各路资本涌入体育产业蓝海

□本报记者 李香才

“2025年，产业规模5万亿元，《国务院关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》提出的这一发展目标正在吸引各路资本涌入中国体育产业。多家上市公司开始加速布局，对于那些并未涉猎其中的公司来说，也在寻找机会，以期在体育产业发展的浪潮中分得一杯羹。

7月31日，北京获得2022年第24届冬季奥林匹克运动会举办权，成为第一个既举办过夏奥会又举办冬奥会的城市。取得这一赛事的举办权，有望激发各路资本布局体育产业更高的热情。”

CFP图片

体育产业蓝海待挖掘

“到2025年，基本建立布局合理、功能完善、门类齐全的体育产业体系，体育产品和服务更加丰富，市场机制不断完善，消费需求愈加旺盛，对其他产业带动作用明显提升，体育产业总规模超过5万亿元，成为推动经济社会持续发展的重要力量。”这是去年发布的《国务院关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》中提出的体育产业发展目标。体育产业市场将从目前的不足万亿向5万亿发展，中国的体育产业将形成一片蓝海，这也是让各路资本兴奋的地方。乘着体育产业政策扶持的东风，上市公司正在加速布局。

东方明珠7月16日公告称，公司拟以自有资金约1807.97万欧元（约合人民币1.24亿元），参与投资盈方体育传媒集团。本次交易合作方分别为万达集团、IDG、华人文化产业投资基金等。此次交易中，东方明珠将与华人文化产业投资基金联合对外出资，共同持有盈方体育不超过5%股权。盈方是全球第二大体育市场营销公司，同时也是全球最大的体育内容生产商和分销商之一。公司覆盖体育营销的几乎所有领域，包含版权分销、电视信号与节目内容制作、赛事运营、品牌推广、赞助商服务等。

今年3月，《中国足球改革发展总体方案》发布，提出进一步改革足球管理体制，鼓励多元资本投入，实现足球市场化运作。目前足球产业已经上升为我国的重要产业，并且受到群众的广泛关注；盈方在足球产业拥有丰富的资源。东方明珠此次拟作为跟投方，与万达集团和华人文化产业投资基金等联合对盈方进行投资，将有助于东方明珠和五星体育在体育重大赛事转播权方面获得一些优势，推动公司互联网电视业务的发展。

7月14日，莱茵置业与中国体育报业总社签署了《关于体育产业之合作框架协议》。莱茵置业拟向中国体育报业总社全资子公司中体联（北京）建筑规划设计有限公司增资，以该公司为平台开展体育规划设计等业务。以双方合资的中体联（北京）建筑规划设计有限公司为股东，引进体育行业及相关行业优质资源，成立场馆设计、建设、运营管理一体化公司，开展以体育场馆设计、建设、运营为核心的体育产业业务。后续将共同积极拓展其他体育产业链布局，有助于进一步提升公司体育市场影响力，加速公司体育事业生态圈布局。

面对体育产业的巨大发展空间，一些公司寄望通过并购抢占市场先机。道博股份7月18日公布收购方案，公司拟收购双刃剑（苏州）体育文化传播有限公司100%股权。而对于一些尚未有成熟并购项目的公司来说，成立产业并购基金成为其布局体育产业链的一个有效手段。

雷曼光电7月14日宣布，公司拟与控股股东李漫铁、北京雷曼凯兴投资管理有限公司共同投资设立北京雷曼凯兴体育文化产业投资中心（有限合伙）。该基金将作为雷曼光电体育产业布局的平台，围绕其发展体育产业战略目标，对优质的体育文化、体育科技、互联网等领域的标的进行筛选、储备和孵化，为雷曼光电整合体育产业链资源提供充足准备。

国旅联合7月10日与锦绣中和（北京）资本管理有限公司签订了《国旅联合—中和资本设立体育产业并购基金合作意向书》。并购基金将配合国旅联合进行并购与产业整合，不断完善国旅联合产业布局，推动公司战略发展，打造国旅联合在体育行业的地位与竞争力。

除了政策红利之外，随着经济的发展，消费升级也为体育产业的快速发展提供了条件。制度红利与消费红利有望促使我国体育产业景气度持续提升，推进体育产业的长足发展，对涉足体育领域的企业而言，未来发展空间值得期待。

提升参与基础是关键

智美集团总裁沈伟在接受中国证券报记者采访时表示：“中国体育产业的总值在GDP的占比仅0.6%，而欧美国家有2%-3%。”沈伟认为，并不是说中国消费群体没有运动的消费需求，而是体制内的体育赛制导致我们并没有足够的产品提供给消费者来满足他们的需求。沈伟指出，中国的时尚人群和中产阶层在不断壮大，体育消费的人群越来越大，市场空间巨大，这也是许多财团、机构、企业都在加速布局中国体育产业的一个重要原因。

