



RESEARCH ON THE CAPITAL OPERATION OF BROADCASTING
AND TELEVISION GROUP IN CHINA

我国广电集团资本运作研究

——基于国企改革经验和深圳案例

陆 昂◎著



- BASED ON THE EXPERIENCE
OF THE REFORM OF STATE OWNED ENTERPRISES
AND THE CASE OF SHENZHEN



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE



RESEARCH ON THE CAPITAL OPERATION OF BROADCASTING
AND TELEVISION GROUP IN CHINA

我国广电集团资本运作研究

——基于国企改革经验和深圳案例

陆 昂◎著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

我国广电集团资本运作研究：基于国企改革经验和深圳案例/陆昂著. —北京：经济管理出版社，2016.12

ISBN 978-7-5096-4733-2

I. ①我… II. ①陆… III. ①广播电视—企业集团—资本运作—研究—中国
IV. ①G229.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 278115 号

组稿编辑：何 蒂

责任编辑：杨国强 张瑞军

责任印制：黄章平

责任校对：超 凡

出版发行：经济管理出版社

(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址：www. E-mp. com. cn

电 话：(010) 51915602

印 刷：北京九州迅驰传媒文化有限公司

经 销：新华书店

开 本：720mm×1000mm/16

印 张：14

字 数：191 千字

版 次：2016 年 12 月第 1 版 2016 年 12 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 978-7-5096-4733-2

定 价：48.00 元

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书，如有印装错误，由本社读者服务部负责调换。

联系地址：北京阜外月坛北小街 2 号

电话：(010) 68022974 邮编：100836

前言

从20世纪90年代开始,国内一些广电集团(电台、电视台)积极推动下属企业上市融资,积累了一定的资本运作经验,壮大了自身的实力。当前,我国加快推进包括广电体制在内的经济、社会、文化、政治体制改革,上海率先推进广电集团整体改革;我国“三网融合”和“媒体融合”发展趋势日益明显,广电产业发展困难重重,广电集团转型发展势在必行。在这样的形势下,国内一些有远见的广电集团开始积极探索通过资本市场进行融资、投资、并购等资本运作。

广电集团开展资本运作不仅是为了顺应我国改革发展大势,也是为了自身生存发展,既需要勇气也需要智慧,既要总结自身经验也要理论指导和借鉴其他领域经验。本书是一部专门研究我国广电集团资本运作的著作,结合我国广电传媒行业、广电集团的实际,剖析广电传媒投资、广电传媒并购、国有广电传媒企业上市融资、广电传媒企业股权投资、广电集团战略与管控等与广电集团资本运作密切相关的重大问题,借鉴我国国有企业改革和资本运作的经验,以深圳广播电影电视集团为例提出我国广电集团开展资本运作的对策建议。本书是作者在博士后研究基础上结合出站后实际工作经验所著,是博士后研究的进一步深化与提升。作者不仅在深圳广播电影电视集团专职从事过广电传媒资本运作的博士后研究,还在广东省省级国有资本运营公司从事过相关工作,从而使本书兼具前瞻性、理论性和实用性。

第一章 导 论	001
一、研究的意义、内容与方法	001
二、文献综述	002
三、研究的背景	015
四、基本概念	019
第二章 广电传媒（新媒体）投资	023
一、广电传媒项目投资	023
二、我国广电传媒（新媒体）创业投资	028
三、我国广电传媒产业投资	038
第三章 广电传媒（新媒体）并购	047
一、传媒并购动因与风险	048
二、国内传媒（新媒体）并购现状和趋势	053
三、新世纪欧美主要传媒集团并购案例	057
四、国内新媒体并购案例	068

第四章 国有广电传媒企业上市融资	075
一、上市国有广电传媒企业的基本情况	075
二、国有广电传媒企业上市的历程	082
三、国有广电传媒企业上市的特点	084
四、国有广电传媒企业上市的作用	086
五、国有广电传媒企业上市案例：天威视讯	087
第五章 广电传媒股权投资基金	093
一、股权投资基金的类型、组织形式和设立运营	094
二、我国广电传媒企业参与设立的股权投资基金发展现状	105
三、广电传媒企业设立股权投资基金的要点	111
第六章 广电集团发展战略与管控	121
一、企业集团发展战略与管控	121
二、我国广电集团发展战略模式之一：江苏广电总台（集团）的 多元化经营战略和品牌战略	128
三、我国广电集团发展战略模式之二：上海文化广播影视集团的 多元化经营	132
四、我国广电集团发展战略模式之三：湖南广电集团或湖南 广播电视台的产业经营	135
五、我国广电集团发展战略特征和管控问题	138
第七章 国企改革和资本运作的经验启示	141
一、转轨时期我国国有企业资本运作的主要举措	141
二、转轨时期国有企业资本运作的作用	149
三、转轨时期我国国有企业资本运作案例	156
四、对广电集团资本运作的启示	176

