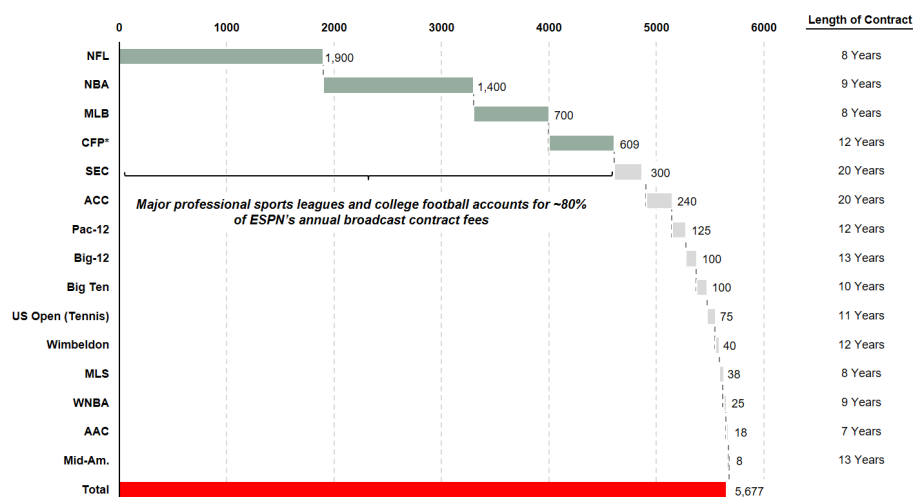


## 2. ESPN 几乎囊括所有优质体育版权，深度挖掘内容增强用户粘性

ESPN 始终在不遗余力的构建市场上最完整的版权库，丰富程度远超竞争对手，打造护城河，对观众保持持续吸引力。通过分析 ESPN 所拥有的版权，我们发现两个特点：（1）头部版权金额高，ESPN Top 4 版权—NFL、NBA、MLB 和 CFP 的总和占到 2017 年总成本的 80%左右；（2）版权一般以长期合同为主，跨度一般为 5-10 年。

图 8：2017 年 ESPN 所拥有版权及年均成本（百万美元）



资料来源：Sports Illustrated, Sports Business Daily, 东方证券研究所

同时，ESPN 通过专业性对版权内容就行二次挖掘，不断加强赛事周边报道，专业性缔造护城河。其代表性的内容生产包括：

- 体育脱口秀**：ESPN 在体育脱口秀方面的王牌节目有《体育中心》(Sports Center)，而《进攻队员》、《打扰一下》(Pardon the Interruption) 和《双杀传球》(Around the Horn) 也是其品牌级的节目。其中《体育中心》于 1979 年开始播报体育新闻、赛事亮点和深度分析等，具有超凡的品牌影响力。“这个进球肯定要上《体育中心》啦！”在美国看比赛，遇到精彩时刻，这是最常见的表达方式，其折射出的意思，正是《体育中心》在体育迷心中的高标准。相对应的，还有尴尬时刻，《体育中心》每天的 Top10（十佳球）和 NotTop10（十囧球），都是体育迷们的热议对象。
- 赛事制作管理**：ESPN 制作管理的赛事主要以极限运动、户外运动为主，这类赛事虽然小众，却受到年轻观众的喜爱，同时使新生事物易于切入。ESPN 在这方面的品牌是 X Games 等。ESPN 拥有及策划一系列活动，包括夏季 X Games、冬季 X Games、趣味野外竞赛(Great Outdoor Games)、ESPN 颁奖典礼、X Trials、东尼霍克巡回之旅(Tony Hawk Tour)、B3(自行车、直排滑轮及滑板) 等。ESPN 在全球推广 X Games 的企划，包括在五大洲举办 X Games 资格赛及在每年举行的环球挑战赛 X Games Global Challenge。此外，ESPN 与卫星电视合营的 ESPN STAR Sports 也有赛事管理部 EMG，负责在亚洲地区举办体育赛事活动，在亚洲区内 11 个国家地区管理超过 100 个项目，包括 Aviva 亚洲保龄球巡回赛及大满贯决赛，