

基于财务分析的中英职业足球俱乐部 经济收入来源对比研究

黄 娅, 张 岩

武汉体育学院研究生院, 湖北 武汉
Email: 894203271@qq.com, 827216446@qq.com

收稿日期: 2020年11月18日; 录用日期: 2020年12月8日; 发布日期: 2020年12月15日

摘 要

本文运用文献资料、财务分析等研究方法, 通过比较中英职业足球俱乐部主要经济来源——以中超广州恒大淘宝足球俱乐部和英超曼联足球俱乐部的年度财务报告为依据, 围绕两大足球俱乐部的门票收入、电视转播收入及商业收入展开研究, 对比分析中超与英超职业足球俱乐部在营利现状、盈利能力等方面存在的差距, 提出优化收入结构, 提高竞技水平、坚定品牌定位, 提升品牌形象等建议。

关键词

职业足球, 俱乐部, 经济来源, 财务分析

A Comparative Study on the Source of Economic Income of Chinese and English Professional Football Clubs Based on Financial Analysis

Ya Huang, Yan Zhang

Graduate School, Wuhan Sports University, Wuhan Hubei
Email: 894203271@qq.com, 827216446@qq.com

Received: Nov. 18th, 2020; accepted: Dec. 8th, 2020; published: Dec. 15th, 2020

Abstract

Using the research methods of literature, and financial analysis, by comparing the main economic

sources of the professional football club in the Chinese super league Guangzhou Evergrande Taobao Football Club and Manchester United Football Club on the basis of the annual financial report, around two tickets for the football club, television revenues and business study, the paper comparatively analyzes the Chinese super league and the premier league professional football club in the gap between for-profit status, profitability, etc., and puts forward suggestions to optimize the income structure, improve the competitive level, firm brand positioning, and improve brand image.

Keywords

Professional Football, Club, Economic Sources, Financial Analysis

Copyright © 2020 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

近年来,以俱乐部为载体、产业化为核心的足球运动发展日新月异。《足球改革方案》的发布使足球运动迎来改革大潮,而职业足球俱乐部作为足球产业的重要载体以及足球运动发展的动力要素,其本身的市场经营运作是否稳定、营利能力强弱对于足球运动的健康发展至关重要[1][2]。广州恒大淘宝足球俱乐部(以下简称恒大淘宝)作为中超运营最成功的俱乐部,曼彻斯特联足球俱乐部(以下简称曼联)作为英超盈利水平最高的俱乐部,基于此,从恒大淘宝和曼联2019年财务报告为切入点,选取两大职业足球俱乐部的门票收入、电视转播收入及商业收入进行比较分析、找出差距,并提出相应的对策建议,以期职业足球俱乐部未来长足发展提供理论支撑和实践价值。

2. 研究对象与方法

2.1. 研究对象

以“基于财务分析的中英职业足球俱乐部经济收入来源”为切入点,以恒大淘宝和曼联为例,围绕两公司发布的年度财务报告中的经济收入来源展开研究。

2.2. 研究方法

2.2.1. 文献资料法

通过在中国知网查阅与中英职业足球俱乐部、恒大淘宝俱乐部、曼联足球俱乐部的经营管理现状、盈利模式、收入来源、盈利能力等相关文献资料。通过文献资料阅读梳理总结,了解中英超职业足球俱乐部的收入来源情况,提供理论支撑。

2.2.2. 财务分析法

选取恒大淘宝和曼联2018、2019年度财务报告进行分析。

2.2.3. 逻辑分析法

运用比较法对选取的足球俱乐部年度财务报告中的经济收入来源进行分析,再运用分类法找出差异,提出存在的问题,汲取相关经验,提出相应的对策。

3. 结果与分析

3.1. 中英超职业足球俱乐部运营过程中的经济收入来源

根据恒大淘宝与曼联公司年度发行的财务报告分析。首先,恒大淘宝的营业收入主要包括门票收入、广告赞助收入、比赛出场费或奖金收入和其他收入,门票、广告、转播收入是俱乐部在运营状况中的主要经济收入来源,在一定程度上取决于球队比赛成绩与赛场激烈程度;而其他收入来源主要来自于球员出租、球迷商品等。据恒大淘宝 2019 年财务报告显示:恒大淘宝门票收入为 78,282 万元,占营业中总收入比重 7.32%;广告收入为 56,663 万,占营业中总收入比重 72.34%;转播收入 8707 万元,占营业中总收入比重 11.12%;其他的收入来源(球员出租费用、球迷商品收入等)占营业中总收入比重 9.23% (见表 1)。曼联的营业收入主要来自于门票收入、电视转播收入和商业收入三部分,据 2019 年财务报告显示:曼联 2019 年营业总收入为 62712.2 万英镑,门票、电视转播、商业收入分别为 11081.9、24,121、27509.3 万英镑,门票、广告、商业收入占营业收入的比重分别为 18%、44%、38%;其中商业收入包括两部分,分别是广告赞助收入,零售、销售、服装和产品收入(见表 2)。

