



全球企业高管眼中的进博会

恒天然大中华区首席执行官： 进博会用强大号召力建起国际化交流平台

■本报见习记者 张天弛

作为进博会的“老朋友”，新西兰最大企业之一的恒天然集团今年已是第三次参加进博会了。还一口气签下了未来三年长期参展进博会合作备忘录，充分显示了其看好中国市场经济的信心和深耕中国市场的决心。

首发新品芝士稀奶油， 让奶茶更好喝更健康

芝士奶盖、奶油雪顶深受年轻人的欢迎，能“拔丝”的芝士披萨也备受追捧。统计数据显示，中国人每吃两个披萨就有一个用的芝士源自恒天然；每买两个乳脂蛋糕就有一个来自恒天然的奶油。

高管寄语进博会

进博会向外界释放了一个重要信号，那就是中国政府将持续促进中国与各国的经贸交流合作，促进全球贸易和世界经济复苏，推动开放型世界经济健康发展。过去两届进博会让我感受到它所展示出来的强大号召力——汇聚国内外优秀企业，搭建起一个国际化的沟通与交流平台。在这一背景下，中国已成为恒天然全球范围内最大、最重要、发展最快的战略市场。

——恒天然大中华区首席执行官 周德汉

恒天然带来安佳醇易雪顶稀奶油和芝士稀奶油等新品。“这也是这些新品的中国首发。”恒天然大中华区首席执行官周德汉介绍，将与中国餐饮客户尤其是茶饮品牌合作，帮助其推出更受消费者欢迎的产品。“相较以往的产品，安佳芝士稀奶油更易打发，可以节省客户的操作时间；安佳醇易雪顶稀奶油则可以常温保存，且可以匹配多种打发器材，帮助客户降低产品采购和运输成本。”

周德汉介绍，恒天然还将在本届进博会上全球首发安佳益生菌奶粉和高钙低脂纯牛奶。“该益生菌产品使用的是恒天然投入30年研发的益生菌菌株，是两种世界级益生菌，可以有效帮助消费者改善肠道菌群，提升免疫力。”

此外，在原料端，恒天然也将在中国首发运动与健康代餐蛋白粉等新产品，满足更多中国健身人群对营养和高品质产品的需求。

尝到进博会溢出效应甜头，更看重中国市场

进博会溢出效应让恒天然等企业尝到了甜头。“进博会为国内外优秀企业提供了国际化沟通与交流平台，其影响也愈发广泛深远，前两届进博会恒天然收获颇丰。”周德汉说，借力进博会这个平台及其宣传，近两年来，恒天然品牌知名度大幅提升。

“第二届进博会期间，我们就与中国许多行业龙头企业签署了合作协议，总金额超过182亿元。”周德汉透露，受益于中国市场的业绩增长，恒天然2020财年实现了营收、净利双增长。

不仅是进博会的“铁杆粉丝”，恒天然也是中国的“老朋友”。周德汉告诉记者，中国目前已成为恒天然在全球范围内最大、最重要，也是发展最快的战略市场。

聚焦S10 2020英雄联盟全球总决赛系列报道

总决赛昨晚在浦东足球场落幕，DWG三比一战胜SN捧杯

S10巅峰对决，上海奉献“最棒世界赛决赛”

