

2015 年 04 月 03 日

## 智美集团（1661.HK）独家电话会议

### 核心观点：

- 智美集团成立于 2003 年，2003 年~2011 年一直从事广告代理以及节目制作业务，从 2012 年开始切入如花样摩托、老爷车、马拉松等赛事运营领域。
- 2013 年智美在香港上市之后，集团的资源开始全部往体育方向倾斜，体育占比的毛利从 2012 年的 16% 上升到 2014 年的 41%，预计今年将超过 50%。
- 公司的 O2O 策略就是完全从线下往线上推，通过报名系统在线上提供各种各样的服务来提高整个用户的活跃度以及粘性，从而达到抓住用户的目的。
- 公司四季跑在去年只举办两场的基础上增加到了十场，同时把嘉年华娱乐性的概念加入到比赛中来，吸引客户在现场进行消费。
- 方正证券传媒体育团队跟踪智美集团较久也对公司进行深入研究，非常看好公司未来长期的业务布局以及发展，建议投资者积极关注。

### 主讲人：

胡兴  
智美集团副总裁  
李家惠  
投资者关系部

### 主持人

杨仁文  
传媒体育首席分析师

### 主办方：

方正证券

主讲人简介：胡兴，历任爱德蒙·罗思柴尔德基金管理公司投资总监、泰达宏利基金管理公司国际投资部副总监、法国 ATLAS 基金管理公司 Salomon Oppenheim 集团基金经理。法国巴黎大学-加拿大蒙特利尔大学工商管理硕士（EMBA）学位，精通法语和英语。

此次会议，方正证券传媒与体育首席分析师杨仁文邀请智美集团副总裁胡兴、投资者关系部李家惠与投资者进行深入交流。

## 杨仁文：

欢迎大家参加智美集团业绩说明会，我先自我介绍一下，我是方正证券传媒体育首席分析师杨仁文。我们今天上午有幸邀请到智美集团负责资本市场的高管胡兴胡总，还有投资者关系部李家惠李总，来给我们分享关于智美集团的最新情况。

在这里，我先稍微介绍一下胡兴胡总的履历，胡总是智美集团新到任的高管，曾经是在罗斯柴尔德担任投资总监，包括还有在泰达宏利担任过国际投资部的副总，包括其他的一系列这种非常丰富的资本市场的经验和全球化的视野和背景。今天的会议流程大概是这样的，我们先有请胡总用大概 10 分钟介绍一下公司的一些业绩，特别是最新的一些情况，然后接下来是进入到互动问答的环节，我们先欢迎胡总给我们做这样的介绍。

## 胡兴：

大家好，非常感谢仁文给我们这个机会跟大家来交流。我先简单地介绍一下智美集团，然后咱们再看一下年报以及讲一下今年的一些主要策略。智美集团是 2003 年成立，从 2003 年一直到 2011 年就是一个广告代理公司，同时有一部分节目的制作业务，到了 2012 年的时候，我们是第一次接触到赛事运营，再接触到体育，从花样摩托、老爷车，还有著名的广州马拉松，这个我估计大家后面可能会有很多问题，咱们一会再说。

2013 年是智美在香港上市，7 月 11 号 2.11 元，从那之后整个集团的资源全部往体育方向倾斜，体育的占比从 2012 年，从毛利的角度是 16%，到了 2013 年的时候，已经占到整体毛利的 20%，2014 年是整体毛利的 41%，估计这个数字在今年应该超过 50%，这是在体育方面。

然后在 2014 年年初的时候，有一个合并的动作，就是把原来两个传统的业务，广告代理和节目制作合并为影视，等于当时整个公司有两个业务，一个是影视，一个是体育，所以这个大家也可以看到，公司对整个资源，对于体育方面的倾斜。

到了 2015 年初，这个趋势可能更明显，除了影视我们还是保持不变，体育

下面又分出一个新的部门，就是原来的体育就是单纯的赛事运营，赛事运营我们也可以看到，从2012年我们是主办了，我们主要说的是主办，主办了3场赛事，然后在2013年的时候，主办了4场，2014年是6场，2014年6场里包括两个马拉松，两个龙舟和两个四季跑。

2015年如果单纯看赛事的数目的话，它会上升到55场，但是这个数据有点误导，因为它里面有40场是徒步，徒步的每个体量都比较小，实际上40场徒步加在一起，基本上也就等于一个马拉松的体量。所以如果调整后，也就是说，2015年要办相当于16场，这里面有5场马拉松，10场四季跑，还有40场徒步。

