



体育赛事转播进入网络时代

由于国家连续推出体育方面的政策,并明确“放宽赛事转播权限制”,这对中国体育赛事转播权市场的参与者无疑是极大利好,但也有被冲击者——央视。

昨日,PPTV宣布获得2015—2020年西甲联赛中国地区独家全媒体版权。

此前,乐视体育将从2015—2016赛季起未来三个赛季,独家直播意甲单赛季全部380场比赛。而早在2012年下半年,新英体育就续约2013—2019赛季英超独家版权。



国际冠军杯中国赛就是由乐视体育运营的。即便号称付出了9位数的成本,最终也没有亏钱。图为广州站比赛,国际米兰队对阵皇家马德里队。 新华社发

PPTV砸16亿豪购西甲5年版权

昨日,PPTV对外宣布获得2015—2020年西甲联赛中国地区独家全媒体版权。PPTV的大股东苏宁云商与西班牙职业足球联赛联盟以及西甲版权运营商,签署了三方协议。

“这次签约西甲的总体花费一共为2.5亿欧元(约合16.85亿人民币)。”PPTV聚力管理委员会主席范志军在接受媒体采访时透露。

独家全媒体版权意味着什么?这将包括电视、网络、新媒体及公共播映权媒体的播出及版权分销权益,中国大陆、中国台湾和中国澳门的西甲权益也全归PPTV。

所以,接下来5年,不论是乐视体育、新浪体育等互联网企业,还是央视等传统电视台,要想播出西甲,必须向PPTV购买。

新英体育续约英超独家版权

2012年下半年,新英体育续约2013—2019赛季英超独家版权。外界认为新英体育开出了6年10亿元的天价,而随着体育版权的走热,生意做到第三年,新英体育就开始收获。

据悉,为了获得2015—2016赛季英超的新媒体转播权,仅腾讯、乐视、新浪三家视频网站,就各自付出了1800万美元。

央视借助垄断地位,付出的成本极低,这与国外付费电视台占主导完全不一样。但未来,央视在版权商务谈判时可能会

PPTV聚力体育公司常务副总经理董砾表示,之所以押注西甲一方面是因为皇马、巴萨等超级豪门的吸引力,另一方面是因为许多中国的资本和球员正在不断涌入西甲。比如,今年年初,万达集团4500万欧元收购马德里竞技20%股权;今年4月,双刃剑体育又帮助中国财团收购了西甲马拉加俱乐部95%以上股权。

当然,现在西甲的版权价值尚待成长:过去一个赛季,英超转播费用高达22.5亿欧元,而西甲为7.6亿欧元。除了分销版权,PPTV还要考虑如何“全体育产业运营”。PPTV称,未来将促成包括西甲球队中国行、两国球员交流,以及中国球员西班牙青训在内多种形式的深度合作,而这些对于将要融资的PPTV体育板块而言,算是一个不错的故事。

变难,付出的成本也将大幅度增加。值得注意的是,昨日,时隔10多年后,央视宣布会在新赛季直播英超赛事。要知道,央视曾公开指责过新英体育分销的英超版权价格太高。

而在今年4月,在中国国足赛事招标上,央视就“意外”出局,此前,它都是这项版权的垄断者。在17家竞标者中,华人文化产业基金旗下体奥动力以一年7000万元的价格,最终获得国足三年的赛事版权。

乐视体育独家直播意甲

此前,在乐视体育营销推介会上,首席内容官刘建宏透露了新赛季意甲联赛的版权归属:乐视体育将从2015—2016赛季起未来三个赛季,独家直播意甲单赛季全部380场比赛。

乐视体育与意甲联赛的缘分匪浅。在刚刚结束的由乐视体育主办的国际冠军杯中国赛上,AC米兰和国际米兰两支意甲球队,与皇家马德里一起,为中国球迷带来了精彩的3场比赛,208万球迷在线上观看了乐视体育的“超级”直播。

日前,意甲联盟刚刚公布了新赛季的赛程,揭幕战将于8月22日打响,卫冕冠军尤文图斯将在首轮对阵乌迪内斯,AC米兰客场遭遇“紫百合”佛罗伦萨,国际米兰挑战劲旅亚特兰大。而最受关注的“米兰德比”在第三轮9月13日就将开战,这会是两队历史上的第286次德比。

从8月22日起,乐视体育的用户可通过PC端、PAD端、手机端、乐视TV·超级电视、乐视超级手机以及乐视体育APP,全程观看意甲联赛的直播。而且,顶级解说阵容是由刘建宏、黄健翔领衔的。

本报综合报道

恒大地产 沪港通标的股 香港上市股票代码:3333

高品质 高性价比 无理由退房



8折清尾

超低首付·110m²精装3房

市府旁 | 成熟配套 | 中央空调 全屋地暖 | 认购享家电
(先到先得,仅限前十)

180m²四房新品即将上市



园林景观



9A精装



成熟配套



一站式教育

0574 27622222

恒大集团 EVERGRANDE GROUP

营销中心/中山东路与世纪大道交汇处向东300米 项目地址/中山路以南 西大街以北 西邻甬新河世纪大道 东靠甬江 恒大地产集团 品牌代理/世联行 全案推广/杭州智盛传媒 品牌策略(2014)第14号 品牌策略(2014)第23号

商业名称: 本项目名称为暂定名称,最终以售楼处公示为准,最终以政府备案为准,最终以售楼处公示为准,最终以政府备案为准。 前期销售截至2015年9月12日 本广告旨在提供相关信息,不构成要约,不作为要约邀请。 本广告解释权归恒大集团所有,最终以售楼处公示为准。



来访有礼