

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。

外资及国际影视传媒巨子的强势介入

北京阳天宽频网络技术有限公司 杨天喜

随着中国改革与开放的加快与深化, 外国传媒集团纷纷进入中国市场。这种进入可以说是全方位的, 涉及几乎所有的传媒领域, 先是从报刊、图书开始, 目前已经延伸到了电影、电视、广播、网络等各种媒体。

近期国家相关政策的出台廓清了各类资本进入广电行业的风险, 放松节目的管制给外资的介入创造了更多机会, 等待已久的资本迅速的跟进, 便成了意料之中的事情。因之, 国外的 10 亿风险资本已经把 2005 年中国最赚钱的领域锁定为影视制作领域。

包括 IDG 等拥有庞大影视资产的跨国媒体巨头们早就迫不及待而进入了中国的市场。全球传媒业的四大巨头, 时代华纳、维亚康姆、迪斯尼和新闻集团都面临着增长的强大压力, 相互之间的竞争从国外一直打到了国内; 维亚康姆在中国的竞争对手主要是跨国儿童节目和音乐节目供应商, 例如迪斯尼、时代华纳旗下的 **Cartoon Network** 等等, 它们都在与中国电视台合作提供儿童节目; 而新闻集团旗下的星空卫视和专门提供音乐节目的 **CHANNEL [V]** 频道, 也是维亚康姆的强劲的对手之一。这些都表明, 影视节目制作行业已成为众多风险投资家追逐的新“猎物”, 国内相关电视制作公司也将得到风险投资机构的资助。下面让我们一览 2004 年底至 2005 年春, 外国传媒 (尤其影视传媒) 在中国国内的一系列大“手笔”的动作, 以及各世界传媒巨子前几年在中国国内的“深耕”:

➤ 美国国际数据 IDG 集团

IDG 是全球最大的信息技术出版、研究与展览公司之一, 在 85 个国家出版 300 多种报纸和杂志、400 多个专业技术网站, 同时在全球举办 170 多种 IT 相关展会。早在 1980 年 9 月 13 日, 中美合资的中国计算机世界出版服务公司成立, 这是国内第一个经国家批准的合资出版公司, 其中 IDG 的股份是 49%; 自此后, IDG 不仅带来了集团旗下的出版物“IT 第一张纸”的《计算机世界》、《IT 经理世界》、中文版《IT 财富》等, 在中国合资及合作出版发行了《微电脑世界》、《网络世界》、《家用电脑世界》等 16 种与信息技术有关的出版物; 还帮助多家国际出版商把他们的内容和生意引进中国, 其中包括时尚系列、国家地理杂志等, 其读者总拥有量达到 1800 万。目前, IDG 在中国每年的总收入(出版、会展、市场研究、培训)已近 1 亿美元左右, 经营规模雄居 IT 媒体集团第一, 并进入全国报业十强。

2004 年 5 月 IDG 和中国网通投资的 IPTV 网络电视站点“天天在线”正式推出, 并获得电信系中唯一一个国家广电总局允许通过网络传送电视节目的资格。“天天在线”总投资 5 亿元左右, IDG 投资超过 1.5 亿元, 占有 30% 的股份; 而中国网通集团占 40% 股份; 另外 30% 股份则由其它策略投资者持有。

所以于 2004 年 11 月 21 日在京宣布, 未来 5 年 IDG 将有 5000 万美元的基金用于数字节目制作, 以及实现多平台传输与互动应用新技术的投资, 即针对把电影、电视和互联网交互应用结合在一起的内容和技术, 包括第三代 3G 移动技术 (移动终端正在成为继电影、电视之后的第三屏幕) 和 IPTV

宽带网络电视领域，还有动画节目的制作技术及动画片的制作等方面。

➤ 迪斯尼公司

迪斯尼是在人们不知不觉中进来的。事实上，目前它已经覆盖全国 48 家以上的电视台，拥有近 1.6 亿观众群的儿童电视节目《小神龙俱乐部》就是迪斯尼的一大杰作。迪斯尼本土化的制作以及丰富多彩的国外动画片，是其赢得中国最大的消费群体“儿童”的热爱。目前迪斯尼也在中国加紧寻找合作伙伴。

➤ 索尼影视

与其它外资传媒在中国的策略不同，索尼影视采用“走出去”的策略，大打华语影片的海外发行之牌，投资了不少中国电影，买下其海外发行权，把中国的一些优秀影片带入了国际市场。

