

# 文化产业潜力无限

夏斌

文化产业虽然不是七大新兴战略产业，但文化产业与信息技术的发展紧密相关，而且成为潜力最大的消费领域，文化产业正在成为未全面挖掘的最后一座金矿。

其业态包括图书出版、移动媒体、电视广告、网络媒体、有线电视电影、动漫、网游等。近年新兴文化产业如网络动漫、网游、数字影视等出现快速增长趋势。但相对于其他产业，文化产业在 A 股市场中处于弱势地位，大约 20 家上市公司中，依然缺乏国内大型传媒企业，不少是过去几年经过重组整合而成。据统计，目前文化企业仅占整个 A 股市场上市公司总数的 1%，市值仅占全部 A 股总市值的 0.6%。据研究，我国内地娱乐及媒体行业在未来较长时间的行业增长速度将大大超过全球行业水平。

把握文化产业的投资机会，基本上就是从几个角度进行挖掘：

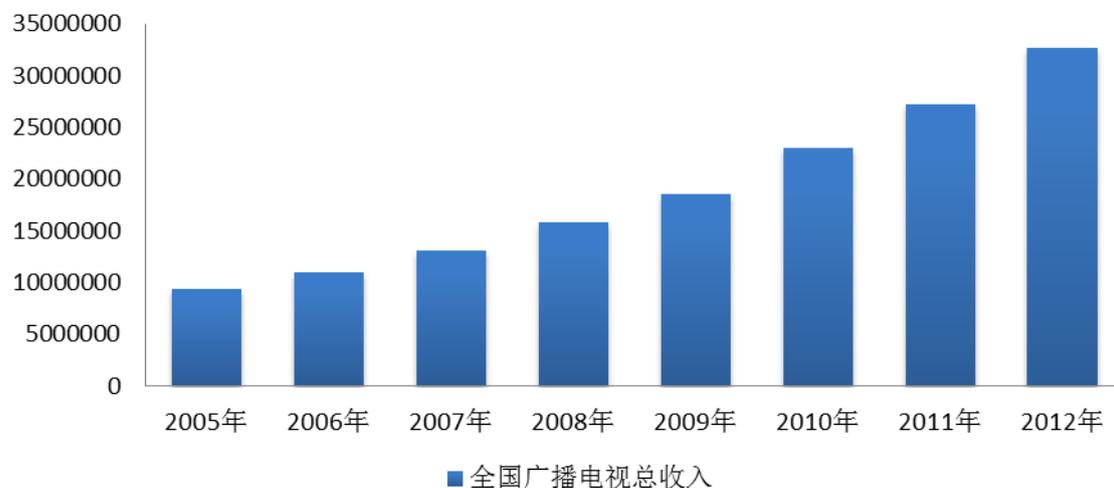
**一、一批新上市传媒类公司，这类公司已经具有先发优势，通过有效募集资金后，适逢文化产业的大发展期，将具有较强的行业竞争力。**

如天威视讯、奥飞动漫、华谊兄弟、中青宝、生意宝、时代出版、皖新传媒、出版传媒、东方财富等。此外，还有一批早期上市公司的，如歌华有线、电广传媒、中视传媒、东方明珠等。从成长潜力看，出版业、有线网络业的潜力来自于跨地域的整合，长期以来，我国的出版、有线电视有着强烈的区域划分，在新的文化产业体制下，打破区域限制应该是一个重要突破口，因此，这些优势公司一旦实现跨区域购并整合，其成长力就将迅速体现。

