

DUFF & PHELPS 道衡

足球场冠名权的价值 是否被低估？

欧洲分析



Find us on WeChat

足球场冠名权的价值是否被低估？ 欧洲分析

尽管英超联赛是最受欢迎的足球联赛，但足球领域的很多超级强队却不在英国版图内，而是分布在其他国家/地区，这些球队包括巴塞罗那、拜仁慕尼黑、尤文图斯、巴黎圣日尔曼和皇家马德里。此分析研究了欧洲众多球队的球场冠名权潜在价值。

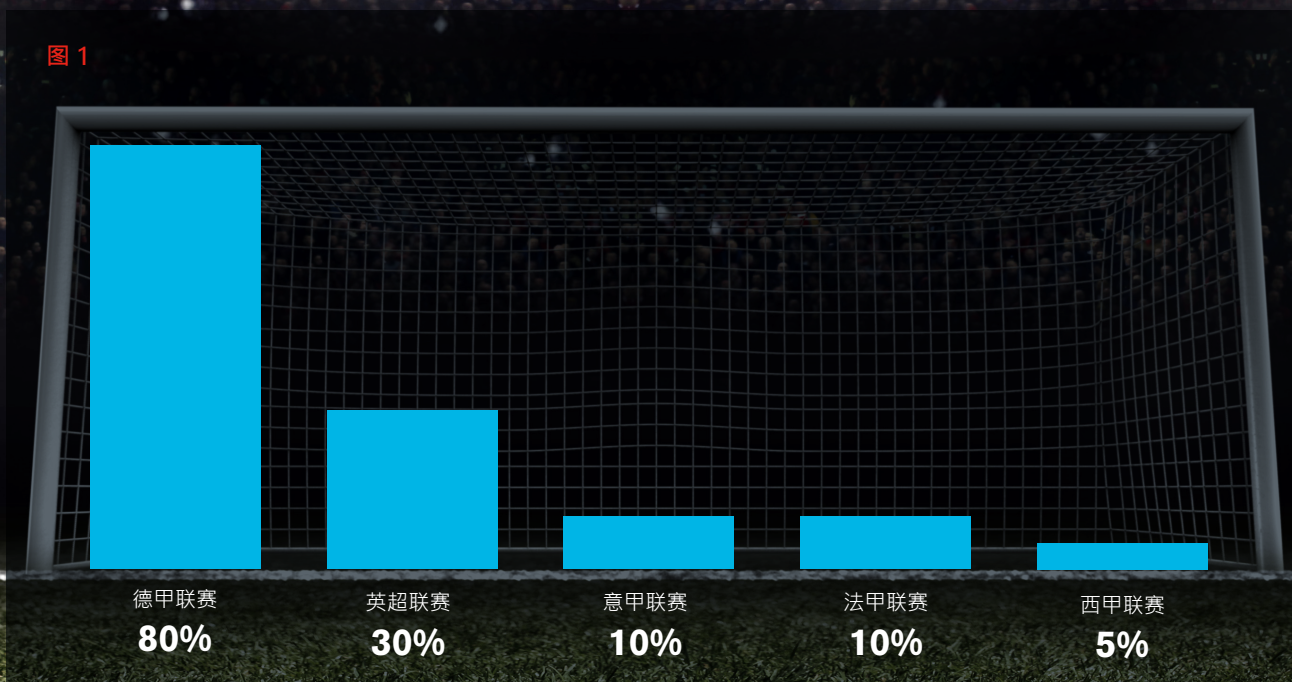
我们的研究中包含的六支欧冠联赛球队出售了球场冠名权。拜仁慕尼黑和尤文图斯都与安联保险签订了合同。在欧洲五大联赛（英超联赛、西甲联赛、德甲联赛、意甲联赛和法甲联赛）的 98 支球队当中，只有 27% 的球队出售了球场冠名权。73% 的俱乐部尚未发掘自身收入来源的最大潜力，因为球场赞助商能够为它们带来一大笔收入。

