

海信马鞍山“国家体育训练中心”变形？

体育休闲产业难解模式困局

本报记者 曹学平 马鞍山报道

时隔3年，彼时声称的大型体育馆依然“难产”，期间还遭到媒体“以体育休闲项目为名建高尔夫球场”的质疑。

2012年11月29日，海信马鞍山濮塘体育休闲产业项目正式开工建设。该项目当时宣称以“国家体育训练中心(小球、汽摩)”为主体，配合多种生态休闲运动项目

走样的“小球场”

在“小球训练场”的映衬下，旁边已经建成的一期低密度住宅在幽静的山野间显然格外富丽堂皇。

据公开资料显示，濮塘体育休闲产业项目位于马鞍山濮塘休闲度假区内。由青岛海信房地产开发有限公司投资建设，占地约5654亩，其中建设用地约1622亩，建筑面积约54万平方米，总投资约50亿元，计划通过引进专业体育项目，承办国际大型体育赛事，致力打造具有鲜明时代个性、地域特征，生态环境一流，功能齐备，以“国家体育训练中心(小球、汽摩)”为主体，配合多种生态休闲运动项目、五星级酒店、国际会议中心、配套服务为一体，具有国际标准的综合性运动休闲旅游中心。项目建成后预计年接待游客100万人次以上，旅游收入超10亿元，吸纳5000人就业，年上缴利税1亿元以上。

不过，该项目一开始建设就遭到了媒体的质疑“以体育休闲项目为名建高尔夫球场”。

对此，濮塘休闲度假区管委会在2015年的一份书面说明中对此解释称，有少数媒体说及所谓的“高尔夫球场”，缘起海信公司拟建一小球训练场，作为濮塘

目、五星级酒店、国际会议中心、配套服务为一体，打造具有国际标准的综合性运动休闲旅游中心。

不过，《中国经营报》记者实地调查发现，该产业项目除了一期低密度住宅已经建成交付，而体育设施则建设缓慢，多功能体育馆、运动员公寓主体工程才刚完工，“小球训练场”因土地违规已被国土部门责令复耕复绿，但很难看出有耕种的迹象。

体育休闲产业项目的配套设施，在其动工后，因涉嫌有农用地非农化倾向，市、区国土部门，度假区管委会都采取了相关措施，海信公司小球训练场已按国土部门要求整改完毕，所谓“高尔夫球场”事实上不存在。

该说明还表示，2013年6月，2014年1月马鞍山海信旅游投资有限公司通过合法程序获得711.585亩土地使用权，海信公司目前建设的项目均在已获得土地使用权的地块上。

1月19日，马鞍山濮塘休闲度假区管委会一位官员告诉《中国经营报》记者，濮塘体育休闲产业项目总体规划、手续齐全，只是子项目小球训练场原来占用土地的是农业用途的集体土地，是经过管委会流转过去的，“我们发现海信在进行非农建设，立即去函要求对方停止建设。目前，项目的多功能体育馆、运动员公寓、山地运动赛道都已基本建成。”

据马鞍山市国土资源局相关人士介绍，2013年6月9日，马鞍山市国土资源局花山分局针对



球场尚看不出有耕种的迹象，而远处隐约可见的低密度住宅则格外富丽堂皇。

曹学平/摄影

多元功能需求，使得场馆利用率难以提升。

而著名体育学者、江西财经大学副校长易剑东曾公开表示，大型体育场馆的运营，在国内已经成了一个无解的难题。

易剑东曾在2012~2013年以访问学者的身份在美国考察了一年，“我离开纽约时，这座城市正准备上马几个大型体育场馆工程，纽约的大型体育场馆资源本来就很多，但仍不能满足需求。美国大型体育场馆的经营收益来源，包括场馆冠名权、赛事门票收入和赛事电视转播权收入。美国的一些大型体育场馆的冠名费一年能达到1亿美元，举办体育比赛的年入场人次达到5000万至7000万人，还可以从总额动辄数十亿美元的赛事电视转播权中分成，这些巨大的收入来源，是中国大型体育场馆不可想象的。”