在2015年初最后一个决定，就是把体育另外又成立了一个新的部门，叫体育服务部门，这个体育服务是完全针对于业余爱好者的，所以赛事运营还是原来的马拉松、四季跑这一类的事，但是体育服务就是更多地面向于大家都愿意参与的各项业余体育活动，比如说羽毛球、网球、足球、篮球，都是业余这一个层面的。

我想大家如果关注智美的话，也可以看到，在1月份的时候有一个公告，我们收购了一家公司叫动赢网，其实跟网络没什么关系，它只是名字里有一个网，它是在线下组织业余赛事。所谓的业余队就是小区队、企业队、俱乐部队，这个小团队一年要组织将近300场业余赛事。

为什么去组织业余赛事？是通过这种赛事来抓到最终的体育爱好者的这些用户，积累用户的数据，通过我们这个爱约赛的报名系统，后面怎么挣钱，我想大家可能比我更清楚，网络这边可能听得也比较多，所以我们的O2O的策略是完全从线下往线上推，通过报名系统，然后在线上提供各种各样的服务，比如说定场地、约赛，用于提高整个用户的活跃度。我想一两年之后，在积累了足够大的用户数之后，我们会从APP上面推出其他的，例如，比如像装备，装备的销售或者体育保险之类的，向B2C端再转。

今年还有另外一个比较新的一个现象，去年我们是办了2场四季跑，今年要办10场，但是今年四季跑又有一个新的元素，就是更多地加入娱乐的元素，我们把嘉年华这个概念加到了四季跑里面来，所以第一场是在4月11号、12号，两天在深圳，欢迎大家有时间话也可以来参与，每一场是5000人，持续两天，我们是用赛事把体育爱好者吸引到赛场来，然后观众，其他参与的可能是5倍、6倍人群的话，他可以现场在嘉年华这边进行消费。基本上就是这些情况，我看大家有什么具体的问题，我可以一一解答。

杨仁文：谢谢胡总，语音助手请转入到互动问答环节。

## 提问环节

提问者 1: 胡总，你好！我想问几个问题，就是您刚才说四季跑是什么概念？

胡兴：四季跑是这样，首先我们开始是办马拉松的，但是马拉松跟四季跑有

那么几个区别，第一，在马拉松我们是承办，不是主办，就是说不拥有知识产权，基本上主办单位都是地方政府，地方体育局或者协会之类的，这个就面临一个问题，就是说每三年、五年的话，可能就会有一个重新招标的问题，它不是招标的概念，但是类似于招标。跟四季跑的区别是智美集团完全拥有它的知识产权的，所以这是第一个区别。第二个区别就是在于它的距离，马拉松不管是全程还是半程，就算是半程也是 22 公里多，能够参与的人还是比较有限，所以就不是一个非常大众化的，还是一个比较专业，业余里面也得有一定水分才能够去参加，四季跑就是完全相反，它只是 6 公里。

**提问者 1:** 是 6 公里，是吧？

**胡兴:** 6 公里大家都可以去跑，再有第三个区别就是说，由于马拉松的行程很长，所以它的广告效应并不集中，但是四季跑可以看到，我们都是有一些相对比较封闭的一些场地上，比如说长沙的橘子洲，它是一个天然的封闭的场所，或者是在深圳，我们是在体育局场，一旦封闭的时候，除了可以比赛以外，也可以有嘉年华，也可以有现场的一些消费，所以这是三个比较大的区别。

**提问者 1:** 您刚才说四季跑是 6 公里，是吧？

**胡兴:** 收入来说比马拉松都要小，从成本和收入基本上都要小一半，但是利润率基本差不多。

**提问者 1:** 就是说，同样一场赛事下来，对吧？

**胡兴:** 对，就是单场对比的话，还有一个就是说，我感觉四季跑的体量可能会比较大一些，就是说，马拉松在国内的总数肯定是有限的，特别是有经济价值的，但是四季跑的话，我估计可以办到 20 场，基本上比较富庶的省会城市，还有像宁波、厦门这些计划单列市都可以办，所以我感觉马拉松在国内可能有经济价值的就是 10-15 场，四季跑的话，我想办 20 场应该问题不大。

**提问者 1:** 您说的这个收入的话，都是广告方面的，是吧？

**胡兴:** 现在的收入是这样的，就是说，马拉松这边很简单，90%是广告赞助，这属于一类或者是行政政府的赞助，占到 90%，剩下的门票或者注册费用只有占到 10%。四季跑今年我们加入娱乐的元素之后，我希望能够把这个比例稍微调整一下，比如说广告到 80%，门票 10%，然后有一个现场消费能够达到 10%。