足球无疑是世界上最受欢迎的运动，转播权覆盖全球的 212

个国家/地区，50 多亿人每个季节至少观看一次足球比赛现场直播。11.2 亿人观看了 2018 年世界杯决赛，书写了新的纪录，而相比之下，2019 年的超级碗（美国橄榄球超级杯大赛）观赛人数只有 1.007 亿人。当考虑足球的全球影响力时，世界上最著名品牌的球场冠名权似乎并未像美国的其他体育运动那样获得充分投资。例如，美国全国橄榄球联赛 (NFL) 80% 以上的球场都获得了赞助。

德国的足球场冠名权市场最为成熟，80% 以上的德甲联赛球场都获得了赞助。紧随其后的是英国的英超联赛，仅有 30% 的球场获得了赞助。意甲联赛和法甲联赛都只有 10% 的球场获得了赞助，而西甲联赛的这一数字仅为 5%。

图 1



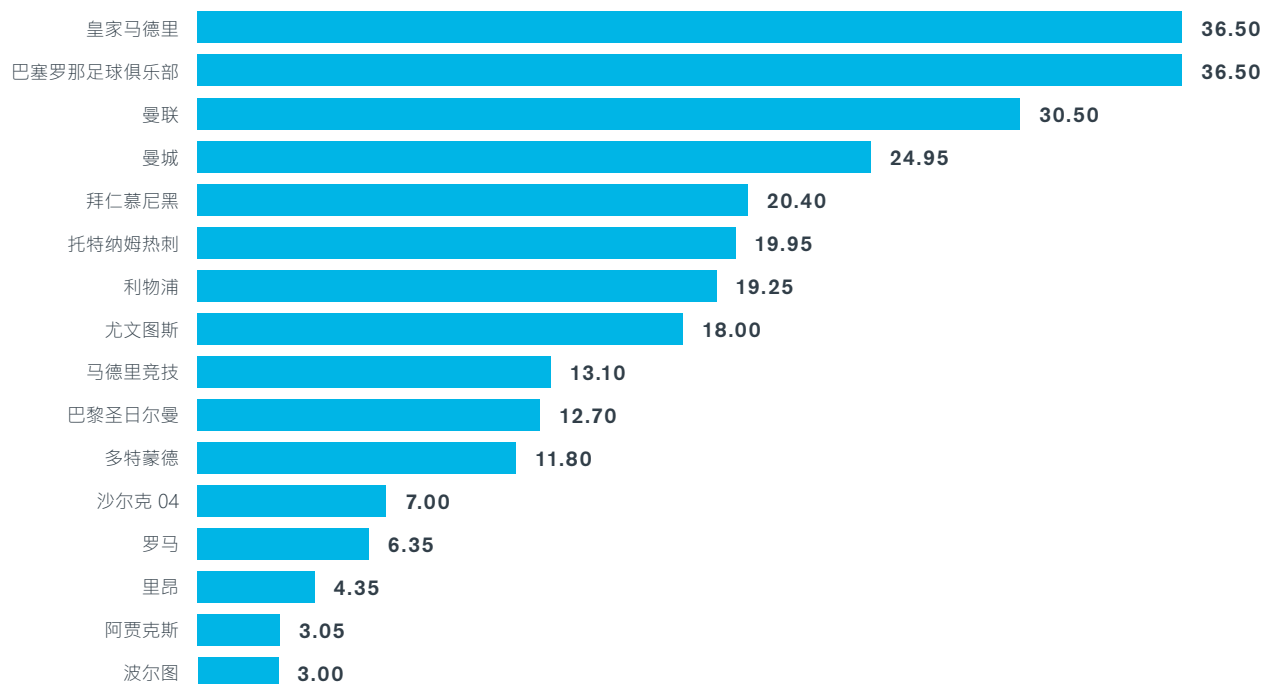
西班牙、意大利和法国足球俱乐部有一个传统，那就是以前任主席或俱乐部元老命名体育场。例如，皇家马德里的伯纳乌球场就是以皇家马德里历史上最重要的一员、前俱乐部主席圣地亚哥·伯纳乌的名字命名的。