为便于对比分析,按照国际惯例,对恒大淘宝与曼联年度财务报告所发布的各项收入进行归纳整理,将比赛出场费或奖金收入纳入为电视转播收入,将广告赞助、球员出租、球迷服装和产品许可销售等收入纳入为商业收入。拟从门票收入(比赛日收入)、电视转播收入、商业收入三方面进行对比分析。

Table 1. Guangzhou Evergrande Taobao Club revenue list

表 1. 广州恒大淘宝俱乐部营业收入一览表

项目	2019 年 12 月 31 日	占营业收入的比重%	2018 年 12 月 31 日	占营业收入的比重%
营业收入	78,282 万元	-	60,285 万元	-
其中: 门票收入	5726 万元	7.32	4123 万元	6.84
广告收入	56,663 万元	72.34	46,278 万元	76.77
比赛出场费或奖金收入	8707 万元	11.12	7718 万元	12.80
球员出租收入	3427 万元	4.38	-	-
球迷商品收入	3672 万元	4.69	-	-
其他	123 万元	0.16	2167 万元	3.59

注:数据来源恒大淘宝公司 2018~2019 年年报整理。

Table 2. Manchester United Football Club revenue list

表 2. 曼联足球俱乐部营业收入一览表

项目	2019 年 6 月 30 日	占营业收入的比重%	2018 年 6 月 30 日	占营业收入的比重%
营业收入	62712.2 万英镑	-	58975.8 万英镑	-
其中: 门票收入	11081.9 万英镑	17.67	10978.6 万英镑	18.62
商业收入	17,301 万英镑	27.59	17298.2 万英镑	29.33
零售商品收入	10208.3 万英镑	16.28	10285.3 万英镑	17.44
电视转播收入	24,121 万英镑	38.46	20413.7 万英镑	34.61

注:数据来源曼联公司 2018~2019 年年报整理。

3.2. 中英超职业足球俱乐部门票收入现状比较

3.2.1. 门票收入

足球属于典型的竞技类体育项目,其观赏性价值以及参与型消费成为最具吸引力的竞技类体育的盈

利能力最强的代表。门票收入作为职业足球俱乐部经济收入的一大来源, 比较恒大淘宝与曼联两者, 曼联作为当今世界上盈利最高的足球俱乐部, 收入远远高于恒大淘宝。据曼联公司 2019 年财务报告显示: 2019 年门票收入较 2018 年增加 94.3 万英镑, 维持在一亿英镑左右; 其门票收入占营业总收入比重达 17.67%。老特拉福德是英国最大的足球俱乐部体育场, 可容纳 74,140 人, 在 2018/19 赛季, 俱乐部 26 场主场比赛累计观众超过 190 万人次; 自 1997/98 赛季以来, 英超联赛的平均出勤率每个赛季都超过 99%。而恒大淘宝门票收入占营业总收入比重仅 7.32% (如表 3)。相比于 2018 年, 由于 2019 年取得中超联赛冠军, 门票收入同比增长 38.89%。

Table 3. Table of ticket receipts for professional football clubs in the Chinese Premier League

表 3. 中英超职业足球俱乐部门票收入一览表

俱乐部	营业总收入	2019 年门票收入	占营业收入的比重%
英超(曼联)	62712.2 万(英镑)	11081.9 万(英镑)	17.67
中超(恒大)	78,282 万(元)	5726 万(元)	7.32

注: 数据来源恒大淘宝公司、曼联公司年报整理。

3.2.2. 影响门票收入的因素

究其原因, 中英超足球俱乐部门票收入差距大主要有以下几点: 首先, 球队的比赛成绩是开展业务的核心, 赛季内球队成绩产生波动或是关键比赛结果不佳, 远远低于球迷观赏预期, 在很大程度上会直接造成比赛门票销售情况不好。其次, 比赛精彩程度也是影响球迷购买比赛门票的重要因素, 英超俱乐部各联赛市场操作化程度高, 赛场激烈, 关注度普遍偏高; 与此不同的是, 中超俱乐部联赛因呈现“假球”、“假哨”等消极事态影响, 球迷粉丝出现信任危机, 竞赛质量低下, 导致球场角逐观赏性不高, 从而门票收入不高[3]。最后, 球迷粉丝对俱乐部品牌的忠诚度是其购买门票的密钥, 我国职业足球俱乐部更名报道纷来沓至, 俱乐部更名后品牌定位发生变化, 不利于球迷粉丝建立品牌忠实度, 会导致自身品牌受影响, 主要表现在球迷对俱乐部品牌情感降低, 不利于形成情感纽带[4] [5]。

