



德必荟

总第96期 | 上海德必文化创意产业发展(集团)股份有限公司股票代码:300947 主办

德必官网:
www.dobechina.com
德必荟微信号:
dobechina
德必新浪微博:
http://weibo.com/dobechina
编辑部联系方式:
dbbd@dobechina.com
德必园区投诉建议:
jack@dobechina.com

德必集团携手第一太平戴维斯开启战略合作



2月14日，德必集团与第一太平戴维斯在上海签署战略合作框架协议。未来，双方将成立德必第一太平戴维斯物业管理有限公司，携手促进智慧型园区转型升级。

此次签约，标志着德必集团与第一太平戴维斯正式达成长期战略合作。德必在依靠自身产品的设计优势、精细化服务、智慧化运营的基础上，进一步携手第一太平戴维斯，依托其在智慧科技、数字化手段及绿色高效经营上的理念，助力德必提升园区用户的使用体验及服务质量。面向未来市场，利用物联网、云计算、大数据等新一代技术实现园区管理智慧化，进一步提升德必的行业领先地位和竞争力，打造中国领先的文科创产业全价值链服务商，实现园区经济可持续发展目标。

根据合作协议，德必集团提供自身的项目资源、其他物业项目拓展资源，依托第一太平戴维斯物业管理方面的国际化视角、经验、制度体系等资源优势，展开战略合作，建立卓越的物业服务理念、管理制度体系、管理运营模式等，以期取得最大收益，共享经营收益，旨在按照国际先进的经营管理水平及标准将德必第一太平戴维斯打造为国际化、标杆性的数字化物业管理平台，成为企业价值的基础和资本市场的核心竞争力。

签约现场，双方表示将依托德必第一太平戴维斯这一合作平台，共同致力于推动科技赋能、推动融合发展，打造数字化园区管理与服务的新品牌，并以此次战略合作为契机，促使双方发挥在资源、技术、市场等优势，建立长期友好的合作关系，双方共谋合作机遇、共架协作之桥，为客户创造更多价值和卓越服务，通过创新和不断优化业务运营模式，引领行业发展。

作为全球500强企业服务商，第一太平戴维斯是1855年在英国伦敦成立、伦敦证券交易所上市的国际知名房地产顾问，在世界各地拥有超过600家办事处、39000名员工，于1995年进驻中国市场。

德必服务 SERVICE

德必庐阳WE对话安徽百家设计师，探索空间美学

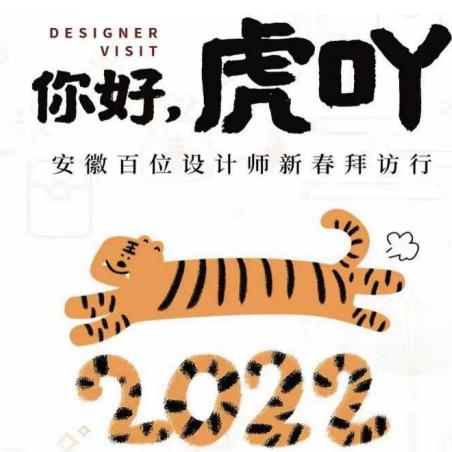
近期，德必庐阳WE项目携手区域媒体，于岁末春临之际，对话百位设计师，启动“你好，虎吖”--安徽百位设计师新春拜访行活动。

德必庐阳WE坐落于安徽省合肥市庐阳区环城南路28号，原身为安徽省建设厅，是国资平台庐阳文旅集团和上市公司德必集团共同打造的德必WE系列精品项目。园区定位为中意时尚设计交流中心，时刻关注着国内外设计领域的发展。

新春将至，园区联合合肥论坛·家居安徽（上海设计周安徽执委、SDA石投行&石尚设计大奖安徽执委）共同举办“你好，虎吖--贰零贰贰安徽百位设计师跨年拜访行”活动，感恩历年来广大设计师对安徽设计的贡献。

本次活动，德必庐阳WE聚焦家装设计、工装设计领域，通过与多位设计品牌主理人的深度沟通，共同探讨新时代下安徽设计的发展方向，共话空间设计的美学价值。

未来，德必庐阳WE将继续深耕设计领域，在艺术与功能、都市与自然、空间特性与场所内涵的多重解构和融合中，提供一个灵感无限、创意无界的设计交流中心地，引领更加包容，更具多元化的设计共创空间。



