

注意:

本文已发表在 2005 年 8 月 1 日的“传媒视野”电子杂志上, 请见:
<http://www.cmsy.net/news/view24.asp?subid=24>;

限于篇幅原因, 这里只节选部分内容, 如您感兴趣, 请 E-MAIL 至 sales@sunnisky.com 索取。

“骚动”的中国影视传媒业

北京阳天宽频网络技术有限公司 杨天喜

中国具有成为一个新的全球性媒体和娱乐中心的潜力, 外国传媒巨头都对中国的传媒市场予以高度重视, 因为中国的传媒市场有着巨大的发展空间, 和诱人的市场前景, 中国的传媒产业可以认为是“最后一块待掘金矿”, 招致近年来传媒产业的资本动作日益频繁, 例如 IDG 和中国网通投资的网络电视“天天在线”、中国电影集团和索尼影视的合资、中国电影集团与华纳兄弟以及浙江横店集团的合资、维亚康姆旗下的尼克“儿童频道”与上海文广新闻传媒集团的合资、凯雷集团巨资投入聚众传媒、高盛公司和 3i 联手投资分众传媒等, 还有近来的 2005 年 1 月中国电影集团还与加拿大联合成立了动画电影制作公司, 并也将准备与韩国合资成立电影制作公司等, 随着我国相关政策的更加开放和 WTO 进程的推进, 相信今后这种国外与国内之间的合作会越来越多。

作为北京的主要平面媒体商“北青传媒 (HK 1000)”, 也发出了向电视媒体渗透的信号。“北青传媒”2004 年 12 月 22 日在香港挂牌交易上市, 拉开了中国内地传媒企业境外上市的序幕, 而成为国内真正的报业第一股; 将利用所募集近 10 亿港币的资金中有 2.5 亿港元将会投资于电视节目和内容, 其中 1.5 亿港元为资本性投资, 余下 1 亿港元作为流动资金; 并准备 2005 年下半年将会与拥有电视播出权的机构合作推出一个以年轻人时尚节目为主的电视频道, 预计 2 至 3 年内可达到收支平衡。如果“北青传媒”真的能如愿进入电视行业, 将意味着 2005 年我国传媒业内部的跨媒体经营也将有重大的突破。

外资企业可以在国内设立合资公司, 也就允许外资为影视节目制作企业注入大量的资金, 它们将同我国影视企业原有的资本一起循环周转。随着资金的流入, 外方除带入较多先进的影视产品生产设备外, 还有世界著名大公司的管理机制、经营理念、销售模式、企业管理经验及节目制作的创意和理念、以及包括编、导、演在内的一流的影视精英, 这对中国影视业是个巨大推动。

但这种“喧嚣与骚动”不过是这个浮华的大千世界的一点点表象。外资的进入也使国内外广播电视行业的竞争进一步加剧, 广播影视业的“生态环境”将发生变化, 不同的价值观念也必将发生一些碰撞; 最直接的影响是, 随着外资的进入, 民营电视制作公司将面临严峻的考验, 中小民营制作公司很可能被淘汰, 而面临重新洗牌的局面。

一、 影视内容的匮乏和国内影视传媒市场“美丽”的前景

我国传媒业发展到现阶段, 渠道资源已显过剩, 而内容的生产和提高却明显短缺。节目制作能力相对节目需求量明显不足, 而无法满足需求, 内容匮乏日趋严重, 一直是困扰影视产业发展的重要难题。据业内专家预计, 内容将是未来竞争的制高点之一。

当前, 我国广电领域实行严格的准入限制, 渠道管理和控制是目前的主要特点, 各个电视台的

内容制作基本是自给自足，内容制作与播出合一，内容的价值主要通过广告来实现。这就限制了内容制作本身的发展。

而且，国内影视制作业依然相对弱小，多数节目依然是电视台自制完成，仅有少部分栏目采用外包或合作方式。2004年新出现的民营影视机构为数不多，且基本没有出现新的民营制作机构出品的电视栏目，反映出节目制作能力薄弱、国内影视节目供应缺口大，重播率高，供需极不平衡的问题。由于影视节目制作能力普遍的不足，各台外购节目倾向加剧。但是制作影视节目的专业公司数量不足，产量不足以弥补节目需求的缺口。根据官方统计目前，中国持有电视剧制作许可证的单位是100个，持有临时许可证的单位是203个。而英国的电视台数目不到中国1/250，却拥有700多家电视节目制作公司；德国每一家电视台后面，至少有10家以上的节目制作公司在支持着。

