



媒介产业投资机会研究

编制单位：北京尚普信息咨询有限公司

联系电话：010-82885739 传真：010-82885785

邮编：100083 邮箱：hfchen@shangpu-china.com

北京总公司：北京市海淀区北四环中路 229 号海泰大厦 1118 室

网址：<http://plan.cu-market.com.cn/>

<http://www.shangpu-china.com/>

目录

第一章 媒介产业链及其产业属性	1
第一节 媒介产业链分析.....	1
第二节 媒介企业盈利模式分析.....	2
第三节 媒介产业的文化属性.....	3
第四节 媒介产业的信息属性.....	3
第二章 我国媒介产业投资的政策环境	3
第一节 政策背景.....	3
第二节 现阶段媒介产业投资方式.....	4
第三章 媒介产业市场容量及其成长性	5
第一节 媒介产业市场容量分析.....	5
第二节 我国媒介产业成长性分析.....	7
第四章 媒介企业价值研究	8
第一节 传统企业评价价值评估理论评析.....	8
第二节 媒介广告价值影响因素分析.....	8
第三节 媒介生产与经营的经济本质研究.....	9
第五章 媒介创业投资收益性分析	10
第一节 风险资本与媒介产业投资.....	10
第二节 媒介资本形态分析.....	10
第三节 我国媒介上市企业特征分析.....	11
第四节 媒介上市企业资本运营效果分析.....	13
第六章 媒介并购投资收益性研究	13
第一节 企业并购的动因分析.....	13
第二节 企业并购收益的一般检验.....	13
第三节 媒介并购投资的价值.....	14
第七章 媒介产业投资风险分布及其控制	14
第一节 媒介产业投资的风险分布.....	14
第二节 媒介产业投资的风险控制.....	14
第八章 总结	错误！未定义书签。

图表目录

图表 1: 媒介市场的核心构成.....	1
图表 2: 媒介市场与媒介生态.....	2
图表 3: 媒介产业经济过程.....	2
图表 4: 我国媒介产业投资的方式.....	5
图表 5: 媒体广告价值的生产与销售.....	9
图表 6: 不同国家和地区媒介市场成熟度的.....	11

第一章 媒介产业链及其产业属性

美国华尔街的行业分类编制中，将媒介分为二个大的子类，分别是广告业、广播电视业和出版业。国内常说的报刊等平面媒体属于出版业，而无线电视、有线电视、卫星电视等被归为广播电视业。

国际著名媒介购买公司实力媒介将媒介产业分为五个类别，即电视、出版、广播、电影和户外媒介。

由于媒介在具有传递信息的功能之外，它的另外一个重要功能是满足了受众娱乐休闲的需要。因此，国际上一些实力研究、咨询机构把媒介与文化艺术归并在一起，成为一个内涵更加丰富的行业大类，如普华永道就将媒介与娱乐统称为娱乐与媒介业，其中关于依托大众媒介的媒介形式分类是电影、电视、音乐、广播、互联网、有线电视、出版、游戏等。

在国内，北京泛化东方传媒顾问有限公司、从年起，每年公布一次“中国媒体投资报告”，报告将媒体分为电视、广播、电影、报纸、期刊、图书和新媒体等类。新华传媒工场从 2002 年开始每年推出的“中国传媒报告”，具体覆盖了报纸、期刊、电视、广播、广告、图书、音像和互联网等方面。