在 2009 到 2018 年间，西班牙的俱乐部荣获了七座欧冠联赛奖杯和六座欧罗巴联赛奖杯。但最近一届的欧冠联赛和欧罗巴联赛都是英国的球队笑到了最后。2019 年的欧冠联赛和欧罗巴联赛决赛俨然成了英国球队的内战：利物浦和切尔西分别击败了托特纳姆热刺和阿森纳，将冠军奖杯收入囊中。俱乐部必须实现收入最大化，才能负担得起最好的球员。实现这一目标的其中一个战略就是出售自己的球场冠名权。在这种情况下，道衡对下面列出的 2018/2019 赛季欧冠联赛 16 强球队的球场冠名权价值进行了估算。

如果欧洲的球队希望在国际赛场与英国的俱乐部竞逐，它们需要增加收入，以便能够吸引最好的球员

图 2

对欧冠联赛和英超联赛球场冠名权的每赛季估值 (百万欧元)



在道衡的欧冠联赛研究中，马德里竞技、拜仁慕尼黑、多特蒙德、尤文图斯、沙尔克 04 和曼城是仅有的几支出售了球场冠名权的球队。

巴塞罗那和皇家马德里在道衡的估值榜单中名列前茅，这两家俱乐部的球场冠名权估值为每赛季 3650 万欧元。尽管巴塞罗那最近几年在国际赛场上的表现不够强势，但它们的当家球星莱昂内尔·梅西在 Instagram 上拥有 1.33 亿粉丝，是粉丝人数第二多的足球运动员，仅次于拥有 1.86 亿粉丝的克里斯蒂亚诺·罗纳尔多。梅西的全球影响力帮助巴塞罗那提高了全球受欢迎度和品牌价值，因为品牌愿意支付溢价以便与巴塞罗那建立联系。

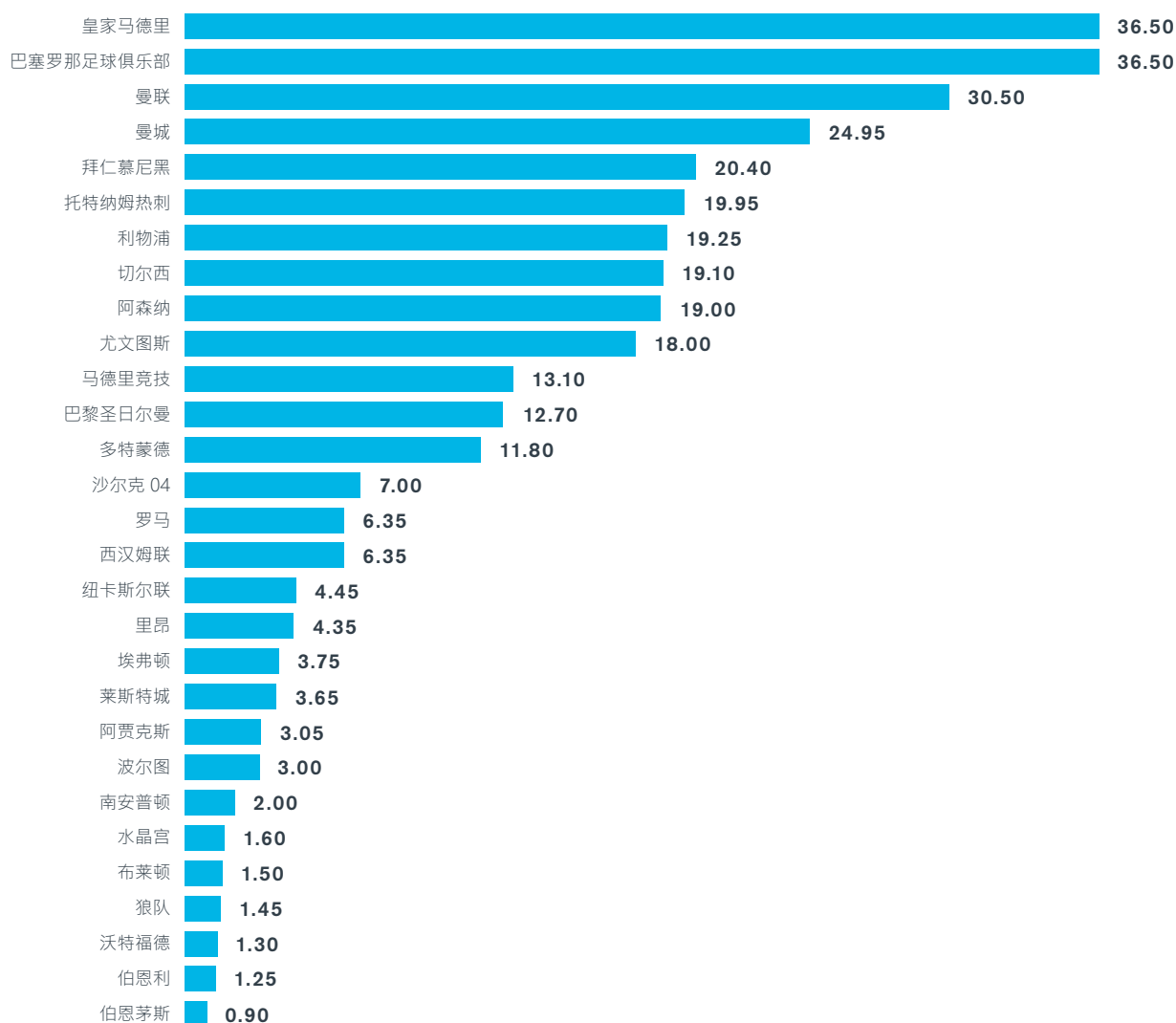
鉴于皇家马德里和巴塞罗那都在对各自的现有球场进行重大升级，因此这两家俱乐部将拥有令人关注的冠名权前

