

多城抢滩,谁是下一个电竞之都

■中国城市报记者 郑新钰

近日,广东省深圳市文化广电旅游体育局发布《深圳市关于建设国际电竞之都的若干措施(征求意见稿)》,提出打造引领粤港澳大湾区、辐射全国、面向世界的国际电竞之都。

事实上,不只是深圳,押注电竞产业风口的城市与日俱增,上海、广东广州、四川成都、湖北武汉等地都相继出台政策和细则,为中国电竞产业发展营造了良好环境。

产业链分三大关键环节

电竞全称电子竞技,指的是利用电子设备作为运动器械,进行人与人之间智力和体力结合的比拼。自2003年被列为国内正式体育项目以来,经过近20年发展,电竞逐步成为一项备受追捧的新兴体育产业。

中国城市报记者了解到,电竞产业不光是游戏本身,在产业链上还包括俱乐部、职业选手、主播/解说、俱乐部联盟、竞技公司、体育场馆、制造业等要素。

“电竞产业链分三个关键环节,分别是生产、分发和消费。”西山居赛事相关负责人在

接受中国城市报记者采访时分析称,游戏内容提供方将对电竞属性产品通过分发授权的方式给到内容生产方(赞助商、赛事执行方、赛事参与者),再通过内容制作方输出电竞内容(包括不限于电视游戏频道、直播平台、电竞媒体)。而用户作为消费者,消费形式也在不断丰富,从最初基于直播平台的订阅、点播、礼物打赏,到现在的电商流量、文化衍生品、票务、旅游、餐饮等。

华鑫证券研究指出,从国内电竞的市场规模看,2020年中国电竞市场收入为1372亿元,占2020年全球电竞市场的42.4%。需要留意的是,电竞产业不仅自身是“流量池”,更是一种赋能方式,如果将其附加给文旅、地产、商业、数字经济等其他产业的增值部分也纳入电竞产业产值,数据则更加可观。

此外,电竞产业也催生了新的就业岗位。据相关机构预测,到2024年,我国游戏陪玩师、电子竞技员、赛事运营等岗位的人才需求量将达到200万人。

大城小城积极入局

在电竞产业的争夺战上,

上海最先抢跑。早在2017年,上海市出台《关于加快本市文化创意产业创新发展的若干意见》,把建设“全球电竞之都”作为目标。此后,上海不断在电竞场地、宣传、现金、活动报备、教育及人才输送等方面送出政策大礼包。

随着我国电竞产业规模的日趋壮大,上海不再是单枪匹马地为行业发展贡献力量。

广东省广州市提出,构建集游戏研发、生产制造、内容制作、赛事举办、场馆建设、直播转播等于一体的游戏电竞产业生态圈,加速打造“世界电竞名城”,并积极培育百亿元级游戏电竞产业集群。

而深圳此次更是拿出“真金白银”,力争占领一席之地——对经认定符合条件的新建、改建且举办电竞赛事场次达到相应要求的专业场馆,按照总投资30%以内、最高1000万元标准给予一次性资助;对符合条件的国际高端电竞赛事,给予每次最高800万元资助;对被重大电竞赛事选用的游戏产品、新引进的国内外领军企业或相关机构、参赛成绩优秀的电竞俱乐部等,最高奖励500万元。

此外,还有北京、重庆、浙江杭州、陕西西安、四川成都、

湖北武汉等城市发布相关扶持政策,为电竞产业发展保驾护航。

中国城市报记者注意到,电竞产业不仅是大城市竞逐的对象,中小城市也试图分一杯羹。公认走在最前面的是江苏省太仓市的天镜湖电竞小镇。

天镜湖电竞小镇相关负责人此前在接受中国城市报记者采访时表示,疫情之前,小镇内每年举办的电竞赛事不少于500场次;亚洲顶级赛事承办公司VSPN在小镇打造电竞职业基础联赛的基地,使之成为中国领先的电竞赛事制作中心之一。

“多座城市积极拥抱电竞产业,主要是看好其带来的经济发展机遇。”华南城市研究会会长、暨南大学公共管理学院教授胡刚在接受中国城市报记者采访时分析,电竞产业拥有非常雄厚的群众基础,特别是在年轻人中拥有很大的流量,而流量背后就是效益提升的动力。