**提问者 1:** 就是说如果没有后面的活动，原来你们提嘉年华这个概念之前，就是差不多是 90%、10%的比例。

**胡兴:** 对，没错。

**提问者 1:** 另外我问一下，您刚才说到，今年可能大概有 40 场的徒步，您说的好像 40 场大概相当于一个马拉松，您说的这个约等于的关系是说它的人数还是？

**胡兴:** 不是人数，我比较关注的是收入和成本。

提问者 1: 就是收入成本方面。

胡兴: 人数肯定要远远超过, 毕竟 40 场, 你就算是每场有 5000 人参加的话, 你 40 场也是 20 万人。

提问者 1: 收入方面的规模是超过了么?

胡兴: 但是的成本和收入基本上跟一场新的马拉松差不太多。

提问者 1: 还差不多, 就是成本和收入都差不多。

胡兴: 对, 40 场的总额。

提问者 1: 行, 那我知道了, 谢谢。

胡兴: 不客气。

提问者 2: 您好! 我想请教两个问题, 一个问题就是我们在一些其他的, 除了我们自建的这些像四季跑这样的 IP 之外, 再接其他的 IP 获取上有没有什么想法呈现一些较大一点的 IP? 这是第一点。第二点就是国内的体育赛事运营, 或者是体育服务的这些生存环境和市场背景的话, 跟国际上的怎么比较? 你们觉得最大的不同点, 制约或者我们发展有很好机会的点, 跟国外不同的主要在哪里? 谢谢。

胡兴: 好, 谢谢你的问题。第一个如果真是像四季跑这样的完全属于智美集团的 IP, 现在还没有考虑, 因为这个事情还不是那么好做。当初四季跑能够出来的话, 也是因为我们办了马拉松, 然后看到了马拉松的一些天花板, 所以才会有四季跑的创意, 然后再慢慢把它做起来。那么, 我想可能您问的不光是这个, 是不是要去在海外购买一些版权或者赛事之类的东西, 对吧?

提问者 2: 对, 是的。

胡兴: 这些我们在考虑, 我们马上建立一个国际合作的部门, 这个部门就会去关注国外的一些项目合作, 甚至于收购的标的, 这里面有不少项目在国内还是相对来说比较空白的, 拳击最近好像稍微有点热闹了, 但是比如说什么铁人三项, 这些在国内都还是比较空白的, 但是这些赛事之所以没有进来, 也是因为它在国内的群众基础并不是很广泛, 所以我们也要去想, 也要去研究, 引进来是不是能够产生经济效益。

我们毕竟不是雀巢, 雀巢来中国的时候, 中国人是喝茶的, 但是它一旦把这个市场拿下来以后, 雀巢就变成了一个速溶咖啡的代名词, 中间大概花了 10 年的时间, 这个事我们肯定不能这么做, 没有这个体量, 但是我们也在考虑, 我想应该是更多从项目合作的角度来出发。

第二个就是你问国内跟国外的很多区别, 国内刚才其实也稍微提到一点, 实际上如果我们把广马的收入结构和美国路跑的收入结构做一个对比, 其实差别非常明显, 美国的路跑版权能够占到 40%, 赞助是 30%, 门票是 20%, 然后商业开发是 10%。我们现在的广马 90% 是赞助, 10% 是门票, 版权是没有的, 版权对于我

们来说不仅是没有，而且是一个负的，是一个成本。因为我要付给央视制作费用和占屏费，所以这块是很大的一个区别。

商业开发实际上我们这个嘉年华就是有点往这上面来靠了，不管是衍生品，什么吉祥物，还是说娱乐型的现场消费，都是往商业开发上来走。我想最容易跟国际接轨的就是商业开发这一块，其他至于说版权的话，这就涉及到看看咱们政策变得有多快，央视5的类似于垄断的状况是不是能够有一定的变化，这个就是说在我们的公司层面是很难把握的，但是看到最近这些政策的变化，速度也是比较快，看看它落地到底能够有多神速？

**提问者 2:** 谢谢。

**提问者 3:** 您好！我有几个问题想请问一下，我想问一下，我们和13个省市建立的战略合作，以及和湖北省建立的独家合作，它们主要的区别在哪里？这是第一个问题。

**胡兴:** 区别就是进度的问题，也就是说，去年我们跟13个省在群众体育上面签了一个联盟，整个13个省的地方体育总局，所以这个就是去年做的事情，也就是用商业的类似于MOU之类的事情。今年我们就进一步在湖北把合作的事情更往前推了，1月份已经报过了，我们和湖北体育总会成立一家合资公司，它们是51%，我们是49%，这家公司将来就会优先选择整个湖北省的各类赛事。