在较长时间内，文化产业的成长价值来自于做大规模，特别是具备复制能力的公司，能够迅速异地扩大，将是我们关注的重点。

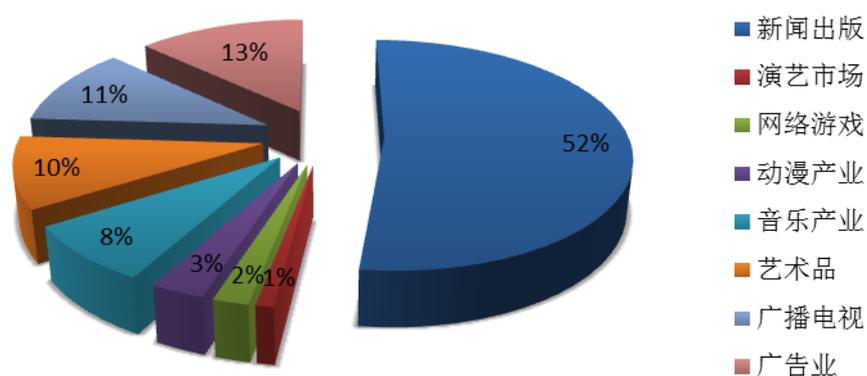
如歌华有线 600037，经过近十年的发展，公司已经在北京形成了一张覆盖全市 18 个区县的大型有线电视传输网络，有线电视注册用户为 413 万户，发展高清交互数字电视 30 万户，在行业内处于领先地位。这是一家目前上市公司中最具规模的有线网络公司，已具备异地扩大能力。今年年初公司与中国工商银行

签署了《银企战略合作协议》，将获得 20 亿元的融资额度，为公司推广数字化转型、横向整合其他省有线电视资源、纵向整合上下游产业链提供了可靠的资金支持。



像中视传媒、东方明珠、电广传媒、天威视讯等具有大股东背景支持的公司，也是值得关注。此外，今年还会更多传媒类公司上市，关注新上市传媒公司所带来的机会，如中国出版集团等。

### 2013年文化产业各主要细分行业市场规规模比重



二、重组整合角度看，伴随产业发展政策的逐步明确，文化传媒业有可能迎来一轮大规模的产业重组整合。

一直以来，文化企业存在融资瓶颈。随着中央宣传部、中国人民银行、财政部、文化部等九部委发布《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》

后，资金瓶颈有望出现重大转变。其中上市融资是重要组成部分。据文化部对 300 家民营文化企业的专题调研结果，56.7%的企业认为融资困难，超过 80%的企业主要依赖自身积累。现实情况是，众多国有文化产业类公司要实现上市融资，大多数存在经营独立性不足、部分资产受政策限制不能上市等问题。改制整体上市是一个最好的路径，但需要时间。

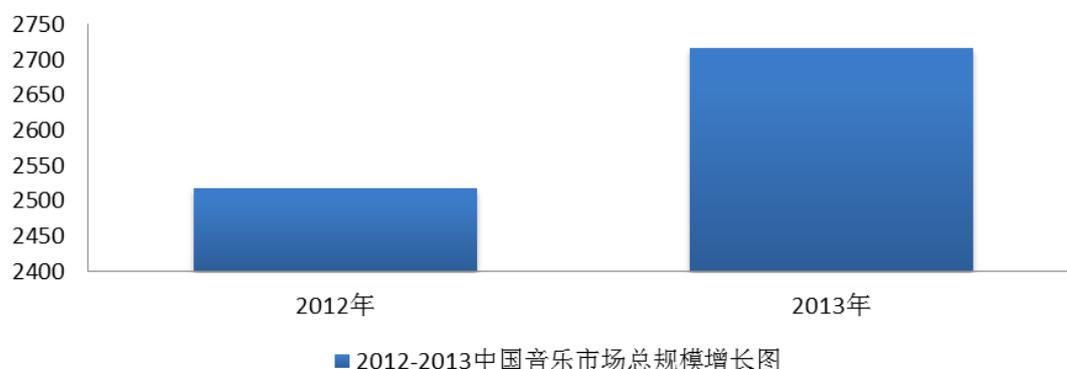
比较快速的方式是采用借壳上市。实际上，目前上市的传媒类上市公司中不少都是来自于借壳上市，比如华闻传媒、新华传媒、广电网络、博瑞传播、时代出版。这种方式下，通常是借壳上市后，通过多次定向增发等形式逐步实施资产注入，最终实现整体上市。整体上看，目前这些重组型传媒类公司，资产质量、盈利能力都保持良好上升趋势，在良好的行业背景下，仍然值得中长期持续关注。