德必动态 DoBe NEWS

德必集团荣获“优秀企业形象短视频”奖

近日，全景网举办的主题为2021“景show前程”——资本市场企业责任短视频公益展播活动中，德必集团荣获“优秀企业形象短视频”奖。

本次活动主题聚焦于上市公司企业社会责任，通过原创短视频形式向全社会展现资本市场上市公司在企业责任方面的成就，提升公司的品牌形象，增强投资者信心。本次“景show前程”短视频展播活动共计有1300多家企业参与其中，参赛作品2000余个，参与投票的用户超10万人。德必集团能够脱颖而出，体现了社会各界对于德必集团的认可，同时也彰显了德必的品牌实力。



嘉加德必易园入选上海市城市更新最佳案例

近日，“打造人民城市建设的上海样本——城市更新最佳案例展”在杨浦滨江揭幕，展示馆首批展出55个城市更新案例，浓缩了近年来全市城市更新实践的精华，嘉加德必易园有幸作为嘉定区三家更新代表案例之一参展。嘉加德必易园入选上海城市更新最佳案例，是对德必集团在城市更新领域过去成绩的肯定，未来，德必集团也将持续探索城市发展的多样性和创新功能，助力新城焕发更多活力。



央广总台中国交通广播长三角频率于金旅德必钟山境WE正式挂牌

近日，中央广播电视台中国交通广播长三角频率于金旅德必钟山境WE挂牌。未来，金旅德必钟山境WE与长三角频率携手融合、创新发展，联动互联网巨头，打造场景和主持人IP，通过长三角频率的平台互动、网红场景、流量魔方进行外延推展，构建全新园区生态，提增园区品质定位和准入门槛。



冬天自盛夏始：战略困境是如何形成的？

——俄罗斯和乌克兰战争启示

特约作者：秦李

专栏主持：
波波
jiao@dobechina.com

一切都在意料之外，一切都是情理之中。

在美国的精心策划、推动、操控、逼迫之下，俄罗斯“悍然”对乌克兰发动了“侵略”。西方媒体和中国公知发动了舆论战，对俄罗斯进行疯狂的丑化抹黑。仿佛是俄罗斯主动挑起事端，任意的对一个主权国家发动“侵略”。这一幕和伊拉克的“大规模杀伤武器”（洗衣粉事件），和华为“意图窃取”西方通讯机密……如出一辙。

弱国无外交，黑白由强权定义。俄罗斯很快陷于全球外交困境，舆论围攻，并受到西方多方面制裁，包括切断SWIFT国际清算交换系统。

为什么多年前的那个世界强国会沦落至此，为什么多年前贫弱的中国反而步步崛起，即使遭遇到美国全面打压围堵，依然应对从容？

一切都是步步由历史形成的。

从某一种角度说，俄罗斯和乌克兰之间今天的困局，是俄罗斯历代领导者的连续错误决策所导致的。

早在沙皇俄国时期（1654-1917）就出于“恩情和友谊”赠送给乌克兰大片土地。

1922年十月革命之后的苏联，在理想社会的激情下（认为国家甚至即将很快消亡），列宁又将一大片土地赠送给乌克兰。1939年、1945年，斯大林又两次将大片土地赠送给乌克兰。

1954年，赫鲁晓夫又一次赠送土地给乌克兰。337年间，在俄罗斯历代领导人的“慷慨友谊”下，乌克兰领土面积扩大到了10倍以上。

关系好了就送土地。这是俄罗斯在人类历史上实施的独特的、充满激情的、令人费解的长期政治传统。

然后，1991年苏联解体，乌克兰独立了。俄罗斯与欧洲连接的主要通道独立了。乌克兰继承了苏联时期一半的核武器、军事工业和高科技企业，并成为世界第三大军事强国，世界第三大粮食出口国，号称“欧洲粮仓”。

