

从卫星落地到合作拍摄,再到而今的股权合资,外资已经深入到我国传媒行业的腹地

传媒开放 释放的能量有多大

开放魔杖

□记者 储兴华

倾全社会的力量居然造不出一辆具有自主知识产权的汽车,而借助于开放、引进、吸收的力量,家电企业却能将国产彩电销往全世界。抚今追昔,人们感叹开放的鬼斧神工在塑造汽车家电两大行业巨大落差的同时,也对开放可能会使传媒行业迸发的能量心驰神往。

自2004年12月28日开始,外资已被允许参股广播电视台节目制作。作为国家严格管制的传媒行业,开放广播电视台节目制作领域,无疑预示着行业市场化运作的空间日益宽广。

面对实力雄厚的外资媒体,国内现有的节目制作商或许会受到前所未有的冲击,然而冲击所激发的向上热情必将促使行业向上拓发展空间。节目制作好了,内容丰富了,消费者得到的服务实惠了,处在数字电视产业链上的各个环节都会受益。

上市公司马上见效或许心急了点。可是投资股票毕竟要看预期。就在钢铁、石化等一批周期性行业被宏观调控冲得七零八落的时候,传媒行业因其稳定的广告收入让人看得到底稳定的业绩增长。通过对1991年以来我国广告收入与GDP之间的相关分析表明,未来几年我国广告收入的增长率仍将稳定在10%左右。东方明珠、电广传媒因为依托强势媒体,其广告业务的增长速度应该高于行业平均,达到25%~30%。

自2004年9·14行情夭折至今,上证指数跌了15%,而传媒指数同期却上涨了10%。行业平均40倍的市盈率,在这崇尚“估值比较”的年份,一批股票之所以能走出不紧不慢的上攻行情,行业的开放给了相关公司以较高的市场溢价。

纵观我国近20年的改革历程,开放、让利、发展是不断演绎的经典。也正是在一系列的开放举措中,我们不断享受着体制变革、突破所迸发的能量。改革就是消除一切不利于经济发展的障碍。传媒开放只是其中之一。

2004年可供国内三星级以上涉外宾馆申请接收的境外卫星电视频道

1 美国有线电视新闻网(CNN)
2 家庭影院亚洲频道(HBO)
3 CINEMAX亚洲频道
4 全国广播公司亚太财经频道(CNBC Asia)
5 全球音乐电视台中文频道(MTV Manarin)
6 国家地理亚洲频道(NGC Asia)
7 卫视国际电影(STAR MOVIE INT'L)
8 娱乐体育节目网亚洲频道(ESPN)
9 [V]音乐台(Channel V)
10 卫视体育台(Star Sports)
11 索尼动作影视频道(AXN)
12 探索亚洲频道(DISCOVERY)
13 贺曼娱乐电视网电影台(HALLMARK)
14 英国广播公司世界频道(BBC WORLD)
15 日本广播协会收费娱乐电视频道(NHK)
16 凤凰卫视电影台
17 凤凰卫视中文台
18 香港无线八频道(TVB 8)
19 香港无线星河频道(TVB GALAX)
20 香港世界网络频道(NOW)
21 澳亚卫视中文台
22 法国电视5台(TV 5)
23 凤凰卫视资讯台(PHOENIX INFONEWS)
24 彭博财经电视亚太频道(BLOOMBERG)
25 星空卫视(XINGKONG WEISHI)
26 欧亚体育新闻台(EUROSPORTSNEWS)
27 华媒电视(CTEV)
28 新知台(HORIZON CHANNEL)
29 香港阳光文化频道(阳光卫视)
30 马来西亚天映频道(CELESTIAL MOVIES)
31 新加坡亚洲新闻频道(CHANNEL NEWSASIA)