实际上像湖北省的体育总局，它一年在省内可能要举办将近300场各类赛事，从大的，比如说咱们比较知名的ATP网球大师赛，到横渡长江，小的可能是小學生的羽毛球或者乒乓球联赛，这个数目是很大的，但是它有商业价值的话，我估计可能不会到10%。因为以前都是体育总局批一个经费，批一个预算，然后你组织一场赛事，就是完全一个计划经济的做法。

现在既然要商业化，所以我们现在两家正在把整体的事情再往前推，首先要先选一个体育总局下面，就是湖北体育总局下面一个比较好的现有的标的，它可能已经存在两年以上，后面我们会选一些好的资产，就是从智美的角度，肯定会把武汉马拉松注到合资公司里面去，其他的资产马上要进行评估，有些赛事是比较大，但是它不一定有盈利能力，我们的介入是不是能够让它产生盈利能力？这是我们需要研究的，所以整体来说，去年是签了13家，今年是把1家往前推，这个模式如果成功的话，我们会去其他地方复制。

**提问者 3:** 您好，我想请问一下，就是说我们和湖北体育总会这样的合作，是不是近乎于在全省范围内是一种排他的呢？

**胡兴:** 是的。

**提问者 3:** 那我再想问一下，因为我当时看公告里面也说过，包括它未来的全运，包括这样大型的体育赛事都是可能和我们进行合作的，是吗？

**胡兴:** 对，我们是可以去选，你可以看到合资公司的名字，叫湖北省体育赛

事股份有限公司，这里面都没有智美两个字，是我们主动放弃的，所以就是说，它肯定在全省有优先权，毕竟 51%是在湖北省体育总会手里边，它是自己的公司。为什么给它 51%？这样的话，我们会有优先权去挑选这些赛事，但是我还是要强调，大型赛事跟经济效益并不是等号，你可能做得越大赔得越多，这也是有可能的。

**提问者 3:** 我想请问一下，比方说您原来之前也了解到一些发达的地区，可能我们签了 13 个省，有些发达地区可能不一定马上会跟我们进行这样比较排他或战略合作，是不是在这些省市里面，您觉得像哪些省市落地的可能性比较大？它愿意拿出来跟大家进行这样比较大规模的一些排他性的合作呢？

**胡兴:** 我想各个地方体育总会都是有这种动力的，因为现在所谓体育运营的公司或者赛事运营公司其实也不说，但是体量都不大，很多都是在地方的层面，多多少少跟体育总局有一定的关系，它们的运营应该说现在并没有说把这个规模做得很大，所以各个地方都愿意和像智美这样的集团做合资公司。

至于说你排他，其实这个排他你可以把这个范围定一下，比如我随便说，我到上海去我不一定做 F1，大家都知道，它是一个重资产的东西，后面地方政府的支持是非常强的，所以我完全可以在其他的领域，我们现在更多的还是群众赛事。就是说，为什么我们去年年底的时候，提出主题是从独乐乐往众乐乐来转，独乐乐就是竞技体育，竞技体育有一个观赏性，众乐乐是参与性，是你我他都可以去参与的，所以我们主要的目标还是在这个业余方面。

但是我们现在基本上体育是两条腿走路，一方面是由原来的赛事运营公司，这里边它可以是群众参与基础比较丰厚的，像四季跑也算是群众赛事了，也可以说是比较高端的马拉松或者其他球类，其他运动项目，这个现在也在慢慢的谈。另外一方面，就是在业余赛事方面，通过体育服务公司。

**提问者 3:** 您好，我想接着问一个问题，我们这个爱约赛网去年我们差不多开始上线，然后现在我们大概有多少个注册用户呢？现在增长多快呢？

**胡兴:** 它是这样，首先它一个报名系统，所有参与智美组织赛事的人，必须从爱约赛上面报名注册，我现在已经没有表格给他填，就是纸印的表格已经没有了，他其实也就花了一分钟时间，真实姓名、身份证，所有这些东西都是真实的，这跟你从大学里发几支圆珠笔换来的所谓数据是完全不是一个价值的。

