

中国媒介资本运营存在问题及对策分析

李乐之

(湖南大学 新闻传播与影视艺术学院 长沙 410000)

摘要: 本文将从媒介资本运营的基本概念解读入手, 结合媒介产业的发展趋势, 认清了媒介产业资本运营是中国媒介产业发展的必然趋势, 分析了媒介产业的现状及观念落后、制度缺位和媒体自身问题等, 并提出了相应的对策和建议。在传媒产业进行资本运营的过程中, 政府应完善媒体的产权制度, 构建多层次的产权结构; 明确传媒产业的投融资政策, 建立传媒产业金融服务体系; 建立传媒产业无形资产评估机制和机构从而规范媒体无形资产的评估; 对于媒体自身也要加强合作, 优化资源配置, 通过资本运营这一市场经济强有力的发展手段, 推动中国传媒产业健康快速地发展。

关键词: 中国 媒介资本运营 传媒产业

中图分类号: G206

文献标识码: A

一、媒介资本运营的概念及必要性分析

(一) 媒介资本运营的概念

资本运营字面上理解也就是资本的运作与经营, 主要指可以独立于生产经营而存在的以价值化、证券化了的资本或可以按价值化、证券化操作的物化资本为基础, 通过流动、裂变、组合、优化配置等来提高运营效率和效益的经济行为和经营活动。资本运营作为资源配置的高级形式, 能够吸附劳动力资源、消费资源以及生产资源, 从而发挥不同的资源优势。因此, 当媒介产业发展到一定阶段, 资本运营必然成为媒介解决人力、技术、信息以及物质资源供需矛盾的主要手段。现代意义上的资本运营对推动企业升级和可持续发展作用重大, 贯穿于在企业发展的整个过程; 有利于盘活存量资产, 提升企业价值; 为企业扩张搭建平台, 增强其控制力; 资本运营可促进企业的战略性重组, 优化产业结构。

媒介资本运营是指以资本增值为目的, 通过对媒介资源的优化配置和结构调整, 对媒介资本进行的运筹和经营活动。就是将媒介可经营资本通过兼并、重组、控股、转让以及租赁等方式进行流动和运作, 从而优化媒介资源配置, 扩张媒介资本规模, 以实现最大限度增值目标的一种经营管理方式。媒介资本运营从广义上来说包括媒介的产品资本运营、产权资本运营、金融资本运营和无形资本运营。

(二) 中国传媒资本运营必要性分析

中国的媒介产业, 由于自身起步环境的特殊性, 不仅其内部各要素的整体发展不够充分, 而且要素与要素之间的互补关系也未得到充分运用。而资本运营的基本功能是筹资、资源配置和制度配置。这些功能的充分发挥又恰恰是从产业资本和产业组织等方面为传媒产业化提供有力支持的关键。媒介产业的资本运营对我国当前的媒介产业乃至整个文化产业的蓬勃发展都是必然而又必要的。

从内因来看, 作为信息化社会的重要行业, 传媒天生便是一个高技术、重装备的产业, 这决定了其发展必须建立在雄厚的财力基础之上。而我国改革开放以来媒体运行的“双轨制”(事业单位, 企业经营), 却限制了传媒的资金来源。在此情况下, 传媒业以实体经济的资格利用虚拟经济, 来寻求资本市场的有力支持显得顺理成章。这样, 传媒实行资本运营有利于解除或缓解资源补偿危机, 有利于提高传媒内部经营管理水平, 可以迎来转机, 符合其发展战略。

媒介资本运营也是中国传媒自身做大做强的需要。从传媒产业发展史来看, 传媒实行资本运营容易整合资源, 产生规模报偿, 形成规模经济和范围经济。不是说把一些传媒合并在一起组成传媒集团, 就算是把规模做大了, 就可以与世界传媒相抗衡。事实上, 这样反而容易造成传媒大而不强, 形成资源浪费, 为改变自身面貌、缩小与世界传媒差距也决定了有必要进行资本运营。

从外因来看, 来自传媒市场国际化压力也决定中国传媒有必要进行媒介资本运营。如维亚康姆和新闻集团等从未放弃过对中国这一世界最大市场的窥伺和在华进行传媒营销活动,

默多克就曾多次访华与中国高层领导建立良好关系。境外媒体凭借强大的资本后盾、规模化经营和高科技手段、丰富的经验抢滩登陆,对内地媒体产生强大的冲击,这对中国传媒业产生压力。

