

广电总局近日发布若干“限制令” 传媒上市遭遇政策“制冷”?

近日,有媒体总结披露,历年的电视台“制播分离”改革进展神速,今年内地上市潮中将涌现一批传媒公司。与此同时,国家广电总局一位发言人却表示,反对整体上市及跨区整合,不允许搞频道频率公司化、企业化经营。未来还要组建国家级有线电视网络,并将网络电视台纳入国家级体系。这些政策出台,会否给那些已建成改革架构,准备在“三网融合”大舞台上热烈起舞的电视台以束缚?

百视通 游走在上下游之间

1月11日,上海东方传媒集团有限公司(以下简称“SMG”)旗下出现了第一个上市子公司,以IPTV(交互式网络电视)为主营业务的新媒体公司百视通成功借壳广电信息登陆资本市场。

SMG是国内规模仅次于央视的大型传媒集团,2010年营业额达到113亿元。作为国家“制播分离”改革的第一梯队,也是国家三网融合的试点,“子公司上市”一直是SMG把业务剥离进入市场主体的方向。通过节目收费和广告盈利,2009年IPTV的业务收入达到2.57亿元。SMG总裁黎瑞刚称,百视通的经营状况明显好于SMG其他业务,“新媒体”也正是SMG着力发展的关键。

2005年3月,国家广电总局向上海广播电视台百视通公司颁发全国首张IPTV集成运营牌照,要求上海进行“广电负责内容播控、电信负责网络传输”的试点。上海广播电视台投资数亿元,建设IPTV内容生产、集成、分发、传输、业务计费五大系统,构建了“全程全网、统一管理、统一运营、统一服务”的IPTV专网运营体系。通过跟宽带捆绑销售、免费收视推广等方式,上海广播电视台的IPTV用户数已从2003年底的3000户试验用户,发展到400万户。其中上海地区拥有超过150万用户,从单个城市的用户规模看,上海的用户规模目前居全球第一。根据SMG提供的数据显示,SMG现拥有30万小时的版权内容资源储备,其中集成了国内外优秀的

影视、财经、体育、新闻等10万小时的精品版权内容资源。在影视剧方面,SMG百视通内容资源库拥有超过95%的中国内地热门院线影片,以及近100%的国产热播剧的覆盖率。先后与索尼、华纳、环球、Disney等好莱坞七大Studio开展版权内容合作,签订了4年的长期合作。在体育版权方面,2009年,百视通获得NBA联盟通行证。成为全球除北美外惟一获得NBA版权的企业。此外,百视通还获得2010-2013年3个赛季英超的全高清、全赛事版权,成为全国内容最丰富的新媒体企业。

从百视通积累的节目资源看,它的IPTV内容主要依赖SMG集团的版权库和已经制作播放过的节目,而非百视通原创。对此,中央财经大学文化创意研究院执行院长魏鹏举指出,对于初上市的传媒公司来说,整合现有的内容资源是能最快见到效益的,但作为SMG剥离出来的“制作”板块,百视通虽然获得领先牌照,但在三网融合和电视台制播分离改革的速度下,百视通未来必须要在内容原创上下功夫才能占据领先优势,利用新媒体的优势,百视通在下游市场营销推广上也要下功夫。

IPTV致力于成为数字电视之外的家庭“第二台电视”,但归根结底,其传输仍是依托于电视频道,在国家控制“播出渠道”的前提下,百视通在内容播出时也将受到频道把关,魏鹏举说,这跟国家推进“制播分离”并不矛盾。记者从百视通提供的资料看出,新闻类节目还在其制作范围内,而新闻内容是必须按事业

体制运作的,魏鹏举认为,未来百视通更可能在综合休闲类内容上发力。

作为一家新媒体公司,百视通还拥有手机电视、网络电视等制作业务,这对网络电视台纳入国家级体系又会有什么影响呢?魏鹏举认为,组建国家网络电视公司尚没具体方案,应该不会把网络电视台全部归属国有,更可能是在注册审查、内容把关等方面进行,并不是资产管理,所以对百视通的网络电视板块不会有太大影响。

湖南广电 整体上市计划已取消

已经上市的湖南电广传媒一位知情人士向记者透露,湖南广电集团曾想把属下的优质资产注入进湖南电广传媒,实现借壳上市,但不知为何没有实现,去年湖南电广传媒还因此事停牌了一个月。

对于湖南广电的上市路线,业内人士有诸多猜测。有业内人士认为,湖南广电集团很可能效仿上海文广集团的路子,最终让集团有发展潜力的子公司适时分拆上市。然而另一位知情人士却透露,湖南广电集团的内部改革选择了分步走的方案,但最终是想寻求集团的整体上市。具体来说,这次改革将按照先电视台、电台再电影;先新后旧、先大后小、先易后难的原则,把媒体

