将会持续火爆,在火热的赛场上,尽可能多地抢夺更大的“蛋糕”。

巨大潜力下仍需提质升级

随着国内旅游消费水平的逐步提升,人们对于冰雪旅游的需求也在发生变化,未来国内的冰雪旅游市场潜力无限,但同时这也需要各企业在冰雪旅游方面提质升级,并持续推出创新产品。

近日,文旅部就发布了旅游行业标准《滑雪旅游度假地等级划分》(以下简称《等级划分》)。据悉,《等级划分》将滑雪旅游目的地分为2个等级,从高到低为国家级滑雪旅游度假地、省级滑雪旅游度假地,并规定,国家级滑雪旅游度假地单季游客人数不应少于20万人次。不难看出,此次发布有关滑雪旅游的旅游行业标准,也是意在加快中国滑雪旅游的发展。

不仅仅是目的地,近年来,一些旅游平台也在推动冰雪旅游数字化进程,同程旅行在

加速冰雪旅游产业数字化方面也做出了大量探索和尝试,通过数字化手段促进冰雪旅游和目的地文化品牌深度融合,为游客打造冰雪旅游消费新体验。同程研究院分析认为,在政策、2022年冬奥会等利好因素支撑下,未来几年冰雪旅游将成为我国冬季旅游和冰雪经济的核心引擎。

虽然冰雪旅游、冰雪运动等不断升温,但在北京滑雪协会会长李瑞晓看来,随着滑雪度假旅游的人群越来越多,包括旅行社、雪场在内的企业都需要在产品的质量、工作人员的责任心上对消费者负责。同时,就目前来讲,滑雪还是有一定的危险性,所以在未来相关部门也需要完善相关的法律法规、合同协议等。此外,企业也应该丰富冰雪旅游产品的内容,如何把滑雪消费者留住、住得下、玩得出去,玩得开心作为首先需要考虑的问题。

北京商报记者 关子辰 吴其芸



扫码观看视频