□主持人:言者
嘉 宾:国泰君安证券研究所 谭晓雨

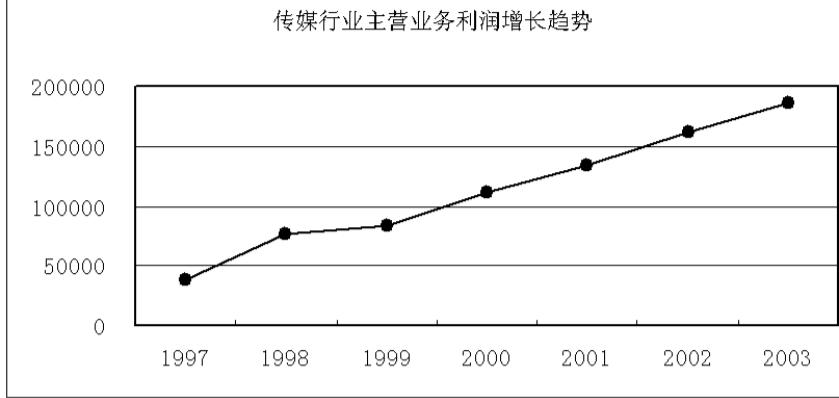
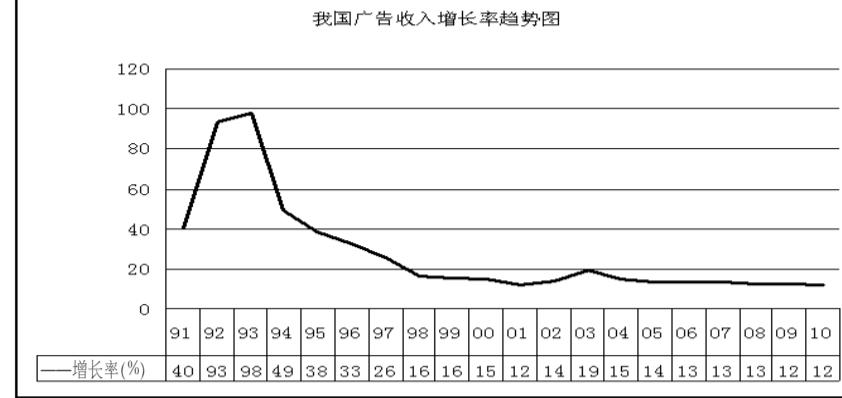
开放度加深提升行业发展预期

主持人:新年开市第一周,大盘股指创下5年来的新低,而没有太好业绩支撑的博瑞传播、电广传媒、中视传媒、东方明珠、歌华有线等传媒行业股票却成了市场热点。

谭晓雨:传媒股票市场走势抢眼不乏有市场主力造势和借题发挥的一面,但不可否认,近期确实出现了一系列与传媒行业有关的利好消息和政策。如北青传媒股份赴港上市,国家广电总局允许外资参与广播电视台节目制作等,都标志着中国传媒行业的融资政策在进一步松动,市场化运作空间越来越宽广。

众所周知,传播文化行业是我国少数几个仍处于国家严格管制、传媒经营单位实行相对垄断经营的领域之一。即使在WTO市场准入中,我国在影视行业也只允许外国服务者建设和(或)改造电影院(外资持股不超过40%),每年引进20部“大片”,收入分成,并未涉及影视节目制作内容方面的准入承诺。在报刊业,入世承诺也主要集中在分销领域,即入世一年内开放图书、报纸和杂志的零售;三年内开放以上产品的批发服务。但从行业实际运作进展看,入世三年我国传媒文化的市场开放时间进度、开放幅度、深度都已经走在承诺的前面。