由此可见，目前国际上虽然对于媒介产业还没有一个固定的、统一的界定标准，但从其涵盖来说，几乎横跨媒体、娱乐、广告乃至体育等多个行业。

第一节 媒介产业链分析

一、媒介市场的构成

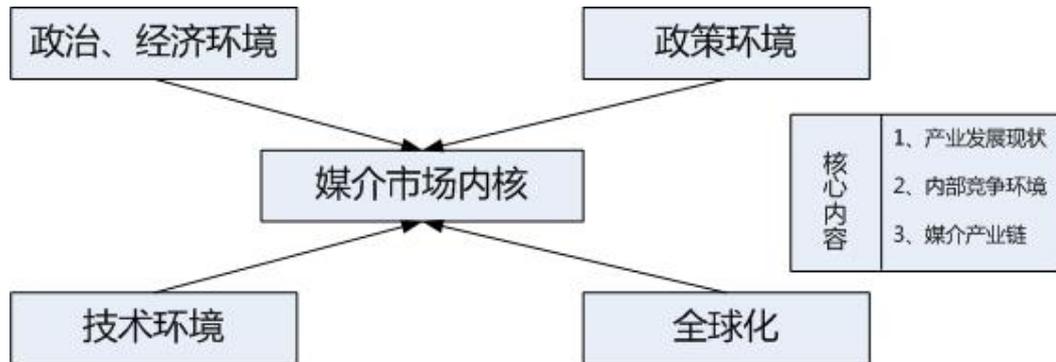
媒介市场最基本的是包含了三个基本要素，一是媒介产品，包括娱乐、资讯，也即报纸、杂志、书籍、广播和电视产品等；二是受众，三是广告。

图表 1：媒介市场的核心构成



除此之外，作为一个市场，它还包括了另外两个方面一是它所处的环境，二是作为媒介产品运营主体的媒介企业或组织。媒介环境包括内部的竞争环境和外部的政治、经济、技术、政策环境与媒介运营的全球化趋势等，这样就形成了完整意义上的媒介市场。

图表 2：媒介市场与媒介生态



二、媒介产业链构成

媒介产业链的构成，大致包括了三个层次的内容：第一个层次，我们可以将所有媒介形态划分为传统媒介和新媒介两大块；第二个层次是具体的媒介形态，其中，传统的媒介形态又主要包括了三大部分，包括视频、音频媒体如无线有线电视、广播，平面媒体如报纸、杂志和图书等，以及电影和音像媒体，新媒介形态包括互联网、移动通讯以及影视内容商等；第三个层次则是为包括传统媒介和新媒介在内的各类媒介形态的配套服务商，包括广告公司、发行公司、各类调查公司以及技术服务公司等。

第二节 媒介企业盈利模式分析

媒介产业具有“二次售卖”特征。第一次售卖是媒介产品——报纸、杂志以及广播电视节目；第二次售卖的是集聚在产品周围的受众——报纸杂志的读者，广播电视的听众或观众。

图表 3：媒介产业经济过程

经济过程	产品	消费者	收益形式
第一重经济过程	报纸、网站	受众	发行、网站信息服务
第二重经济过程	广告版面、受众群、阅读率	广告主、广告商	广告

经济过程	产品	消费者	收益形式
附加经济过程	衍生产品	衍生消费者	信息咨询等衍生收益

一、电视媒介的盈利模式

.....

二、广播媒介的盈利模式

.....

三、报刊媒介的盈利模式

.....

四、电影媒介的盈利模式

.....

五、网络媒介的盈利模式

.....

第三节 媒介产业的文化属性

.....

第四节 媒介产业的信息属性

第二章 我国媒介产业投资的政策环境

第一节 政策背景

1、《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》

2016年3月16日，十二届全国人大四次会议表决通过了《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》。

《纲要》指出，**要加强主流媒体建设，提高舆论引导水平，增强传播力公信力影响力。**以先进技术为支撑、内容建设为根本，推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面深度融合，建设“内容+平台+终端”的新型传播体系，打造一批新型主流媒体和传播载体。优化媒体结构，规范传播秩序。

加强网络文化建设。实施网络内容建设工程，丰富网络文化内涵，鼓励推出优秀网络原创作品，大力发展网络文艺，发展积极向上的网络文化。创新符合网络传播规律的网上宣传方式，提升网络舆情分析和引导能力。加强互联网分类管理，强化运营主体的社会责任。推进文明办网、文明上网，引导广大青年争当“中国好网民”，倡导网络公益活动，净化网络环境。

