

中国文化产业投资基金双周刊

第二十四期（2013年1月21日）

一、 热点评析及投资研判

本期主题：中国足协和IMG联姻，中国体育产业掘金

1. 事件简述

近日有媒体传出中国足协正与美国国际管理集团(IMG)商谈，签署了一份长达十年的合约。据悉，在双方签订的十年合同中，IMG 公司将全方位负责中超联赛的运营，其中包括帮助各个俱乐部经营票务，展开球员培训。此外将会帮助中国足协在全球范围内接洽广告赞助商和联赛冠名权赞助商。在联赛的现场直播方面，据悉 IMG 和中央电视台成立了的合资公司 CCTV-IMG，将制作、报道和宣传中超赛事。

2. 背景分析

IMG 和中国足协的合作表明中国体育产业正逐渐成为国际顶级赛事运营公司争抢的蛋糕。

体育产业一般指生产体育用品和提供体育服务的经营性行业，在这里我们主要指后者，它往往包括赛事运营、体育传媒、场馆运营、体育衍生品开发等行业。根据 PWC 的报告，2012 年全球体育行业(赞助、门票收入、媒体转播权、体育纪念品四项)的规模约为 1300 亿美元，其中中国的市场规模为 27.6 亿美元。

中国体育产业的运行机制正处于举国体制逐步向市场化运作过渡的进程之中，市场规模正在逐步扩大，产业链正在逐渐形成，体育产业的投资机会将在未来几年逐步凸显。当然，目前国家体育总局下属的各个体育中心仍然是事业单位，而与中心并列的各体育协会，虽然属于民政系统注册的社团组

织，但往往是两块牌子一套人马。核心的赛事资源和运动员资源还牢牢掌握在体制内，所有权归属并不明确，因此体育产业的市场化进程并不会一帆风顺。

3. 投资观点

- 在赛事选择上，应该瞄准商业化普及程度较高、观众基础庞大且夺金实力较弱的体育项目。随着赛事商业化程度的逐渐提高，基于这些赛事的产业链会逐渐成熟，投资者便于在产业链的各段发现潜在的投资机会。而夺金实力较弱的体育项目会越少受到举国体制因素的困扰，从而为完全的市场化、商业化运作创造条件。目前，在国内满足这些要求的赛事主要包括足球、篮球、排球、网球以及高尔夫等。例如上赛季中超联赛平均每场观众达到 17,675 人，总共有 424 万人次观看了上赛季的中超联赛。中超联赛已经成为全球第十大联赛，亚洲最大规模的联赛，然而从上座率的角度来看，中超体育场平均容量为 38,307 人，因此上座率只有 46%，相比英超（97%）、德甲（93%）、荷甲（90%）的上座率，中超联赛的市场潜力非常大。
- 从赛事运营企业来看，核心赛事运营还掌握在国外公司手里，国内资本最有可能在网球和高尔夫领域获得突破。目前 CBA 联赛由瑞士盈方公司运营，每年给予中国篮协的保底价格约为 3 亿人民币。中超联赛十年的运营合同则刚刚被 IMG 拿下。然而在网球运营方面，北青报下属的中国网球公开赛公司已经成为国内最大的网球类赛事运营商，并凭借十年的运营经验，打造了一支业内较为专业的队伍，积累了相当多的赞助商、票务运营商、衍生品资源。随着上海公开赛、深圳公开赛、广州公开赛、武汉公开赛以及天津公开赛等赛事的启动以及升级，国内各项网球赛事年度总奖金规模将接近 2000 万美元，再加上李娜、郑洁等明星的带动作用，中国的网球市场将继续迅速扩大。同样，高尔夫球领域也呈现出网球产业相似的特点。因此从这个角度来看，能够贯穿产业链的领先的网球或高球赛事运营企业应该成为下一阶段投资关注的重点。

- 从体育传媒的角度来看，核心媒体资源被央视垄断，应该重点关注新媒体领域以及线上线下结合的投资机会。目前国际赛事的国内转播权由央视独家谈判及购买，国内的赛事电视转播资源也基本被央视控制，因此绝大多数体育赛事基本难以获得电视转播权收入，恰恰相反，在国外媒体转播权已经成为体育赛事收入的最主要部分。比如中国网球公开赛每年可以获得海外电视转播权销售收入 1000 万元，而国内转播却没有收入。随着新媒体企业的兴起，优质赛事的新媒体转播权获得了一定程度的突破。中网公开赛 2012 年就获得了 300 多万的新媒体收入，而澳网、亚冠等比赛在国内也能获得近 1000 万的新媒体收入。当然，媒体传播又仅仅是构成了体育产业链上的一环，纯粹提供资讯的体育媒体由于进入门槛较低，面临较大的市场竞争压力，难以获得长期持续的业绩增长，因此新媒体还必须结合体育行业的特点，打通线上和线下两个渠道。一方面线上更多体现媒体资讯、社区互动、支付交易等职能，另一方面线下更多体现赛事组织运营及体育服务提供等职能，只有这样才能够在体育产业构建核心竞争力。