传媒市场加速开放意味着行业的全面垄断已被突破,社会资本和境外资本获得了分享行业成长的机会,同时也意味着行业未来将获得



开放促成“三足鼎立”格局

○外资进入必将触动我国传媒行业的现有格局,系统内机构、民间资本、外资集团必将成为三股中坚力量,三足鼎立的雏形已经形成。

○面对实力雄厚的国外媒体,我国传媒行业不可避免地会受到冲击。目前冲击主要体现在节目制作领域和广告市场上。

□广发证券发展研究中心 张鸿羽

根据国家广电总局颁布的《中外合资合作广播电视台节目制作经营管理办法》,从2004年12月28日起,外资媒体公司可以入股国内广播电视台节目制作经营企业;按照2004年国家工商总局和商务部发布的《外资投资广告企业管理规定》,从2005年12月10日起,外资将被允许设立独资广告公司。毫无疑问,国际传媒集团的进入必将触动我国传媒行业的现有格局,系统内机构、民间资本、外资集团将成为我国传媒行业的三股中坚力量,三足鼎立的雏形已经形成。

面对实力雄厚的国外媒体,我国传媒行业不可避免地会受到冲击。目前冲击主要体现在节目制作领域和广告市场上。

节目实际上早已超出了这个比例。

至于境外卫星落地基本上还是限制在珠三角地区和三星级以上涉外宾馆或涉外小区播出,在内地的大部分地区的普通居民还收不到境外卫星频道。

2004年11月6日广电总局发文增加了三星级以上涉外宾馆可申请接收的境外卫星电视频道的范围,根据《境外卫星电视频道落地管理办法》(国家广电总局令第27号)批准新增马来西亚天映频道CELESTIAL MOVIES和新加坡亚洲新闻频道CHANNEL NEWSASIA为可供国内三星级以上涉外宾馆等单位申请接收的境外卫星电视频道。

2. 合作拍摄

2004年,我国广电总局在外资准入问题上的态度已经由原来较为中性的“同意合作”,转而成为特别强调的“国家鼓励中外合作制作”,并随之出台了新的《中外合作制作电视剧管理规定》(广电总局第41号令)和《境外电视节目引进、播出管理规定》(广电总局第42号令)。

2004年11月,广电总局又出台了《电影企业经营资格准入暂行规定》(广电总局第43号令),进一步将传媒对外开放的领域从电视剧制作拓展到电影拍摄领域。《暂行规定》明确规定,允许境内公司、企业和其他经济组织与境外公司、企业和其他经济组织合资、合作设立电影制片公司,标志着我国电影管理政策的一个重要突破。

3. 股权合资

国家广电总局近日颁布了关于允许外资参股影视节目制作的《中外合资合作广播电视台节目制作经营管理办法》,明确提出自2004年12月28日起外资媒体公司可入股国内广播电视台节目制作经营企业,但中方投资人持股比例不应少于51%。

该规定还明确了合营企业的业务范围。合营企业可以制作专题、专栏、综艺、动画片等广播电视节目,但不得制作时政新闻和同类的专题、专栏节目。合营企业制作电视剧须按国家广播电影电视总局有关规定另行申领《电视剧制作许可证》,合营企业每年应当制作不少于节目总量三分之二的中国题材的广播电视节目。

1994年发布的《关于引进、播出境外电视节目的管理规定》指出,各电视台每天所播出的每套节目中,境外电视剧不得超过电视剧播出时间的25%。如加上新闻和娱乐类节目,境外电视剧的渗透,归纳起来大致有三种方式。

1. 卫星落地到合作拍摄,再到股权合资,外资已进入到我国节目制作市场的核心领域

更大的发展空间。因此,市场对传媒行业加速开放的政策反应敏感是十分正常的。

新技术应用拓展产业发展空间

主持人:除了有线数字电视今年将有实质性的动作外,现在网络电视、手机电视等也很潮流。

谭晓雨:就传媒行业自身的业务运作看,随着网络技术、数字技术的发展,广电领域的的产品服务创新和热点频出,亦呈现一片繁荣景象。

一是有线数字电视向前推进。2004年尽管全国的有线数字电视用户数量距离广电总局的目标尚有差距,但在一系列产业政策的鼓励、铺垫下,随着数字付费电视频道节目的逐渐增多,我们估计2005年~2006年我国广电行业将进入有线数字电视整体平移的高潮年,有线数字电视用户数量将有一个明显攀升,模数转换用户的基本收视费会有较大涨幅,有线网络运营商一方面有可能争取到政府补贴、税收优惠以减轻成本压力,另一方面将通过为用户提供更全面、更个性化的服务来建立全新的有线数字付费电视新体系而获得更大的现金流。有线网络运营商的前景可望谨慎乐观,相关上市公司蕴涵投资机会。