2、《产业结构调整指导目录（2011年本）》（2013年修订）

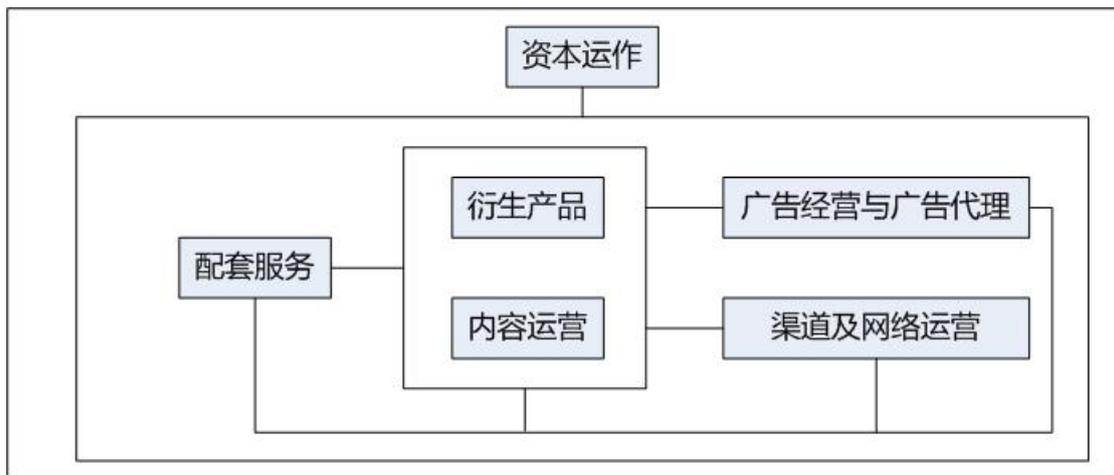
在最新发布的《产业结构调整指导目录（2011年本）》（2013年修订）中，具体涉及到传媒产业的内容有：影视娱乐板块、公共传播板块、平面媒体板块、移动多媒体广播电视、广播影视数字化、数字电影服务监管技术及应用；网络视听节目技术服务、开发；广播电视村村通工程、农村电影放映工程等。

.....

第二节 现阶段媒介产业投资方式

一、直接投资于媒介的内容运营

图表 4：我国媒介产业投资的方式



二、直接投资于媒介的渠道网络运营

.....

三、直接投资于针对各类媒介的广告运营

.....

四、直接投资于为媒介产业链中其他环节

.....

五、媒介产业的资本运作

.....

第三章 媒介产业市场容量及其成长性

第一节 媒介产业市场容量分析

一、全球媒介市场容量分析

二、我国媒介市场容量分析

近年来，我国娱乐及媒体行业快速发展。根据普华永道最新发布的数据，未来五年其年均复合增长率（CAGR）预计将上升至 10%，而全球复合增长率为 5.1%。在 13 个娱乐及媒体细分市场中，中国有一些重要领域实现了爆发式增长，其中包括互联网广告、电影娱乐和视频游戏。

图表 5：2015-2019 年我国娱乐及媒体行业展望

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2014-2019 年均复合增长率
B2B	6343	6931	7462	8109	8711	9276	9851	10449	11064	11705	6.088
图书出版	11512	11718	11947	12162	12315	12418	12545	12698	12889	13127	1.285
杂志出版	4106	4639	4906	5243	5500	5723	5926	6104	6275	6414	3.122
电影娱乐	2135	2703	3359	3856	5065	5807	6649	7611	8709	9965	14.491
互联网接入	24899	29545	34440	41063	46692	53563	61032	69467	78391	88407	13.618
互联网广告	4652	7870	10342	13286	16616	20260	24034	27692	30955	33549	15.088
报纸出版	10774	12244	12664	13607	14652	15698	16755	17861	19026	20312	6.750
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

三、我国媒介产业与国际的比较

第二节 我国媒介产业成长性分析

一、指标选用的依据

1、广告经营额

从经济的角度来评价媒介产业的经营过程，广告收入是其主要的收入来源。对媒介企业而言（包括传统的平面媒体、广电媒体以及以门户网站为代表的新型媒体），其经济收入主要来源于广告的投放。从这个意义上来说，媒介经济可以说就是广告经济。因而，广告经营额也就可以最大限度地表征媒介产业的发展。

2、国内生产总值（GDP）

GDP 是衡量一国商品和服务产出总量的最综合的指标。它是既定年份中一国境内商品和服务的消费、投资、政府购买以及净出口的货币价值的总和。GDP 实际是反映一个国家经济发达程度的最主要指标，将它选来用作反映媒介经济发展的宏观经济背景就有其合理性和适用性。