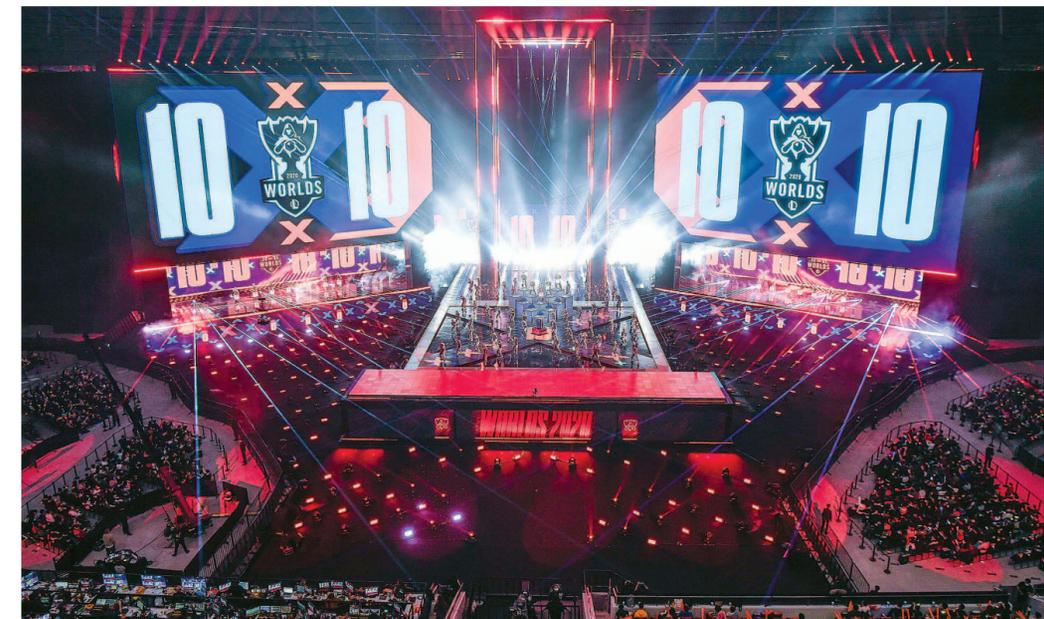
■本报记者 宣晨

昨晚，2020英雄联盟全球总决赛(S10)在浦东足球场上演巅峰对决，DWG以3:1比分战胜SN，捧得象征梦想和荣耀的召唤师杯。无论冠军属于谁，上海已经成为所有英雄联盟玩家眼中最佳的办赛城市，不仅让S10如期成功举办，更奉献了今年最精彩系列赛。LPL英文解说Dagda甚至发文直言：“这是我们多年来看过最棒的世界赛决赛！”

作为英雄联盟系列赛中最高荣誉、最高竞技水平和最高知名度的比赛，S10落地上海以来，吸引了全球亿万玩家的目光。截至比赛结束，微博平台#英雄联盟S10#话题阅读量达83.2亿，引发238万人次讨论。

从高处俯瞰，浦东足球场如同一只晶莹剔透的“白瓷碗”，昨晚却化身“超级碗”，盛放了一片沸腾的海。从320多万名高级玩家中脱颖而出的6312个幸运儿，亲身参与这场亿万玩家瞩目的最终决战。浦东足球场第一次揭开面纱，就成为全球亿万“英雄联盟”玩家的目光焦点。开幕式由虚拟动画和真人混合呈现，致敬历年捧杯战队，S10巅峰对决就在火热气氛中展开激战。首局比赛中，两队鏖战44分钟，DWG凭借阵容优势拼下首胜；在第二局比赛中，SN上单选手Bin以创纪录的“剑姬五杀”带领全队扳回一局。但经验丰富的DWG紧接着连下两城，赢得最终冠军。

如果把镜头升至空中，可以发现，夜幕下的“魔都”披上了红蓝相间的“战袍”；带有S10标识的东方明珠、上海中心点亮了黄浦江畔；“城市峡谷街区”“英雄联盟电竞嘉年华”，以及遍布全城的商场、酒吧、电竞馆里人头攒动。继续拉高镜头，覆盖中国247个城市2000多场线下观赛活动于昨晚全面铺开，数以千万计的玩家们坐在荧屏前，为比赛加油助威。通过线上直播、媒体报道和顶级选手的社交网络，中国生机勃勃的图景真实展露在全世界观众面前。



昨晚，S10上演巅峰对决，DWG以3:1比分战胜SN，捧得总决赛奖杯。

本报记者 陈龙摄

“S10在中国上海举行，S11仍将来到中国，这是一个非常好的证明，说明拳头游戏对中国市场的承诺和愿景。”主办方拳头游戏中国区负责人林松告诉记者，公司将继续把中国作为非常重要的支点和灵感来源，“我们对上海、对中国充满信心，将在中国持续投入和投资，进一步拥抱中国市场”。

S10总决赛虽已谢幕，但是掀起的热潮永不落幕。11月5日至8日，老牌电竞赛事WCG线下总决赛将在上海开幕；普陀区正致力于打造全民电竞赛事平台，2020电竞上海全民锦标赛也将于11月初启动线上报名。据统计，上海已集聚了全国80%以上的电竞企业、俱乐部、战队和直播平台，超过40%的全国电竞赛事在上海举办。随着中国游戏产业研究院和拳头游戏公司亚太总部等相继落户，上海正驶入打造全球电竞之都的快车道。

快评

从小喜欢拼装玩具、观察壶盖的瓦特动手改良了蒸汽机；

从小喜欢磨制透镜、观察生物的列文虎克改良了显微镜；
从小喜欢实践各种“鬼点子”的爱迪生成为了发明大王。

蒸汽机、显微镜、电灯泡……这些伟大发明有个共同特点：创意源于发明家儿时的嬉戏。创意是灵感的诗意表达，是智慧的诗意创造。冥思固然深刻，却总是一本正经，难免受到条条框框的限制；游戏虽非正业，却兼具身心投入与思维松弛，为天马行空的设想创造条件。有些人“不会玩”，因此玩物丧志。但也有些人“玩得好”，不仅乐在其中，更学在其中。