这样的话，现在差不多有 500 万的注册基数，这个基数就是以前三年参与智美比赛的这些人，活跃用户现在并不是很高，因为我们很多功能正在慢慢地往外推进中，比如说约赛也好，还是订场地，现在已经开始有了，但是还不是很全面，这个肯定也不是，因为我们毕竟不是一家网络公司，所以一下子上来，我先把北京所有的场馆全签了约，这个我觉得是没有意义的。但是后面我们要大量地举行业余赛事，通过业余赛事来抓到这些俱乐部，这些场馆以及最后的体育爱好者，

上规模的话还需要一两年的时间。

**提问者 3:** 就像您说的我们这个数据其实是非常真实的，然后他们也的确有参与过体育活动，那么未来我们整体的挖掘价值，包括信息推动价值，后面衍生来说的话，我们觉得就相当于是一个金矿一样，是这样吗？

**胡兴:** 是这样的，你们要看港股的话，我不知道你们有没有看彩生活，彩生活是通过物业的管理，把小区里面的那些住户全变成它的潜在消费者，所以它是用物业作为一个圈子，我想用什么呢？我是想用大家对于体育的爱好，作为一个无形的圈，这个圈子把大家拢在一起，然后变成一个潜在的消费群。这个圈子的建立无非就是通过约赛网，通过下面的赛事，就是业余赛事的运营，通过跟场馆的这些合约，从而达到这个目的。

**提问者 3:** 您好，我们看到湖北省它本身自己也是体育总局上升了一个区运动这样场馆的 APP，这个我们也是帮它背后支持的吗？

**胡兴:** 不是，这个事情我们知道，它们做得还不错，怎么说呢？他们是这样的，通过体育总局，然后下面有很多场馆都是国资的，然后他们把这些东西都连在一起一块上线，然后通过提供免费的时段，比如说白天的时间，可能晚上是需要租的，但是白天比如说 10 点到下午 4 点，通过白天的时段来抓这些用户。

但是它们的这个 APP 公益性的，它没有想去做任何盈利的模式，它是为了整个盘活现在省内的这些场馆，促使大家更多地参加运动，这是完全响应党中央的号召的。这个事情跟我们没有什么冲突，但是按照它这个模式走，我肯定是不愿意的，后面具体要怎么来做，是不是能把它们这个嫁接到我们以后的这种约赛也好，约场地的功能上面来，这个我现在还没想清楚。

**提问者 3:** 对，我们第一个是很关心，到底这个东西是不是我们在背后支持的。第二，因为我们本身也提出了约场馆，然后组织赛事，就是约赛等等，所以我们就不知道未来，它现在有没有这种资源，未来会不会导入到我们这个系统中间，就是我们现在也还是正在沟通中，是这样的情况吗？

**胡兴:** 现在所谓这些资源基本上分成两类，一类还是在政府手里边，但是也已经有很大的一部分已经到了私人手里边，所谓私人手里边，比如说你在一个小区里边，它可能会配套有一两个网球场，或者它有一个会所，这个会所可以是打篮球，也可以是打羽毛球，所以这些东西，咱们以前的概念可能是百分之百的场馆都是属于国家。

但是现在已经不是这样了，国家那块怎么去开发？我想通过我们跟各省的合资公司有可能参与到里边去的，但是这个主要是数目太大，规模需要去管理的挑战也蛮强的，现在像湖北，刚才你说的，它自己已经有这么一个运营的系统，是不是我们能够嫁接过来，这个确实是一个好问题，我现在没有答案，我也在琢磨这个事情怎么做，但是我现在的首要任务是先把这个合资公司做实，把资产注进



去，然后再看把其他的什么资产怎么装进来。

**提问者 3:** 您好，我想的话，现在市场上，今年以来中国足球现在变成整个市场都非常关注的热点，就是不知道公司这边会不会在少年足球，或者是一些业余的群众性活动什么进行一些推进，或者是有些更多的想法。

**胡兴:** 想法有，但是我仍然是买方，我看不到盈利的时候，我不愿意那么早的去参与，特别是现在大家都在追，我们中间也会有一些接触，比如说足球学校，我毕竟不在 A 股，A 股我只要把这个消息报出来了，我就涨 3 个涨停板。

**提问者 3:** 对，最少涨 3 个。

**胡兴:** 港股是需要拿真金白银来说服投资者的，所以像足球学校这样的，如果我没理解错的话，它的投资回报期可能是在 10 年以上的，所以这样的东西我们首先很慎重。第二，有好的机会会参与，但是不会去主导，特别是我们有另外一个红土基金，这个红土基金更像一个 VC 这样的概念，就是说运作起来更像 VC，如果有这次东西，可能我会用红土投，而不是智美直接来投。