“新索音乐”成立于 2001 年 5 月，由上海新汇集团、上海精文投资公司 and 美国索尼音乐集团共同投资，是中国政府批准的第一家全方位的中外合作音乐企业。此后，“新索音乐”一直致力于唱片公司模式的创新和歌手品牌的打造。然而，中国内地的音乐产业并未成熟，它给索尼公司带来的收入甚至还不及香港。

2004 年 11 月 25 日，隶属中国电影集团的华龙电影数字制作有限公司和北京索尼影视国际电视公司共同组建国内第一家合资电视公司“华索影视数字制作有限公司”，其中中影集团控股 51%，索尼占 49%；将主要开发和制作中文影视娱乐节目，包括电视栏目、情景喜剧、电视连续剧和电视电影，并在中国及海外发行，索尼影视主要负责海外市场，以后也将把一些好莱坞电影的后期制作拿到中国的公司完成。索尼公司在融资、投资、海外发行等方面都有很强的优势，而中国电影集团在国内制作方面也具有自己的特点，所以华索影视数字制作有限公司是一个强强联合体，也结合了索尼影视和中影华龙数字制作公司在数字技术等方面的高科技优势。另一方面，这也是索尼影视为提高在亚洲的制作能力而做出的重大举措的一部分，2005 年索尼影视也将制作亚洲其它地区本土化的电视节目，包括在印度、日本、印度尼西亚、泰国和中国台湾地区制作电视节目。

➤ 加拿大因瑞祺动画集团

2005 年 1 月中，由加拿大因瑞祺动画集团、中国电影集团下属的第三制片公司（即中国儿童电影制片厂）、北京鸿观和可邦影视等四方共同投资组建了中国首家动画节目制作合资企业“中影动画产业有限公司”，注册资金 1000 万元人民币，其中中影第三制片公司控股中影动画全部股份的 51%，加拿大因瑞祺动画集团控股 25%，北京鸿观控股 13%，可邦影视控股 11%，各股东全部是以现金出资。据说一家法国公司也有兴趣入资中影动画。

中影动画的主营业务是动画电影，并在制作电视剧的政策进一步放开之后，向动画电视剧方向发展，目的是夺会被进口动画片占领了 90% 的中国部分市场，并弥补在近几年来中国每年需要动画片 26.28 万分钟、而实际只能生产 2 万多分钟、致使有高达 24 万分钟的缺口；也期望 50% 以上的成本能在海外（尤指北美地区）市场得以收回。

➤ 美国 Alpha Spacecom 公司（ASPC）

目前中影集团拥有内地规模最大的数字电影院线，现阶段在全国已有的 180 家数字影院中，有 161 家都属于中影，中影数字院线的目标是在 2 到 3 年内建设 300 到 500 家数字影院。正是中影在数字影院上的发展潜力，吸引了 ASPC。ASPC 是在美国科罗拉多州一家从事电影院改造和数码转换系统开发的公司。

2005 年 3 月中，中影集团数字电影有限公司与 ASPC 共同投资发展数字影院的合作意向通过了国家广电总局的批准。根据双方的合作意向，ASPC 将为中影的数字影院提供设备安装和改造，以及提供后期的技术支持和投资等，并成立了 4 个新的经营分公司。与中影和另一伙伴星美影院发展有限公司之间的合作不同，星美数字影院只是在影片的发行上和中影合作，但在数字影院的建设和设备安装上都是由星美影院独立投资和完成的。

目前与 ASPC 具体的合作细节都还有待广电总局的进一步批准，包括新的合资公司的名称、具体的出资比例等还没有公布，但是中影和 ASPC 将要成立的合资公司，注册资本可能将达到 3000 万美元。

➤ **AOL 时代华纳公司及其旗下的华纳兄弟国际影院公司（总裁奥克斯·米勒，董事长兼首席执行官梅耶）**

AOL 时代华纳公司是由 AOL(美国在线)与时代华纳 2000 年宣布合并而组成的媒体巨人，是全球最大的媒体、通讯、娱乐、网络公司，全球 500 强企业之一，它拥有一系列极具价值品牌，包括 CNN、TNT、卡通、Netscape、HBO、时代华纳电缆公司和华纳兄弟公司，并有多家著名的杂志（例如《时代》）、报纸、出版社以及网站，在音乐、电影和有线电视等领域也具有极其强大的竞争力。目前，AOL 时代华纳公司收入主要有六大业务：美国在线(ISP)、电视和广播部门、有线电视部门、出版、影视娱乐以及音乐。