广告创收与可经营性资产、可制播分离的内容生产、新媒体、新业态(金鹰卡通、快乐购、快乐阳光、天娱、艺术玩家)等一并划归新的市场主体。而且此前,

快乐购、天娱传媒都曾经寻求独立上市,但是在湖南广电集团提出整体上市的概念后,这些资产都暂时放弃了独立上市的计划。而如今,国家广电总局关于禁止电视台整体上市的消息,也使湖南广电的上市方向更明确。

记者连线湖南卫视总编室主任李浩时,他称湖南广电正在进行第三轮改革,集团人事关系、公司架构都有变动,何时启动子公司上市尚未明确。但就公司业绩而言,目前已分离的子公司天娱传媒、快乐购等,均达到了上市的标准。

记者致电天娱传媒品牌部总经理刘琛良时,他表示,天娱传媒目前的工作流程没有任何变化,此前,天娱传媒确实曾经放弃独立上市。天娱在发展中曾经碰到困难,而且同行竞争激烈,当初台里有原始冲动,想借上市让天娱传媒获得更大的成长空间,上市只是一种手段,并不是天娱想单独干点什么。因为天娱传媒仍是国营公司,它的经营需要和集团的整体策略一块儿进行,所以暂时不可能有什么上市想法。至于天娱目前的盈利状况,刘琛良表示,天娱的历史不长,才6年,对创业板所提出的“连续两年盈利”等要求基本符合。

商报记者 郑洁

专家视角

国有媒体是上市鼓励对象

中央财经大学文化创意研究院执行院长 魏鹏举

资本市场是比较青睐拥有媒介资源的文化企业的,因为它们具有打通上下游产业链的优势。中国的民营出版业市场化较早,上市呈现活跃态势。而新媒体,受体制管制较少,也比较容易上市。

目前国家只是对有建制的电视台不建议上市。随着制播分离的进一步深入,大量电视台剥离出来的制作业务将需要资本市场的介入,但播出渠道又属于事业体制,在内容审查上会产生一定摩擦,但实际不会形成太大阻力,因为国家对广电集团“解缚”的态度是很坚决的,在磨合中,文化产业化的尝试还会不断深入,其趋势还会继续。

就像游戏产业也是通过网络传播的出版物,同样面临着内容审查的问题。电视台以前均属体制内的,制播分离之后,只要经过前置性的内容管理,内容产业必然要借助资本的力量发展壮大。就像人民网,虽是国有媒体但已经多年按照市场化运作,网络新媒体上市在国内也已经有诸多先例,所以也要尝试上市。从总体看,借力资本市场、提升主流文化媒体的竞争力,仍是国家今后产业改革的重点。

制播分离将释放市场主体

清华大学新闻与传播学院常务副院长 尹鸿

现在电视台的制播分离,更准确的说法应该是“一台两制”,就是由电视台出资成立一个可以进行市场运营的公司,按照企业化管理,其他如播出渠道、新闻类制作等归入一个单位,仍旧是事业制管理的行为。过去的电视台由于是一个事业体制,无法进入市场进行流通。过去,电视行业通过产品参与市场竞争,但是它的主体——电视台是不参与竞争的。通过“一台两制”就解决了一个问题,把电视台的部分资源剥离出来,变成一个市场主体,它可以去参与市场流通,实现收购、整合、组合以及上市等多种运营模式。所谓的“制播分离”其实是给电视台松绑。之前的上海文广,以及现在的湖南广电,制播分离的核心都是这样。而这肯定是一个趋势,会有越来越多的电视台走这种制播分离道路。电视台能够进入市场流通领域,也只有这种方式。

电视台的制播分离,会给民营企业带来很大的压力,尤其是随着被剥离出来的公司逐渐学会市场化运营后,过去电视台做不了的事情,民营企业还可以做,但现在电视台也可以做了。

当然,被剥离出去的新企业生存环境也各不相同。因为是电视台全资控股企业,剥离出去的新企业还拥有电视台的渠道和背景,具有不小的市场竞争力。但对于一些小的电视台而言,这种制播分离就很困难,分离出的企业也没有资本去进行市场竞争和运作。

相关链接

中国网络电视台将启动上市融资程序

今年1月,中国网络电视台(CNTV)总经理汪文斌表示,公司股份改造进展顺利,新股份公司将于近期挂牌。下一步将引进战略投资者,启动上市融资相关程序。

汪文斌也披露,中国网络电视台在一个月内创下4亿次访问视频直播的观看纪录。目前节目存储总量已经达到50万条,20万小时。

优酷土豆酷6上市难掩亏损尴尬

去年,国内视频网站争先上市背后却也掩盖不了亏损的尴尬。

不过,土豆优酷们上市的光环下也暗藏着阴影。土豆网前三季度亏损8373万元,优酷招股书显示优酷亏损达1.67亿元,加上早先曲线上市的酷6网,国内3家视频网站前三季度亏损已经接近5亿元。其中,盛大旗下的酷6网的营收最低,亏损却最为严重。