景。皇家马德里计划为自己的圣地亚哥·伯纳乌球场安装钛 LED 整体幕墙和可伸缩屋顶、设立步行街并扩建现有的购物中心、俱乐部商店和俱乐部博物馆。巴塞罗那虽然调查了在附近建造一座新球场的可行性，但最终选择修缮目前的诺坎普球场。他们拟定的翻修计划包括重新设计球场外观、进行内部翻新、将球场容量从 99000 人扩大到 105000 人，以及安装新的手球、室内五人制足球和冰球设施。皇家马德里和巴塞罗那的升级预计分别耗资 5.50 亿欧元和 6.50 亿欧元，巴塞罗那打算通过出售球场冠名权来筹集大部分的开发费用。

并非只有皇家马德里和巴塞罗那为自己的球场进行了投资。托特纳姆热刺不久前搬进了可容纳 62000 人的现代化新球场，而包括切尔西和埃弗顿在内的其他几支英超联赛球队

图 3

道衡对欧冠联赛和英超联赛球场冠名权的每赛季估值 (百万欧元)

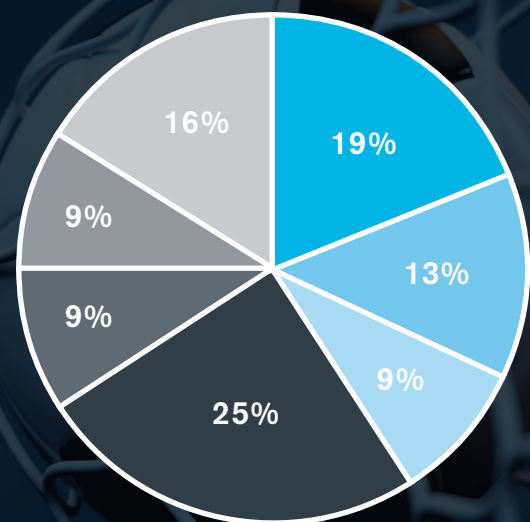


也准备建造新球场，此举可能会让渴望与大俱乐部建立联系的赞助公司愿意慷慨解囊。看一下道衡的研究所得出的数字，英超联赛球队在欧洲球场冠名权估值排行榜的前十名中占据了六个席位，曼联高居第三，仅次于皇家马德里和巴塞罗那，估值为 3050 万欧元，曼城排名第四，估值为 2495 万欧元。拜仁慕尼黑位居第五名，紧随其后的是托特纳姆热刺、利物浦、切尔西和阿森纳。