然后，在美国的“指导和帮助”下，乌克兰迅速而坚决的销毁了自己的所有的核武器和先进武器，炸毁飞机，并主动拆除了所有航空母舰。中国的第一艘航空母

舰“辽宁号”，也是二十年多年前乌克兰当做“废铁”卖给中国的。在“救世主”美国的大力帮助下，经济急剧凋零，民生沦丧，乌克兰开始出口妓女，并沦为“欧洲子宫”；国内矛盾重重，纷争不断……然后，北约撕毁绝不东扩的协议，五次东扩；在乌克兰进行颜色革命，推翻亲俄罗斯政府，组建亲美政府，并指导乌克兰“强烈主动要求加入北约”，“导弹四分钟打到莫斯科”，逼迫俄罗斯开战。

俄罗斯还是太大了，还需要继续分解。这是美国的持续战略。美国的战略下，世界上不应该存在任何一个有独立意志的大国，除了美国。如果有，这个国家就必须瓦解，分裂，必须内部纷争，冲突不断，内战不断；至少帮助他腐败横行，官僚和大资本阶层投靠美国，俯首听命，美国可以驻军，进行新殖民统治。就如同美国帮助阿拉伯国家，帮助南美国家一样。当然，温顺的小国可以例外，可以树立成被美国帮助的美丽、和谐、繁荣的标杆国家，表演给全世界看，以迷惑这个世界。

这就是美国世界秩序规则的本质。

美国思想影响体系庞大而缜密。普京“大帝”大概是在十年前才真正明白这个事情的本质。很晚，很晚，很晚！跪了，拆了，脱了，叫爸爸了，都还不够。还要自断手臂腿脚，还要剖腹……俄罗斯的强大和独立，就是美国眼中的原罪。

普京在2000年继承了俄罗斯总统之位之后，原本早该清醒，但他还是对美国的“拯救”心存幻想。可能他把苏联解体后的衰败，归结为是叶利钦时代的俄罗斯没有学习好西方老师的教材；可能他太渴望融入西方了，想用最大的诚意检讨自己，觉得即使苏联解体，即使苏联的财富被西方洗劫一空，俄罗斯还不够真诚；可能苏联充满理想主义的社会试验的挫折，加上美国的洗脑丑化，让俄罗斯民族心底丧失了文化自信，这个理想幻灭之后的心灵流浪民族，太渴望找一个文化和制度上的父亲了。普京对于美国本质认识的不清醒，幻想和摇摆，客观上继续纵容了美国对乌克兰的持续深度渗透，并最终导致了颜色革命，助推了乌克兰无法逆转的远离。

乌克兰竟然有80%的议员、部长都是美国或外国国籍（乌克兰承认双重国籍），大批从美国“派回来”到乌

克兰的人，几个月时间就成为了部长、州长、国会议员；如果加上国外资产、子女和家人在国外永久定居，乌克兰的上层社会，是由什么人组成的？一个犹太族裔的喜剧演员，一夜之间成为乌克兰族和俄罗斯族人口为绝对主体的国家总统，这样的奇葩事件发生在这样的社会背景下，绝不荒诞，也绝非偶然。这是美国的剧本。非如此，此民族不足以自我毁灭；非如此，此国家不足以被美国操控自如。“本是同根生，相煎何太急？”俄罗斯没有能预见和及早阻止这一切的发生，那些才是今天的根源。

《易经》说，“履霜，坚冰至”。

战争只是政治的延续和手段之一。政治战略的错误，通常很难在战场上挽回。

战场上的强者，未必是政治战略上的智者。对本质问题的判断错误，是难以弥补的错误。无论俄乌战争的结果如何，俄罗斯的困局早已形成。心存幻想，未来，将愈发艰难。

由此，我想到“双减政策”下限于困境下的新东方教育，银行“三条红线政策”下的房地产行业……其实，社会对于教育负担过重的呼声多年来越来越高；国家对于房地产行业的调控态度越来越严厉，这都不是一夜之间的事情。冬天从来都是从盛夏开始的。战略是立足未来，看现在，心存侥幸和幻想，不能或不愿清醒的看到未来，就必然会在现实中遭遇困境。

