



TOM盯网络电视慎平面媒体收购

时间：2005-4-8 10:45:51 来源：中国经济时报 作者：曹增光 阅读932次

在网络电视方面，TOM可供调动的资金有35亿，但目前TOM没有收购或者入股内地任何平面媒体的打算，TOM的原则是，不在政策背后超车。

网络电视（IPTV）行业正成为新一轮资本青睐的对象，尽管在政策上针对网络电视市场仍然存在着牌照许可的限制，但不管是有内容优势的中央电视台、北京电台还是刚刚收购新浪股份后的盛大网络，外资的传媒集团和民营的影视制作公司纷纷盯上了IPTV这块香饽饽。

近日，TOM集团在发布其2004年年度业绩报时，该集团首席执行官王接受中国经济时报记者采访时表示，TOM的跨媒体平台已经相对成型，这也为营业额的提升打下了基础。对于时下新兴的网络电视业务，王表示，目前中国发展IPTV的网络技术与消费者的支付能力都已接近成熟，但是市场缺乏具有足够说服力的内容，TOM有意通过旗下的华娱卫视介入内容提供的领域。

紧盯网络电视业

对于新兴的数字电视和网络电视行业，TOM背后强大的内容资源形成支撑，华娱电视卫星频道的资讯、娱乐节目和专谋影视制作的华谊兄弟等都能为TOM提供源源不断的内容输送。而这些都可以移植到网络电视的平台上来。

此外，对于内地一直未启动的数字电视市场，TOM也表现出很大的兴趣。王对记者表示，TOM背靠香港李嘉诚的资金资源，目前可以动用的资金有35亿港元，在数字电视方面，TOM正谋划着重金进入，不管是内容制作，还是网络收费渠道和基础设施建设方面，TOM都希望能参与进来。

显然，对网络电视行业磨刀霍霍的远不止TOM一家。日前，由中国电子信息产业发展研究院主办、中国计算机报社承办的“首届中国IPTV大会暨产业高峰论坛”上，与会的专家纷纷对网络电视行业的前景给予了肯定。在IPTV整个产业链上，接入及运营、终端产业、风险投资将是三个关键环节。

会上，CCID的专家认为，IPTV是宽带视频的新应用，它将带动宽带应用的迅猛发展。IPTV将电视、通信和计算机三个领域结合在一起，可以说是撬开宽带市场的新支点。用户在家中可以用个人电脑或网络机顶盒+普通电视机的方式享受IPTV服务。未来，宽带娱乐市场将从2200多万宽带用户、8700多万网民延伸到十几亿电视观众面前。

- 地方新闻网站变脸
- 《华商报》被“招安”？
- 中国有线资产划拨央视
 - 传媒并购与反并购
- 广告业第二大恶意收购案

因此，TOM集团在发布业绩报告的同时，透露可能会进军网络电视业的消息并不是一时冲动，特别是数字电视和网络电视向来被外界认为是两个潜力巨大的市场，而且还有存在双手互搏的嫌疑，因此，TOM准备两条腿走路的策略也是对已有内容节目及制作关联产业的进一步延伸。

但对TOM华娱电视的亏损问题，王解释说，去年收入规模并没有真正反映华娱的价值，今年还将扩大支出，提高节目制作费用，保持这样的发展速度，明年有信心收入过亿，达到收支平衡的目标。从目前状况看，2005年第一季度末，华娱已经签订的广告销售定单超过6000万，因此今年华娱至少能够达到7000—8000万的广告销售。

电视娱乐和内容制作的延展性很强，特别是随着数字电视和网络电视新兴市场的崛起，掌握的内容资源将是一座金矿。

慎谈平媒收购

据悉，2003年TOM集团的经营利润只有9200万港元，而2004年则飙升至近3亿港元。王对记者表示，2004年TOM集团的两笔收购都仍未计入2004年财报，因此增长全部来自于原来业务的自然增长。

当然，TOM集团的经营利润猛增与TOM在线分拆上市获得的收益密不可分，假如撇除这块收益，TOM集团2004年的经营利润只有1.29亿港元。去年TOM在线分拆上市后，收益达到9.89亿港元，扣除掉模拟卫星合同终止所出现的罚款，TOM上市费用等支出外，一次性非经营项目的收益仍达到7.18亿元。

对于外界认为TOM依靠收购驱动业绩增长的说法，王表示，过去外界总认为TOM集团是靠收购拉动收入，但TOM去年只收购了两家公司，而且都没有合并收入和利润报表，去年的收入增长却能达到24%，经营利润增长2倍，表明TOM集团属下公司只通过整合就能实现内部增长，而且这种增长不是简单的减少成本支出实现的。

针对业界一直密切关注的TOM可能入股大陆报业的传言，TOM首次很肯定地作了回应：国内平面媒体已经相当成熟发达，且国家的政策门槛比较高，而且TOM一贯的做法是进行大规模投资并掌握至少49%的股权，而这对大陆报业来说几乎不可能，因此TOM不打算考虑入股大陆平面媒体。

据记者了解，去年，TOM曾参与上海新华发行集团权益竞投，组织专业团队花了大半年时间进行研究，仅研究报告就做了三四百页，但是最终因出价过低而落败。为此TOM进行了反思，“两三年前我们对平面媒体市场的判断是有机会，但现在看来这些机会不一定是属于TOM的”，王说TOM仍会去研究和接触内地媒体，但不等于一定要进入，入股《电脑报》49%股份是中宣部和新闻出版总署特批的一个试点，目前尚不能合并报表。除此之外，目前TOM没有收购或者入股内地任何平面媒体的打算。

TOM的原则是，不在政策背后超车。

对于今年会不会涉及到收购的资本项目，王透露，未来两年希望集团的净利润能够达到或者超过香港传媒集团的龙头老大电视广播有限公司(TVB)。之前TVB宣布业绩，净利润7个多亿。TOM还会保持有机增长和收购并重的发展模式，不过集团层面的收购行动不会再选择一些规模小的公司作为收购目标，同时也不打算过多介入国内的平面媒体发展，倒是会在国家政策允许的情况下，引进一些国外的内容版权，做一些拾遗补缺的事情。TOM收购的原则是：必须控股，参与管理，整合业务。

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: TOM

- “ 现金+股票” TOM买下电脑报集团旗舰媒体 (2004-5-24)
- 华娱电视: TOM集团的第30张拼图 (2003-7-14)
- 阳光文化收购成报传媒 tom.com购《茶杯》《AV》杂志 (2003-2-17)
- TOM两条腿走路灵不灵? (2002-10-11)
- 香港券商普遍认为中国开放媒体将对TOM.COM有利 (2002-6-19)

[>>更多](#)

← TOM盯网络电视慎平面媒体收购 会员评论[共 0 篇] →

← 我要评论 →

会员名:

密 码:

提交

重写

[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.