全世界最著名投资家乔治·索罗斯非常看好时代华纳，从 2004 年 8 月后，他共购买了 260 万股时代华纳公司股票，耗资 5000 万美元，2005 年 3 月底公布消息后，当日时代华纳股票涨 1.29%，达 18.08 美元；而另一位精明的金融家，就是“奥马哈先知”（the Oracle of Omaha）沃伦·巴菲特却青睐康卡斯特公司，通过其控股的公司波克夏·哈萨威(Berkshire Hathaway)从 2004 年 8 月起不停的购买，又在 2004 年第四季度把自己对康卡斯特公司的持股数增加了一倍，达到 1000 万股，以 2004 年底的股价计算，总价值为 3.28 亿美元，当日消息一经公布就导致康卡斯特股票上涨 3.48%，达到 32.40 美元，而从 2004 年 8 月算起，康卡斯特股票上升了 23%。

而其影视部分在中国的发展无疑走在了最前面，华纳兄弟国际影院公司(WBIC)是美国时代华纳集团公司的全资子公司，是全球范围内首屈一指的影片、电视剧、视频/DVD 及相关产品的制造商、生产者、发行者、许可人和营销商，也是我国开放电影市场后首家进入中国电影市场的国际电影公司。

2004 年 10 月 15 日，位列美国八大电影制作公司之首的美国华纳兄弟影视公司与中国最大的电影集团“中影集团”、浙江横店集团正式签约，并合资成立中国首家中外合资影业（电影娱乐公司）“中影华纳横店影视公司”，整个过程从酝酿到获得商务部批准用了一年多的时间；合作的三方的持股比例为 3：4：3，以最大的实现三方资源的优势互补，合资公司融合有国有资本、民营资本和外资，它的成立意味着中国影视市场进入多元时代。其主要业务将涉及投资、制作、发行和推广华语电影及电视电影，并会聚全球范围内优秀的导演、演员、制作人共同打造一流的影视作品。专家分析说，中影华纳横店将成为华纳布局于中国的一颗新棋子，由此，华纳在影视方面雄心勃勃而又小心翼翼地展开了自己在中国影视市场的拓展计划。

华纳兄弟也准备在银幕较少的地区市场建设现代化的影城，除已在中国各大城市中建成了具有大规模的影院网络外，于 2004 年 1 月 17 日，房地产开发商大连万达集团和华纳兄弟国际影院公司正式签署了双方共同建设华纳万达国际影院的合作经营和特许经营协议，华纳在万达的商城中经营着 4 家电影院，计划今后增加到 15 家，这样华纳随成为第一家获准拥有中国电影院多数股权的西方公司。

最新的消息是，于 2005 年 2 月 1 日，和深圳国际信托投资公司达成协议，然后在 2005 年 3 月 13 日正式签定华合资合同，这是华纳在中国继上海电影集团（上海联合院线）、大连万达集团和广州

金逸影视投资有限公司之后的第四个合作伙伴，它们地理位置分别位于中国的东北、华南和华东地区。将成立合资公司在中国各大城市建设电影城，其中在深圳市沃尔玛商城中建设 5 家影院，其中 2 家将在今年晚些时候开张；合资公司中华纳兄弟将持股 51%，其目标是想建设成覆盖由北到南，从一线到二线的主要中国城市的最大影院公司。现在经营着拥有 60 张银幕的 7 座电影院，到 2005 年底，将扩展到 127 张银幕的 16 座影院，而到 2007 年在全国范围内建设大约 135 座银幕，准备随时都可以拉出一张在全国城市间大范围铺开的电影影院的网络。迄今为止，华纳兄弟是除了经营超大银幕的 Imax 公司以外，唯一一家活跃在中国的西方影院公司。

华纳的在线部门与中国最大的无线内容供应商 Tom 在线签订了协议，向数百万无线用户提供基于公司产品的铃声、墙纸、屏保和游戏。华纳在线将与 Tom 在线分享利润。之后，华纳又与 TOM 合作，扩大用户数量，开发新的数字内容服务，包括手机游戏、PC 和在线休闲游戏(online casual game)以及多用户游戏等。