**提问者 3:** 明白，比方说像公司现在这样，比如我们以湖北省为例，比方说像湖北省，它可能原来就有一些青少年足球之类，可能这些东西也会进行一些参与，包括我们有一些短期对我们的财务上面有一些不太适合的东西，我们可能更多地通过基金去进行一些培育，大概是这样吗？

**胡兴:** 是的，整体的思路是这样的，基本上红土跟智美之间的分工，就是说，如果你有一个商业模式，但是你可能刚刚有一点收入，没有利润，需要两三年的培养期的话，我需要用红土做孵化，孵化两三年之后，一旦成型了，成了规模，再收到智美体内来，如果你这个项目商业模式很清晰，在一两年之内不仅有收入，而且可以产生利润的话，我就从智美直接收进来了。

**提问者 3:** 领导，我们能不能做个大胆假设，就是说如果后面的话，假设我们未来可能在港股的投资方面，对国内的投资者更加开放的话，比方说我们整个市盈率的水平，估值的水平也可以达到 A 股这种比较高的，假设要达到 40 倍。

**胡兴:** 不用假设了，我就靠你们了。

**提问者 3:** 对，那你是不是会觉得，在某些运作方面来看，我们会更顺畅，而且我们也会更容易地能够形成一个更好的良性循环？

**胡兴:** 现在也没有什么不顺畅，我只是说我的市盈率比 A 股的公司低，但是我手里也有现金，毕竟现在整个公司这两块业务，不管是影视也好，还是体育也好，都是轻资产的，所以现金我不缺，现在困难的是，整个所谓的体育产业，或者非硬件的体育产业，也就是一两年的时间，去收购的话基本上没有什么标的，所以很多的事情还是要自己内部去做。另外一个挑战就是，又说到了体育产业的人才，这个人才也是没有现成的，有一部分像销售这一类的可以从媒体这边去搬，但是真正的体育运营实际上相当的稀缺。

**提问者 3:** 报告上原来提出, 他们有些人, 就算人的话, 他们有些原来人, 但是他们整个思路和整个方式完全是不一样的, 所以你觉得根本没办法去借鉴, 是吗?

**胡兴:** 是的, 因为你做赛事运营, 单纯不考虑经济效益的话, 单是赛事运营是有的, 但是这些人需要转变一些思路, 就是不光单纯地说我要把这赛事办好, 要把它变成我把赛事办好, 而且能够挣钱, 这个是需要一定过程的, 也不是每个人都能够接受这样的转变的。

**提问者 3:** 不好意思, 我再问最后一个问题, 耽误一下您这边的时间, 传统里边还有一些, 比方说像《驾尚》或者这样的影视节目, 去年我们看到, 整体的业务还是存在一定的压力, 今年在这块的话, 我们能不能维持住稳定呢?

**胡兴:** 单纯说节目制作去年已经很少了, 《驾尚》去年已经结束了, 这个节目有一个自然规律, 基本上一个节目是三年的生命期, 所以这块我们动作也比较大, 原来有一个将近 40 人的制作团队, 现在单纯说制作这一块, 我们已经不再准备自己做了, 如果有电视台找上我们, 不管卫视也好, 地方台也好, 还是央视也好, 要做一些节目, 我们可以一块构思, 然后一块去设计, 后面具体说到了制作这个阶段, 也就是到了后期的时候, 我们会去外包。所以大家看得比较仔细, 中报和年报的时候, 中间差了将近 40 个人, 中报的时候是 200 人, 现在是 155 人, 这个缩减的人员主要是在节目制作方面。

广告那块应该说没有什么太大增长, 去年整体传统媒体的下滑是比较厉害的, 将近 20%, 所有这些像白酒、房地产, 这些我们都不搞了, 我们在这边的业务稍微增长了 7%, 相对来说还是比较好的, 也比较稳定的, 因为我们主要有四个栏目是在新闻台, 有一个是在综合台, 是那个寻宝栏目。

观众黏性比较强, 所以受的影响不大, 但是这块肯定也不是我们将来投入的重点, 去年曾经讨论过, 是不是要把电影频道拿下来, 后来最后也是放弃了, 还是把所有的精力都放在体育上面了。这块我估计今年, 如果说今年这两块的话, 节目制作去年实际上已经很少了, 所以也不会再继续恶化, 广告这块应该持平。