随着我国媒介体制改革的不断推进,媒介市场的竞争越来越激烈,为了应对激烈竞争的市场环境,媒体不得不扩张规模,更新设备,引进人才,这些无疑需要巨大的资金。随着WTO加入,我国媒体将受到海外传媒集团更为直接的全方位挑战,海外传媒将凭借雄厚的资金、技术优势,在广告、印刷、发行、传输等方面与我国媒体展开竞争。在这种情形下,我国媒体必须最大限度的筹措资金,实行超常规发展。目前我国新闻媒体已基本脱离了政府拨款,自负盈亏,自我积累,自我发展。在这样一种背景下,媒体要想快速获取资金,只能选择进入资本市场,进行资本运营。

不管从媒体自身的特点考虑,还是从资本的逐利性出发,或者从媒体行业发展的趋势角度看,媒体进行资本运营势在必行。因为,进行资本运营可提高传媒产业资本的利用率,拓展盈利模式,一方面在短时间内迅速筹集产业发展所急需的大量资金,壮大自身规模和开发新路子,另一方面可充分运营现有资本,提高使用效益,增加创收。此外,进行资本运营,还能够促进改革。比如媒体上市,不得不面对股东及社会的监督,以及资本市场不断竞争的压力,从而能促使媒体必须完全遵循公司法的要求,建立现代企业制度,规范和完善包括监督机制,以及财务机制在内的内部微观管理体制。

二、中国媒介资本运营的现状分析

新中国成立以来,我国传媒业在资本运营方面大致经历了以下几个阶段:

(1)1949——1957年:中国媒体开始尝试市场化运营并进行了一系列有效的探索,1957年“反右”运动中中止了这次尝试,直至1978年中国媒体的主要收入都是直接的财政收入和间接的政府津贴;

(2)1978年底——1994年:《人民日报》等媒体开始尝试“事业单位、企业管理”的运营方针,通过适度的自主经营拓宽融资渠道,到1994年全国大部分党报已经走上“独立核算,盈余留用”的道路;

(3)1994年至今:1994年2月,第一家媒介类股份有限公司上海东方明珠股份有限公司挂牌上市,这标志着中国媒介资本市场的发轫,随后中央电视台“中视传媒”、湖南“电广传媒”、北京“歌华有线”等纷纷上市融资。截至2002年初,沪深两市40多家媒介类上市公司,报纸、广播、电视、通讯社等四大传统媒体已经全面触市,集团化的步伐也开始加快。由于历史原因,我国的新闻媒介的定位是党和人民的“耳目喉舌”,使得我国媒介处在一个事业单位,企业经营的尴尬的境地。如今,媒介产业逐渐形成,媒介的双重属性导致了我国媒介在资本运营的时候,产权不清晰,媒介上市困难,政策限制过多,业外资本难以进入等问题。因此,媒介产业的双重属性决定了我国的媒介产业的资本运营应该立足于我国的国情,在媒介产业经济属性和社会属性的寻找到平衡点,最大限度地依靠资本市场进行资本运营等经济手段推动媒介产业朝有利于人民、有利于社会主义的方向发展,媒介特殊的双重属性成为资本运营的立足点。

到目前为止,我国传媒业的资本运营方式可以概括为以下几种:一是投资实业,将经营范围扩大到房地产、餐饮等行业;二是引进业外资本进行合作,实现媒体的跨行业发展,从行业外得到自己的资源;三是实行股份制改造,以上市公司的身份出现,吸引社会资金的投入。现在,率先进入资本市场的媒体已经积累了丰厚的资金,自身规模不断扩大,实力不断增强。如湖南卫视之所以能四处出击,战无不胜,与其强大的资金后盾是密不可分的,而其雄厚的资金正是通过成功的资本运营获取的,资本运营带来的强大能量与效应可见一斑。然而,主要依赖广告、融资渠道狭窄、资本结构不合理仍然是目前困扰众多媒体的通病,这些问题若不得到根本解决将直接影响媒体的品牌形象、综合实力与长远发展。

三、中国媒介资本运营存在的问题

(一)媒介资本运营的理念陈旧

长期以来,我国媒介领域实行的是“行政单位,事业管理”,这决定了媒介的资金投入主要依赖于财政拨款,于是在资本运营方面也就具有了行政色彩,使媒介资本的运营处于与市场隔绝的状态中。尽管形式上的“事业单位,企业化管理”成为我国媒介领域的产业化发展的标志,但是从其资本运营的发展和演进过程来看,其理念与发展同国际水平相比较,仍然处于陈旧和落后状态。

