



文创周刊订阅号

A1-A4

2017.12.22

少了爆款 灿星如何撑起210亿身价

一年估值翻两番

提及《中国好声音》《中国新歌声》《中国达人秀》等曾引发较大影响力的综艺节目，背后都有同一家公司，即灿星。也正是凭借这几档综艺节目，于2010年底成立的灿星迅速在业界形成较强的知名度，甚至有成为民营节目制作公司“一哥”的趋势，截至目前，灿星制作的文化综艺节目超过20档，内容涵盖音乐、舞蹈、综合才艺、访谈等多种类型。

在灿星的各个发展规划中，上市一直是重要目标之一。早在2014年，灿星董事长田明在接受媒体采访时就曾提出一种分拆上市方案，即灿星跟随母公司星空华文传媒赴港上市，此外有消息显示，2015年底灿星就确定了国内上市方案，并于2016年9月完成股份制改制，此轮融资是Pre-IPO融资，为上市进一步铺路。

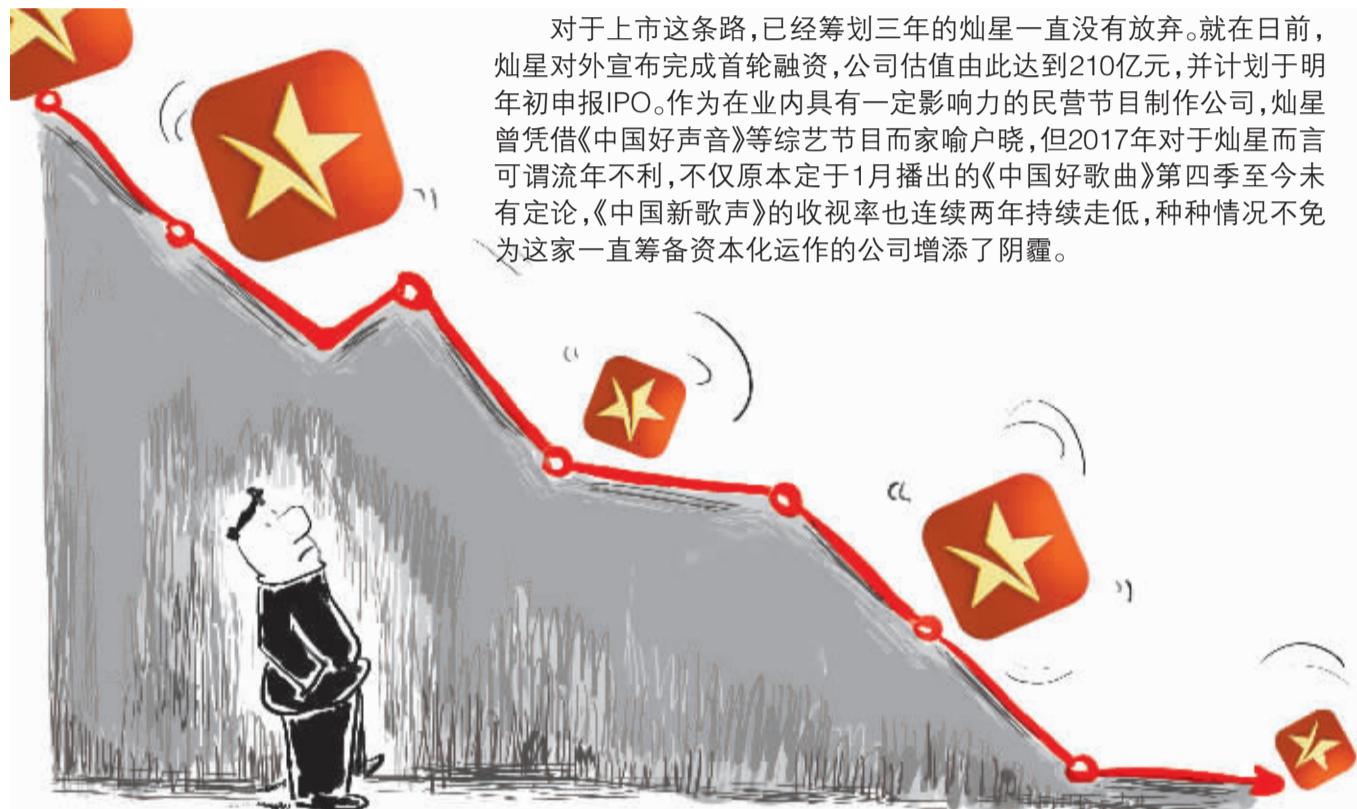
据灿星相关负责人介绍，进行Pre-IPO融资的主要目的有两点，首先是在上市之前引入部分财务以及战略投资人，优化股东结构、整合资源，有利于未来更好地发展，与此同时也是为进一步发展互联网战略储备资金、人力资源。

值得注意的是，经过此轮融资，灿星的估值达到210亿元，这与去年3月上市公司浙富控股宣布以现金增资灿星6.0698%股权时，灿星的估值为50亿元相比，在一年多的时间内，灿星的估值已经翻了两番。