中国日益增长的电视消费市场也让外资心动。从20世纪80年代到90年代初，中国电视频道从100个左右发展到现在已有3600多个频道，播出时间大幅度增加。比如中央电视台，频道从1991年的3个增加到13个，每天播出时间从1991年的30多小时，增加到280小时。

数字电视与3G移动通信、新一代因特网被称为21世纪的三大信息基础设施，使得广电数字电视产业升级进程具有了支柱型产业的战略前景。数字电视不仅是中国信息产业的一次巨大发展机遇，更重要的是为二十一世纪中国经济持续增长提供了一个多产业复合增长点。

还有一个更诱人的市场，那就是政府管制相对较松的互联网影视传媒市场。根据上海艾瑞市场咨询近日推出的《2004年中国在线影视研究报告》预计，2005年中国在线影视整体行业市场规模将达到6.3亿元人民币，在线影视用户将达到2100万人。而且目前，中国网通“天天在线”2004年就已经获得了通过网络传送12套电视节目的资格，中国电信的“互联星空”、湖南世纪金鹰媒体有限公司主办的“金鹰宽频”网、上海文广新闻传媒集团（SMG）旗下的东方宽频、中视网络、北京人民广播电台的“北京网视”、歌华有线数字媒体宽频网、央视等也开通了IPTV网络电视的服务。与传统的电视市场相比，中国对互联网电视市场的管制相对松懈，作为互联网、电信以及电视广播的结合体，网络电视在中国拥有着潜在的广阔市场，据预计每年可以创造人民币1000亿元的营收；此外，中国移动市场不久将进入3G时代，据业内消息称，中国将有2.16亿手机用户下载视频内容。所以，网络电视和手机电视的内容提供方面，对于国内外传媒企业而言，同样不失为一个庞大的潜在市场。

国内某大媒体通过调研后认为，中国付费电视的收益空间最保守的估计为至少30亿人民币。这个数字表明，中国付费电视市场有着诱人的发展空间。国内、外传媒集团会倍加关注这一块市场，甚至加大投资的力度。

目前我国传媒市场一年的收入不过300多亿美元，90%以上是广告收入。美国2001年付费电视的广告收入为1700亿美元，远超过1000亿美元的传统电视广告市场。美国电视业每年从每个付费电视用户可收取500美元，香港是3000港元，随着内容资源的丰富，中国估计能达到500到1000人民币。我国现有1亿有线网用户，上海有300多万，北京超过400万。虽然受各种因素的制约，付费电视在中国还没有迅速普及，但从中长期来看，它的市场潜力是非常巨大的。国内某大媒体通过调研后认为，整个付费电视市场容量就有1000亿人民币/年，其收益空间最保守的估计至少也有30亿人民币；到2010年，预计中国媒介广告总额将达2000亿元，其中电视广告收入可以接近800亿元，因而内容提供商将能获得巨大的回报。

中国传媒市场本身具有惊人的能量，曾有专家发出过惊人之语，认为媒体市场是中国改革开放二十多年来最后一个可以产生暴利的领域。中国内地传媒业规模已经超过 1800 亿元/年，总收入连续数年以 25% 的幅度增长，1998 年利税总额首次超过烟草业，成为排名第四的国家支柱产业，因而具有广阔的发展前景和巨大的发展潜力。

中国电视市场近几年来年的发展速度非常迅速，近期，CTR 市场研究公司公布的数据显示，2004 年中国内地投放于电视媒体的广告有 1509 亿人民币，较 2003 年飙升 25%。再看国外的数据，2004 年初 ac 尼尔森媒体研究（亚太区董事长霍本德）公司(Nielsen Media Research Inc.)的统计测算，2003 年中国的广告收入为 145 亿美元，其中 3/4 的广告市场为电视所拥有；2004 年电视广告投放量为 1500 亿人民币，增加 25%，使得中国跻身“世界五大电视市场”之列，在亚洲仅次于日本，位居第二；而以此速度发展，中国将有望成为全球第二大电视广告市场。