一个不可争议的事实是，保证美国大型体育场馆盈利的关键，是发达的职业体育赛事体系和体育产业，这也是西方国家大型体育场馆运营的通行模式。

国内权威的体育场馆运营专家、北京体育大学教授林显鹏曾对媒体表示，“长期以来，很多人都认为我国大众健身场地不足与大型体育场馆的利用率不高有着必然联系，这本身就弄错了对象。世界上没有哪个国家是把大型体育场馆当作全民健身设施使用。”目前，我国大型体育场馆普遍存在的运营问题，不可能以场地用作全民健身的方式来解决，老百姓健身场地不足的问题也不可能靠开放大型体育场馆来解决。与西方很多国家一样，我国大型体育场馆主要依靠职业体育赛事体系和发达的体育产业来支撑。然而在目前的中国，无论是职业赛事体系还是体育产业，都十分稚嫩。

产业难题

保证美国大型体育场馆盈利的关键，是发达的职业体育赛事体系和体育产业，这也是西方国家大型体育场馆运营的通行模式。

高压政策之下，为什么多年来投资商对高尔夫球场还一直趋之若鹜？

事实上，早在2004年1月10日，国务院办公厅就下发了《关于暂停新建高尔夫球场的通知》，要求自通知印发之日起至有关的政策规定出台前，地方各级人民政府、国务院各部门一律不得批准建设新的高尔夫球场项目。通知还强调，尚未开工的项目一律不许开工建设。

不过，2004年中央发文暂停新建高尔夫球场时，全国的高尔夫球场数量不到200家。而10年之后，这个数字已经超过600家。国内高尔夫球场在“明令禁止”中逆势增长。

2014年7月，国家发改委、国土部等11个部委联合下发《关于落实高尔夫球场清理整治措施的通知》，史上最严厉的取缔违规高尔夫球场整治风暴开始。

中国高尔夫协会原秘书长崔志强曾表示，“高尔夫球场往往配套建设高档商品房，可借建设高尔夫球场之名，行大规模建设高档商品房特别是别墅之实，以乡村俱乐部、城市公园和休闲公园的名义建设高尔夫球

场，开发房地产。”

上述管委会官员则对记者表示，体育休闲产业项目投资回报周期太长，一般这样的肯定要配套一定的房地产开发项目，让投资者加快资金回笼，平衡在体育产业项目上的投入。

《中国经营报》记者在现场采访发现，目前，濮塘体育休闲产业项目多功能体育馆、运动员公寓主体工程已经完工，孤零零地耸立在风中，山地运动赛道也已建成。这些体育设施下一步如何在运营中营利？截止发稿时，海信方面对记者的采访要求没有做出任何回应。

易观智库发布的《中国体育产业专题研究报告2015》显示，目前国内体育场馆普遍面临利用率不高、效益提升困难的问题，体育赛事和健身运动是体育场馆的主营业务，但中国居民在体育场馆健身的比例只有15.3%。主要原因在于：一是缺乏市场化运营；二是缺乏成熟的职业赛事体系作为场馆内容支撑；三是用户场馆健身的习惯尚未养成；四是国内体育场馆的功能设计单一，难以满足除大型赛事之外的文艺演出、文化博览等

智美体育“跑马”圈地三道坎：成本、安保、现金流

本报记者 罗辑 成都报道

被体育风口瞬间推上“龙头股”地位的智美体育开始“大手笔”拓展自己的商业版图。

日前智美体育宣布，由中国田径协会主办，集团负责整体运营的“一带一路”马拉松系列赛事启动。公告称，此次系列

意在体育IP?

随着国务院关于加快发展体育产业第46号文件的印发，体育风口的来临，已经在体育市场布局多年的智美体育登上了龙头股的地位。2015年8月，公司也将名称由智美集团改为智美体育，再次明确立足体育领域的发展轨迹。

与此同时，当风口来临，各路资本、各种团队也开始涌现，体育产业的各个端口竞争瞬间加剧。其中，智美体育主要布局之一的“跑马”更是成为了香饽饽，由不同机构牵头，运营的大小赛事在各地相继举办。

2016年新年伊始，智美体育发布自愿性公告，宣布“一带一路”马拉松系列赛事启动，该系列赛事由中国田径协会主办，集团负责整体运营。同时还透露，这一合作将是集团与田协全面战略合作的序幕，后续还将有其他重大合作。

“该赛事将围绕与‘一带一路’相关的国内外城市，创新办赛模式，促进中国路跑产业的国际化发展。”智美体育发布的公告中显示，该系列赛将被打造为国际赛事品牌，“2016年每年举办4-8站，田协负责整体规划和技术管理，集团负责赛事运营、赛事执行、版权运营、商业运营等工作。”