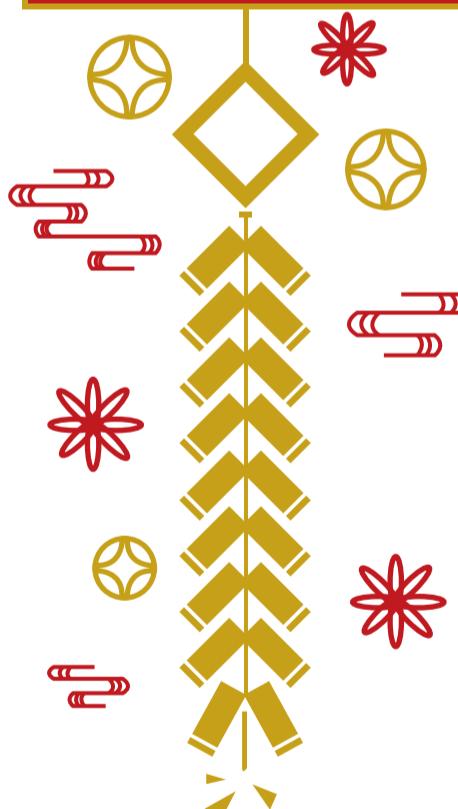
幸运的是，中国有华为这样优秀的企业，没有把美好的期望当做现实，在2004年就预见到有一天美国的打压必然到来，并长期准备着。

幸运的是，我们国家对美国的幻想，在1999年5月8号南斯拉夫大使馆突然被美国“误炸”，就惊醒了。

认清本质，才能明白大趋势，才能在纷繁绚烂的表象之下，理清始终看不见的真实主线。

唯有放弃对他国不切实际的幻想和依赖，保持清醒警觉，坚定道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，坚持独立自主为基础的发展，立定不败求必胜，我们才有伟大复兴的未来！

本文仅代表作者个人观点

社群扫描
COMMUNITY

德必浙江省公司为杭州南站一线人员庆元宵，送团圆

元宵佳节来临之际，德必浙江省公司到杭州南站向联盟单位杭州南站新城党建开展“党建聚合力 同心盼春来——2022暖心慰问行动”，向一线工作人员进行节日慰问。现场，德必浙江省公司代表来到南站综合指挥室、防疫卡口、医疗复检点、杭南驿·微笑家，向一线值班值守工作人员、志愿者送上慰问品，并向一线工作人员表达了美好的节日祝福。



闹花灯，猜灯谜，芳华德必运动LOFT喜迎元宵佳节

正月十五闹花灯，猜灯谜，这个元宵节，芳华德必运动LOFT在灯火阑珊中体验了一场喜乐元宵！

花灯制作零件繁多，非常考验大家的耐心与毅力，但白领们最终都成功做出了精美的花灯。作为元宵活动最“烧脑”项目，猜灯谜令人又爱又恨，大家充分发挥聪明才智，离正确答案近在咫尺却又擦肩而过，经历了一次次的失败再思考，参与活动的白领们终于猜到了正确谜底。最后，大家纷纷写下新年祈愿，希望新年美满幸福。



德必大陆宽窄WE“迎财神，送红包”开工日活动

新年伊始，开工大吉，2月8日，农历大年初八，德必大陆宽窄WE全体工作人员一早便守候在园区门口，带着早已准备好的惊喜，静候各位DoBe客们的到来。活动现场，每位来园区上班的DoBe客们，都能在门口领取一份由“财神”亲手发放的“开工能量包”，愿小小能量包能在德必办公生活的每个人带来快乐。



德必岳麓WE新年送财 同庆元宵

2022年2月15日，德必WE岳麓山人工智能产业中心为园区的入驻企业带来了一场仪式感满满的新年祝福活动共庆元宵佳节，园区入驻企业纷纷参与其中，一同为新的一年即将面对的挑战寄出美好希冀。

活动当日，园区工作人员特意扮成“财神”，挨家挨户为企业送去带有美好祝福的“黄金柴”及“金元宝”。在元宵佳节之际，汤圆不能缺席，园区工作人员早早在1楼大厅做好准备，为楼内的小伙伴送上一份温馨。在“财神”与“元宵”的共同祝福下，园区呈现一副热闹红火的景象，德必岳麓WE希望在新的一年，继续与楼内企业携手并进，共同迎接即将硕果满满的一年。



揽获千万投资的 “网球王子”， 如何培育网坛“种子新星”？

企业之星
ENTERPRISE



种子新星

反手击球、外旋扣杀、回旋蛇球.....