像新华传媒 600825，数年前借壳“华联超市”重组转型传媒产业，实际控股股东为上海新华发行集团，后续资产注入仍然可以预期。年初公司四家传媒经营类公司获所得税减免。

### 三、音乐产业的发展。

2013 年是中国音乐产业快速发展、转型升级的一年。在国家文化产业政策环境不断优化的背景下，中国音乐产业正在走出由实体唱片为主要的传统模式向以网络音乐为主的数字模式转变的关键期，逐步形成了以音乐内容创作和音乐版权经纪为双核驱动，以跨终端、跨媒体的平台为售卖渠道，以最终用户体验度为市场导向的新型文化经济业态。转型、融合、集约、创新，共同构成了 2013 年中国音乐产业的发展主题。

2012-2013中国音乐市场总规模增长图



具体细分情况如下：

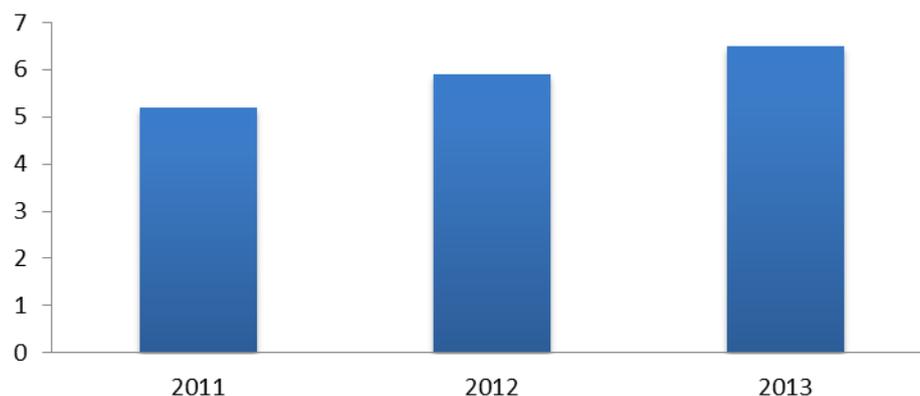
## 中国数字音乐市场规模（亿元）



### 实体唱片行业

2013年中国内地实体唱片市场规模约6.5亿元，较2012年增长约9.5%。虽然2013年整个唱片市场销售量呈下滑趋势，但总营收仍有小幅增加。“线上销售唱片模式的兴起，实体唱片市场零售价的逐步提高以及独立唱片成为实体唱片的重要组成部分”等成为实体唱片行业的新生现象。

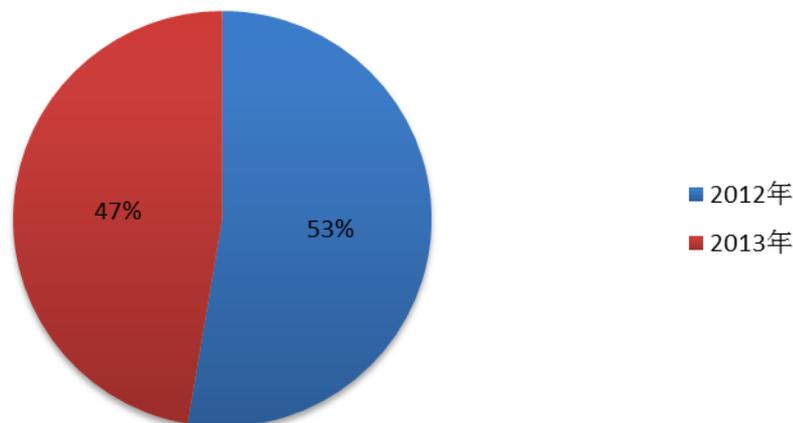
## 中国实体唱片行业产值（单位：亿元）



### 音乐演出行业

2013年中国音乐演出产业规模达140亿元，其中票房收入43.6亿元，演出总场次1.65万次。虽然较2012年有小幅度下降，但总体来看依然保持着良好的发展势头。商业模式和定位日渐清晰，整个行业运作日趋规范，细分市场规模不断扩大，这些现象都预示着音乐演出行业正在调整之中寻求新的突破。