微博“电视节目创新引擎”负责人表示，灿星在前几年发展迅速，与该公司拥有上海文广的基因、最初的制作团队来自于SMG有关；当时上海文广的视野较为开放，也是较早学习欧美模式的公司之一，使得当时从SMG出来并成为灿星最初制作团队的相关人员能掌握多个大中型模式节目制作手法，并购买多个不同的真人秀节目模式，使得灿星这家公司越来越热，并在当时处于业内领先地位”。

高热之下的阴霾

鉴于此前灿星的高速发展，业内也对灿星的经营情况产生好奇，但目前灿星并未对外较多透露财务数据，只能从相关交易中透露的只言片语中看到，2015年灿星的营业收入为22.1亿元，净利润为7.2亿元，2016年一季度的营业收入为1.6亿元，净利润则为0.44亿元，处于盈利状态。但从另一方面看，近两



对于上市这条路，已经筹划三年的灿星一直没有放弃。就在日前，灿星对外宣布完成首轮融资，公司估值由此达到210亿元，并计划于明年初申报IPO。作为在业内具有一定影响力的民营节目制作公司，灿星曾凭借《中国好声音》等综艺节目而家喻户晓，但2017年对于灿星而言可谓流年不利，不仅原本定于1月播出的《中国好歌曲》第四季至今未有定论，《中国新歌声》的收视率也连续两年持续走低，种种情况不免为这家一直筹备资本化运作的公司增添了阴霾。

年灿星失去了一些优势项目，部分节目也出现了坎坷。

对于灿星而言，制作的前四季《中国好声音》无疑是推动自身发展的重要加速器之一，一方面实现了较高的收视率，另一方面冠名商加多宝分别以6000万元、2亿元、2.5亿元和3亿元的价格连续打破国内综艺节目冠名费纪录。但是这一王牌节目却并没有长期留在灿星的手中，由于与荷兰Talp 未就版权费用等事项达成一致，灿星不仅失去了王牌节目《中国好声音》，还与唐德影视、Talp陷入长时间扯不断的诉讼中。

也正是《中国好声音》事件，让灿星开始强化自身的原创节目，并策划制作了《中国新歌声》，至今已播出两季。但是据CSM52的数据显示，与此前《中国好声音》前四季分别达到平均3.82%、4.58%、4.19%和4.85%的收视率相比，第一季《中国新歌声》一直没有突破4%，而第二季节目则难以破3%，甚至还一路跌到2%以下。

天津师范大学新闻传播学院教授陈立强认为，从《超级女声》开始，音乐类选秀节目在国内综艺界的热度持续升温，迄今仍然占据一定的市场空间，但在节目的爆发式增长背景下，观众也走过了新鲜体验期，并出现了一定的审

美疲劳。此外在微博“电视节目创新引擎”负责人看来，音乐类综艺节目是灿星的优势，且该类节目是可以持续存在的节目形态，不像相亲类节目生命周期相对较短。但目前制作音乐类综艺节目的公司较多，且并非每一档音乐类综艺节目均能成为爆款，再加上现阶段电视端收视率整体不佳，《中国新歌声》出现收视率下滑也是正常现象。

除《中国新歌声》外，灿星的其他一些节目也出现了状况。其中原定于今年1月播出的第四季《中国好歌曲》至今也没有播出，且刘欢于去年底在自己的微信朋友圈曾透露节目将停播，而日前还有消息曝出，今年《中国好歌曲》将停录，再停摆一年。遭遇停播的不止《中国好歌曲》一档栏目，自2015年开始播出的脱口秀节目《金星秀》在今年8月也宣布停播。

多板块布局降风险

按照灿星的规划，申报IPO已经排进明年的计划表。但面对一年多时间翻了两番达到210亿元的估值，如何获得资本信赖，也是灿星需要考虑的问题。而据从业者透露，由于此前积累的经验，近年来灿星在发展自身业务和项目的过程中，一直在基于自身所擅长的领域进行相应地复制，也拿到了不少利润较高

的项目，按此推算灿星应该能获得较高的收入，但若作为一个单纯的节目制作公司，则难以对资本产生较高吸引力。

微博“电视节目创新引擎”负责人认为，每一家做内容创新的公司都对资金有需求，如果是一家纯粹的节目制作公司，没有其他业务模式，那该公司很多节目收入只是一次性买卖，仅仅是将节目播出版权售出等方式，这种投资回报模式显然没有太大意义，一个一个节目的销售回报也不是资本所需要的，但假若能够依据IP孵化并延长产业链，则能产生更大的价值。

据灿星宣传总监陆伟透露，灿星未来想成为一个多元化的的内容提供方，此次获得的融资也将用于多个业务板块的开发，其中包括超级网综，比如与优酷合作的《这！就是街舞》，计划在明年一季度推出，与此同时“音乐小镇”则是灿星在文化地产方面的第一个尝试。此外融资还将用于模式研发、影视投资等板块。

从业者认为，目前网综、文化地产、影视投资等板块都是相对较为热门的领域，入局者较多，虽然其中有实现成功的，但失败的案例也同时存在，灿星之所以选择在该领域布局，想必此前也经过较多考虑和调研，但究竟能够达成什么结果尚未得知，有待未来进一步观察。

北京商报记者 卢扬 郑蕊/文 宋媛媛/漫画