你是否有过一个“网球王子”梦？

在芳华德必运动LOFT，有一家集培训、亲子休憩和赛事于一体的儿童网球培训教育品牌——种子新星，从儿童体育教育市场中脱颖而出，并于2021年8月获第九城市1400万元A轮融资，吸引了资本市场的关注。

种子新星的创始人楼亨渊，这位年轻阳光，曾登上ATP职业赛场的90后网球运动员，以其专业的技术背景和创新的运营思维，正一步步推动着国内网球培训事业的发展。

种子新星
@芳华德必运动LOFT
种子新星CEO——楼亨渊

从职业网球手，变身“网坛”CEO

正如《网球王子》里越前龙马自幼便开始接受父亲的“武士型超萌特训”，楼亨渊在网球爱好者父亲的影响下，自6岁学习网球，14岁进入上海市队，受限于当时国内的儿童网球培训条件，随后他便去到美国和西班牙接受更加专业的网球训练，并踏入职业赛场。

因为伤病，18岁时，楼亨渊和无数运动员的遭遇一样，无奈选择了退役。回国后，楼亨渊选择继续深造，进入上海财经大学就读本科并保送体育经营管理硕士。在专业技能以及学术背景的加持下，楼亨渊希望将国外成熟的网球培训体系理念带回国。创业初期，他曾尝试过业余赛事运营、线上订场平台等业务，而在此过程中，楼亨渊看到了网球培训商业化运作的契机。基于“坪效”、“规范性”和“可复制性”三点的考量，拥有专业网球知识和实战经验的他，将目光着眼于3-8岁儿童。

“3-8岁年龄段网球培训在国外已有成熟体系，而国内却较少涉及。网球不似篮球、足球等运动，具有多人参与的高坪效性，因此，种子新星选择参考美国网球协会等国际标准，采用适用8岁以下儿童的标准儿童网球场，面积大概是标准网球场的四分之一。这样既推动国内网球教育的标准化，同时让线下场馆的搭建更加有可复制性。”楼亨渊说到。

锁定了核心受众，种子新星将选址瞄准在高端一线购物中心室内。2017年，种子新星第一家门店落地上海，发展至今已有近十家儿童直营店，两家标准场馆，规模和体系在幼儿网球启蒙中都排第一。

用赛事的魅力，治愈“星星的孩子”

动漫中的网球竞技，刻画了一群热血青年为了赢得全国大赛，在赛场上“竞技”与“协作”，不懈拼搏的一幕幕，而现实中，面对网球这样的单项运动，国内的培训体系却略显单调，那么如何给这样一项运动在培训中注入团队概念，增强互动性和协作性？

种子新星从成立初期就植入搭建了完整的核心赛事体系，以门店、战队为单位，植入团队概念，让小学员们不仅感受到网球竞赛的乐趣，也对学员自身技术能力的实战演练和补充，更是有助于孩子的各项素质发展。

楼亨渊分享到，3-6岁是小朋友身心发展的敏感期，生理上的空间感知判断及品格培养都需要格外关注，赛事比拼、输赢机制能够很好的培养孩子的独立性、团队精神和抗挫折能力。而在网球培训的事业中，也曾发生过许多感动的瞬间，最让楼亨渊记忆深刻的，是一次治愈“星星的孩子”的经历。

“在我们古北店：有一个特别的7岁小学生，他患有自闭症，他的家长为了能改善他这种状况送他来学习网球，参加运动后2个月左右，奇迹般地开始和父母交流，同时也和我们的教练建立了深厚的情谊，至今也还在这里上课。这件事让我觉得非常有意义。”

跃动的思维，开启儿童体培行业的“突围”秘诀

经营一家企业和从事一项运动不同，光靠一腔热血和打磨自我是远远不够的。楼亨渊意识到，在“双减”政策下，儿童体育培训行业面临着不单单是机遇，还有更多的未知风险。精进业务，让收入结构更加健康，才能让企业更具有竞争力和应变弹性。