易凯资本有限公司最新发布《中国电影市场研究报告》的统计数据显示，2004 年中国电影市场已达到 41 亿元（中国电影的市场为 36 亿元多，因中国电影市场不仅是电影，还包括与之相关的市场，而中国内地制片公司真正获得的收入只有 12 亿元），并在未来三年内中国电影市场将以 36% 的年复合增长率激增，2005 年达到 57 亿元，2007 年将突破 100 亿元。

奥运经济也是影视传媒业最丰盛的大餐，例如昆仑润滑油以 3280 万元的天价，成为央视奥运广告的“标王”，蒙牛乳业以 2350 万元夺得“雅典今日之星”冠名，美的电器则以 1500 万元取得每天奥运精彩回顾栏目“精彩瞬间”的独家冠名权。这也更加坚定了各种资本和各种国内外的传媒机构积极参与中国影视传媒产业的信心。

就在 2004 年 12 月 16 日举行的“第四届中国创业投资年度论坛”上透露出一个信号，影视制作行业已成为众多风险投资家追逐的新“猎物”，影视传媒业将成为 2005 年风险投资的新亮点。有专家预测，2005 年将有接近 10 亿元人民币的国外风险投资会投向中国传媒业，而影视制作正是其中最诱人的一块“蛋糕”。同样在 2004 年 12 月 16 日，两家海外风险投资商“凯雷投资集团”和“IDG 技术创业投资基金”，也将目光集中到了中国的影视传媒领域，宣布将进军国内新的风险投资热点“户外电子媒体”。此时，距新的《外商投资产业指导目录》将影视节目制作列为对外开放领域仅 6 天；它们一个是手中握有 200 亿美元的投资集团，一个是在中国投资量最大、范围最广的成熟投资机构。这些风险投资商的强势介入，让渴求资金的国内民营电视制作商激动不已。同时，这些风险投资机构适时而动的这股及时的“远水”，将帮助民营电视制作商解决资金需求上的“近渴”，从而也打开与外资影视“大鳄”的竞争局面。

因而，拥有 5500 亿元人民币潜值的中国传媒业早已吸引着国内外传媒大亨门的关注，诸如 IDG、时代华纳、维亚康姆、新闻集团、迪斯尼和索尼娱乐等，在前几年都进入中国，不是与国内企业合作，就是直接设立办事处，其它的再例如，韩国影院业的 Loews Cineplex 公司和它的同行 Megabox 公司也已经在北京开设了办事处，韩国的娱乐业公司 CJ Entertainment 也采取了同样的行动；香港嘉禾公司关闭了其在上海的电影院之后，又于 2004 年 12 月“转战”深圳开设了一家 12 张银幕的影院；另总部位于香港的 Edko 公司，虽然已经在北京拥有一座影院，但为填饱自己的胃口，专门聘请业内高级顾问去在中国内地搜寻可收购的影院；而且韩国影院公司 Lotte 和几个日本财团也正打算在中国建设电影院线。国内民营影视节目制作公司，例如，光线传媒、欢乐传媒、派格太合和唐龙国际等在上一世纪九十年代中，就象雨后春笋般的冒了出来，大家所看中的就是这个行业所能带来丰厚的报偿和“美丽”的前景。

二、不断出台的国家政策的扶持

中国影视传媒行业是一个政策敏感型行业，市场上发生的一切都跟国家颁布的相关政策有着直接或者间接的关系。外资进入电影院线、数字电视付费频道的大发展、民营资本与电视台进行合作、与外资成立合资制片公司等，这些最吸引眼球的事件都离不开相关政策的实行。

2004 年政策的主线是有步骤地开放，开放对象包括业内资本、业外资本，而从所有制角度，又分民营资本和国外资本，即放开民营企业与海外资本的合作。所不断推出重量级的政策，是为了加大在节目制作领域对资本市场的开放力度，希望借助资本市场，引入方方面面的资金，提升中国影视节目制作的水准和数量。