（二）制度缺位：产权不够明细，行业定位不明晰

“事业单位，企业化管理”使得多数媒体在经营方面只能采取一些表层改革措施，造成了资本进入行业的障碍。在机制上，由于产权不明晰，所有权人缺位，管理层缺乏长期薪酬激励，因此，传媒经营缺乏足够的盈利冲动，同时存在道德风险，逆向选择等因素，导致腐败。在体制上，我国资本市场总体来说是“权力嫁接”而不是“资本联姻”，传媒资本市场的运行规则也不完善，使媒体进行资本运营缺乏一定的法律法规的保障。

（三）媒介资金和技术问题

资金和技术是决定媒介资本运营效率的关键性要素。媒介业要想保持竞争优势，必须运用资本手段，通过投入新的资金来提高竞争力，但从我国媒介业的发展空间和资本运营效率角度讲，距离媒介业实现规模经济状态所需要的资本数量还存在大量的缺口。面对日益严峻的经营资源短缺，一些媒介企业的经营者开始积极寻求新的经济增长方式。近年来，我国媒介业出现了媒体兼并和收购现象，与此同时，媒介发展中也加入了民间资本的成分。这些资本运营方式基本上满足媒介市场资本运营发展要求，但由于经验和能力有限，其盈利效果并不好。

（四）经营管理环境不够宽松，有待转变

这里的“经营管理”既包括相关职能部门对新闻单位的管理、限制与控制，也包括传媒企业内部的经营管理。一个地区的媒介产业发展状况如何，很大程度上取决于该地区职能部门对新闻传播事业实行怎样的管理体制与管理模式。从历史和现实看，世界各国对新闻传播事业的管理不外乎有两种模式，一种是以控制为主进行管理，另一种是以自律为主。我国现行管理制度是延续了几十年的以控制为主的管理模式。但是，随着改革开放的深化、知识经济时代和网络时代的到来，传统的常规性的控制管理模式已不再适应传媒产业的未来发展，因此，对传媒业的管理方式与手段应主要运用法律手段与自律手段加强管理，使传媒业拥有一个较为宽松的政治法律环境。从传媒业内部来看，传统的行政管理模式也同样不适于优化新闻媒介的生存环境和自身的内部机制。因此传媒企业自身内部管理改革势在必行。

四、中国媒介资本运营发展对策分析

（一）政府应完善媒体的产权制度，构建多层次的产权结构

按照“产权明晰、权责明确、政企分开、管理科学”要求建立现代企业制度，接受严格规范的公司制改造。同时设计出符合我国国情和媒介特点的媒介经营公司的治理结构，在公司内部建立有效的决策、执行和监督、激励机制，这将是媒介经营公司改造中的核心点。加大将传媒企业推向资本市场的步伐，必须从体制上解决。“产权明晰，企业才能提高市场竞争力——明确产权就是投资主体明确化。”解决产权模糊的问题，可以建立国家对传媒资产的监管制度。由于媒体的政治性，我国的媒体产权必须以国家为主体，这是不能改变的，但是，可以由国有资产管理部门授权，组建大型传媒集团，明确为公司制企业及企业法人财产权，使媒体资本运营不再是“夹生饭”。

（二）明确传媒产业的投融资政策，建立传媒产业金融服务体系

中国政府在传媒体制方面的政策逐渐放宽，不断调整和适应着市场的发展，融资渠道和投资领域的多样化与外资合作渠道的拓宽，跨地区、跨媒体的合作经营，将有利于传媒的资本运营。

中国传媒业最为传统的融资渠道之一就是商业银行贷款。从某种意义上说，现代媒介企业与投资基金的融合将成为资本市场与媒介产业融合的重要趋势之一。此外，企业债券也是媒介产业的一种新型融资方式。由此，媒介应充分利用自身行业的独特优势，融洽自身与行业的关系，以确保获得实力雄厚的银行或企业的支持，为自身的发展奠定坚实的经济后盾，建立传媒产业的金融服务体系。