**提问者 3:** 那就是说, 我们如果今年整个业绩增长主要还是看今年赛事运营这块, 可能会对我们整个盈利会有比较正面的贡献。

**胡兴:** 是的, 从赛事数量, 简单地从 6-16 的话, 我想收入端, 就是毛利端翻番应该问题不大。

**提问者 3:** 对, 因为去年我们看到, 整个毛利贡献其实占比也是出现非常显著的提升, 所以我们也非常关心这一块这么大的赛事项目数量的增长大概多大的幅度?

**胡兴:** 贡献超过毛利 50% 应该问题不大。

**提问者 3:** 好的, 非常谢谢您。

胡兴：不客气。

提问者 4：胡总，您好！刚才有一个人问到，我们 IP 费用那一块，因为我不是特别了解，您能再详细说一下吗？它那个费用是什么样的费用？是说这个马拉松本身的商标还是使用权的费用吗？因为我听到您说我们还要给央视交体育费用。

胡兴：不是什么 IPO，也不是 IP，是转播的费用，在我们没有参与到马拉松，就是 2012 年之前，国内也是有很多马拉松的，但是基本上这些马拉松都不是商业化运营的，所以也没有什么盈利不盈利可谈。当时一场马拉松的举办成本基本上在 600 万人民币左右，我们参与了之后，我们的成本基本上在 1000-1200 万，所以中间将近增加了 500-600 万的成本，这个成本基本上就是央视的制作和占屏费，增加的是这一块。但是由于增加了这一块，所以整体赛事产生了经济效益。

如果举一个简单的例子，广马我们是 2012 年办的第一次，2013 年、2014 年，广马在 2012 年的时候，收入略微超过 1000 万，在 2013 年的时候已经超过了 3000 万，在 2014 年的时候已经超过 5000 万，当然你也不要线性地去推，说 2015 年要超过 7000 万，因为它是有天花板的，从赞助商的数目总量肯定是有天花板，就是从这几个数据可以看到，从我们介入广马之后，由于有了央视的直播，毕竟是 2 小时 15 分钟的直播，它产生的广告效应是非常强了，我们用户也都非常愿意参与到这个里面来。

对于我们的客户，实际上他以前就是我的客户，只不过以前是把他的广告费用投在电视上面，现在放到体育赛事上面，因为它本身来说也是一个新的媒介，感觉这个效应比原来可能还好。对于我来说，同样是我的客户，但是我在传统的广告业务上，只有 20% 的毛利，在体育上面我有 60% 的毛利，所以我当然愿意它来做赛事运营的赞助。

提问者 4：是这样的，好，谢谢您。

胡兴：不客气。

提问者 5：您好！就是我想问一下，可能之前我们跌得比较大，然后投资者比较关心的，或者对我们的一些猜测，我们股东层面的一些疑虑，您就是说，我们股东层面的事情后面会是什么样的状况？包括说我们股东层面可能对我们未来，包括像广马这种赛事运营的续约赛，或者是说在其他的一些层次的马拉松赛事，我们争取上面，以及包括 A 股现在有这么多的公司来做这个行业，可能包括说它们在这种类似的项目上，跟我们的竞争上我们怎么看？

胡兴：您这个问题挺多的，我一个一个来回答，然后第一个问题不够明确，您到时候再重新地更清晰地问一下。先说马拉松，广马这个事情确实是前一阵子，就是在 3 月份下跌有一定的原因。广马是这样，今年到期，我们举办了三届，所以整个事情是往后在推，往后推的原因两个：一个是春节，还有一个是各个地方

都有巡视组，所以巡视组下到地方以后，地方做决策的整个速度就在放缓，我们内部觉得，在4月中下旬应该有一个最后的答案出来，具体是不是我们继续做广马，这个我想到时候大家看广告，我不便现在说，我也不知道。

但是我想说两个事情，第一，你这个决策的时间不管怎么往后推，比赛的时间是不能推的，这个是已经定的，所以，决策的时间越往后推，也就是对于新进入者的准备的时间就越多，这个对我们是有利的，对智美是有利的。

第二点，我们办了三届广马，广马在起来已经是十大金牌赛事之一，十大金牌赛事里面有四个是马拉松，其中广马和杭马是我们做的，所以就是说，现在所有的标准都是我们制定的，对于一个新的进入者，它不仅要超越我们，而且肯定是要从各个方面都继续保持金牌赛事的标准，才能够击败我们，所以这个不是一个简单的招标，不是说谁出多少钱，因为这个赛事对于地方来说，它不是一个盈利点，而更多的是一个城市的形象工程，所以从这两条来看，我们自己内部觉得，广马今年还是会给智美做的，这是第一点。

