



## 传媒业民营外资“短兵相接”

时间：2005-8-31 14:31:30 来源：中华工商时报 作者：张立栋 阅读2065次

政策绿灯放行民间资本外资跨国集团步步为营

2005年8月8日，新华社全文播发了《国务院关于非公有资本进入文化产业的若干决定》。对于因政策导向不明而始终“雾里看花”的中国民营传媒业来说，无疑是云开雾散，民营传媒业的机遇来了而挑战也显而易见。可以说，民营资本与外资在文化产业中的对弈已经开始。

分众传媒的启示

北京时间2005年7月14日晚，中国首家民营传媒公司——Focus Media Holding（分众传媒控股有限公司）在美国纳斯达克成功上市。作为国内传媒领域的强势品牌，分众传媒首次公开募股（IPO）的募集资金高达1.72亿美元。随后不久，其主要竞争对手——Target Media（聚众目标传媒控股有限公司）也传出消息称其将在近期内登陆美国纳斯达克。

“分众”的成功上市标志着中国

民营传媒公司首次获得美国主流资本市场的认可。目前“分众”的市值已经超过了8亿美元，比3家在香港上市的户外媒体股票白马、MPI和通城的市值总和还多。

从某种意义上来说，分众的发展就是当今中国民营传媒业的写照：《决定》公布前，既充满希望、受到外界的追捧，又因政策导向等原因而充满不确定性；《决定》公布使得长期在资本、政策和传统势力夹缝中寻找生存空间的民营传媒力量终于在政策的转变下开始创造新的历史。此为“天时”。

外资威胁步步紧逼

自上个世纪90年代以来，众多外资传媒巨头就已通过多种方式在我国开展业务。2004年，中国电影业首次允许海外资本和国内资本共同组建影视投资公司。相关政策刚一出台，国际传媒巨头华纳和索尼公司就迅速与国内电影制作单位展开了合作。除这两家外，中影还和加拿大一家公司联合成立了动画电影制作公司，与韩国一家公司合资成立新的电影制作公司。2004年11月28日，国家广电总局和商务部又宣布，外资媒体公司可以入股国内广播电视节目制作经营企业。随后，国外传媒巨头纷纷大举进军中国电视制作市场。

虽然我国至今并未作出任何中国文化产业对外资开放的具体时间表，但依据世贸组织的贸易自由化原则、国民待遇原则，传媒市场在某种程度上的逐步开放只是时间问题。在这场民营

- 大陆鼓励传媒到境外办报
- 外资传媒业加速跑马圈地
- 外资媒体上演中国变形记
  - 明基染指内地传媒业？
- Tom斥3.12亿元与电脑报...

与外资传媒业的对弈中，外资传媒依托其强大的技术和资金实力对我国的民族传媒业构成相当强有力的威胁。中国传媒业已经进入一个发展的拐点，要么成为领军人物，要么被这庞大的“外资军团”所湮灭。

2005年7月，国家广电总局发布的《数字电影发行放映管理办法（试行）》中明确表示：“鼓励境内企业和其他经济组织（不含外资）组建数字电影院线公司”，国家广电总局也通过一系列的具体措施鼎力扶持中国电影产业的发展。8月4日，文化部联合国家广电总局、新闻出版总署等五部门共同公布《关于文化领域引进外资的若干意见》这一文件，其中对外资进入文化产业作出了明确规定：被允许开放的行业只包括报刊分销行业、影院建设等；而此前在国内已被允许开放的电视、电影内容制作行业被重新划入禁区。

在既定条件下，人们都倾向于消费本土文化或与本土文化接近的产品。任何一个外资媒体想进入一个国家都会存在着这样的天然屏障。加上语言、适应本土文化思维规律的过程，更有诸如《决定》等相关政策的导向，外资媒体一出现就存在这一天生的弊端。

由此，把握中国民营传媒高速发展的“地利”也已形成。

### 民营传媒业对弈外资

在外资传媒巨头纷纷欲雄霸中国市场时，我国的民营传媒公司正以自身的各自优势，在传媒领域争分夺秒地发展、壮大。在2005年8月的这份《决定》中，国务院也第一次明确提出了鼓励中国民营资本进入文艺表演、电影电视剧制作发行等文化产业的条款，支持民营资本参与部分国有文化单位的股份制改造。

对此，目前最大的民营传媒集团星美传媒表示：《决定》的公布可谓恰逢其时，对民营传媒企业来说无异于雪中送炭。正是越来越多“星美”这样的民营传媒公司，与国有传媒产业同行共同携手，一步步创造着中国传媒业的历史。

可以说，民营传媒业经过近几年的迅速发展，加上《决定》等相关优势政策的出台，在与外资传媒巨头的这场对弈中已率先占得先机。而这种优势并不是这场对弈的最终结果，要想取得最终的胜利只有步步为营。在中国强大的自然资源和人文资源的共同影响下，中国的民营传媒业有强大的后盾支持，这种支持也最终会成为这场民营与外资在文化产业的博弈战中获胜的筹码。

把握中国民营传媒高速发展的契机，“人和”更不容置疑。

天时，地利，人和。所有发展的条件俱已实现，民营传媒业能走到一个什么样的高度值得期待。

文章管理: [mycddc](#) (共计 5126 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关文章: [传媒业](#)

- [传媒业：监管下的方与圆 \(2006-4-5\)](#)
- [2005传媒业:平衡木上的舞蹈 \(2006-1-13\)](#)
- [传媒业：从大众到分众到碎片 \(2006-1-11\)](#)
- [用科学发展观推动传媒业转变增长方式 \(2006-1-4\)](#)
- [传媒业集中趋势的经济学分析 \(2005-8-3\)](#)

[>>更多](#)

我要评论

会员名:  密 码:

[关于CDDC](#) ◆ [联系CDDC](#) ◆ [投稿信箱](#) ◆ [会员注册](#) ◆ [版权声明](#) ◆ [隐私条款](#) ◆ [网站律师](#) ◆ [CDDC服务](#) ◆ [技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉, 请点[这里](#)在线提交!

◆ [MSC Status Organization](#) ◆ [中国新闻研究中心](#) ◆ [版权所有](#) ◆ [不得转载](#) ◆ Copyright © 2001--2009 [www.cddc.net](#)  
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反, 追究法律责任.