3、社会消费品零售总额

社会消费品零售总额是“各部门售给城乡居民和社会集团以及农民售给非农业居民作为生活消费用的商品总额。包括各种经济类型的商业、饮食业、工业和其他行业对城乡居民和社会集团的消费品零售额，以及农民对非农业居民的消费品零售额。它是社会商品零售总额的主要组成部分，可以综合反映一定时期内全社会通过零售市场供应给城乡居民和社会集团的消费品总量，说明各行业为人民生活服务的情况，它是研究人民生活、购买力和零售市场消费品供应平衡状况的重要依据。

二、相关数据的获得

三、我国媒介经济与宏观经济增长率关系分析

四、我国媒介经济与宏观经济的相关性分析

第四章 媒介企业价值研究

第一节 传统企业评价价值评估理论评析

一、企业价值评估方法概述

企业估值评估的方法，从性质角度作最粗略的划分，主要包含两种内在价值法和相对估值法。内在价值法，也称基础价值法，它认为企业的价值等于其未来股利或现金流的挣现值。相对估值法根据某一变量考察可比企业的价值，以确定被评估企业的价值。

- 1、内在价值法
- 2、相对估值法

二、企业价值评估方法的进一步分析

1、资产负债表估值法

资产负债表估值法认为企业的价值是基于资产负债表的，试图利用企业资产的账面价值来确定企业的价值。该方法从静态的角度确定企业价值，而没有考虑企业的未来发展与现金流量的折现值，也没有考虑到其他未记入财务报表的因素，如行业现状、人力资源、组织问题以及契约等因素。

2、损益表估值法

.....

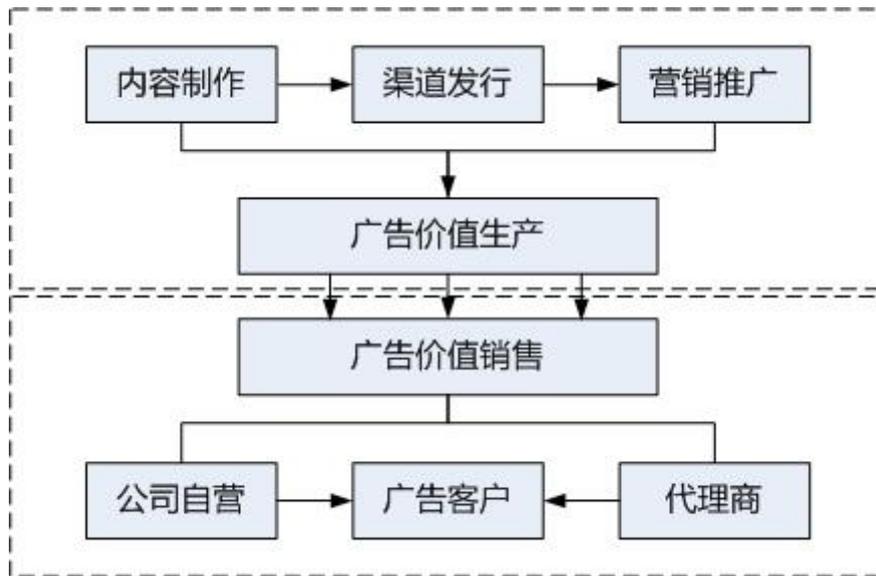
第二节 媒介广告价值影响因素分析

一、媒介价值的生产和销售

就报纸广告价值的生产而言，主要包括了三个环节：第一是内容生产和制作，第二是报纸的发行，第三是引导读者和培育品牌的推广。

在报业生产的内容、发行和推广三个环节中，内容制作既是起点，也是承载广告价值的基础。一般而言，报纸的内容丰富、新闻结构合理、文章质量高、策划有力、社会影响力强大等是提升广告价值的有效手段，也是扩大发行量的基础。发行也是广告价值的生产环节，因为发行和采编一样，是消耗成本的主要部分，而发行的策略调整和发行量的收缩与扩大，与广告价值的大小密切相关。推广既是对读者的进一步发掘，也是对广告价值的固化和提升。

图表 6：媒体广告价值的生产与销售



二、媒介广告价值决定于“有效量”

.....

三、媒介企业价值评估

.....

第三节 媒介生产与经营的经济本质研究

.....