为了了解哪些企业想要成为欧洲球队的球场赞助商，道衡对 NFL 和德甲联赛的赞助商进行了一番分析，前者 80% 以上的球场获得了赞助，后者是欧洲最成熟的足球场冠名权市场。

图 4

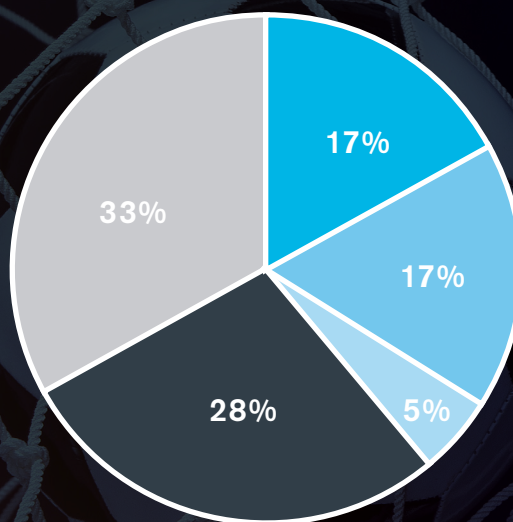
NFL 球场赞助商所属的行业



- 无冠名权
- 汽车
- 能源
- 金融
- 电信
- 零售业
- 其他

图 5

德甲联赛球场赞助商所属的行业



- 无冠名权
- 汽车
- 能源
- 金融
- 电信
- 零售业
- 其他



与 NFL 相比，德甲联赛赞助商所属的行业更为集中，以电信业和零售业为主。这两个联赛的最大单一赞助商都来自于金融业，在两个联赛的所有冠名球场中各占 25% 的赞助额。造成这一局面的一个主要原因是，在大多数情况下，金融机构还会成为球队的金融合作伙伴。它们会利用这一合作伙伴关系向俱乐部出售其他服务，例如预测、球员和球场集资以及向球迷兜售信用卡和借记卡。

安联这家德国保险公司就因赞助球场而收获颇丰，该公司目前与 7 座体育场签订了冠名权协议，这些球场包括拜仁慕尼黑（在 2002 年签约）和尤文图斯（在 2017 年签约）。对安联来说，每一个协议都取得了积极的结果，最初与拜仁慕尼黑签订的 20 年协议让它们免受冠名权通货膨胀的影响，而与尤文图斯签订的协议也进一步提高了它们的知名度，因为该队签下了在 Instagram 上拥有无数粉丝的克里斯蒂亚诺·罗纳尔多。据道衡估计，尤文图斯目前的冠名权价值每赛季 1800 万欧元，这彰显了国际巨星为他们效力的球队带来的增值效应。

欧洲的俱乐部也可以在零售业寻找赞助商。例如，NFL 的旧金山 49 人队和水牛城比尔队就分别选择李维斯 (Levi's) 和纽亦华 (New Era) 作为自己的球场赞助商。对零售商来

说，大部分赞助价值来自与球员的关系。到 2020 年，网红营销行业的规模预计达到大约 86 亿欧元，67% 的营销机构准备在接下来的 12 个月内增加它们的网红营销预算。各个品牌如果能够契合到世界上最能博得眼球的地方——俱乐部和球员的社交媒体平台，就可以节省巨额的营销费用。这样，品牌不但能够直接接触到数百万计的潜在消费者，还可以在它们以前很难进入的管辖区获得知名度。例如，塞尔吉奥·拉莫斯拥有 3500 万名 Instagram 粉丝，主要来自于欧洲，而内马尔的 1.27 亿名粉丝能够扩大品牌在欧洲以外的知名度。欧洲的俱乐部也更愿意招揽零售业的赞助商而不是企业或银行赞助商，因为那意味着要将具有重大历史意义的体育场名字更改为球迷不熟悉的品牌。

总之，那些尚未出售球场冠名权的欧洲球队大有潜力可挖，而只有那些拥有最高的全球知名度、能够参加欧冠联赛和不太可能降级的球队才能获得最有价值的长期赞助协议。所有欧洲球队都会由于面向全球的定期电视转播而越来越受益，这意味着即使是小球会的赞助商也会向全球的新老客户曝光。