二是网络电视新发展。网络电视的收入来

源包括节目点播、网络广告、增值业务等方式。其中节目点播是主要的收入来源。

三是手机电视业务展露尖角。中国联通的“视讯新干线”业务就是用CDMA手机观看电视节目,在专门为这一业务定制的大显CU928手机中预装了CCTV-1、CCTV-4和凤凰卫视等十二个电视频道,用户只要点击菜单就能选中某个频道,实时观看电视节目。

在我国市场上大约有500万台手机拥有视频功能。目前手机电视业务在我国广东、四川、苏州、北京等地正在逐步推进。诺基亚、索尼·爱立信、西门子、摩托罗拉、三星以及多普达、TCL、宇龙、联想等手机厂商都有接收移动流媒体业务的终端。

内容提供商方面,上海文广新闻传媒集团

未来一段时间数字电视节目的主要提供者应该还是广电总局旗下的节目制作公司,民间节目制作机构和境外媒体集团市场份额有逐步扩大的趋势

目前节目制作市场的主要参与主体包括广电总局旗下的节目制作机构、民间节目制作机构以及境外媒体集团。广电总局旗下直属节目制作机构(非上市公司)是我国目前节目制作市场中最有实力的主体,在未来一段时间内仍然是数字电视节目的主要提供者。

数字电视的顺利推广是以节目资源的高质、丰富为前提的,而目前节目制作市场中,境外节目落地仍存在一定的政策障碍,民间节目制作机构虽然实力在不断增强,但是仍然缺乏政策优势和行业扶持。而从广电总局的政策倾向来看,广电直属的节目制作机构将是数字电视节目的主要提供者。

由于节目制作环节较少地涉及到国家新闻宣传职能,因此是广电行业开放幅度最大的领域,对于业外资金包括民营资金、境外资金而言也是政策风险最小的领域。因此,广电制播分离和引入市场化运作机制以来,民间节目制作机构和境外媒体集团越来越多地参与到节目制作领域,民间资本凭借其灵活高效的特点、境外资本凭借其雄厚的资金和经营实力已经在节目制作市场显示出强大的竞争力,并成为广电系统内节目制作机构的有力竞争对手,节目制作领域“三足鼎立”的格局已经基本形成。

中视传媒和电广传媒都将成为数字电视节目提供商,并已开始尝试与外资合作。外资进入将对传媒公司广告业务构成冲击

作为广电旗下的两家节目制作公司中视传

目前,外资广告公司的介入对国内广告公司的冲击并不大,反而对国内媒体产生了一定的影响。如新闻集团成立独资公司,将使其所属媒体星空卫视在国内的影响力和分得广告收入的能力大大增强,这势必会影响国内其他电视媒体的广告经营;而道琼斯成立广告公司则侧重于吸引国内公司,尤其是在海外融资的公司,在海外借助道琼斯的平台来树立形象,投放广告。这也从国内媒体手中抢走了一部分广告客户。

从我国目前主要传媒公司经营的广告业务来看,经营电视广告的公司包括歌华有线、东方明珠、电广传媒和中视传媒。

我们预计,在未来几年里以电视广告为主营的上市公司广告业务仍可以保持20%左右的行业平均增长速度。而对于东方明珠和电广传媒而言,由于其参与的都是强势媒体的广告运作,其广告业务增长率将高于行业平均水平,预计应在25%~30%之间。