第八章 广电集团资本运作 SWOT 分析：以深圳为例	179
一、关于 SWOT 分析	179
二、深圳广电集团资本运作的优势与劣势、机会与挑战	182
三、对策建议	200
参考文献	205
后 记	213

一、研究的意义、内容与方法

随着文化体制改革的深入和广电产业的发展，从 20 世纪 90 年代开始，国内一些广电集团（电台、电视台）积极推动下属企业上市融资，积累了一定的资本运作经验，壮大了自身的实力。当前，我国进入了全面深化体制改革的阶段，国家加快推进包括广电体制在内的经济、社会、文化、政治体制改革，上海率先推进广电集团整体改革；我国“三网融合”和“媒体融合”发展趋势日益明显，广电产业发展面临重重困难，广电集团发展转型势在必行。在这样的形势下，一些有远见的广电集团不再局限于上市融资、解决资金问题，而是开始积极探索实施融资、投资、兼并收购等多方面的资本运作，期盼着以此解决广电集团产业经营方面的生存发展壮大问题。

在深入探索实施资本运作的过程中，广电集团迫切需要科学的理论和宝贵的（成功与失败）的经验来指导实际操作。然而，现有理论和广电集团以往经验难以承担此重任。之所以如此，是因为我国政治制度不同于其他市场经济国家且正处于经济社会转型时期，广电集团资本运作

涉及经济学、管理学和新闻传播学等多个学科，无现成的系统理论可直接用于指导广电集团资本运作实际操作；之所以如此，是因为鲜有由我国广电集团实施（包括间接推动实施）的跨省、跨行业、跨所有制的兼并收购活动，大部分省（市）广电集团没有推动下属企业上市融资的经验；之所以如此，是因为实施资本运作的前提条件——现代企业经营管理体制机制的约束进一步凸显，难以逾越。

为顺应理论和实践提出的这些要求，本书有针对性地对广电传媒投资、广电传媒并购、国有广电传媒企业上市融资、广电传媒企业股权投资、广电集团战略与管控等与广电集团资本运作关系密切的重大问题进行研究，在借鉴工商业、金融业等领域国有企业改革与资本运作经验的基础上，以深圳为案例剖析广电集团开展资本运作的优势与劣势、机遇与挑战，进而提出我国广电集团开展资本运作的对策建议。

本书综合运用经济学、管理学、新闻传播学的分析工具，开展多学科交叉研究；采用定性分析与定量分析相结合，实地调研与典型案例分析相结合的方法，开展应用研究。

二、文献综述

20 世纪 90 年代中后期，我国传媒业开始探索资本运作。传媒资本运作研究随之兴起，至今已经掀起三次高潮：第一次发生在 2001 年我国加入 WTO 的前后，第二次在 2007 年我国传媒业集中上市的前后，第三次在新媒体蓬勃发展而传统媒体出现衰败的当前。21 世纪以来，国内传媒资本运作研究成果，可归纳为 4 个方面。

（一）关于资本运作的动因

（1）资本运作源于传媒产品属性和特性。对于传媒产品属性，新闻传

播学主流观点经历了一个逐渐演变的过程,最终突破以往观念束缚,认同传媒产品同时具有政治属性与产业性质。不过,对传媒产品的政治属性与产业性质之间的关系,理论界似乎尚未达成共识。一种观点认为,传媒业的政治属性与产业性质之间有矛盾,例如,谢耘耕(2006)认为,传媒产业政治(社会)属性一直被放在首位而产业性质长期得不到认可^①。另一种观点则认为,传媒业的政治属性与产业性质之间没有矛盾,例如,严三九(2007)认为,传媒产品的属性既有物质性又有精神性,既有信息产业属性又有意识形态属性,理论上讲,市场规律、新闻传播规律和意识形态工作规律这三种力量的方向是一致的^②。对传媒产品的特性,学者们分别运用公共经济学和传媒经济学(以新闻传播学为主并结合经济学基本原理)理论工具进行研究。陈共德(2005)运用公共经济学理论工具把传媒产品分为三类:第一类是纯公共产品,由政府主管意识形态部门和党委宣传机构严格掌控;第二类是准公共产品,由政府与媒体共同提供;第三类是商品或纯私人产品,由行业内外自由提供^③。陈芳平(2004)认为,我国传媒业有三个经营特征:相对垄断性,在一定的时间、空间里媒体受众具有较高的稳定性与品牌忠诚度,传媒业的文化新闻属性形成政策性垄断;良好的增值性,传媒通过电波、网络、印刷品等形式向受众传递信息,具有成本低、速度快、影响广泛的特点,使其能迅速形成规模效应和盈利;独特的盈利模式,不是通过直接出售传媒产品获取主要收益,而是尽量扩大传播受众与范围,通过搭售广告、提升品牌影响力等方式盈利^④。张世昕(2005)认为,传媒产业的主要经济特征为注意力经济、具有独特使用价值(共享性、一次性、短暂性),同时必须兼顾社会效益与经济效益^⑤。传媒产品属性和特性的研究成果,不

