



资料图片

## 2014年6月

马云以12亿人民币的资本购入广州恒大俱乐部50%股份。

## 2015年底

苏宁用5.23亿人民币购入原江苏国信舜天足球俱乐部100%股权。

## 2016年1月

乐视宣布将以每年1亿元的赞助费,正式冠名北京国安足球队。

## 另有消息称

京东的刘强东正与绿城俱乐部密谈收购事宜。

## “互联网+”时代,网络大鳄进军足球产业 被网络资本网住的中国足球

近日,江苏苏宁足球俱乐部以2800万欧元的转会价格,从切尔西签下了巴西国脚拉米雷斯,这创造了中超引援的新“标王”。这是江苏苏宁足球俱乐部的战斗宣言,也是网络资本的胜利。从中国足球的发展历程来看,强势产业总会辐射至足球产业。

之前网住中国足球的曾是保健品企业、烟草企业或者房地产企业,如今,则是网络大鳄。

现代快报记者 陶魏斌

### 中国的互联网大佬们的足球经

“众所周知我是球迷,个人比较偏爱德国队。”在去年12月苏宁足球俱乐部启动的新闻发布会上,张近东的这句话成为了第二天媒体报道的头条。

这家以电器卖场起家的企业在成立25周年之时,用5.23亿人民币买下了原江苏国信舜天足球俱乐部100%的股权作为自己的“生日礼物”,附送的清单上包括一座足协杯冠军奖杯和一张亚冠联赛门票。

没过几天,中国前首富王健林在广州宣布,掏出10亿元成立万达体育有限公司,这家“土豪”公司目前拿着支票本已经并购或参股了包括西班牙足球联赛传统强队马德里竞技队和盈方体育传媒、美国世界铁人公司等多家体育产业公司。

而风头正健的马云和许家印的新宠“广州恒大足球俱乐部”,在2015年也收获了足够多的关注度,不但拿到了亚冠联赛冠军,在世俱杯上也表现不俗。

杀进体育或者足球产业里的,除了这些大佬之外,当然也少不了互联网新贵。在上周的1月19日,有关乐视“染指”北京国安足球俱乐部的消息坐实,两者在北京宣布,从今起,乐视将以每年1亿元的赞助费,正式冠名北京国安足球队,球队名称变更为“北京国安乐视队”。此外,双方还将在俱乐部经营、俱乐部品牌建设、俱乐部青训体系建设等方面展开全面战略合作,

并探讨未来股权合作的可能性。

在去年年末的乌镇互联网大会上,也传出京东的刘强东和绿城宋卫平密谈,外界纷纷猜测刘强东可能瞄上了力不从心的绿城足球俱乐部,后者当年曾被马云放弃转而买入广州恒大。

“中国富豪榜上的十大富豪,至少有一半已经涉足了体育产业,其中主要是足球。”长期跟踪中国富豪投资动向的知名制榜人胡润分析说。

### 他们为什么瞄上了足球

事实上,在此之前互联网企业离足球距离并不近,即使是之前门户时代的新浪、搜狐、网易等互联网巨头,也从未设想过去投资一家足球俱乐部。

在2014年初绿地集团收购上海申花足球队之后,中国的顶级足球联赛中,16支队伍的背后是16个房地产开发商。

几乎在一夜之间,互联网企业成为了足球俱乐部的新老板。

从中国足球的发展历程来看,强势产业总会辐射至足球产业。从保健品企业“走红”甲A,到迎来“烟草时代”,再到本世纪初开始地产企业成为主力,超过半数的中超球队由地产企业投资。

而在马云投资恒大之后,风向开始发生了变化。

当然政策的导向,也让这些大佬们比一般人更早嗅到了商机。

从2014年10月国务院印发《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》,到2015年3月出台的《中国足球改革发展总体方案》,

再到2015年8月的《中国足球协会调整改革方案》,政策频频加码,直接利好足球相关产业。

张近东在谈到有关苏宁收购足球俱乐部的原因时就称,“在产业升级和消费升级的新阶段,文化、体育、旅游、养老等大健康产业将是未来中国经济增长的重要驱动力,在这个时候进军足球产业,是把握时代发展趋势、响应国家产业政策导向,也是苏宁自身行业布局和业务规划的必然选择。”

阿里体育CEO张大钟也曾说,阿里体育最终要“构建中国体育经济的基础平台”,之后的盈利也就顺理成章可以朝多元化方向发展:卖体育用品,为一场比赛的赞助商和协会提供金融服务等。

已经纳入了苏宁阵营里的PPTV体育相关负责人也曾表示,“互联网企业的核心在于产品和社群,好的产品带动庞大的粉丝群产生巨大的声量,带动周边产业以及创新内容的生产,也就是我们现在流行的IP开发。”

### 足球怎么玩“互联网+”?

按照张近东的计划,未来苏宁将会从与政府的关系、加大投入增强俱乐部实力、群众性足球普及和青少年足球培训三大块推进俱乐部建设。

苏宁正式入主江苏足球俱乐部,引发了众多球迷尤其是江苏球迷一连串的憧憬。尽管2015年江苏苏宁足球俱乐部获得了足协杯,已经荣誉加身,但是大家仍然普遍认为,这支俱乐部将是中超2016赛季的一匹黑马,目前俱乐部在中超是中游偏上的水平,若如大家所想,

2016年江苏苏宁足球俱乐部必然要打乱目前中超传统强队的既定阵营。

在商业运作方面,苏宁表示将依托互联网的技术,充分利用苏宁易购和1600多家线下门店全方位运营,包括在线订票、球衣销售、线下球迷互动等,并通过数据进行俱乐部相关衍生产品的研制和开发,创新俱乐部的商业模式。

苏宁从去年成为西班牙豪门巴塞罗那俱乐部中国地区唯一战略合作伙伴开始,到旗下PPTV聚力拿下西甲联赛5年的转播权,与英超豪门利物浦建立战略合作伙伴关系,再到最近全资收购原江苏国信舜天足球俱乐部,真正成为江苏足球未来的掌舵人,这一系列的举动,无疑让苏宁在体育产业的步伐走得更为坚定。

乐视的“玩法”似乎有些不同。“乐视入主北京国安,意味着中国5万亿体育产业市场,将迎来一个真正的生态巨头。”乐视体育CEO雷振剑表示,也就是说,乐视版的“互联网+体育”将大打生态牌,通过乐视全球独有的互联网生态创新模式,引领中国体育产业进入互联网生态时代。

乐视入主北京国安后,球迷可以通过乐视商城购买国安比赛球衣及球衣、球鞋、签名足球等各种衍生品;而国安的比赛、训练等场景可以通过乐视超级电视、超级手机、汽车大屏实时观看。如果球迷喜欢某一个球星,乐视还可以为球迷提供明星机位,让球迷在比赛中时刻关注这一球员的表现。

目前,乐视可以将其独有的生态模式复制到北京国安俱乐部,帮助北京国安俱乐部在商业、赛事成绩取得成功的同时,更可以与乐视生态产生协同化反应,取得超乎意外的成绩。

产业政策导向,也是苏宁自身行业布局和业务规划的必然选择。在经济增长的重要驱动力,在这个时候进军足球产业,是把握时代发展趋势、响应国家产业升级和消费升级的新阶段,文化、体育、旅游、养老等大健康产业将是未来中国

张近东