编辑备注：

本项研究于 2019 年第三季度开展。计算冠名权价值时使用的估值指标包括球衣赞助商和技术合作伙伴价值公开信息、社交媒体粉丝、电视转播权、目前的冠名权价值以及球队在各个赛季的成绩和表现。英超联赛的估值是在执行分析时，将道衡对英超联赛的研究结果换算为欧元而计算得出。所有球场冠名权估计价值都已四舍五入为最接近的 5 万欧元。

此研究的局限性

本项研究中的分析和估计是对公开的二手来源的信息进行广泛的研究而提供的。就目前而言，对于这项研究中使用或考虑的数据，我们尚未进行任何独立验证或执行任何尽职调查，也未核实它们的事实准确性。

本研究得出的结论不应被视为市场营销建议，本研究提供的估值不得用于除一般研究和媒体消费以外的任何其他用途。对于任何人可能因使用与此研究中所含估值相关的任何信息和观点或分析而造成的任何类型的损失或损害，道衡及其附属公司明确拒绝承担任何责任。

对无形资产进行估值并不是一门精确的科学，很多情况下得出的结论不可避免地趋于主观，并且取决于个人做出的判断。因此，我们不可能得出无可争议的单一价值，我们对于价值的判断通常处于一个可能的范围内。对于各冠名权，其他组织或机构可能会得出不同的价值观点。本文中引用的所有商标、品牌名称或徽标都是其各自公司和所有者的财产。

联系方式

英国

Michael Weaver
常务董事兼 EMEA 估值咨询负责人
Michael.Weaver@duffandphelps.com

香港

吴勇为 · 大中华区董事总经理
patrick.wu@duffandphelps.com
+852 2281 0100

意大利

Enrico Rovere
估值咨询常务董事
Enrico.Rovere@duffandphelps.com

法国

Carine Tourneur
估值咨询常务董事
Carine.Tourneur@DuffandPhelps.com

西班牙

Javier Zoido
估值咨询常务董事
Javier.Zoido@duffandphelps.com

德国

Daniel Kittlauss
估值咨询常务董事
Daniel.Kittlauss@duffandphelps.com

Ingo Schneemann
估值咨询常务董事
Ingo.Schneemann@duffandphelps.com

Timo Willershausen
估值咨询常务董事
Timo.Willershausen@duffandphelps.com

荷兰

Henk Oosterhout
常务董事
Henk.Oosterhout@duffandphelps.com

爱尔兰

Niall Cribben
估值咨询董事
Niall.Cribben@duffandphelps.com

中东

Hakim Abdeljaouad
估值咨询董事
Hakim.Abdeljaouad@duffandphelps.com



关于道衡

道衡作为一家国际顾问公司，致力于在估值、企业金融、调查、争议、网络安全、合规性和监管事宜及其他政府相关问题等方面帮助客户保障价值、恢复价值和实现价值最大化。我们与各行各业的客户开展合作，以帮助他们降低资产、营运和人员方面的风险。自 2018 年收购 Kroll 之后，道衡已经拥有将近 3500 名专业人员，遍布世界各地的 28 个国家/地区。有关更多信息，请访问 www.duffandphelps.com。

美国的合并与收购 (M&A) 咨询、融资和二级市场咨询服务由 Duff & Phelps Securities, LLC 提供。该公司是美国金融业监管局 (FINRA)/美国证券投资者保护公司 (SIPC) 的成员。Pagemill Partners 是 Duff & Phelps Securities, LLC 旗下部门。英国的合并与收购咨询、融资和二级市场咨询服务由 Duff & Phelps Securities Ltd. (DPSL) 提供，该公司已获得英国金融行为监管局授权并受其监管。德国的合并与收购咨询和融资服务由 Duff & Phelps GmbH 提供，该公司是 DPSL 的专属代理。印度的估值咨询服务由 Duff & Phelps India Private Limited 提供，该公司持有印度证券交易委员会颁发的 1 类商业银行执照。