“在西班牙训练的日子，由于赛制、体能等因素，经常感到压力很大，有时会陷入自我怀疑的怪圈，但竞技运动会给人带来历练，很好的锻炼了我的自我调节能力，这也为我在创业过程中心态的调节带来很多帮助。”楼亨渊分享到。

一方面，种子新星运用数字化、互联网思维改善商业模式与课程体系。随着学员逐渐增多，为了便于沟通，种子新星专门研发了 SAAS

系统支持体系，实现所有门店的线上课表实时更新，摆脱了传统的表单、电话沟通方式。同时为了提高小程序的打开率，采用积分体系，让购买产品、预约课程、奖励兑换、促销活动乃至比赛报名都与积分挂钩。

“让所有消费及使用场景都在小程序上发生，既能提升线上平台的运用率，也培养了家长的使用习惯。”楼亨渊说到。随小程序的高频使用，从获取到转化再到后续服务，种子新星都通过企业微信群支持。为处于不同练习阶段的每个会员提供独立定制化服务，课后及时反馈、分享赛事，增加与家长的沟通。

在商业模式上，2021年1月底，种子新星推出了酝酿和铺垫了大半年的会籍制模式。比起传统的预付卡模式，该模式降低了消费者的决策和消费门槛，提升了体验课的转化率。由于加入会籍之后，上课越多，课单价越便宜，一定程度上提高了用户上课积极性，带来更好的培训效果。此外，除了基础年费，会员每次上课还需单独付费，为门店带来更好的现金流表现和运营韧性。

另一方面，种子新星也不断为延长链路，让收入结构更健康作出努力。为了让初期无法适应网球场的孩子产生兴趣，也让更多家长参与与体验，种子新星引入了从网球品类延伸出的项目板式网球。这种在欧洲已经拥有千万级用户的“笼式网球”，包含对抗元素且更易上手。目前，种子新星已与欧洲最大的品牌方建立战略合作，从全年龄段参与的友好性出发，布局亲子和白领市场，进一步提升了场地综合利用率。

体育产业碰撞运动园区，让朝气时刻迸发

“19年，由于项目扩张需要，我们跑了很多商务楼，总觉得与我们的行业不搭。一来到这里，看到贯彻相连的红色运动跑道和随处可见的运动设施，就觉得很喜欢，这就是我们最合适的工作场所。”楼亨渊说到。

在谈及为何选择芳华德必运动LOFT园区时，楼亨渊表示以“运动办公、健康工作”为理念的芳华德必运动LOFT，种子新星可谓与这座朝气蓬勃的运动主题健康生态创意办公空间相得益彰。

下一阶段，种子新星计划将现有的单一培训模式升级为面向家庭提供多元化的运动健康解决方案，作为企业重点发展的方向之一。谈及网球，这位年轻的“网球王子”与CEO，也期待着将自己的创业热情化作火种，看着一批又一批的“种子新星”们，踏上温布尔登的茵茵绿草或是罗兰·加洛斯的赤色战士，梦圆他曾经追逐的终点。



吃螃蟹的人：内容平台“重构”体育产业新生态

2016年之前，后浪文化CEO张晨龙一直从事整合营销服务。当时，国务院《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》的发布，刺激了一批广告公司转型做体育，张晨龙敏锐的嗅到了体育领域的大趋势，进入了前身是以姚明“姚之队”为底蕴的国际体育营销管理公司——众辉体育。

在众辉的四年时光里，张晨龙与团队一起将全新引进的美国赛事hood to coast(越山向海人车接力中国赛)从不被人看好做成路跑行业的网红IP赛事。但去年新冠疫情的爆发，让张晨龙看到了线下赛事所面临的诸多不可抗力：首先各种因素导致的延期与停办可能会让半年的赛事筹备周期打了水漂。其次在疫情的影响下，赞助商们愈发看重销售线索与转化，讲究品效合一，而线下赛事容易陷入单纯的复制瓶颈，难以实现新的突破。

