

世界体育产业的 中国符号

■ 本报记者 李霖轶

12月13日,国际足联世界俱乐部杯四分之一决赛,中国恒大以2:1战胜墨西哥美洲队。有人戏称:恒大赢的不是美洲队而是华为。因为在美洲队的胸前赫然奔跑了120分钟的是赞助商华为公司的LOGO。

这还没完,还有人调侃:这场比赛的边裁是马云。事实上当然不是,而是因为在本次比赛开赛前的12月9日,阿里巴巴签约国际足联,成为世界俱乐部杯8年赞助商,因而阿里巴巴的巨幅广告一直出现在足球场边。

中国的体育产业进入“土豪时代”,各路资本涌入,在众多巨头的动作中,成为重大趋势之一并且不可避免的是,更多的巨头企业将视线投向了世界市场。

这一年来体育产业资本输出的“大跃进”,归根结底,是体育产业目前是片蓝海,但发展绝不能仅靠“有钱就任性”,砸钱到国外和发展本土体育产业的重要性同样不言而喻。



王利博制图

万达体育的世界波

■ 本报记者 李霖轶

万达已经不是一家单纯的房地产企业,成立于1988年的万达目前已形成地产商业、文化旅游、电子商务、连锁百货四大产业,并且可以用7个数字来解释——1600亿元地产销售额,132座万达广场,82家酒店,6600块电影屏幕,99家百货店,企业资产5341亿元,年收入2424.8亿元。

而万达体育,则是其最新锐的产业。

万达体育:一年长成“世界之最”

在强大的“万达帝国”里,“体育迷”并不会脚踏实地只做地产商,他的野心更大。事实上,仅万达集团内部便已形成庞大的产业链,在这其中,体育产业成为万达最为活跃的资产之一。据统计,近一年来,万达在体育产业的投资已超过120亿元,先是以10亿欧元全资收购世界最大的体育营销公司之一“瑞士盈方”,后又以5.6亿美元购入世界铁人公司100%的股权,接着以4000万欧元购入西甲的马德里体育会部分股权。

接二连三的大手笔并购也显露出万达集团董事长王健林的“野心”。他在万达文化产业集团并购世界铁人公司签约仪式上表示,并购铁人公司,对万达来说有重要的意义:首先是做大万达体育产业规模。目前世界主要体育产业基本掌握在欧美国家手中,要想迅速做大,只能通过并购。

万达体育也因为系列“砸钱”收购一跃成为世界上最大的体育产业公司。

显而易见,在收购路线上,万达走的是“高上大”路线,占领体育产业发展的绝佳位置。之所以选择世界铁人公司,王健林有自己的“小算盘”:世界铁人公司独家拥有世界铁人三项赛事的主要品牌,并购使万达直接拥有了该领域的核心资源。王健林此前在接受媒体采访时也表示,“通常我们都是买有影响力的产业链的上游。要么买有知识产权的公司,要么像铁人——我最喜欢买像铁人这样的公司,他自己拥有赛事品牌,同时自己运营赛事,这个好处可大了,永远是你的,跑不了。像盈方,是B端,它确实也活得挺好,代理7个冰雪联合会转播权,这些东西都是不愁卖的。难道滑雪世界杯没人看吗?不可能。但这个B端有一个问题,它不是赛事的终极拥有者,每隔若干年还要再谈一次,有可能到时候人家不给你。所以我们现在最好买产业链上游。”

王健林的“体育并购学”

在寡头们呼风唤雨的世界里,投资除了有眼光外,还要有实力。今年1月份,万达出资4500万欧元收购西甲马德里竞技足球俱乐部20%的股份,进入其俱乐部董事会,马竞承诺将出台针对中国青少年的培训方案,并与万达各出资3000万欧元在马德里新建青训中心及在中国开办3所足球学校等。

“并购海外优质资产,拿到中国来创造新的价值”,这就是王健林的“体育并购学”。对于如何选择收购目标,王健林曾坦言,“我们的收购目标就是:第一,要盈利的,因为扭亏为盈很费劲。第二,赛事有可能在中国克隆。最近有橄榄球公司找我们收购,但是我不太想收购,因为推广太费劲。”

资深体育人、关键之道体育咨询公司创始人张庆对《中国企业报》记者表示,“万达在并购上比较有眼光,去收购那些优质资产,重点是万达将这些资产又拿到国内,让国内去创造增量,这是值得肯定的。”这让人想到很多孵化器的模式,在海外加速,然后回归国内,进一步创造孵化。可以预见的是,万达体育所参与的中国体育产业,在万达的全球布局下,或将迎来史无前例的发展高度。

此外,今年5月,王思聪的普思投资也入股了乐视体育,持股11.49%。而截止到今年12月,乐视体育已经拥有280多项赛事、10000多场比赛的赛事直播权益,并且80%都是独家权益。

张庆表示,万达的海外扩张模式是具备可复制性的,但事实上,今年10月底,王健林在哈佛大学的一次公开演讲中表示,2015年万达体育的资产将超过1000亿美元,收入也接近500亿美元。看来,复制万达模式的第一步首先考虑的是可与万达比拟的资金实力。