其他的赛事，今年我们除了广马和杭马以外，还会有三个新的马拉松，一个是长沙、沈阳，还有一个是武汉，这三家跟前面不一样了，都是地方政府主动找到我们，因为我们已经做了两个金牌赛事，所以，相对来说就是条件都要比原来要宽松很多，比如说长马的话，长沙马拉松，长马我们是拿了“5+5”的合同，“5+5”就是说它第一次就要给我5年，然后在第6年重新招标的话，如果我的条件跟其他人一样的话，我优先。您第一个问题问得不是很清楚，我觉得您有什么想法可以直接问出来。

**提问者 5:** 好的，就是我们的大股东，我们有听过一个传闻，也需要您来确认，就是大股东的先生是一个政府官员，可能他在最近一次反腐的过程中，也是受到了影响，所以我们想了解就是管理层包括股东层面，他的不稳定性以及未来政府的合作会不会对公司造成负面的影响？

**胡兴:** 你这个问得非常好，特别是最后那几句，首先我们的大股东是任文，就是现在公司的董事长，她刚刚卸任总裁，但是她还是董事长，同时还是执行董事，至于说其他人是不是智美的股东，从年报里面你可能看出来，其他人如果是的话，也不是直接是，这个是第一点。

第二点就是说，这个关系到董事长的私事，我也没有必要去做任何评论了，但是我想说一点，如果您都知道这个事情，那么湖北的官员会不会知道这个事情，或者说这种传闻？如果他们知道的话，为什么还要跟智美继续做合资公司？甚至于今年我们还要到武汉去办一场马拉松，这是肯定的，但是现在路线还没有最后确定，这个路线如果我跑到某一个汽车厂附近去跑一圈，您觉得这种猜测是不是会减弱呢？

**提问者 5:** 可以，我们觉得就是说，其实我们能够通过一些具体在业务上的

发展来平息这个，不管是参赛也好。

**胡兴：**所以为什么在 13 家里面，我们先挑的湖北省去建合资公司。

**提问者 5：**明白。

**胡兴：**这个去正面回答，我说没有，什么都没事，大家都不信，那好，就像您说的，我们去做事情，我们在湖北做事，我们在湖北做大事。

**提问者 5：**非常好，我们作为投资者来讲，也是非常希望看到公司这样去做。

**胡兴：**这件事情应该是在上半年，我估计在上半年，大家肯定就能够看到结果，一旦有一些具体的，除了这个合资公司已经公告了之外，具体的怎么操作有了定向的话，我们也会及时的公告的。

**杨仁文：**感谢刚才那位提问的了，我是方正杨仁文，是这样的，我提最后一个问题，我想问一下胡总，7 月份我们不是有一个北京张家口冬奥会的事情，不知道咱们智美对于冰雪产业这块是怎么看的？公司未来有有一些什么想法？

**胡兴：**还是回到刚才说的，这个体育产业比较新，然后中国的模式跟国外又不一样，所以我们能够直接拿来借鉴的东西不多，只能自己去摸索，冰雪项目就好像刚才大家也提过的足球的项目，从远处看都是非常性感的，但是怎么入手，我现在还没有想清楚，还是那句话，我在港股，我不是单纯地把一个概念给投资者亮出来，就可以享受市值的增长，所以我一定要想清楚了，我要去做什么，是什么样的商业模式，怎么能给股东创造价值，所以冰雪这块我们现在没有具体的想法，你要有什么想法你跟我们说，仁文。

**杨仁文：**好，胡总。因为胡总现在还在台北，因为要赶飞机，所以我们今天的电话会议到这里就结束，再次感谢智美的胡总，还有李家惠李总参加我们这样的电话会议，其实我再谈一下我个人的看法，因为我们跟踪智美其实也是跟踪非常久了，包括我们自己也对公司有非常深入的研究，后面我们还是非常看好智美未来长期的业务布局，也欢迎大家持续地关注智美这样的公司，谢谢大家！

最新会议动态，敬请关注微信公众号账号：万得财经会议（wdcjhy）：



### 版权声明：

---

未经万得信息书面授权许可，任何机构和个人不得以任何形式复制、引用本文内容和观点，包括不得制作镜像及提供指向链接，万得信息就此保留一切法律权利。

### 免责声明：

---

本文所引述机构或个人的观点、言论、数据及其他信息仅作参考和资讯传播之目的，不代表万得信息赞同其观点或证实其描述。