## 近两年音乐演出产业规模产业规模



### 四、居民文化消费支出增加，文化产业市场规模增长率在10%以上

(1) 随着我国居民的可支配收入的不断增长，我国居民在文化消费支出不断提高。2002年我国城镇居民人均文教娱乐支出902.3元，2012年我国城镇居民人均文教娱乐消费支出为2033.5元，十年间增长2倍多，年均增长率达到了9.46%。2002年，我国农村居民人均文教娱乐支出为210.3元，2012年达到了445.5元，十年间年均增长率达到了8.80%。



(2) 需求的不断增加带动文化产业的高速的发展。促进文化产业快速发展的因素主要有以下几个：1) 我国政府出台的《文化产业振兴规划》以及《国家及地方文化产业“十二五”发展规划》为我国的文化产业的发展创造了良好的发展环境；2) 我国拥有悠久的历史文化，为文化产业的发展提供了丰富的素材；3) 经济发展使得人们对文化产品的消费能力增强。《2014-2018年中国文化产业发展前景预测与基地建设研究报告》认为，文化产业是典型的需求拉动型的产业，经

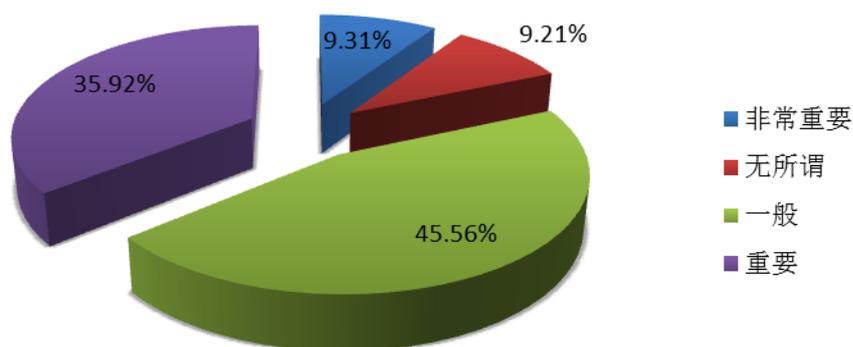
济的发展在文化产业中的起着至关重要的作用，文化产品的需求收入弹性系数较小。数据显示，2009年我国文化产业的市场规模为8400亿元，2012年市场规模达到了16000亿元，复合增长达到了23.96%，可见我国文化产业的规模呈高速发展的状态。按照产品生命周期的理论来看，文化产品正处在成长期。



### 五、文化产业等能够代替房地产业成为经济增长的新马车。

中国经济发展经历了1992年至2008年亚洲金融风暴之间的“制造业+出口+低消费”的发展模式和2008年至今的“地方债+房地产+宽松货币政策+低消费”的发展模式。目前，随着我国地方政府负债规模的不断增大，依靠出让土地获取财政收入的模式，使得中国人透支了未来30年的城镇化带来的红利。

**文化消费在居民心中的位置**



从长远来看，房地产不能始终处在带动经济发展的首要位置。这种模式的结束必须要寻找新的经济发展模式，以上两种模式都有低消费，那么在新的经济发展模式中，必须要改变这种低消费，使内需的不断增长成为经济发展的发动机。我们预测，未来居民花费在住房、衣服、食物和交通等方面的比重必然呈下降趋势，而在文化产业等上的消费比重必然呈上升趋势。而正是这些产业的很可能成

为中国未来经济发展发动机。