3.3. 中英超职业足球俱乐部电视转播收入比较

3.3.1. 电视转播收入

新媒体时代背景下, 媒体转播改变了体育竞赛的传统传播渠道以及方式, 并广泛应用于体育赛事传播之中。由于其受众性广、普及性高等特点, 媒体转播收入在中英职业足球俱乐部收入来源中的地位迅速提升。曼联获得的电视转播收入占营业总收入比重高达 38.46%, 相反恒大淘宝足球俱乐部仅占 11.12%。曼联的转播收入保持稳定持续增长趋势, 从 2017 年得 19409.8 万英镑上升到 2019 年的 24,121 万英镑, 同时电视等媒体转播收入占总收入的比重已由 2017 年 33% 上涨到 2019 年 38.46% (见表 4)。在英国, 对曼联和英超联赛的报道普遍存在于印刷、电视和数字媒体中, 可以吸引大部分数字媒体产品的追随者。恒大俱乐部借助电视转播收入也产生了较大影响, 恒大的 2019 年电视转播收入较 2018 年浮动增长 12.82%, 2019 年恒大获得年度中超联赛冠军, 电视等媒体转播收入增加。

Table 4. List of TV revenues of professional football clubs in the Chinese Premier League

表 4. 中英超职业足球俱乐部电视转播收入一览表

俱乐部	营业总收入	2019 年电视转播收入	占营业收入的比重%
英超(曼联)	62712.2 万(英镑)	24,121 万(英镑)	38.46
中超(恒大)	78,282 万(元)	63,849 万(元)	11.12

注: 数据来源恒大淘宝公司、曼联公司年报整理。

3.3.2. 影响电视转播收入的因素

随着经济社会科学和技术的蓬勃发展, 电视转播以及新媒体方式对于大型体育赛事的转播越来越司空见惯。电视以及新媒体方式对于联赛以及赛事的转播与俱乐部的知名程度、赛场球赛的质量高低、球员水平等密切相关, 不仅影响俱乐部门票收入, 而且影响电视转播收入[6]。球赛激烈程度是衡量足球联赛的价值所在, 激烈的球赛同样离不开各高水平俱乐部的相互切磋, 俱乐部的竞争力至关重要。

3.4. 中英超职业足球俱乐部商业收入比较

3.4.1. 商业收入

恒大淘宝发布的年度数据显示, 目前其主要收入为广告赞助, 其广告赞助收入占总收入的 72.34%。据统计, 恒大淘宝广告收入高达 5.66 亿元, 其母公司恒大集团贡献 4.63 亿元, 一方面, 赞助方恒大集团与俱乐部关系密切, 俱乐部几乎依赖公司资金进行运营管理, 自身盈利能力欠缺; 另一方面, 恒大集团通过投资俱乐部来获取企业品牌营销效应, 获取经济效益。2019 年恒大球迷商品购买火爆, 收入同比 2018 年增长 69.80%。截至 2019 年 6 月 30 日、2018 年 6 月 30 日和 2017 年 6 月 30 日的每一年, 曼联的商业收入分别占营业总收入的 43.8%、46.8% 和 47.4%。在商业收入方面, 通过赞助和零售、商品销售、服装和产品许可进行俱乐部品牌效应化推广, 截至 2019 年 6 月 30 日, 财报的商业总收入为 27509.3 万英镑(见表 5)。

Table 5. Commercial income of professional football clubs in the Chinese Premier League

表 5. 中英超职业足球俱乐部商业收入一览表

俱乐部	营业总收入	2019 年商业收入	占营业收入的比重%
英超(曼联)	62712.2 万(英镑)	27509.3 万(英镑)	43.87
中超(恒大)	78,282 万(元)	8707 万(元)	81.56

注: 数据来源恒大淘宝公司、曼联公司年报整理。

3.4.2. 影响商业收入的因素

首先, 合理有效的赞助合作关系是商业收入的重要手段。曼联通过与领先的国际和地区公司发展赞助关系, 将企业的品牌在全球范围内进行营销, 为了更好地利用自身俱乐部品牌的优势, 制定细分赞助策略。然而, 我国足球职业化进程起步较晚, 存在品牌经营意识缺乏、品牌价值不高等问题, 主要表现在: 一方面, 在开发广告赞助关系中, 缺少展现俱乐部自身的产品与服务, 无法充分宣传俱乐部的核心竞争力; 另一方面, 在广告赞助的引进招商过程中, 依赖于大型企业招商投资, 且由于品牌意识缺乏出现频繁更名现象, 造成品牌价值不高[7]。与此同时, 我国职业足球俱乐部赛事在观赏性和参与性的吸引力上不及国外职业足球俱乐部, 造成广告赞助商的投入缺乏持续性。