21世纪的前20年见证了“玩”从贬义词变为褒义词。曾几何时，“玩游戏”是老师家长的心头之患。时至今日，“打电竞”已成为年轻人自由追逐的时髦，更成为国家荣誉的符号。今天的电子游戏，也已不是屏幕上的动画，而成为现实世界创意在虚拟世界的投影。站在更高的角度，电子竞技更是一个蓬勃发展的朝阳产业。它正从虚拟世界向现实辐射，深刻影响人类社会的发展。

然而从“玩游戏”到“促进社会发展”，仅靠电光火石的创意是远远不够的。梦想照进现实，需要的是瓦特、列文虎克、爱迪生等人毕生的扎实努力。同样，将电子游戏转型为社会经济的助推器，需要的是一座城市的不懈努力。

在“玩”这方面，上海是认真的。2017年，上海发布“文创50条”，提出打造全球电竞之都的目标；2019年，上海出台“促进电子竞技产业健康发展20条意见”，加快产业布局；2020年，中国游戏产业研究院在沪挂牌成立，标志着上海正在加快推进建设步伐，以更专业的姿态满足社会公众对高质量文化消费的多样化需求。

打造全球电竞之都，上海不仅“玩得起”，而且“玩得好”。上海经济是典型的创新型经济、服务型经济、开放型经济、总部型经济、流量型经济，而电竞恰恰是“五型经济”齐头并进的旗舰产业。

筹办盛会，打造全球电竞之都，上海有决心、有实力成为全球电竞领域的“超级玩家”。

电竞，伟大的创意或许是『玩』出来的

孙欣欣

打造全球电竞之都，上海做对了什么

(上接第一版)今年遭遇疫情，上海仍在疫情防控最吃劲的阶段，通过宣布“S10不停办”的消息释放强有力的市场信号，同时在《全力支持服务本市文化企业疫情防控平稳健康发展的若干政策措施》中对电竞产业精准施策，通过鼓励线上开赛等方式平稳过渡，这才有了眼下常态化疫情防控阶段，近300万人线下抽取6300余张总决赛入场门票的盛况。

如果说三年前“电竞”尚只是年轻人圈子里的流行词，圈外人充满了对于游戏的偏见与误解，那么当S10几乎每天一次地登上网络热搜，在现实社交生活处处有电竞踪影、产业带动千亿元级市场规模的今天，上海在想什么已经呼之欲出。

电竞代表服务与满足当代人尤其是年轻人生活方式与消费消费的新城市建设布局方向；电竞也通过竞技精神与社会关注，推动科技创新的步伐；而作为天生自带流量的体育项目，电竞提供了中国在商业体育界迅速崛起甚至弯道超车的可能；而横跨文化、体育、互联网等多个领域的开放属性，在快速形成一批龙头企业的同时，也“握手”多个传统产业，孵化出一批新业态、新产品；回头看，“电竞”几乎踩准了“创新型经济、服务型经济、开放型经济、总部型经济、流量型经济”的每个关键点；三年前一招“全球电竞之都”先手棋，有望成为掀起产业发展变革与城市文化品牌建设的决胜棋。

看市场：当电竞成为当代人的生活方式

“周末的早上你通常起得不会太早，与朋友相约来到电竞主题餐厅，来一份游戏主题的早餐；下午两点，一场常规比赛开打，你与朋友为心仪的职业电竞队摇旗呐喊，余兴未了，出门沿街的商铺还有一系列主题手办、衍生品；到晚上，穿着心仪电竞队的衣服与队友齐聚，干脆在体验店来一场酣畅淋漓的比赛。”EDG电子竞技俱乐部总经理潘滔愉快地向记者描绘的“申城00后”周末一天，即将在位于普陀的上海长风主场ESP电竞文化体验中心成为现实。这家体验中心将在年底正式开门迎客，也意味着中国第一个“电竞综合体”的诞生。如果说早年以电竞俱乐部、直播平台、游戏公司为主体的电竞产业是产业集聚区，那么通过赛事聚集人气、电竞战队累积粉丝、IP多元开发拓宽产品，最终形成有机整合的商业综合体，无疑让电竞在市场化道路上又前进了一步——真正形成有规模的生活消费新业态。

虹桥国际新文创电竞中心”落成，可承载客流量达万人。除了具备举办顶级赛事的大型场馆，其还将致力于吸引国际电竞俱乐部驻沪办事机构、国内外电竞赛事联盟机构和行业领军企业入驻。从业态上，则将推出丰富的电竞主题星级酒店、电竞主题文化博物馆等。

可以说，从过去组建一支职业电竞战队“为爱发电”，到后来依托线上“流量”实现商业变现，再到如今通过多元线下消费场景打造规模化市场，电竞正一步步走向大众，成为当代人生活方式的一部分。

