

■ 媒介资本市场空前活跃

2005-11-28

作者：曹鹏

关键词：媒介 资本 市场 | 阅读：482次 |

资本是市场的血液。在任何行业的繁荣与高速发展时期，都必然会出现对资本的渴求。这是健康的表征，正像迅跑中的人体血液循环必然要加快一样。

近几年来，媒介产业成为国内经济领域中成长性最好、发展前景最可观的行业之一，因此，对资本也就产生空前的需求；另一方面，资本的天性是趋利的，既然媒介经济如此红火，资本当然也就趋之若鹜。两情相悦，各有所得。

投资机构纷纷成立媒介业务部

金融投资机构以前和媒介业的关系，主要是公关宣传报道以及单纯的帐户、信贷关系。换句话说，投资者基本上不把媒介作为投资目标或对象。但是，随着证券市场出现了媒介板块，以及媒介集团化发展后，情况发生了变化。媒介与资本已经开始联姻。

近一个时期，上市公司与证券公司纷纷成立媒介部，这不是为了公关宣传的需要，而是为了开展针对媒介市场的投资工作。这已成为一种市场潮流，因为由博瑞传播、电广传媒、赛迪传播等上市公司构成的媒介板块已是客观存在，媒介行业的经济机遇摆在眼前，投资者焉能放过？

既然设立了部门与机构，自然就要有具体的工作与业务。许多券商都在筛选、瞄准目标，向媒介伸出合作之手，愿意在资本市场进行各个层面的合作。一时间，强势媒介门庭若市，券商展开车轮大战，你方唱罢我登场，都想分得一杯羹。

投资者对媒介业不摸门

近几年来国内投资媒介的投资者，多半铩羽而归，其实道理并不复杂：这得怪他们自己太外行。

生意经有一条铁律：不熟不做。媒介业的投资风险，主要取决于投资者对媒介行业的情况是否熟悉。遗憾的是，不少投资人一掷万金，几百万、几千万元投进去，事先竟连媒介业的ABC都不知道。比如，JP摩根这样的大牌银行，近来曾主动打电话与主流媒介联系——遗憾的是，它们对中国的媒介市场太不了解，不仅不知道谁是业内的合作伙伴，连找什么部门联系洽谈都不知道，只能通过电话总机查询。市场调研与准备差到这种地步，令人不敢相信这是国际一流财团所为。用西方市场的术语来说，这绝对是够不上professional（专业）水准的。

目前，在媒介业有投资意向的投资者，不仅不了解媒介业信息，连媒介业主要专业媒介都不订阅，甚至闻所未闻。比如，我特意向多位媒介投资人询问是否常看《中国新闻出版报》与《新闻记者》，得到的答复竟基本上是否定的。显而易见，不看业内的主要报刊，当然就会是盲人骑瞎马，夜半临深池。

投资中介机构应运而生

哪个市场热起来，哪个市场的相应中介机构便会应运而生。围绕媒介资本市场，近来就冒出若干家中介。其中有一些原先业务重点在互联网风险投资的投资中介机构，如今转而青睐媒介市场。

中报媒体投资管理研究所是北京新近成立的一家企业，以媒介投资中介为主打业务，其负责人从《南方日报》北上创业，勇气可嘉。这也足以反映出媒介资本市场中介服务的生命力旺盛。

中华传媒网与河北大学媒介经济研究所等单位组建了国内第一家媒介投资咨询顾问中心，以互联网为平台，借助大学研究所的智力资源以及网站的资金优势，面向电视、广播、报纸、杂志以及图书出版业开展咨询服务。这些投资中介机构往往都有媒介行内人士参与。

融资投资主要靠个人魅力

由于相关的政策法规尚不健全完善，媒介资本市场的运作离规范化还有很大距离，因此，目前只能是按照市场经济初级阶段的惯例——搞人治。

下半年伊始，北京的一家市场化报纸完成了二期融资，据说所依赖的主要是老总的个人号召力。在媒介市场中，公对公、机构对机构的理性投资还缺少足够的平台，更没有现成的法规条文与合同可以参照。因此只能是以个人交情与人格魅力作为成交的纽带。事实上，追根溯源，至今为止，媒介资本市场的大手笔运作，从内里剖析，都是建立在朋友、同学、同乡、亲戚等个人关系的基础上，如果有哪个例子你觉得可能是例外，那么只能说明你不了解内情而已。

当然，随着市场的成熟，今后肯定要走向公事公办的路子，因为只有那样才有可能做到公平、公正、高效、廉洁。机会不均等，最大的坏处是不利于充分竞争和行业进步。

媒介人改行作投资人

从事新闻工作有一个最大的优势，就是从媒介这个万金油般的平台，跳向其他行业，比如投资行业。近来，国内活

请输入您要搜索的关键词



jin 文章 jin 动态

SEARCH >>

■ 上一篇 PREVIOUS

MORE >>

• 参与式影像与参与式传播

作者：韩鸿 | 1900-01-01

1999年，世界银行调查每天生活水准不足1美元的6万名贫民，影响他们发展的最大障碍是什么。回答不是食品、住房或医疗卫生，而是自我发声的渠道。[1]如何在媒介生态的建设中，给弱势群体尤其是农村弱势群体一种声音，……