① 谢耘耕:《中国传媒资本运营若干问题研究》,《新闻界》,2006年第3期。

② 严三九:《中国传媒资本运营研究》,上海文化出版社,2007年版。

③ 陈共德:《国有传媒控股集团公司的模式选择与风险管理》,《声屏世界》,2005年第7期。

④ 陈芳平:《传媒产业资本运营的策略研究》,《兰州学刊》,2004年第6期。

⑤ 张世昕:《传媒产业的经济特征浅析》,《宏观经济管理》,2005年第7期。

仅为国内传媒业发展产业奠定理论基础，也为国内传媒业开展资本运作提供了理论依据。

(2) 资本运作是传媒投融资体制改革的需要。理论界普遍认为，计划经济体制下的传媒业由政府垄断和直接经营，政府成为投资主体，政企不分，造成传媒产品供给短缺，投资缺乏风险意识和责任约束机制，必须改革原有的传媒投融资体制。传媒投融资体制改革是渐进式的，赵曙光、赵文胜（2003）把它分为两个阶段：一是初步创新阶段，改革探索主要表现为投资实业、吸引业外资本合作经营媒介、媒介下属企业实行股份制改造以吸引资本投入，没有涉及资本市场；二是借助资本市场阶段，传媒业借助资本市场实现资源合理配置，主要形式为直接投资金融证券业，以子公司参股上市公司、子公司直接上市，加入世界贸易组织后我国传媒产业链的部分环节开始向外资开放^①。赵子忠、王伟（2006）则认为，解决影视行业投融资“瓶颈”必须借助资本市场，开展资本运作^②。

(3) 资本运作是传媒安全的需要。在 2001 年我国加入世界贸易组织前后，研究者们围绕传媒安全展开热烈讨论，纷纷主张通过资本运作加强传媒安全，从而掀起我国传媒资本运作研究的第一次高潮。姚德全、乔海曙、肖晓敏（2002）认为，我国加入世界贸易组织后，传媒安全与传媒发展同等重要，而资本运作有助于传媒安全与发展的实现；资本运作能开辟安全有效的融资渠道^③。李建（2002）提出，资本运作是我国传媒业有效应对加入世界贸易组织的重要措施^④。段永刚（2001）^⑤、卜玉华（2003）^⑥等则提出，通过资本运作扩张规模、整合传媒市场，加速传媒产业实力扩张，才能应对西方巨型媒介集团的巨大挑战，才能在对外开

① 赵曙光、赵文胜：《中国媒介投融资体制的演变与发展》，《传媒观察》，2003 年第 5 期。

② 赵子忠、王伟等：《中国影视投融资的产业透视》，中国传媒大学出版社，2006 年版。

③ 姚德全、乔海曙、肖晓敏：《传媒安全与发展：一个资本运作视角的分析》，《新闻出版交流》，2002 年第 6 期。

④ 李建：《我国加入 WTO 后对传媒业的影响及应对措施》，《北京社会科学》，2002 年第 3 期。

⑤ 段永刚：《我国媒介产业的资本运作》，《新闻与传播研究》，2001 年第 2 期。

⑥ 卜玉华：《资本运作：加速传媒产业扩张——试谈中国传媒产业的资本运用积累》，《记者摇篮》，2003 年第 11 期。

放中最终赢得文化控制权并占据更大的空间。

(4) 资本运作是政策放宽的结果。长期以来,我国传媒业一直处于党委政府严格管制之下,传媒资本运作受到多方面严格限制。以2001年中国证监会将传播与文化产业列入上市公司13个基本产业门类作为标志,传媒资本运作政策环境发生了重大转变。在国家允许传媒企业上市的前后,理论界掀起传媒资本运作研究的第二次高潮。刘再兴(2004)认为,政策放宽使传媒上市门槛降低^①。刘友芝(2006)对2003~2004年我国传媒资本运作政策放松的特点、范围做了分析,认为2003年以来的文化体制改革为传媒集团资本运作提供了有史以来最宽松的政策环境^②。张锐(2012)认为,在国家外部政策驱动下,2012年迎来文化传媒类公司上市高潮,并购整合和板块扩容成为传媒行业资本市场的关键词,包括重点新闻网站和国有大型出版集团在内的众多文化传媒类企业加快进军资本市场^③。