张庆同时表示,“关于去并购一些优秀资产,这个是可以借鉴的,有实力和转化能力的企业可借鉴,更重点的还是在于国内市场的创造,因为,当中国的企业都去并购同一资产的时候,必然会推高资产的价格,发展到一定程度,就不符合价值规律了,我还是建议企业把视线放到本土市场。”

金下属公司等,是国有资本大鳄。代表事件是携手中信资本,以4亿美元购得英超豪门曼城俱乐部的母公司城市足球集团13%的股份,而在收购城市足球集团股份之前,5月,华人文化旗下的体奥动力拿下“中国之队”的媒体版权,9月,以80亿拿下中超联赛未来5年的媒体版权,10月,宣布投资拥有大学生足球联赛运营权的优势传媒。华人文化旗下目前已经拥有了中超联赛全媒体全球独家转播权、世俱杯以及德国甲级联赛等核心赛事资源。

另一巨头万达体育更是动作频频,1月,万达宣布出资4500万欧元收购西班牙马德里竞技俱乐部20%的股权,紧接着在2月,万达再次出手联合其他机构豪掷10.5亿欧元收购盈方体育传媒集团,8月,万达6.5亿美元并购世界铁人公司,万达一度被称为“全球体育产业龙头”。而一鼓作气拿下世界体育产业老二盈方资本也备受业界争议。“盈方本身就盈利,而且未来预期良好。”万达集团董事长王健林解释说。国际足联在巴西世界杯上的总收入为40亿欧元,其中超过3亿收入来自出售转播权和市场开发权。考虑到万达未来的转型,这一点尤为重要。“2020年万达文化要做到1000亿元”。万达买海外体育公司,已经花了超过100亿元人民币。并购后万达体育也成为全球规模最大的体育经营公司。最新信息是,王健林又把目光瞄准了

环意、环法、环西三项世界顶级自行车赛。

此外,互动娱乐收购西班牙人俱乐部,华录百纳把西甲搬上卫视,酷派赞助印度板球联赛……

在NBA,最著名的中国符号当然是姚明,其他的还有匹克竖在NBA场边的广告牌。

而李宁最著名的则是在它的鼎盛期拿下了12个国家的奥运会领奖服。

“有钱没地方花”的中国资本带来什么?

众多企业出海的代价并不低廉,从上述并购资金数额可见一斑,中超的版权竞标价达到80亿元天价,这个价格相当于西甲中国分销的4.75倍,是NBA中国分销的2.5倍。但是,事件的主要操刀者华人文化的董事长黎瑞刚在回复媒体质疑时胸有成竹,“80亿元中国体育市场的版权价值还远远没有到价值发现的时候,看看国外主要的体育资产,英超、NBA,其他联赛都是什么价格,你会觉得这个价格还是比较低的。”

黎瑞刚,曾任中共上海市委副书记、上海市委办公厅主任、上海文广新闻传媒集团总裁、上海第一财经传媒有限公司董事长。人称“黎叔”,此前,国家主席习近平造访曼城,“黎叔”便随行。通过种种历史迹象不难看出,“黎叔”口中的“中国体育产业的信心”将会引发更多的布局。

事实上,2014年,国务院下发《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》的46号文件,全民健身上升为国家战略,提出2025年体育产值将超5万亿的发展目标。中国的本土企业向来对政策的发布有着天生的敏感,此次,众企业大刀阔斧地进军世界体育产业市场,其动力来源并不单纯,甚至部分企业并不具备明确的战略目标。

有业内人士表示,“目前,世界的体育产业市场需要更多的资本,在国内很多体育产业目前都还没有。坦白讲,我们只能往外投钱,但如果一直这样下去,会把收购的成本推上去。”

这一年来体育产业资本输出的“大跃进”,归根结底,是体育产业目前是片蓝海,但发展绝不能仅靠“有钱就任性”,“黎叔”的观点一语中的。“砸钱到国外和发展本土体育产业的重要性同样不言而喻”。有业内人士表示,企业需认清自身状况,首先顾好本身发展和创新。

对于收购,业内还是基本给予正面评价,认为收购将使中国体育在国际上拥有更多的话语权,“交易打开了一个又一个的窗口”,在未来全球性的体育产业中,中国不再只是一个看客,而是一个战略参与者、甚至是主导者。有业内人士支招,若万达将版权与院线等资源结合,则会有更大的想象空间。比如将2018年世界杯带进电影院,带动广告销售和门票售卖。在巴西世界杯前,万达曾跟央视合作,多次向广电总局申请在院线播放世界杯,但未被允许。此外,还有影视制作等都具有广阔的发展空间。

对于企业本身,比如万达,图什么呢?“赚钱、布局。”欧迅体育总裁朱晓东认为,万达看重的是盈方在世界杯的赛事转播权销售和代理资质,还有盈方多年来在该领域积累的经验 and 人才资源。这将为中国企业带来软实力上的提升。