2005 年 1 月中，中国最大的音像出版单位之一“中国录音录像出版总社”，正式与美国华纳家庭娱乐公司在沪组建合资企业“中录华纳家庭娱乐有限公司”，中录在其中持有 51% 控股权；合资公司将通过其销售发行网络，进一步推广华纳的影片与其它娱乐音像制品。这也是华纳家庭娱乐公司在日本、韩国、菲律宾、中国香港及台湾等国家和地区均成立了分公司后，首次将触角伸入中国内地。因而，华纳兄弟公司成为第一家在中国设立家庭视频产品发行和营销机构的美国电影公司。

中国录音录像出版总社拥有三张出版牌照，持牌人分别是中录总社以及所属的北京东方影音公司、北京中录同方音像出版社。目前，中录总社已经代理了迪斯尼、派拉蒙、米高梅等在内地的家庭录像发行，几年前还与新加坡德加拉集团合资成立中录德加拉音像发行有限公司。

➤ 新闻集团（总裁鲁珀特·默多克）



新闻集团作为全球性的传播公司，在美国它拥有福克斯电视台、广播网、新闻、有线电视频道，2005 年 3 月初，还预收购福克斯娱乐集团（Fox Entertainment Group）仅存的不归新闻集团持有的 18% 的股票（福克斯娱乐集团的资产包括福克斯新闻频道和 20 世纪福克斯电影公司，其收入占新闻集团总收入的大约 75%），最近它还购买了十家美国电视台，它的电视网络覆盖美国 100% 的地区；在英国，它拥有 SKY 电视台；在德国有 PRIME；在亚洲有 STAR；在澳大利亚有奥讯；在印度、日本、拉丁美洲等地，也有其投资的媒体公司。

这样庞大的传媒“帝国”，也吸引了总收有 18.3 亿美元的自由媒体公司(Liberty Media)的目光，它早些时候从康卡斯特公司买来的家庭购物频道 QVC56% 的股权，而获利丰厚；之后 2004 年上半年，自由媒体公司就曾买下新闻集团有表决权的 9% 的股票；之后 2004 年 11 月初，又宣布将用无表决权的股票交换美林证券持有的有表决权的新闻集团股票，这样它将再获得有表决权股票的 8%，而欲进入新闻集团的董事会。而默多克家族实际仅持有新闻集团 30% 的表决权，因而，受到威胁的默多克立即召开公司董事会迅速采取了所谓的“毒丸策略”，并将在 30 天后重新评估其针对自由媒体公司的毒丸条款。

综观新闻集团在中国市场的开拓历程，可以看出，总裁默多克一直走的是上层路线。

至今，在卫星台频道上建立的新闻集团全资子公司星空传媒的投资总额已经超过了 20 亿美元，其在 2003 年 8 月 13 日公布的 2003 财年(2002 年 6 月至 2003 年 6 月)的财政报告显示，尽管受到非典的影响，亚洲广告收入普遍出现滑坡的情况下，星空传媒却第一次在全年度运营上实现了盈利，这主要归功于其在收视费和广告费两方面的增长。但总体其在中国市场中还没有盈利，估计星空传媒每

年在中国亏损 2000 万到 3000 万美元，在中国的业务有望到 2006 年实现收支平衡。由星空传媒控股 38% 的凤凰卫视的经营状况也不是很好，凤凰卫视 2000 年上市时，有 9000 多万美元的现金，当年（2000-2001 财年）盈利大约 5000 万港币；可到 2001-2002 财年却亏损是 1.4 亿港币；之后，2002-2003 财年亏损 7000 万港币，主要亏损在资讯台，两年来总共支出了约 3000 万美元。尽管在中国，新闻集团的全资子公司星空卫视尚未盈利，可这丝毫不会改变默多克打入中国市场的长期战略，他所看重的是，中国传媒市场中太多的将来可发展的空间和机会。

美国“国家地理频道”是由其与国家地理电视和美国全国广播公司共同拥有的，1999 年随新闻集团进驻中国，2001 年 12 月，新闻集团的全资子公司星空传媒旗下的星空卫视获准在中国广东落地，“国家地理频道”的节目也就可以通过星空卫视开始同中国观众见面。而中央电视台央视风云传播有限公司 2004 年 8 月所推出的《世界地理》数字付费频道，其合作方即是“国家地理”频道，双方签署了一项有关节目内容提供的协议，即国家地理频道为中央电视台旗下的付费频道提供节目。