热钱涌入体育产业的热情到底有多高？今年1月，服装企业贵人鸟宣布将与虎扑体育合作成立体育产业基金，目标规模20亿元；万达集团在年初以4500万欧元（约人民币3.24亿元）买入西甲马德里竞技队20%股份后，再度高调收购欧洲最大的体育产业公司盈方，欲打造全球最大的体育产业公司；拆分自乐视网的乐视体育吸引了10家机构及个人投资8亿元，其“赛事运营+内容平台+智能化+增值服务”的体育生态模式成为吸引投资的最大亮点；就连国内著名的电视剧制作公司华录百纳也难奈“寂寞”，与其全资子公司蓝火共同出资5亿元成立体育产业公司。

5万亿的市场空间确实是一块大饼，但是这块大饼要如何吃到嘴里，并非易事。沈伟认为，虽然中国体育产业市场拥有巨大的想象空间，但并不适宜照搬欧美等国家的模式。“在欧美的体育产业，版权、商业及包括体育衍生品消费在内的个人消费的占比是4:3:3，但是中国的体育产业才刚打开，版权这块仍无法形成真正的交易，有时候不仅不能产生收益，可能还要产生支出，这一块需要时间来改变。”

那么，这5万亿究竟应该从哪里要市场？关键之道体育咨询有限公司CEO张庆曾指出，目前体育产业最核心的主题是体育竞赛表演和全民健身市场以及其延伸的体育旅游等领域。通过体育竞赛表演的繁荣，对体育传媒、体育培训、体育产品形成带动效应。按照张庆的说法，体育竞赛表演是当前中国体育产业的重要支撑点之一，沈伟则认为产业链的从业者的运营思路应该从B2B向B2C转移。

纵观今年进入体育产业的资本，有很多是体育传媒类企业，比如乐视、虎扑、PPTV等。沈伟指出，媒体平台开发出来的这些项目有很大的观赏性人群，而智美更多的是倾向于参与性的人群。“如果体育赛事仅是观赏，其收入来源仅是门票、或者赞助商的植入广告收入等，但智美更多注重把参与人群及其所影响的人群都成为终端客户。”沈伟认为，只有把他们的消费需求拉动起来，才是未来真正解决5万亿的一个根本。

按照沈伟的理解，比如运营一场足球赛，能记住运营商的球迷有限，而智美看中的是球迷本身，球迷才是智美未来真正有机会变现的基础。“即使是赞助商，他们最看重的也是通过在球迷中推广企业形象、树立品牌，在这一点上和我们的方向一致。”沈伟指出。

“现在大家都在去抢大的IP，我不否认IP的价值，但是更重要的还是要解决参与的基础。”智美集团董事局主席任文在接受中国证券报记者采访时表示。智美集团在体育产业运营方面已初具优势，目前智美集团在中国每年负责运营的各类赛事项目达到300场左右，参赛人口达数百万。同时，其开发的网络平台负责全国3000万体育人口的网络报名体系，每天有120万人通过智美的网络终端，完成预约比赛、场地、教练等服务。

智美集团的“群众性”路线与国家政策的不谋而合。《国务院关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》提出，要丰富业余体育赛事，在各地区和机关团体、企事业单位、学校等单位广泛举办各类体育比赛，引导支持体育社会组织等社会力量举办群众性体育赛事活动。据任文介绍，智美集团在赛事运营方面，已经和全国15个省市体育局签署了战略协议，这些地区大量的群众性体育项目都由智美集团负责运营。“今年直接参加智美集团体育项目的人数有望达到1000万，这些运动人口是我们最大的一块财富，也是中国体育产业最大的一块财富。”

探索产业链整合

目前涉猎体育产业的各方资本，瞄准体育产业链各个环节。比如贵人鸟的体育产业基金重点关注赛事运营、体育培训、个人健身服务和体育装备等领域；万达集团则控制产业的上游，包括拥有核心资源的版权和营销权；而华录百纳瞄准的是体育营销、体育知识产权、体育媒体运营等板块。

“体育要跨到很多门类里才能实现商业化及市场化。”在沈伟看来，体育产业过去一直在体制内，甚至不能称之为产业。松绑之后，可以形成多个产业化方向，其中的商业化空间非常大。

事实上，现阶段的体育产业仍存在诸多局限性。张庆坦承，体育产业链比较长，其有赖于链条多个环节形成有效的价值传递，目前这条产业链并不完整。

值得注意的是，已经有一些企业开始探索产业链的整合。在收购双刃剑（苏州）体育文化传播有限公司之前，道博股份2014年4月收购了一家电视剧制作公司——浙江强视传媒有限公司。在收购强视传媒之时，道博股份提出深入推进并打造“文化产业整合平台”的长期发展战略，通过收购双刃剑，道博股份业务将延伸至体育产业，实现在体育产业的快速布局，初步形成“文化+体育”的大文化产业格局。