4. 结论与建议

4.1. 结论

基于财务分析视角研究中英超职业足球俱乐部的经济收入来源, 对比恒大淘宝和曼联的门票收入、电视转播收入以及商业收入三大来源, 可以发现我国足球运动在职业化进程中的营利现状和盈利能力上与国外相比存在较大差距。

4.1.1. 营业收入结构上存在不对等

营业收入的高低直接影响俱乐部经营状况, 通过对比分析, 恒大淘宝的营业收入来源结构与方式基本与曼联保持一致, 但是我国足球俱乐部的收入结构与方式呈现单向化, 营业收入结构的各项比重也呈现出不均衡。

4.1.2. 门票收入和电视转播收入明显偏低

我国职业足球俱乐部的门票、电视转播收入与国外足球俱乐部存在较大差距,我国门票收入明显偏低,电视转播收入具有较大提升空间。

4.1.3. 广告赞助经营中缺乏品牌意识

我国职业足球俱乐部广播赞助收入呈现高收入趋势,恒大淘宝的赞助收入大部分来源于母公司恒大集团赞助资金,自身造血功能存在严重不足,缺乏品牌效应化。

4.2. 建议

4.2.1. 优化收入结构,提高竞技水平

恒大淘宝作为中超联赛竞技水平最高、成绩最好的俱乐部,却没有实现盈利。为规避这种情况,一方面,提高职业足球俱乐部竞技水平,培养球迷忠诚度,实现门票和电视转播收入的增加。从曼联的收入来源可以看出,电视转播、商业收入逐年提升,且具有稳定性,对于我国职业足球俱乐部而言,优化收入结构至关重要。另一方面,加强职业足球俱乐部赛事监管,近年来由于“假球”、“假哨”等消极事态影响,削弱了球迷对俱乐部的信任度,要从根本上杜绝不良事件的产生,促进足球运动长效健康发展,在提高竞技水平的基础上,增加门票和电视转播收入,优化收入结构,提高经济收入来源。

4.2.2. 坚定品牌定位,提升品牌形象

品牌是俱乐部最重要的无形资产与核心竞争力,品牌经营能够为俱乐部创收、能促进产品溢价。第一,在国家利好政策的推动下,足球产业方兴未艾,恒大淘宝应当抓住机遇,拓展合作伙伴,拓宽品牌传播渠道,提升俱乐部品牌的知名度。第二,充分利用数字化平台,重视媒体的传播建设,在社交媒体方面,调查显示曼联全球共有10亿粉丝,曼联通过数字和其它媒体报道,与全球球迷通过丰富多彩的内容互动,提供娱乐;据统计恒大淘宝俱乐部新浪微博粉丝数为788万,恒大淘宝俱乐部可借鉴成功经验,创造庞大的粉丝群体,提升俱乐部品牌形象。第三,根据恒大淘宝“百年俱乐部”的品牌定位,要实现其品牌名称的延续性,诸如曼联,从创立之初一直沿用此名称,形成强有力的品牌效应。

4.2.3. 转变营销理念,精准定位球迷需求

未来俱乐部商品与服务开发与营销的根基是对球迷群体的深度了解和精准定位。2019年恒大淘宝加大了球迷商品的开发推广力度,球迷商品销售火爆,收入同比2018年增长69.80%。基于此,我国职业足球俱乐部应转变营销理念,强化以球迷为中心的营销意识,精准定位球迷需求,按需开发更多符合球迷的商品;加之移动互联网和社交媒体的广泛应用拓展了销售渠道,深挖球迷商品开发模式,通过线上线下一体化营销模式,促进商品销售,实现下一年度球迷商品大幅度增长。

参考文献

- [1] 简余昆. 我国职业足球俱乐部的商业价值与运营模式分析——以广州恒大淘宝足球俱乐部为例[J]. 中国集体经济, 2020(6): 79-81.
- [2] 刘福祥. 中英职业足球俱乐部盈利模式对比分析——以曼联和广州恒大淘宝为例[J]. 商业会计, 2018(23): 14-17+75.
- [3] 赵凡莹. 广州恒大淘宝足球俱乐部盈利能力分析[J]. 时代金融, 2019(7): 65-67.
- [4] 林桥兵, 陈子禾. 我国足球俱乐部更名的经济学分析[J]. 体育成人教育学报, 2019, 35(3): 40-43.
- [5] 吕康强. 我国职业足球俱乐部名称中性化冠名研究[J]. 广州体育学院学报, 2019, 39(3): 49-53.
- [6] 徐春江, 张雅茹, 王飞. 中国职业足球俱乐部主要三大收入来源分析研究[J]. 新疆师范大学学报(自然科学版), 2009, 28(2): 91-96.
- [7] 龙洵. 广州恒大淘宝足球俱乐部品牌管理研究[D]: [硕士学位论文]. 北京: 北京体育大学, 2018.