第五章 媒介创业投资收益性分析

第一节 风险资本与媒介产业投资

一、风险投资的定义及其特征

.....

二、我国风险资本与媒介产业投资

.....

三、国际风险资本与媒介产业投资

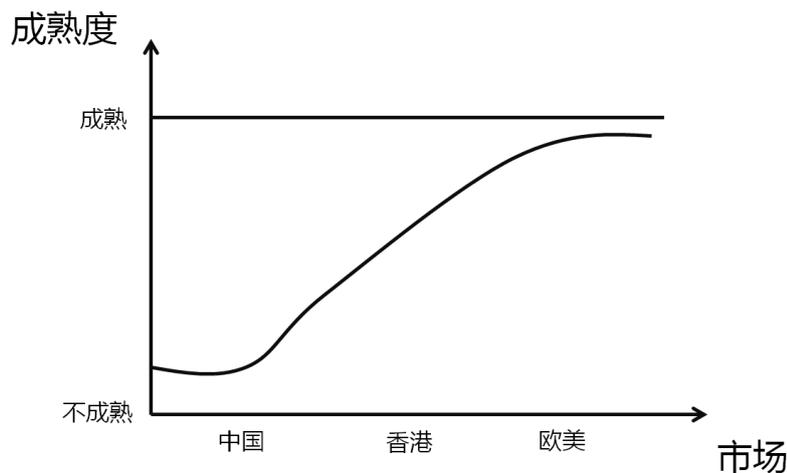
.....

第二节 媒介资本形态分析

一、媒介资本的形态

二、我国媒介产业发展阶段

图表 7：不同国家和地区媒介市场成熟度的



第三节 我国媒介上市企业特征分析

一、我国资本市场媒介产业类上市公司基本情况

根据上市公司的行业划分标准，同时考虑公司涉足媒介经营的程度、经营状况和业绩表现，这些媒介或媒介相关公司可以划分为三个类型：

一是传统型媒介类上市公司。这种类型的公司具有如下特点：（1）公司本身就是依托媒体而创立发展起来；（2）位于中心城市，得到当地政府有关部门的强有力支持，所依托的媒体的地域覆盖广阔；（3）传媒主业明确，规模大，业绩显著，业务扩展能力强。

.....

二是成长型媒介类上市公司。这种类型的公司具有如下特点公司已经在传媒行业有较大规模的投入，且将传媒业作为今后公司发展的战略重点，但目前大部分公司的其它业务收入在公司主业中仍然占有相当位置。

.....

第三类媒介业务相关公司，就目前而言在数量上可能是最大的，那就是涉足型。这类公司大都是小规模地涉足传媒业，基本上属于个案投资，尚未将传媒作为发展的重点。

.....

二、媒介公司上市途径

第一，直接上市。如湖南电广实业股份有限公司，由湖南广播电视发展中心、湖南星光实业发展公司、湖南省金环进出口总公司、湖南金海林建筑装饰有限公司共同发起，对湖南广播电视发展中心进行全资改组，通过募集方式设立的股份有限公司，主营业务为影视节目制作、发行和销售，设计、制作、发布国内外各类广告业务等。该公司成为第一家直接从事传媒服务业的公司。

第二，媒体通过间接方式收购上市公司进入资本市场。如成都商报间控四川电器。后者原是一家机械制造类的公司，规模较小，发展前景不十分明朗。由《成都商报》控股的成都博瑞投资有限公司购买了成都市国资局持有的万股四川电器国家股，成为报纸间接控股上市公司第一例。

第三，媒体与上市公司合作，成立子公司。如湖南投资，2000年5月与湖南电视台合作创办“湖南卫视财经节目中心”，并共同组建具有独立法人资格的有限责任公司。湖南电视台以其卫视频道时段广告资源作为投资，占51%股权，湖南投资以1500万元现金作为投资，占49%股权。以5100万元取得株洲广播电视塔股份有限公司的股权。湖南投资将注入资金，将其调整改造为有线无线综合信息产业网络。

第四，合作经营。湖南投资是目前开始大规模进军传媒产业的上市公司的代表。它与《名牌时报》签订了合作经营协议书，合作经营《名牌时报》。此外，湖南投资将在北京注册一家传播经营公司，向《名牌时报》分期投入1000万元，获得该报15年的独家发行和广告经营权。

.....