2005 年 2 月，从在 2005 年 1 月 1 日改版的青海卫视证实，新闻集团不仅将向青海卫视提供众多节目制作内容，还将介入青海卫视的广告经营。因而，借着青海卫视广阔的覆盖面，传媒大亨默多克终于成功将旗下星空传媒的部分节目内容实现在中国全国范围的落地，通过青海卫视这样一个渠道，其大量节目才可以实现真正的全国落地。新闻集团的野心还不止一个青海卫视，一个覆盖全国 21 家城市主流电视台的全国最大的电视剧首播剧场“润德剧场”正在推出，其推出方虽然是中国广播电视协会广播电视发展基金和润德投资有限公司，但其广告经营权却被抓在了新闻集团手里。

2004 年底，鲁珀特·默多克在北京紫禁城附近的政治和外交区建造了一幢 2.2 万平方英尺的房子，估计准备想在北京立足，而后大展宏图。新闻集团也为示好中国政府，做出了许多“贡献”，例如 1993 年收购 STAR TV 后，默多克立即停止在该频道播出 BBC 的节目，因为 BBC 曾经播出过攻击中国人权的记录片；在 1994 年到 1995 年间，默多克属下的哈珀—科林斯出版公司推出了邓榕的《我的父亲邓小平》的英文版；而在 1995 年和 1999 年，新闻集团属下的伦敦《泰晤士报》先后两次赞助在大英博物馆举行的大型中国文物展；在 1998 年新闻集团向中国受灾地区捐款 100 万美元；也是在 1998 年，其子公司哈珀—科林斯出版公司不顾有关编辑的反对，取消了为彭定康出版回忆录的合同；此外，默多克还出资 400 多万美元，帮助创办了《人民日报》网络版。

总之，新闻集团的竞争优势，不仅在于它拥有完善的传播、分销渠道；还在于它能提供高品质的内容，正是凭借这种优势，新闻集团非常看好国内目前正在进行的网络宽带的改造，而且将在数字电视、互动电视、网络电视等数字传媒领域全力拓展自己的业务范围。

➤ 维亚康姆集团（董事长兼 CEO 雷石东）

维亚康姆集团是美国第三大传媒公司，包括拥有 39 家地方电视台的电视集团、制作节目超过 55000 小时的派拉蒙电视集团、成立于 1912 年的派拉蒙电影公司（其库存影片超过 2500 部，包括《星球大战》、《阿甘正传》、《教父》、《碟中谍》、《泰坦尼克号》等经典影片）、1948 年运营且其附属台超过 200 家的哥伦比亚广播 CBS 公司（也是美国最大的 5 家电视网之一）、在美国纽约于 1981 年 8 月创办的 MTV 音乐电视网（目前它在美国拥有的订户超过 7900 万家庭，并已经覆盖了全球 140 个国家和地区的 3.84 亿家庭）、1979 年 4 月 1 日启动的尼克罗迪恩 Nickelodeon 儿童电视频道（目前拥有超过 8100 万美国家庭订户）、拥有 180 多家广播电台的无线广播 Infinity 公司（同时也是美国最大的无线电广播公司和户外广告公司之一）、于 1985 年 10 月 19 日开业的布洛克巴斯特 Blockbuster 录影带出租连锁店（其在美国有 4141 家自有品牌的经销店和 830 家特许经营的经销店；在国外有 1951 家自有的经销店和 454 家特许经营的经销店）、以及著名出版社之一的西蒙和舒斯特 Simon & Schuster 出版公司。

维亚康姆经营策略是“全球化经营，本土化落实”，目前在中国累计已经有 1000 万美元资金的投入，也带来了丰厚的硕果。其在中国的收益主要来自三个方面，首先是广告收入，这项收入在利润构成中占到 80% 到 90%；第二是收视费，这项收入在整个利润里占 10%；另一个是特许经营费，利用既有的品牌派生其它的产品或进行合作，这笔收入占 5% 的比例。过去几年 MTV 的收益每年在中国以 30% 至 50% 的速度增长。到 2002 年 3 月底，维亚康姆的 MTV 全球音乐电视网进军亚洲市场已经 7 年，但是除了印度，其它亚洲国家都没有赢利；2003 年 MTV 的全球业务收入有 40 亿美元，其中 15% 的业务是来自亚洲，而在这 15% 的业务中有很大部分是来自中国，估计 MTV 在中国的年收入大约为 4000 万至 5000 万元之间，也希望 MTV 中国能在 2 到 3 年内实现赢利。