单从体育产业发展规划方面来看，双刃剑正在构建“体育营销生态圈”，逐步打造业务范围覆盖赛事运营、体育版权、体育旅游、体育视频、体育经纪、体育科技与体育大数据的大体育产业集团。随着体育营销生态圈的逐步形成，苏州双刃剑将形成自有IP加平台运营的发展模式。

“体育产业链实际上很长，大家现在熟识的还是赛事，但是除了赛事之外还包括体育+运营、体育+场馆、体育+保险、体育+康复、体育+医疗、体育+金融、体育+服务等诸多方面。”任文在接受中国证券报记者采访时道出了其对于体育产业链的认识。

智美集团试图通过各种跨界联合把短板补上。今年6月，智美集团宣布，与特步国际控股有限公司签署战略合作协议，双方在赛事运营、品牌推广、创新型体育装备用品的市场开发和产业链整合布局等方面展开全面深度合作。今年年初智美集团与LKK洛可可设计创新集团签署战略合作协议，共同开发体育娱乐产品及衍生品，悄然开启了“体育+全产业链”的布局。此外，除了与洛可可的合作，智美还通过与士林夜市合作，将庙会餐饮引入比赛现场；通过与培训优秀师资合作，打造线下线上系统培训服务延伸；通过与旅行社合作，为广大运动爱好者提供体育旅游产品。

方正证券传媒与互联网首席分析师杨仁文认为，体育营销市场前景广阔，是切入大体育产业的重要入口。参考北美地区，其体育营销收入从2009年的115亿美元增至2013年的139亿美元。我国2013年体育服务行业产值6960万元，占整体体育产业增加值的比重仅为19%。据前瞻产业研究院预测，到2025年我国体育服务行业产值将达近2万亿元，年均增速32%，占整体体育产业增加值的比重为40%。体育营销是体育服务的核心内容，具备强大的价值创造、市场挖掘、创新拓展能力。

多领域挖掘 冬奥会受益概念股

□本报记者 李香才

2022冬奥会的举办，将会是继2008年夏季奥运会之后，在中国举办的又一个盛大的赛事。综合多家券商观点来看，冬奥会的举办有望带动滑雪基础设施建设，促进个人滑雪装备市场规模提高。冬奥会的举办将直接从多个方面利好体育产业，另外还将对举办地的住宿、餐饮以及周边地区的旅游带来利好。

冰雪产业迎利好

国联证券建议关注探路者、国旅联合、中体产业等公司。探路者为户外龙头企业，有望充分受益滑雪装备市场扩容；国旅联合新设体育子公司签订冬运开发协议，冬运经验有望复制到冬奥会上；中体产业为体育总局旗下唯一的上市平台，具备冬奥会门票运营经验。

目前我国滑雪场数量和滑雪人数保持较高速增长，国联证券报告预计到2025年，我国滑雪行业将步入成熟期，滑雪场数量有望突破500家；滑雪人数有望达2900万，滑雪人次达7200万规模。此外滑雪场基建尚存改善余地，滑雪装备多元化发展，滑雪场运营收入有待提升，整体市场空间广阔。冬奥会申办营造滑雪文化氛围，带动滑雪基础设施建设，带来行业发展新契机。在政策支持与冬奥申办双重利好下，滑雪行业将迎来黄金发展期。

探路者计划募资打造户外生态圈，其中包括露营滑雪及户外多功能体验中心项目；体育事业群计划在2015年开设第一家滑雪场，力争在2017年达到20家，2021年突破50家，并将与旅行事业群协同发展，建成以冰雪文化为核心的户外文化体验中心。另外在户外运动装备板块，公司已提前布局，目前已经推出滑雪产品线，与欧美滑雪品牌的合作也在洽谈中，随着冬奥会的成功申办，公司有望实现与奥组委的深度合作。

民生证券报告认为，相关产业链方面，根据历届冬奥会的相关经验和数据，2022冬奥会的举办将直接从赛事运营、有线媒体转播、新媒体转播、相关交通客运传媒平台四个方面利好传媒体育板块。民生证券建议关注中体产业、东方明珠、乐视网和北巴传媒。

旅游餐饮等有望受益

大型体育赛事一般对举办城市，甚至是举办国都将带来较为显著的经济效应。赛事举办期间，举办地的客流量将会有显著提升，对当地的住宿，餐饮带来直接利好，同时对周边景区客流也有显著的溢出效应。2014年索契冬奥会迎来100万游客，旅游收入增长47%。2010年2月冬奥会期间，温哥华地区游客达到54.7万人次，比上年增加9.9万人。