随着5G时代到来，移动短视频影响力不断扩大，形成的体育领域圈层文化使得运动健身成为一种社交货币，全民健身的关注度与参与度持续上升。“互联网+体育”成为新的突破口，碎片化的内容生产更能够高效率的建立用户与内容、品牌的联系。体育产业生态也将从过去以传统媒体和电商平台为主导，过渡到平台内容化、社会化生态重组的新阶段。张晨龙趁着体育营销短视频红利期，于2021年年初创办了后浪文化这家年轻、势头正盛的体育垂直领域MCN公司，做第一个吃螃蟹的人。

2021年，国务院发布了《全民健身计划(2021—2025年)》，勾勒出奥运强国的健康课题。而作为体育垂直领域的MCN，后浪文化亦迎来了破竹发展的红利期。

深谙传播之道：从0到1的内容变现法则

短视频的时代，如何在体育这样的细分领域，做好核心竞争力？张晨龙说道：“短视频运营其实万变不离其宗，还是传播学与广告公司那一套东西，要懂受众，要传达价值，只不过在短视频的时代，不讲究起承转合，一定要高潮前置。”

一方面，张晨龙奉行“内容为王”的准则，公司内容团队对运动垂类文化有深刻的认知，以优质内容作为核心竞争力，用大众喜闻乐见的接地气内容先积累起流量，再实现变现落地转化。“要抓取短视频的公域流量，就要避免把内容说的太‘干’，需要稳定的把一个账号从0到1做起来，然后再去考虑变现，考虑它的发展，考虑未来与达人的长期合作关系。”

例如后浪文化旗下短视频达人李老师，原先是Nike的北区pacer。公司梳理出这位独具特色的跑者身上的闪光点与标签，做好个性化定位和受众分析，持续输出包括减肥、跑马拉松的趣事等接地气的运动生活向视频内容，将这位纯素人孵化为拥有四五十万黏性粉丝的达人。“通过这种内容输出的方式，精准引流粉丝沉淀，维护私域流量池，嫁接在公司达人的基础上，直播带货、品牌分销，还有线下活动等一系列变现的业务通了就都走得通了。”

另一方面，张晨龙表示，公司生产内容的核心是“不会让运动员去演，去做那些表演性的东西，而是更多的输出很多真实的东西”，从而传达体育类视频的价值，深化用户心智。

“其实不论是跑步、打篮球、游泳，技能优劣是次要，关键是帮助大家避开‘快时代的慢威胁’，从迈不开腿，挺着大肚子，生活质量低的状态中走出来，传达出运动这件事是渗透到每天的工作中的，这也是一个从0到1的过程。”张晨龙介绍道。

玩转圈层营销：跨界签约电竞颜值天花板

雨后春笋般的MCN机构“入场”已成常态，但经营一家体育垂直领域的MCN仍然是摸着石头过河。

张晨龙从最熟悉的跑步领域入手，经过快速的发展，目前已经签约了国内现役退役体育明星、专业运动员等明星达人，孵化出一系列体育类优质KOL。而在短视频平台圈层文化的背景下，公司还紧跟电竞趋势，签约了超人气职业王者荣耀电竞选手，被称为电竞圈颜值天花板的无畏，并促成达人之间跨领域相互破圈。“达人与达人之间的链接和流量复制的能力也是核心竞争力之一。大家没有任何交叉我觉得是不太OK的。我们的达人会相互破圈，实现不同领域的粉丝引流”，张晨龙说到。通过一系列专业、优质的IP形象背书，资源整合，策划营销，后浪文化为品牌提供传播、带货、深度内容输出及社群运营的营销解决方案。



办公场景“运动+”：带着园区白领一起“动”起来

从年初来到德必光明WE开始新事业的起点，到现在短短几个月时间，后浪文化已经步入蒸蒸日上的稳定发展周期。

提到最初选址德必，张晨光表示最初被园区的地理位置、环境配套、性价比吸引而来，“一进办公室感到身心舒畅，这对我来说是很重要的事。”入驻之后，发现对面竟是他父亲从小的住所，从办公室刚巧可以看见，也算是与园区一段奇妙的前尘缘分。张晨光说，“德必园区提供的是有温度的服务，比较接地气，有人情味。有时候我们会外拍，放置了一些电动车，客服也会在下雨的时候提醒我们，帮我们挪走。”