而从该系列赛事收益的挖掘方面，智美体育集团副总裁宋鸿飞告诉《中国经营报》，“‘一带一路’系列赛通过举办和参与更多的赛事、通过赛事整合的形式

赛的合作拉开了集团与中国田径协会全面战略合作的序幕，后续其他重大合作也将陆续进行。不过一些业内人士指出，在摆脱单一业务依赖的同时，智美体育的多元拓展也会给其带来成本控制的挑战，如何化解这一矛盾则考验了后者未来的盈利能力。

去创造更多商业收益的机会，这个收益会远高于单站收益。将来会围绕更多的产业链来产生盈利模式，比如旅游、经济交流、城市人口创造更多的机会。脱离单站的盈利模式，用整合的方式把更多的价值变成我们的收入，利润部分来拼一定会变得更高。”

“这个举动不乏打造体育IP的意图。”一位在2015年进入路跑赛事运营的业内人士提道，“不论是大型还是小型的团队都在圈地，赛事铺开还在于攫取协会、地方政府资源和参赛选手流量端口。”该人士提及，体育运营最重要的是打造赛事IP，智美体育扩大赛事半径的用意在于利用已有优势，加快打造品牌效应。

东兴证券研究员谭可就该系列赛的合作也提及，城市马拉松如今进入快速发展期，提升赛事质量、打造国际赛事品牌是发展重点，“智美与田协全面合作将增加高端高质量马拉松赛事的质量和供给，同时丰富智美自营马拉松的赛事资源。”

宋鸿飞透露，未来智美体育与田协的合作将集中在两个方面，“其一包括全跑步产业领域，从赛事、跑团、跑者、俱乐部方面有一系列合作。会在旅游、保险、康复、培训等方面都会和田协一起来推动。其二将在国家队、省队田径项目上做一些品牌支撑，承担运营中国田协一些项目的商业推广和品牌传播。”

迅猛“圈地”

以与田协合作的系列赛开局，智美体育2016年的圈地计划也跃然纸上。

除了“一带一路”赛事外，据了解智美体育还将在2016年举办马拉松系列赛35场，参与人数达75万人；四季跑30场，覆盖300万人口；CBL篮球联赛3700场，覆盖20万人口；公路自行车系列赛75场，覆盖120万人口；全民健身系列赛1400场，覆盖1000万人口。运营的各项赛事将达到5240场，覆盖15个省份、60个城市。

对比2015年的同组数据，其赛事规模提升高达数倍，同时对于自行车、篮球、广场舞、少年滑轮等此前没有完全切入的端口进行了较大份额的布局。

成本考验

一方面，快速圈地加强了智美体育的竞争壁垒，但同时加速扩张也必然带来成本、内控的压力，攻防之间，智美体育还面临着平衡的难题。

根据智美体育2014年年报及2015年中报的财务数据，公司现金流并不宽松，其经营活动现金流净额长期并大额低于同期净利润，存在应收风险。数据显示，公司2014年经营活动现金流净额分别为6568万港元、4905万港元，而相对应其当期净利润分别为2.78亿港元、9314.1万港元。

因此，随着智美体育“圈地战略”的铺开，是否会造应收再度扩大、导致现金流紧张？“每个赞助商付款时间不一样，有延期都比较普遍。是分成还是独立运营，也会造成收入确认的时间不一样。随着发展扩大，应收扩大也很正常，这考验公司的融资能力、财务能力。”在上述业内人士看来，智美体育作为港股上市公司，这方面应该不构成其发展阻碍。

与之相比，更重要的问题在

数据显示，智美体育2015年举办的主要赛事有5场自营马拉松、6场四季跑以及由30多站赛事组成的徒步比赛（注：该数据指智美体育主要运用的大型系列赛事）。也就是说，智美体育此前“专攻”的马拉松、四季跑业务将在2016年放量增长近6倍，同时骑行赛事以平均每季度十余场的速度推开。

而在整体市场中，这一数字占比也非常可观。群益证券研究报告显示，公司2016年赛程中仅马拉松就占据了全国马拉松赛事市场的50%而智美体育集团品牌总经理黄义来告诉记者，“除了占有中国50%的马拉松赛事，智美体育还圈定了90%以上

的中国自行车系列赛事，几乎垄断了路跑和骑行这两项参与人口最广泛、参与城市最多的群众性运动。”