国泰君安认为，尽管近年来我国已举办较多大型体育赛事，但冬奥会作为冬季运动的最高级别赛事，仍将给申办地区甚至是所在国带来显著的效应，特别是在冰雪旅游方面，有望最大程度地刺激国人对于投入冰雪旅游及运动的热情。

国泰君安建议，投资者可以从北京张家口申奥成功带来的对于冰雪体育的刺激效应，以及对北京本地区域效应两方面考虑投资机会。冰雪体育题材受益周期较长，重点推荐长白山、国旅联合及中青旅。从北京地区的餐饮、酒店、旅行社服务等角度考虑，推荐全聚德、首旅酒店、易食股份、众信旅游、中国国旅等，这些公司受益时点可能相对较晚。

多地体育产业政策 加速落地

□本报记者 李香才

随着国家体育产业扶持政策的出台，各地也在加快地方版体育产业政策的落地。近期广西、北京、河北、安徽、天津、重庆等地下发文件，以推动当地体育产业的发展。由于各地具体情况不同，体育产业规模目标也相差较大。

发展目标敲定

各地均提出了未来体育产业规模发展的目标。安徽提出，到2025年，全省体育产业总规模达到2000亿元左右，力争建设1个国家级体育产业（示范）基地、一批特色鲜明的省级体育产业基地。天津提出，到2025年，建设10个市级体育产业基地，打造10项高级别体育品牌赛事，培育100个群众喜爱的全民健身品牌活动，体育产业总规模达到1000亿元。重庆提出到2025年，体育产业总规模在2020年基础上年均增长10%以上，达到1000亿元，成为推动经济社会持续健康发展的重要力量。

北京和河北提出的产业发展规模较大。北京提出，到2025年，全市体育产业总规模超过3000亿元，实现增加值500亿元左右；河北提出，体育产业总规模超过3000亿元，成为推动经济社会持续发展的重要力量。

另外，各地文件也对体育产业的普及率、大众的参与等方面提出具体目标。安徽提出，到2025年，确保经常参加锻炼人数达到3000万以上，人均体育场地面积达到2平方米，体育公共服务基本实现全覆盖。天津提到，2025年，人均体育场地面积达到2.5平方米，经常参加体育锻炼的人数达到全市户籍人口总数的48%，群众体育健身和消费意识显著增强，体育公共服务覆盖全民，建立比较完善的全民健身公共体系。重庆提出，到2025年，全市人均体育场地面积达到2平方米，经常参加体育锻炼的人数超过1400万，市民体质抽样合格率保持全国前列。

地方特色凸显

由于特殊的区域位置，广西提出，到2025年，建成面向东盟，辐射我国西南中南地区的区域性国际体育产业交流合作的重要平台。广西将发挥“一带一路”有机衔接的重要门户作用，加强与东盟国家和我国西南中南地区的体育产业交流合作。加大力度引进一批有影响力的国际体育组织、体育集团公司的教育培训机构、销售中心等落户广西体育产业城，或联合建立项目合作推广示范基地。

作为首都，北京提出，到2025年，基本建成符合首都城市战略定位的体育产业体系；体育服务业增加值占体育产业增加值的比重达到70%以上。组建一批集团化、连锁化的大型体育服务企业，培育3至5家国内一流、国际知名的上市体育企业。北京提出，要坚持和强化首都城市战略定位，立足奥运城市，发挥首都优势，紧抓申办2022年冬奥会和推动京津冀协同发展契机，将满足群众体育需求与促进产业转型升级相结合，激发体育消费活力，推动体育产业加快发展。

骆驼股份

骆驼集团股份有限公司（601311）欢迎我们的合伙人

政府积极倡导传统产业通过互联网+完成产业升级。目前，汽车产业不断升级，汽车零部件厂商正在积极布局转型互联网+汽车后市场，汽车及汽车零部件行业正在经历深刻的变革，汽车行业服务模式和销售模式的创新式发展已经成为新常态。

在传统行业借助互联网产业创新已成为趋势的行业背景下，公司也正通过布局电子商务平台完成公司战略转型。转型成功后公司将成为基于互联网平台的涵盖“起动用铅酸蓄电池生产+回收”和“新能源电池生产+新能源汽车租赁”业务的汽车后市场综合服务提供商。

公司的电子商务平台以公司控股的独立子公司模式运行，注册地拟设在北京/上海/深圳等一线城市。

为共同做大我们的事业，公司热忱欢迎有识之士成为我们电子商务平台的合伙人。

只要你有大型互联网公司成功的运营经验，欢迎加入！

若你在互联网领域创业已初步获得成功，也欢迎你带着你的公司和团队一起加入！

欢迎我们的合伙人，共同做大骆驼股份（SH601311）的互联网平台！

联 系 人：孙权先生

联系方式：15897971398

0710—3344696

邮箱：sunquan@chinacamel.com