2004 年 11 月 3 日，按照当年 3 月签定的协议，维亚康姆旗下的尼克儿童频道与上海文广新闻传媒集团双方成立合资公司“上海东方尼克电视制作有限公司”，将为中国观众量身制作本土化的儿童节目；注册资金 600 万美元，其中，上海文广占 51%、维亚康姆旗下的尼克儿童频道占 49%，并计划在 2 至 3 年内收回投资；合资公司将利用尼克频道的品牌效应，以制作本土化的儿童电视节目为主，引进其《蓝色线索》、《孩子的选择》等名牌栏目的市场模式、制作理念，也将推出现场综艺栏目、游戏栏目和动画栏目“尼克时段”，然后在全国 30 多个有线电视频道中播出，为上海文广传媒集团的东方少儿频道和全国各电视台提供少儿类的节目；之后，还将在世界 100 多个国家的 69 个频道播出，把中国的传统故事和人物作成节目介绍给世界观众。

之前的几年里，于 1999 年 9 月，维亚康姆公司还赞助了在美国举行的《中国文化周》的主题活动，雷石东也同时担任《中国文化周》顾问委员会的顾问；与此同时，维亚康姆公司还在中国中央音乐学院设立了奖学金；2003 年春节，维亚康姆公司曾独家出资赞助中国广播民族乐团访美巡回演出，在当地引起轰动。

➤ Imax 公司（执行副总裁拉里·奥瑞利）

鉴于中国具有巨大的潜力，2005 年 1 月上旬，总部位于多伦多、经营巨幕影院的 Imax 公司宣布，与 Lark Intl. Media 签署了在中国建设 6 家影院的合同。在此之前，它已经在中国经营着 4 家影院。仅仅二周后又签下了第二份合同，Imax 公司和重庆市地产集团准备在重庆开办 3 家超大银幕影院。重庆是中国人口最多、超过 3200 万的城市。

随着新合同的签署，Imax 公司计划在中国的超大银幕影院的数量将在 2008 年达到 22 家。这也表明，中国将成为 Imax 公司在全世界的第二大市场，也是成长最迅速的市场之一。

➤ 高盛公司和 3i 宣布联手注资楼宇传媒业的分众传媒 Focusmedia

作为一种新兴广告和传媒行业，楼宇电视在中国个城市市场的发展突飞猛进。2003 年初，分众传媒初开楼宇液晶电视之门；2004 年后聚众传媒 Targetmedia 也涉入这一领域。在短短不到两年的时间里，两家公司已经各自覆盖了全国 30 多个城市 and 一万多座商业楼宇（主要是写字楼和公寓楼）。

在英属维尔京群岛注册成立的分众传媒（中国）控股公司，现已进入快速扩张经营阶段。该公司的液晶电视联播网覆盖了国内 38 个城市，占据的高档楼宇已达 6800 多幢，安装液晶电视 12000 个，并开始向雅加达、新加坡、中国香港的三个城市延伸。

2004 年 10 月，高盛公司和 3i 宣布联手向分众传媒注资近 3000 万美元，充分反映出中国的商业楼宇视频赢得了国外大牌投资的青睐，而成为国际投资巨鳄的新宠之一。其预期的目标是在未来三年中，每年将实现楼宇数与液晶电视数翻番，并在商业楼宇联播网项目上投资额将保持在每年 1.5 亿元左右。分众传媒的目标已十分明确，即 2005 年 3 至 5 月争取在美国纳斯达克挂牌上市，预期融资金额为 1.5 亿美元。若该计划顺利实施，分众传媒将成为纳斯达克第一个中国传媒概念股。目前其上市

的计划可能被推迟，不过早在 2004 年底，分众传媒在纳斯达克上市的法律文件就已经完备。

➤ 号称“总统俱乐部”的凯雷投资集团投资楼宇传媒业的聚众传媒 Targetmedia

它是一家全球著名的私募投资机构（海外风险投资商），旗下管理的投资达 183 亿美元。凯雷投资于买断、创业资本、房地产和高收益领域，地区包括北美、欧洲和亚洲，集中于航天和国防、汽车、工业和消费行业、能源、医疗、技术和商业服务、电信和媒体、以及交通行业。2004 年 4 月 20 日，凯雷在上海设立了办事处，从此开始常驻中国进行正式运作。迄今为止，凯雷已经在中国投资了 10 个项目。