（三）发展媒介无形资产运营，建立权威中立的核查机构

无形资产运营是对媒体拥有的各类无形资产如频道与栏目品牌、广告时间与版面、销售渠道等进行市场运作，实现价值增值的活动。媒体利用无形资产不仅可以实现品牌扩张，还可以进行资产扩张。比如利用媒体的信誉和品牌作为资本对其他企业进行联合、参股、控股、兼并等资产活动，实现少投资或不投入资金也能收购企业。无形资产运营具有比有形资本运营更快捷高效的特点，具有更大的发展空间。用创新的思想指导媒介的无形资产运营，可以发展无形资产运营的新形式：

一是整合媒介无形资产拓展媒体产业链。拓展媒体的产业链条即是不仅仅局限于在媒介

的主营或核心业务内发展,而是要利用媒介本身的资源优势向行业的上中下游拓展。二是利用广告资源进行风险投资。广告时段/版面是媒介的一项重要无形资产,国际各类媒介对广告的开发相当重视,但是国内媒介对广告经营的方式上过于单一,为充分开发广告资源,增加媒介自身收入,可以尝试利用广告资源作为资本进行直接的风险投资。当然,这里说的风险投资并不是拿着钱向任何似乎有利可图的行业里钻,而是利用媒体本身所富有的广告资源对一些资金短缺无力投放广告而本身具有成长性的企业进行投资。

为规范媒介经营行为,有必要尽快引进、建立中立的、具有公信力的权威中介和核查机构,制定一系列针对性强、内容广泛的规章制度,成立专门性机构监督、核查传媒经营行为,对媒介的广告、发行行为实施监督,对于发行量、阅读率、收视率等关键性的数据实施调查和核查,彻底杜绝虚报发行量、收视率的的市场欺诈行为,规范市场运作。

(四) 媒体自身也要加强合作,优化资源配置

国际知名媒介企业的成功经验都离不开从资本运营要素到资本运营市场的各个方面资源的充分利用,离不开资源的优化整合。媒介企业通过对不同层面上的政策及对策的研究,结合具体的市场现实,在总结其资本运营经验及教训的基础上,提出适合自身发展的特定方案。

为促进我国媒介资本的高效率运营,仅在媒介产业化发展方面寻求契机还远远不够,还必须实现我国媒介资本运营的一体化。这包括两层含义:一是媒介企业内部的一体化;二是媒介企业与市场环境的一体化。对于媒介企业内部的一体化,是要求企业能够从资本运营的角度,从企业高效发展的角度整合优化全部资源和全部要素,进行统筹安排。

参考文献

- [1] 喻国明,对目前我国媒体产业投资状况的基本分析[J].新闻与传播,2002,(5):36-37.
- [2] 胡正荣,媒介市场与资本运营[M].北京:北京广播学院出版社,2003.
- [3] 向志强.王国平,资本运营:我国媒介产业化的必然选择[J],《求索》,2005年11月
- [4] 谢耘耕,中国传媒资本运营若干问题研究[J].新闻界,2006(3):4-9.
- [5] 陈立新,我国传媒产业资本运营存在的问题及对策[J].新闻传播,2010(6):150-151.
- [6] 于政红,中国传媒产业资本运营路径分析[J].东岳论丛,2009(8):140-142.
- [7] 李霞,传媒文化创意产业资本运作研究[D].上海:复旦大学,2009.
- [8] 端鸣,我国新闻媒体资本运营将迎来新机遇[J].传媒,2009(5):20.

China media capital operation problems and countermeasure analysis

Li Lezhi

(Hunan University,Changsha/Hunan,410000)

Abstract : This article will start from the basic concept of the capital operation of media interpretation,combined with the development of media industry trend,saw the media industry capital operation is the inevitable developing trend of China's media industry.The paper analyzes the current situation of the media industry and backward ideas, system and the media itself,and proposed the corresponding countermeasure and the suggestion.In the process of capital operation in media industry, the government should perfect the property right system of media, build a multi-level structure of property rights;Clear media industry investment and financing policies, the establishment of the media industry financial service system;establish media industry of intangible assets evaluation mechanism and the mechanism to standardize the media of intangible assets evaluation;The media itself also should strengthen cooperation, optimize the allocation of resources, through capital operation the strong method of developing market economy, promoting the development of China's media industry health quickly.

Keywords: China: The capital operation of media ; The industry

作者简介: 湖南大学新闻传播与影视艺术学院 2014 级硕士研究生
研究方向为媒介经营管理