除了跑马和骑行外，记者注意到，2016年智美体育举办场次最多的为CBL篮球联赛。2015年年末智美体育召开的2016赛程及创新营销产品战略发布会上，智美体育副总裁宋鸿飞也曾公开提及，四季跑和CBL篮球联赛将是智美体育2016年大力部署的重头戏。

多元战略也使得智美体育能够更好地进行资源整合，从而提升整体竞争力。“目前竞争对手还难以做到像智美这样的全案运营推广，我们遇到的竞争是一些局部的竞争，不影响智美在整个体育产业的布局。”宋鸿飞表示。

这样的被动局面，在公司2016赛程及创新营销产品战略发布会上，副总裁张略指出，2016年公司将联合CCTV5、湖南卫视、浙江卫视、江苏卫视、新浪、PPTV、优酷土豆共同打造集制作、转播、播出为一体的体育传媒平台。“未来其他两方面的收入贡献会逐步提升，与国际先进盈利模式接轨。”盛杰透露。

但显然，这个一直困扰国内体育产业的问题并不会那么容易就解决，而伴随时间的推移，或许还有更多的难题需要智美体育去应对，一位体育系统相关人士告诉记者，“就最近兴起的城市马拉松而言，其实运营商的服务成本并不高，最大的投入在于场地和设备，所以利润(率)不错。但事实上，像国外的‘路跑’，他们要投入安保、医疗，尤其是在波士顿马拉松爆炸案之后，这方面要求都在提高，国内目前看来都是政府在做。最近马拉松赛事也出现了受伤，甚至死亡的个案，以后国内安保、医疗的要求肯定会增加。”

智美体育似乎也意识到了

乐视冠名国安 离恒大还有多远

文/赵正

2016年1月19日的北京异常寒冷，但乐视与国安体育战略合作的新闻发布会现场却异常火热，本来可以容纳300人的会场被挤入超过400人，其中不乏很多国安的铁杆球迷。

在中国足球界，国安俱乐部绝对是品牌知名度最高的一个俱乐部球队，国安俱乐部也在2009年获得中超联赛的冠军。然而，随着最近几年恒大俱乐部的崛起，国安足球俱乐部在联赛中的排名只是稳居前列，风头被恒大俱乐部压制。

恒大俱乐部的成功折射出资本与足球结合后的化学反应，而恒大集团也从中获得巨大的无形资产和营销上的巨大回报。这也许在某种程度上让国安俱乐部思考如何改革和创新。

“对于国安，他们一直在憋大招，但过去受资本左右，可施展的机会并不多，在体育产业崛起的环境下，国安的投资方向信集团绝对有足够的敏感性，他们会表达出对足球的热情，以及在资本方面的开放性。”懒熊体育创始人韩牧评价。

从这个层面去看，乐视体育和国安俱乐部也算是一次美好的牵手。国安俱乐部名誉董事长罗宁向媒体表示：在与乐视体育接触的过程中，发现后者对于体育，特别是足球的理解，与国安具有很多相似的地方，甚至有些地方国安可能想到但是做不到，但是乐视体育既能想到也能做到，这是双方能走到一起的重要原因。尤其是在吸引青少年方面，乐视体育走得更扎实一些，国安更关注梯队，但是乐视体育还关注青少年，乐视体育在很多省和城市都建立了青少年足球基地。

此次国安和乐视体育的战略合作，首先就是球队的更名，这个冠名费就为国安俱乐部带来了一亿的收入。对于未来关于股权合作的可能性，双方也是希望基于各自的优势，让国安俱乐部更加地市场化，在足球领域更加地有竞争力。

目前能看到的，最显而易见的效果就是，有了资本的注入，国安俱乐部在球员阵容的安排上也更有底气，这次国安俱乐部公布了新赛季强大的阵容，聘请意大利著名教练扎切罗尼为新任主教练，4名强力外援也已经敲定，分别是巴甲MVP奥古斯托、科林蒂安、拉尔夫和克里梅茨——显示出国安俱乐部在新赛季巨大的投入。

在韩牧看来，双方其实可做的东西很多，按照乐视以往的风格，应该是那种吸引眼球的方式，引入国外玩法、其他行业玩法的跨界组合——这也会给国安俱乐部的未来带来更大的想象空间。

当然，这些只是资本的想象，乐视版国安与恒大至少还差一个话语权。