传媒业主要上市公司广告业务

公司名称	广告业务	广告类型	占主营业务比重
歌华有线	代理北京落地电视台广告	电视	3.54%
东方明珠	东方、上海电视台广告、二报一刊广告	电视、报刊	32.82%
电广传媒	湖南六大媒体广告	电视(主要)、报刊	73.84%
中视传媒	片尾鸣谢广告	电视	25.20%
博瑞传播	《成都商报》广告代理	报刊	18.54%
赛迪传媒	《中国计算机报》等IT媒体广告代理	报刊	62.62%

预示着,尽管传媒行业的发展前景很美好,但却并非一帆风顺。这也意味着尽管传媒上市公司拥有比较先进的公司制度,市场反应也比较灵敏,也涉及了产业内相关新业务,但却未必在短期内能马上见到效益。

预期变化决定了股价变化

主持人:目前传媒行业上市公司的平均市盈率高达40倍,远高于市场平均水平。如何解释市场对传媒股票的高溢价定位?

谭晓雨:用正确的数据和合理的方法判断出企业合理价值仍是最基本的,它是投资成败的基础。这也是从2003年以来在价值投资的市场竞争中也有着严格的限制,因此涉及传媒和通

信两个领域的内容与渠道合作业务将面临市场竞争,而主要集中在分销领域,即入世一年内开放图书、报纸和杂志的零售;三年内开放以上产品的批发服务。但从行业实际运作进展看,入世三年我国传媒文化的市场开放时间进度、开放幅度、深度都已经走在承诺的前面。

当然我们也应该清醒地认识到,由于目前我国在传媒和通信领域适用不同的政策,并由不同的政府部门来管理,对相应领域的企业经营范围也有着严格的限制,因此涉及传媒和通

信两个领域的内容与渠道合作业务将面临市场竞争,而主要集中在分销领域,即入世一年内开放图书、报纸和杂志的零售;三年内开放以上产品的批发服务。但从行业实际运作进展看,入世三年我国传媒文化的市场开放时间进度、开放幅度、深度都已经走在承诺的前面。

同时,在一个垄断稍有松动的行业里,即使政策已经放开,也不意味着民营及社会资本还将获得一个平等的发展机会。体制因素还将是困扰传媒业发展的最主要因素。所有这些都

预示着,尽管传媒行业的发展前景很美好,但却并非一帆风顺。这也意味着尽管传媒上市公司拥有比较先进的公司制度,市场反应也比较灵敏,也涉及了产业内相关新业务,但却未必在短期内能马上见到效益。

力合股份

数字电视“不是重点”

□记者 龚小磊 广州报道

力合股份(000532)通过控股子公司力合数字电视有限公司,涉足数字电视相关设备的技术开发和销售业务。公司董秘曹海霞认为,由于持股比例不大,力合数字也是刚刚起步,目前并不是公司的重点发展方向。

据了解,力合数字成立于2004年6月,起始注册资本为人民币2000万元,股东力合电子、清华创投和华智通的出资比例分别为30%、50%、20%,主要从事数字电视相关设备的技术开发和销售业务,2004年11月,华智通和盛金投资分别以现金方式增资200万元和1800万元,力合数字注册资本变更为人民币4000万元,此次增资后力合电子的持股比例下降为15%;2004年12月,力合数字注册资本再次由4000万元增至10000万元,力合电子以现金方式向力合数字增资900万元,持股比例仍为15%。

曹海霞告诉记者,由于该公司目前尚处于初创阶段,且力合股份间接持股比例较低,短期内对力合股份的经营业绩不会产生重大影响。截至2004年11月30日,力合数字的净利润为-15794万元。

国内数字电视的标准确定,业界认为清华是有力的竞争者,有着清华背景的力合数字能否从中受益?曹海霞对此非常谨慎,认为标准还没确定不宜加以评论。

公司连线

东方明珠

否认引入战略投资者

□记者 周沪 上海报道

去年3月份,美国大型传媒集团维亚康姆宣布,与东方明珠(600832)的大股东上海