二、 文化产业重要政策动向

1. 发改委

2013 年 1 月 15 日，国家发展改革委办公厅发布《关于印发 2013 年东部城市对口支援西部地区人才培养计划的通知》（发改办西部[2013]4 号）。为做好 2013 年东部城市对口支持西部地区人才培养工作，按照《国家发展改革委关于进一步做好东部城市对口支持西部地区人才培养工作的指导意见》（发改西部〔2010〕2519 号）要求，在与东部 13 个城市沟通协调的基础上，结合西部地区实际需求，制定了《2013 年东部城市对口支持西部地区人才培养计划》。

2. 财政部

2013 年 1 月 18 日，财政部发布《关于熊猫普制金币免征增值税政策的通知》（财税[2012]97 号）。为完善投资性黄金相关税收政策，经国务院批准，

自 2012 年 1 月 1 日起，对符合条件的纳税人销售的熊猫普制金币免征增值税。

3. 科技部，教育部

2013 年 1 月 15 日，科技部、教育部发布《关于认定长春理工大学科技园等 9 家大学科技园为第九批国家大学科技园的通知》（国科发高【2013】12 号）。根据科技部、教育部印发的《国家大学科技园认定和管理办法》（国科发高[2010]628 号），科技部、教育部组织专家对提出申请的大学科技园进行了评审和现场核查。根据专家评审和核查意见，经科技部和教育部研究，决定认定长春理工大学科技园等 9 家大学科技园为第九批国家大学科技园。

4. 商务部，海关总署

2013 年 1 月 11 日，商务部、海关总署发布 2013 年第 2 号公告《自动进口许可证联网核查系统上线运行公告》。为进一步加强自动进口许可管理货物的监测和预警，促进对外贸易持续健康发展，商务部、海关总署决定自 2013 年 1 月 15 日起，在全国商务主管部门发证机构和各海关运行自动进口许可证联网核查系统。

5. 国家旅游局

2013 年 1 月 16 日，国家旅游局办公室发布《关于 2013 年全国旅游市场工作要点的通知》（旅办发[2013]8 号）。2013 年旅游市场工作的总体思路是：全面贯彻落实党的十八大和中央经济工作会议精神，围绕《国务院关于加快发展旅游业的意见》，按照《关于做好新形势下旅游市场宣传推广工作的意见》具体要求，以把旅游业培育成国民经济的战略性新兴产业和人民群众更加满意的现代服务业为目标，以提升旅游市场效益为核心，以旅游产品推广、旅游形象宣传、旅游氛围营造为重点，以创新推广观念、改进推广方式、完善推广机制为突破口，以强化队伍建设和扩大资金投入为保障，充分发挥旅游市场工作的龙头带动作用，扎实做好旅游市场各项工作，努力促进旅游产业持续健康发展。

三、 国内外重要业内资讯

1. 国内投资动态

2013年1月7日-2013年1月20日 VC-PE 投资事件						
融资时间	交易	投资机构	交易金额	融资币种	融资轮次	行业分类
2013-01-09	腾讯注资欢乐淘	腾讯	N/A	N/A	VC-Series A	移动互联网
2013-01-08	大朴网获得300万美元的天使投资	N/A	300万	美元	Angel	电子商务
2013-01-07	戈壁4000万元注资够快科技	戈壁	4000万	人民币	VC-Series B	应用软件
2013-01-06	IDG资本注资米折网	IDG资本	500万	美元	VC-Series A	电子商务

欢乐淘是由北京醋溜科技开发的一款移动电商导购应用。欢乐淘每天推荐 5 个十：十件衣服、十个包包、十款鞋子、十件配饰、以及十款美妆。主要针对淘宝和淘宝商城，并联合京东商城、当当网、凡客诚品等各大商城网站进行返利合作。

大朴网由库巴网创始人王治全二次创业建立，是一家家纺业的自主品牌 B2C，为用户提供高品质的家纺产品。目前主要有床上用品、毛巾浴巾、杂货三个类目的产品。王治全介绍，大朴网主做高端的自有品牌家纺产品，目标群体是年收入 20 万以上的家庭。

够快是国内领先的基于云存储的协同服务提供商。面向各类规模的企事业单位、政府机关以及学校团体，提供建立在阿里云平台上的云存储以及基于云存储的各类协同应用服务。可以方便且安全地实现随时随地和团队成员一起协同工作。够快云存储是国内首款实现增量同步和选择性同步的产品，并创新推出了云文件管理器和局域网文件夹等功能。客户端覆盖 Windows, Mac, IOS, Android 等全部主流平台，在任何网络环境、任何时间、任何地点，企业成员间都能保持良好有效的文件协同与智慧共享。

米折网是杭州互秀电子商务有限公司旗下网站，创建于 2011 年 8 月，由原阿里巴巴团队倾力打造，是一家专注于网购省钱的国内领先的电商导购平台。米折网聚集了大量的网购买家和商家，会员通过米折网到合作商家购物后，米折网可从合作商家得到一定比例的销售提成，米折网再把提成返给会员，以此达到为用户省钱、为商家营销的共赢目的。