三、媒介上市企业的基本业务链

.....

四、我国媒介上市公司的基本特征

1、经营规模小

.....

2、业务分布单一

.....

3、对广告收入依赖度高

.....

4、尚未形成跨地区、跨媒体的企业集团

尽管早在 2001 年，国家就已经出台了被称为“17 号文”有关政策文件，对组建跨地区、跨媒体的企业集团提出了指导性意见，但从媒体公司目前的经营情况看，距离跨地区、跨媒体集团的目标仍有很长的路要走。以经营实力和业务范围而论，广播电视类公司由于多有当地的影视集团做后盾，因此，向其他媒体领域扩张的可能性最大，如电广传媒和东方明珠都已经介入了平面媒体广告代理业务。但目前平面媒体类公司的经营实力相对较弱，要想向影视领域扩张还欠缺很多。

第四节 媒介上市企业资本运营效果分析

.....

第六章 媒介并购投资收益性研究

第一节 企业并购的动因分析

.....

第二节 企业并购收益的一般检验

一、并购企业股票市场收益情况

.....

二、兼并后企业的经营业绩

第三节 媒介并购投资的价值

.....

第七章 媒介产业投资风险分布及其控制

第一节 媒介产业投资的风险分布

在媒介产业投资过程中，风险集中表现在三个方面：一是媒介资本运营的政策风险；二是媒介经营者的道德风险；三是媒介企业的经营风险。

一、媒介企业投资的政策风险

.....

二、媒介经营者个人行为风险

.....

三、媒介企业的经营性风险

.....

第二节 媒介产业投资的风险控制

一、媒介产业投资政策风险的规避

在我国加入 WTO 以后，随着时间的推移，我国政府对于媒介产业投资的领域将会越来越趋于开放，对媒介产业投资的管制也会越来越通过市场化的方式来

进行。但是，由于媒介产业本身所具有的特点，决定了我国媒介产业的开放是渐进的。因此，一方面我们对于媒介产业投资的准入前景应可以看好，但另一方面，也必须有足够的耐心，要踩准政策的节奏。否则就会陷入巨大的政策风险，而且一旦遭遇政策风险，往往也是最大的风险。

对于我国目前的媒介产业投资而言，有效规避和控制政策风险，就是要在吃透现有政策的前提下，恰当把握介入的时机。

.....

二、媒介产业投资经营者个人行为风险的控制

纵观媒介产业投资中所存在的问题，归根结底，就是专门针对媒介经营者的一个激励与控制的问题，即哪些是作为投资者需要采取激励措施的，哪些又是作为投资者必须采取禁止或者控制措施的，同时又如何制定相应的激励与控制措施，最终求得投资收益的最大化，并将风险降低到最小。在此过程中，运用委托—代理的相关理论和方法，做出全面、适当的制度安排，可以寻找到有效的解决之道。

.....

三、媒介产业投资过程中的经营风险的控制

.....

尚普咨询各地联系方式

北京总部：北京市海淀区北四环中路 229 号海泰大厦 1118 室

联系电话：010-82885739 13671328314

河北分公司：河北省石家庄市长安区广安大街 16 号美东国际 D 座 6 层

联系电话：0311-86062302 0311-80775186 15130178036

山东分公司：山东省济南市历下区解放路 43 号银座数码广场 15 层

联系电话：0531-61320360 13678812883

天津分公司：天津市南开区鞍山西道信诚大厦 3 楼

联系电话：022-87079220 13920548076

江苏分公司：江苏省南京市秦淮区汉中路 169 号金丝利国际大厦 13 层

联系电话：025-86870380 18551863396

上海分公司：上海市浦东区新区商城路 800 号斯米克大厦 6 楼

联系电话：021-51860656 18818293683

陕西分公司：西安市高新区科技五路北橡树星座 B 座 2602 室

联系电话：029-63365628 15114808752

广东分公司：广州市天河区林和西路 157 号保利中汇广场 A 座 9 层

联系电话：020-84593416 13527831869

重庆分公司：重庆市渝中区民权路 28 号英利国际金融中心 19 层

联系电话：023-89236085 18581383953