■ 下一篇 NEXT

MORE >>

• 媒介管理之可持续发展战略观

作者：罗晓娜 | 2006-05-29

一、媒介与管理 媒介管理，顾名思义即是指存在于媒介领域内的管理问题。媒介是一种复杂的实体，其性质、类型及功能的定位都是随着不同的社会历史条件的改变而改变，与之对应的一切管理与营运也是应势而动。……

■ 动态 NEWS

MORE >>

- 赵月枝教授获批长江学者讲座教 2009-10-18
- 国际青年影像季2009-2010 2009-10-18
- 2009互动电视（中国）峰会通告 2009-10-18
- 首届中国少数民族地区信息传播 2009-10-13
- 香港浸会大学第三届普利策新闻 2009-10-03

跃着的媒介投资金融机构的干将，就有若干位是从主流媒介跳槽改行的。如申银万国的邹剑仑，就是从中央大报高台跳水下海的。而上海强生的媒介投资部门负责人，也是从《文汇报》转业。

当然，媒介人改行搞投资，一般都是作为白领高层管理者，而不可能是老板，因为资本积累有限。媒介行业过去一向被认为是年轻人最有吸引力的职业，如今，斗转星移，投资业变得更为炙手可热。

一位早在十年前就从大报调到银行工作的朋友，后来成为证券期货领域的大牌老总，其辉煌程度，令报社那些当初不相上下的同侪眼红不已。

媒介同业横向投资潜潮

一些领先媒介早已开始资本输出，跨地区发展，向一些有市场发展前景的同类媒介注资、派人，重组改造，并且很快就能见到成效。虽然这些做法并没有明确化、公开化，但是也不存在什么不可超越的障碍。

由于这些媒介投资者本身都是较为成功的媒介行业内人与强势媒介，因此在政策水平与把关能力方面，无论是资格还是实力以及行政级别，都值得信赖。所以，相对落后地区的媒介主管部门，也就乐得引进。这种现象，在西南地区与东北地区最为活跃。事实上，国内已经形成这种跨地区投资的几大阵营或势力范围。

据笔者所知，媒介同业横向投资的成功率是非常高的，而且回报率也极高，与外行投资者赔了夫人又折兵相比，简直有天壤之别。

媒介资本运营会议频频

今年称得上是媒介资本年。仅以媒介资本为主题的会议，就令人应接不暇，几乎以一周一次论坛、会议或研修的频率此起彼伏。

其实，这些会议的主讲人往往没有足够的理论准备，因为毕竟这是一个太新的课题，以至于在媒介资本新闻热潮中出镜最多的权威人士，其实也没有相应的研究成果，比如论文。这也充分说明这一波来得太急，让人措手不及。

不过，出席这些研讨会、论坛的媒介业人士，对于能从讲台上听到多少东西并不特别重视，很大程度上，他们希望通过参加这种活动以增加同行间的交流，建立起广泛的联系，并寻找可能的机会。

国外的各大行业的决策层都有俱乐部、沙龙以及定期的聚会，国内的媒介虽然也不乏这种活动，但是主题往往是讨论宣传新闻业务，而缺少对投融资主题的研讨。但有需求就有相应的供给，市场经济的好处，就是可以更有效地配置资源。

券商竞相参加媒介活动

八月下旬在成都举办了一个媒介资本市场方面的研修班，我应邀作报告。翻了一下学员名单，惊异地发现居然有三分之一是券商，总数五十人左右，竟有近二十人是证券公司的经理与主管。这种场面，是我以往在历次报告、讲座、论坛活动中所未见过的。

券商不仅积极参与媒介行业的高层论坛等交流活动，而且表现非常主动进取，平素媒介业人士在这种场合就够活跃难对付的了，讲完之后总少不了围拢来交换名片、探讨疑问、提出请求，这次也不例外。只是我留心注意了一下，围在讲台前第一圈的，主要是券商，平素采访争先恐后敢抢能挤的媒介同行，竟然被投资经理们所胜出。这也足以反映出资本市场对媒介的热情是何等高涨。

（责任编辑：）

收藏本文

； 打印本页 ； 关闭窗口 ；

读者留言

用户名: * 密码: (游客)请在用户名处输入化名，无需密码

邮箱: * 游客发言需提交邮箱

效验码: * 请输入: 7106

发表评论 评论内容: 不能超过250字, 需审核后才会公布, 请自觉遵守互联网相关政策法规。

[▲ 返回首页](#)

[传媒资讯网](#) | [传媒学术网](#) | [传媒考研网](#) | [传媒博客](#) | [传媒社区](#) | [传媒书店](#)

| [关于我们](#) | [会员注册](#) | [交换链接](#) | [联系我们](#) | [法律声明](#) | [广告服务](#) |



© 2001-2009 中华传媒网版权所有 京ICP061016
Copyright © 2001-2009 MediaChina.net All Rights Reserved