(5) 资本运作是传媒产业发展的需要。传媒产业发展与资本运作的关系一直是传媒资本运作研究的重要内容。随着近年来全媒体发展趋势日益明显,围绕资本运作在传媒产业发展中的地位 and 作用,理论界正掀起第三次传媒资本运作研究高潮。何涛(2003)提出,有效利用资本市场的功能对媒体产业进行整合、重组、扩大资产规模、提高经济效益,是传媒产业生存和发展过程中的最佳选择^④。胡正荣(2003)认为,传媒资本化是产业重组的必然结果,指出“我国媒介产业重组是一个以资本化为本特征的币新制度化过程。这个重组过程经历市场化、集团化和资本化三个主要阶段”,同时指出“资本化过程是政治力量与资本力量相互博弈的不可逆的过程,最终是政治力量逐步拥抱经济力量,资本在媒介

① 刘再兴:《资本运作提速——传媒资本运作的政策门槛与具体路径》,《媒介》,2004年第6期。

② 刘有芝:《媒介资本运营的政策环境分析》,《当代传播》,2006年第6期。

③ 张锐:《中国传媒业资本运作现状及趋势分析》,《声屏世界》,2012年第3期。

④ 何涛:《我国传媒产业发展的最佳选择——关于利用资本市场发展传媒产业的战略思考》,《财经研究》,2003年第1期。

的政治和经济活动中扮演着越来越重要的角色”^①。周笑（2007）认为，经过多年探索之后，我国国有传媒内容产品的生产与传播，组织机构及业务范畴的扩张，主要推动力正转变为不同产业资本之间的互补合作，而不再依重于行政力量和传媒资本自身的内部裂变^②。张锐（2012）认为，随着三网融合推进和移动互联网时代的到来，涌现出了IPTV、手机电视、网络视频、网络电视等新的媒体业态，国内传媒企业上市融资借力资本市场是其完成战略转型的必要路径^③。赵荣水（2013）认为，面对我国文化消费快速增长、新文化形态和网络商业快速发展、传媒服务需求持续增加等新形势，必须通过资本运作完善和延伸产业链条，构建起现代传媒产业价值链^④。

（6）资本运作是传媒市场竞争的需要。有不少学者研究了资本运作在传媒市场竞争中的作用，提出资本运作是传媒组织应对市场竞争的重要手段。王宝松（2002）认为，提高资本运营能力是应对激烈竞争的一剂良药，它可以在短时间内为传媒产业融合大量资金，实现传媒产业的超常规发展^⑤。黄进（2005）认为，在市场竞争中，传媒业发展与其他产业一样，企业经营从生产经营型到资本运作型的转变，是企业经营与发展的更高层次上的飞跃^⑥。韩建中（2006）指出，国外传媒集团迅速扩张的重要途径是资本运营，当今国际巨型传媒集团无不把资本运营作为其重要的发展战略^⑦。张华（2010）认为，资本运作是传媒集团实现战略目标的重要手段，有助于调整产业结构和制定产业发展规划，有助于实现资本多元化提升抗风险能力，有助于进一步优化体制机制平台，有助于实

① 胡正荣：《后 WTO 时代我国媒介产业重组及其资本化结果——对我国媒介发展的政治经济学分析》，《新闻大学》，2003 年第 3 期。

② 周笑：《国有传媒正走出自己的资本之路》，《新闻大学》，2007 年第 1 期。

③ 张锐：《中国传媒业资本运作现状及趋势分析》，《声屏世界》，2012 年第 3 期。

④ 赵荣水：《论我国传媒产业价值链的完善与重构》，《人民论坛》，2013 年第 14 期。

⑤ 王宝松：《打造媒体的核心竞争力——传媒与资本联姻的一点思考》，《新闻通讯》，2002 年第 4 期。

⑥ 黄进：《传媒从生产经营到资本运营的经济学分析》，《山东视听》（山东省广播电视学校学报），2005 年第 1 期。

⑦ 韩建中：《传媒行业资本运作的紧迫性分析》，《声屏世界》，2006 年第 5 期。

现资产保值增值和提升品牌形象^①。吴志强、凌宪（2011）认为，传媒资本运营是传媒竞争不断加剧的必然选择，是盘活传媒资产的重要手段，是盘活传媒集团有形资产和无形资产的重要手段^②。