而上海能够率先实现这样的大规模商业综合体开发，背后是电竞不再小众边缘、近年消费人群基数几何式增长的事实。今年9月，企鹅智库发布《2020年全球电竞运动行业发展报告》显示，从全球规模看，电竞用户在2020年预计达到4.95亿，其中2年内新进粉丝占增长人数约41%，中国电竞用户则占全球“半壁江山”，重度用户数达4000万，轻度用户数达2.4亿。而仅在疫情期间，中国新增电竞用户就达2600万。在上海，产业自然集聚的先发优势令这种增长更加明显。今年上半年，虎牙直播与体坛电竞联合发布《2019中国电竞城市发展指数》，上海获得99.21分，被定义为全国唯一的“超一线电竞城市”。

当电竞成为城市的标签，上海这一年用数字说话。DOTA2 TI9、英雄联盟S10两大国际顶级赛事落户，带动一批国内外品牌职业联赛落地。去年，上海成规模的电竞赛事有1500场，占全国规模赛事总量近一半。而围绕电竞展开的布局也从市下沉至区。“电竞20条”推出后不久，浦东新区、静安区、杨浦区、黄浦区和普陀区相继出台落地20条的区域政策，不仅43家新电竞场馆完成布局，而且通过政府引导，形成区域特色——有的区积极引进一流战队俱乐部，有的致力于通过研究机构与产业联盟吸引优质企业，有的着力于场馆与5G通信等基础设施项目联动，展现电竞之都的活力与多彩。

看产业：当电竞推动中国商业体育发展迎来拐点

“过去给电竞比赛找赞助，我们得从父辈赞助过足球篮球等传统体育项目，本身又喜欢电竞的年轻人开始推介，临了不忘补一句，电竞的广告费用只有传统体育赛事的十分之一。”别开中国电竞市场如今占据全球半壁江山，更有大牌电商亲自下场组建战队，五年前，国内头部电竞运营商VSPN的创始人、董事长应书岭也曾面临尴尬。这背后，是中国尚未成熟的商业体育产业规模。欧美影视剧中，我们总会看到这样的镜头：忙碌了一天的职场精英来到酒吧，呼朋引伴围观一场足球赛或棒球赛直播，当心仪队伍最终获胜，男女主角激情相拥。商业体育消费在欧美有百年历史，这股风潮直至改革开放后才真正来到中国。上海市电子竞技运动协会秘书长朱沁沁分享了一组数据：欧美国家的商业体育消费占到年收入的15%，而在我国这个比例仅为1%。不过，正如互联网入局加速传统金融重新洗牌，电竞的出现似乎也给予中国商业体育“弯道超车”的绝佳机会。上海瞄准时机，紧紧抓住“头部”撬动未来市场。正如北美的超级碗、NBA这样的传统体育顶级赛事同样也是最具商业价值的体育赛事，S10背后的直播版权、商业赞助等价值也是业界当之无愧的“顶流”。不但上海政府对S10总决赛的筹办全力以赴，上海的头部企业也大胆布局。去年，B站就以8亿元价格拿下英雄联盟全球总决赛中国地区3年独家直播版权，在开战前夕，又能以分销模式授权国内多个平台。坐拥“顶流”带来巨大关注度、刺激本土产业高速发展、做大蛋糕的同时，也必然要面对更激烈的竞争。S10成功

举办后怎么办，早已摆上了上海电竞人的办公桌。为此，上海将从打造电竞生态的完善之地、电竞内容的创新之地、电竞企业的发展之地、电竞人才的汇聚之地、电竞标准的发源之地等五大方面继续发力，加快建设全球电竞之都。于生态建设上，在继续吸引S10这样的顶级赛事同时，上海将打造多层次赛事体系模式，通过城市赛、全民赛参与主体进一步扩大下沉。而在内容创新上，则要改变公众对于电竞等于电子游戏的既有认知，创新电竞产品，丰富电竞的载体样式。朱沁沁说，机器人格斗、无人竞速等新兴智能科技运动同样可以纳入电竞范畴。通过电竞赛事，不仅能够切实推动技术进步，也能培养青少年的科技创新意识。

更进一步，上海牢牢抓住人才培养的核心，在全国率先实行电竞运动员注册制，并在9家中高职院校和高校开设电竞专业，还将筹建电竞职业培训基地、组建省级代表队。产业相关服务型人才的培养也被同步纳入培育体系。不久前，上海市电子竞技运动协会就围绕电竞直播、视频制作、赛事运营的内容完成了首期职业培训班。当电竞产业的“四梁八柱”逐步夯实，有着“从0到1”攻坚基因的海上也将通过输出标准规范，来引领带动产业健康发展。即将推出的“全球电竞之都指标体系”、电竞场馆评级和裁判员标准等，都将让上海“打造全球电竞之都”的进程更行稳致远。