2004 年 9 月 1 日，凯雷集团巨资投入主营楼宇电视的聚众传媒，第一批资金高达 1500 万美元。而聚众传媒是一家综合性媒体集团，其大股东是有相当政府背景的海信息投资有限公司。目前它已发展成为集多种媒体开发、经营、管理的综合性媒体专业机构，拥有国内外广告经营资质及电视广播时段、杂志、户外广告等自有媒体；它整合液晶电视等多媒体科技手段及自身实力，在全国范围的高档商务楼宇、高档商场、高档酒店式公寓、高级酒店、高尔夫球场、电影院、机场、医院等构建全国性商务信息楼宇视频互动传播平台，力争成为除电视、电台、报纸之外全国最大的目标媒体平台。

在获得凯雷投资集团的巨额资金支持后，聚众传媒将加快其布局全国网络的步伐，增强其与分众传媒在争夺全国市场时的竞争实力。另一目标是在凯雷的帮助下，计划 2005 年在美国纳斯达克上市；到 2005 年 3 月中，聚众的投资银行正在做 IPO 的评估，估计 3、4 月份将出结果，会计师事务所的上市审核工作也正在进行中。

分众传媒和聚众传媒的比较表：

	分众传媒 Focusmedia	聚众传媒 Targetmedia
成立	2003 年 5 月	2000 年
网络规模	38 个城市，2 万座楼宇，每天会面向 2000 万的中高收入人口播放信息	40 个城市，一万多座商务楼宇，还瞄准了机场、高档宾馆等场所（截至 2004 年底）
市场份额	近 50%	近 50%
2004 年利润额	突破 1 亿元	超过 1 亿元
运营模式	地方加盟	分公司管理
投资方	高盛公司和 3i	海信息投资有限公司和凯雷投资集团

➤ 中外合资，从事影视制作服务的龙制片公司

2004 年 12 月 10 日，中国首家真正的影视制作服务公司“龙制片公司（Dragon Studios）”成立，它是由近年来制作了中国的很多大制作影视节目的美国人彼得·劳尔参与的合资企业，其它合资方包括知名制片人艾勇、任职中国最大规模的电影器材租赁公司之一的何鹏、以及中国最大的影视基地之一横店影视城的幕后“老板”的横店集团。龙制片公司的主要业务，将是制定电影的预算、召集工作人员、处理所有相关文件、帮助建立与中国制片公司的关系、并协助提供在中国境内的电影拍摄和制作的全过程影视制作服务。这也从另外一个角度说明，中国作为影视制作基地的重要性仍在不断的增加。

➤ 香港中天传播集团投资中国内地电视节目市场

2005 年 2 月 25 日，在中国内地经营电视广告业务逾 10 年之久的香港中天传播集团，决定大举启动了在中国内地电视节目市场的投资，并联合内地的影视节目制作机构，每年投产 500 部集电视剧及逾 1000 小时综艺类电视节目，目标成为中国内地电视媒体一个重要的内容供应商及广告经销商。目前已经与国家广电总局所属中国长城艺术文化中心达成长期合作联盟协议，除与长城艺术文化中心合作制作电视节目外，其投资的电视节目在国内电视媒体的播发事项通过长城艺术文化中心完成，中天传播将也为长城艺术文化中心的独家广告经销商。

此外，2005 年 2 月底，据印度亚洲通讯社报道，英国路透集团计划在已设立分支机构多年的中国和印度的本土媒体集团开办电视频道，合作共同运营频道。路透集团作为一家全球资讯公司，主要面向财经行业提供金融服务。在英国，路透集团已经和英国沃达丰集团（Vodafone Group）合作，在 3G 手机上提供路透社新闻服务。路透集团从 1871 年开始在中国报道新闻，由此进入中国市场。现在路透集团计划进一步开拓在中国的大众媒体业务。有多家中国的媒体集团试图和路透集团合作。在中国开设电视频道一直是路透集团希望做到的事情。

其它正在积极寻找中国合作伙伴的外资媒体公司，还包括新闻集团旗下的星空传媒、时代华纳的 HBO，以及迪士尼与新闻集团的合资公司 ESPN 等。此外，韩国电视剧制作公司也正在考虑在数字节目方面与中国公司的合作。

（本文完成于 2005 年 3 月 30 日）



SUNNISKY



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