- 2003 年国家广电总局发出“关于改进广播电视节目和电视剧制作管理办法的通知”，进一步向社会开放广播电视节目制作，允许社会机构按行业管理要求，经批准开展电视节目制作经营活动。并于 2003 年 8 月 22 日对北京英氏影视艺术有限责任公司等非国有制作机构发放“电视剧制作许可证”。
- 在向外资、民营资本开放的同时，广电总局并没有忽略系统内和系统外的其它国有资本。广电总局对付费电视平台的建设采取了开放态度，在《广播电视有线数字付费频道业务管理暂行办法》规定，依法设立的广播影视机构（如县级以上各级电台、电视台，国有和民营的节目制作机构）、注册资金 1500 万元人民币以上、净资产 3000 万元以上的国有和民营机构均可参与付费频道的合作。这就意味着除了广播电视播出机构，广电系统内的制作机构也可以加入到付费电视的经营中，比如中影集团等。
- 2004 年 2 月，国家广电总局出台了《关于促进广播影视产业发展的意见》，明确指出，要加大广播影视市场的开放力度，逐步放宽市场准入，吸引、鼓励国内外各类资本广泛参与广播影视产业发展，不断提高传媒产业的社会化程度；而且可以把电台、电视台、广电集团(总台)的除新闻宣传以外的社会服务类、大众娱乐类节目，特别是影视剧的制作经营从现有体制中逐步分离出来，按照产业发展的方向和现代产权制度、现代企业制度的要求组建公司，实行所有权与经营权分离，即广播电视可以把经营性资产从事业体制中剥离出来，面向市场成立公司，与事业性资产分别管理、分别运营；此外，对于产业经营前景比较好、具备企业化运作条件的如体育、交通、影视、综艺、音乐、生活、财经、科教等频道频率，在确保频道频率作为国家专有资源不得出售，确保节目终审权和播出权牢牢掌握在电台电视台手中的前提下，经批准可以组建公司，探索进行频道频率的企业化经营；其核心内容是鼓励制播分离，要把宣传性的事业和经营性的产业进行分离。
- 2004 年 10 月 10 日，国家广电总局又适时推出 43 号令《电影企业经营资格准入暂行规定》，允许外资公司涉足中国内地的电影制作、发行和放映等领域；也明确允许境内公司、企业和其它经济组织成立电影制片公司和电影技术公司，允许境外公司、企业和其它经济组织与境内公司、企业和其它经济组织合资、合作设立电影制片、电影技术公司。但是要求合营公司注册资本不得少于 500 万元人民币，并且外资在注册资本中的比例不得超过 49%。
- 2004 年 10 月底，由原国家广电总局局长徐光春、商务部部长薄熙来签署了《中外合资、合作广播电视节目制作经营企业管理暂行规定》(总局 44 号令，简称《规定》)，国家广电总局于 2004 年 11 月 17 日正式公布，正式对设立合营企业的条件、方式、办理程序、业务范围以及

权利、义务等方面均做了明确规定。其内容概括为，自 2004 年 11 月 28 日以后，**外资企业**（或媒体公司）**可以入股国内广播电视节目制作经营企业**，可以在中国境内合资、合作设立专门从事或兼营广播电视节目制作发行业务，而中方持股不得少于 **51%**；在制作节目内容上，《规定》仍然作出限制，包括合营企业只可以制作时政新闻之外的专题、专栏、综艺、动画片等广播电视节目和制作电视剧，但时政新闻和跟新闻有关的专题、专栏节目仍是外资媒体的禁区。而且，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。但明确禁止外商独资广电企业进驻中国，也禁止私有证券基金等不具备媒体业务资格的金融投资者参与入股国内广电企业；《规定》还要求，合营企业拍摄的电视剧必须另行申领《电视剧制作许可证》；全外资制作的电视节目，目前仍只能在国内付费电视频道上播出。另外，还降低了对外资进入大型国有媒体集团的要求，给境外节目本土化提供了丰富的平台，也给众多国内电影电视制作公司提供了开拓国际市场的可能性，如美国时代华纳公司 **HBO** 频道通过合作，在 2005 年 1 月 1 日起分别在中央电视台第一剧场频道和上海文广互动电视有限公司所属频道播出若干小时，但是国家不会允许外资整体品牌的输入，可以采用比如上海文广与新闻集团 **Discovery** 频道的合作方式，即同时打上两家的品牌，这样对于国内节目的输出也很有好处。

	外资公司	中国民营企业
广播	不允许	不允许
频道运营	不允许	可通过与电台、电视台的合作，以及成立合资公司的方式，来获得频道的部分经营权
节目制作	获得许可的外资公司可以与国内公司(开始只是国有的国内公司)成立合资的节目制作公司，最多可有 49% 的股份	有一定限制，除时政新闻之外的内容都可以
辛迪加销售	每年有一定限制	无限制
广告经营	2003 年 12 月 11 日后，可在其合资的广告公司中绝对控股；2005 年 12 月 11 日后，即可开设独资的广告公司	无限制