作为一家MCN及新媒体平台整合营销传播机构，后浪文化也非常重视社群资源。“定期去共享一些知识、跨行业分析信息是非常重要的。因为我来这儿发现体育公司很多，包括原来做高尔夫球的公司，懒熊，还有原先就认识的东方启明星的老板。”张晨光说道。

因此他表示后浪也会积极加入园区的社群活动，为大家分享健康生活方式或举办运动训练营。“比如说第一期在室内，我们向大家分享运动的益处。第二期在天坛体育场办一个小训练营，横向联动。”以这样的方式，后浪文化也能够将线上体育营销事业引入线下办公场景之中，为园区注入一股新鲜的运动活力，迎合政策背景，引领园区白领们“动”起来。

未来，后浪文化将继续精心筛选优质专业的运动员或素人，在直播等变现领域持续发力，策划一系列能够出圈的营销campaign。在前半年“搭好台子”的基础上，为后续势如破竹的“起飞”做好准备。

奥运精神“霸屏”， 体育短视频风口来袭！

后浪文化

从东京奥运会到北京冬奥会，中国健儿们拼搏的身影，创造的辉煌，突破的极限，带给我们的振奋与鼓舞仍在持续。

在体育事业浪潮蓬勃涌起之时，许多的体育产业也在趁势而上。位于北京德必光明WE的一家年轻的专注于体育营销与体育内容的MCN公司——后浪文化，自2021年1月创办以来短短几个月，光是基于抖音端已经成功孵化了8个账号，总计粉丝数超过200万，短视频月度播放量达到2亿+。到2025年，全国体育产业总规模达到5万亿，在《全民健身计划(2021—2025年)》的背景之下，作为一家专注于体育运动垂类的MCN，是如何乘势而上的呢？

后浪文化
北京·德必光明WE
后浪文化CEO——张晨光

企业之星
ENTERPRISE

创空间 FOR CREATIVE

“共欢新岁 喜迎元宵”元宵节 活动圆满落幕

2月15日,由德必北京城市公司举办的“共欢新岁 喜迎元宵”主题活动,在德必集团旗下园区:东枫德必WE、德必天坛WE、德必光明WE圆满落幕。活动设置元宵民俗环节:体验非遗剪纸、手作元宵,体验元宵节历史民俗,更有全民健身环节。将传统文化与健康生活方式结合,为园区客户提供浓浓节日氛围和惬意办公休闲体验,活动受到大家的一致认可。

元宵创意DIY



元宵DIY环节,在元宵师傅的带领下,大家压皮、塞馅、裹成团……转眼之间,一个个圆润的元宵就在双手中呈现。一张张笑脸,一份份浓情,大家脸上洋溢着幸福和喜悦。

传统剪纸文化体验



在传统剪纸文化体验环节,体育馆路街道统战副站长、剪纸爱好者孔颖,将冬奥会吉祥物冰墩墩、冰雪运动项目等相关元素融入剪纸创作中。德必天坛WE园区客户纷纷请教,孔颖一步步教授剪纸技巧。纸随剪动,不一会儿,大家都剪出了活灵活现的作品。剪纸在展示中国传统优秀文化的同时,也寄托着大家对冬奥会的美好祝愿。



全民健身 欢度元宵

德必光明WE园区联合园区商业健型健身房,在元宵佳节,发起“全民健身,欢度元宵”活动,并为园内客户送上“运动大礼包”。由健型健身房教练带领着大家进行有氧健身操,现场处处洋溢着健康快乐的气息,欢笑声连连不断,充分诠释了运动给大家带来的自信与活力。通过此次活动,园区进一步帮助楼宇内企业员工走出办公室参与体育运动,浓厚了全民健身氛围。



德必
For Creative | 助力中国创意
股票代码 300947



西虹桥商务核心 无边界花园办公

10分钟直达
虹桥枢纽
精装办公
省30%预算

10000m²
户外花园

类生活
生态商业配套

西虹桥德必易园
长三角数字科技创新中心

创意办公 火热招租
021 - 69773908

地址: 上海市青浦区华徐公路605号