扩展外延赋予城市名片

虽然各地在抢滩电竞产业上热情高涨,但不容忽视的是,该产业并非一直高歌猛进。

前不久,中国音像与数字

出版协会电竞工委发布的《2022年1-6月中国电子竞技产业报告》(以下简称《报告》)显示,今年1月至6月,电竞产业收入近5年首次出现下滑,为764.97亿元,同比下降10.12%。从收入结构来看,电竞游戏收入637.12亿元,同比下降11.59%;剔除电竞游戏贡献的收入,电竞生态收入(直播、赛事、俱乐部及其他收入组成)方面,同样是近5年来首次下滑,上半年为127.85亿元,同比下降了2%。

《报告》指出,数据下滑除疫情因素外,还受电竞热度降低、用户收入和付费意愿减弱等影响。

那么,如何让电竞这项运动冲破体育竞技层面,尽量扩展自己的外延?又该如何让它在城市生活中拥有更重要的功能,促进城市经济发展?

上述西山居赛事负责人认为,在电竞产业的运营和发展中,可通过举办长期稳定的大型赛事,赋予城市电竞名片,通过吸引电竞爱好者关注、旅游、工作、生活等来与城市进行紧密结合。同时,通过行业基建比如5G应用、运营商合作、赛事直播技术与直播中枢应用、赛事内容采编播等做后盾支持。

中欧班列(齐鲁号)“上合快线”撒马尔罕专列首班开行

近日,由山东高速集团统筹运营的首班中欧班列(齐鲁号)“上合快线”撒马尔罕专列从上合示范区青岛多式联运中心发出,这是上合示范区开通的第18条国际班列线路。本趟班列满载着机械设备、轮胎、生活用品等货物,货值约1800万元,共100个标准箱,经霍尔果斯口岸出境,预计10天左右抵达乌兹别克斯坦撒马尔罕。

今年以来,中欧班列(齐鲁号)在青岛累计发运564列,占山东全省开行总量的42%。其中,以服务上合组织国家为特色的“上合快线”已开行331列,超去年全年总量,进一步畅通青岛通往亚欧大陆的西向运输通道。

中国城市报记者 全亚军
通讯员 张进刚摄影报道



商务部:从三方面发力促进消费持续恢复

■中国城市报记者 郑新钰

近期,稳增长促消费政策持续发力,国内消费市场呈现向好发展态势。

在日前商务部召开的新闻发布会上,商务部办公厅副主任、新闻发言人束珏婷表示,8月当月社会消费品零售总额同

比增长5.4%,增速较7月加快2.7个百分点。大宗消费持续回升,8月份限额以上单位汽车、家电零售额同比分别增长15.9%和3.4%,延续了6月份以来的回升势头。线上消费稳步增长,1—8月实物商品网络零售额同比增长5.8%,占社零总额的比重达25.6%。服务消

费逐步恢复,8月份餐饮收入同比增长8.4%。

“后期,随着各项政策效能进一步释放,消费总体有望延续恢复发展势头。”束珏婷表示,下一步,商务部将按照党中央、国务院部署,继续统筹做好疫情防控和消费促进工作,从以下三方面发力,促进消费持

续恢复:

一是抓重点。继续推动落实扩大汽车消费系列政策措施,支持新能源汽车购买使用,加快活跃二手车市场。落实好促进绿色智能家电消费政策措施,开展家电以旧换新,推进绿色智能家电下乡。促进餐饮、住宿等行业恢复发展。

二是拓场景。进一步恢复和激活消费场景,通过数字赋能、商旅文体融合等打造消费新场景。充分发挥国际消费季、进口博览会等重要平台载体作用,优化供给结构,激发消费活力。促进新业态新模式健康发展,扩大品牌品质消费,促进绿色消费。

三是畅流通。推进县域商业体系建设,健全农产品供应链体系,积极扩大乡村消费。加快培育建设国际消费中心城市,统筹推进智慧商圈、商店示范创建,加快建设城市一刻钟便民生活圈,着力提升城市消费。

值得关注的是,眼下正值“金九银十”消费旺季,刚刚过去的“十一”假期更是居民消费的高峰期。

束珏婷称,在严格做好疫情防控前提下,商务部持续推进“2022国际消费季”活动,各地也结合本地特色,推出一系列形式多样、丰富多彩的消费促进活动,如广西举办中国—东盟国际消费季,浙江举办“浙里来消费·2022金秋购物节”,江苏启动了“苏新消费·金秋惠购”活动等。“这些活动营造了各方积极参与、全民乐享消费的浓厚氛围,有助于进一步激发市场活力,促进消费持续恢复。”束珏婷说。