- 2005 年 1 月 1 日，新的《外商投资产业指导目录（2004 年修订）》开始施行。新目录由国家发改委和商务部联合发布，首次将广播电视节目制作、发行和电影制作列为对外开放领域。
- 2005 年 2 月，央行、外管局、银监会和证监会四部委联手出笼了关于完善外资并购外汇管理有关问题的通知》，将遏制此前较为流行的民营企业以红筹股方式在境外曲线上市，这个政策的影响正逐渐波及文化传媒企业。但实际上，这种此前流行的民营企业以红筹股方式曲线海外上市，尤其是惯用的民营企业老板通过在维尔京群岛等自由岛注册“壳”公司，然后通过境内公司对“壳”公司增资扩股，实现收购或者控股境内企业，最后以境外“壳”公司的名义在香港或者纳斯达克等地上市的模式，现也已经遭到国际资本市场的质疑。
- 2005 年 3 月，北京市政府审议通过了《2004-2008 年北京市文化产业发展规划》，其重点是，通过落实北京市文化企业的税收优惠政策，未来几年内要文化产业打造成北京支柱产业之一，

并预计到 2008 年，北京市文化产业增加值将超过 300 亿元，而占北京市 GDP 的 9%。

- 2005 年 3 月底，国家广电总局针对 2004 年 11 月开始实施的《中外合资、合作广播电视节目制作经营企业管理暂行规定》（第 44 号令）的相关细则进行了进一步规范，并发布了《关于实施〈中外合资、合作广播电视节目制作经营企业管理暂行规定〉有关事宜的通知》。根据这个《通知》，境外公司在与国内广播电视节目制作经营机构或电视剧制作机构成立合营企业时，还将需要满足以下三方面的进一步要求：
 - ✓ 一是在合作者资格方面，明确规定了“境内电台、电视台等播出机构不能与境外机构合作设立合营企业”，同时，“经批准已经设立了合营企业中的境外合作方和广电总局已经批准设立的合营企业，原则上不得再申请设立第二家合营企业”。
 - ✓ 另一方面，进一步要求中方申请机构在《广播电视节目制作经营许可证》或《电视剧制作许可证（甲种）》满三年后，才可以提出有关合资申请。此前，国家广电总局在 2003 年 8 月和 2004 年 6 月分两批首次向 24 家民营电视机构下发了《电视剧制作许可证（甲种）》。就是说，刚得到许可证的民营公司都不具备有申请合营公司的资格。
 - ✓ 再一次明确规定了“合营企业不得参与境内电台、电视台的频率、频道经营业务”，包括将频率、频道交予境外机构经营，或与境外机构合作经营都不被允许。2004 年民营企业就已经获得了参与频率、频道经营业务的权利，《通知》表明境外公司试图曲线进入该领域是不会被允许的。

这也正是第 44 号令强大的辐射效应使得国家广电总局继续完善中国广电业的开放制度，未来政策方面可能还需要象这个《规定》一样，做进一步的细则补充。

这些新颁布的政策，使国内的影视传媒市场向外资打开了大门。至此，民营、外资参与影视投资的方法已基本全部出台。

相对于其它经济领域，广电领域开放时间稍晚，还具有较大的开放空间，市场潜力巨大，外资对这块尚未被开发的领地觊觎已久。这些开禁政策一经出台，维亚康姆 Viacom 随即宣布将同上海文广新闻传媒集团开展合作；新闻集团也立即同国内几家潜在的合作伙伴进行了谈判，IDG、时代华纳、索尼 SONY 等在未来几个月后都宣布与国内相关企业成立了合资公司。

所以说，2004 年 11 月 28 日是外资入股国内电视制作的解禁日，外资首次被允许入股国内广播电视制作产业，来自海外的影视巨头们正式吹响进军中国非新闻类电视节目市场的号角。

（本文完成于 2005 年 3 月 30 日）



北京阳天宽频网络技术有限公司
Beijing Sunnisky B. N. T. Co. Ltd
电话:010-82645460 传真:010-82645461
E-Mail:sales@sunnisky.com
www.sunnisky.com