（二）关于我国传媒资本运作的主体

（1）各种传媒业态的资本运作。理论界分别开展了报业、出版、广电等多种传媒业态的资本运作研究，取得了不少成果。在报业方面，吕建伟等（2003）对报业集团资产管理及资本运营做了初步探讨^③；匡导球（2008）研究了报业资本运营的内在逻辑和实现路径，认为资源配置市场化和报业发展战略由内部积累型向外部交易型转换迫使报业主体必须依靠资本市场来推进资源优化配置和结构调整，提出明晰产权关系、建立现代企业制度、保证舆论导向以及文化管理制度改革是报业参与资本运营的必要条件^④；杨桃莲、黄瑚（2010）指出，报业资本运营的本质，认为报业的资本运营就是将报业所拥有的可经营性资产，包括和新闻相关的广告、发行、印刷、信息、出版等产业或报业所经营的其他部分，视为可以经营的价值资本，通过价值成本的流动、兼并、重组、参股、交易、转让、租赁等途径进行运作，优化报业资源配置，扩张报业资本规模，进行有效经营，以实现最大限度增值目标^⑤。在出版方面，朱亚、王宏波（2002）指出出版领域的资本经营应该遵循循序渐进、梯度开放的原则，还提出了出版业资本运营的方式和步骤^⑥；田海明（2011）提出出版企业资本运作思路的重点，即资产并购重组、创新传统出版、开展新

① 张华：《提升资本运作能力做强做优传媒集团》，《视听界》，2010年第6期。

② 吴志强、凌宪等：《政策与市场两难语境中我国传媒业资本运作探析》，《四川行政学院学报》，2011年第4期。

③ 吕建伟等：《报业集团资产管理及资本运营研究》，《新闻导刊》，2003年第2期。

④ 匡导球：《报业资本运营的内在逻辑与现实路径》，《南京社会科学》，2008年第8期。

⑤ 杨桃莲、黄瑚：《报业资本运营的发展思路》，《传媒观察》，2010年第3期。

⑥ 朱亚、王宏波：《循序渐进 梯度开发——出版业资本经营的几种方式和步骤》，《出版广角》，2002年第5期。

媒体业务、开展文化关联产业多元化业务等^①。在广电方面，杨云（2003）提出，广电产业大规模发展需要大量资金投入，需要寻找外部驱动力，由业外大资本介入^②；余飞宇、胡宪玉（2006）提出广电产业资本运作实施的思路，即调整资本结构、健全相关的法律和制度、实施跨地区和跨媒体经营、尽快剥离属于政府职能的工作任务、将广告资源和品牌栏目资源作为广电产业资本运作的主要投入、通过资本链条将多家媒体有机结合为一体^③；《视听界》编辑部（2010）提出，广电必须突破固有的种种门槛与投资方本着共赢的理念进行合作，要携手市场上有战略价值的领跑者进行体外孵化，利用产业投资基金做强做大^④；赵秋凤（2011）提出，我国广电传媒资本运营的方向是“加快产业化运营，进行跨行业运作”、“建立资源评估体系，积极进行外部融资”、“进行媒体内部人事制度改革”、“加快广播电视传媒法制化进程，明确媒体和投资者之间权利和责任关系”^⑤；张仙飞（2012）认为，在三网融合的背景下，广电系公司上市步伐逐步加快^⑥。

（2）我国传媒集团化及其资本运作。理论界对我国传媒集团化及其资本运作做了大量深入研究。李小曼、程明（2005）认为，对传媒经营中遇到的重大问题研究，包括从产品经营到资本运作的转型，应置于集团化背景下^⑦。胡正荣（2003）提出，虽然我国媒介集团化与欧美国家媒介集团化在媒介整合和集中方面外在相似，但是在其他方面有着相当大的差异：在集团化的政策和规制方式上，欧美是放松管制，而我国是强化政治管制，有限度开放经济管制；在集团化的手段上，北美通过市场进行，而我国通过政府力量强行重组而成，其中，组织结构设置、人力资

① 田海明：《文化产业的资本运作及发展之思考》，《学术界》，2011年第1期。

② 杨云：《广电产业如何与资本有效结缘》，《中国广播电视学刊》，2003年第11期。

③ 余飞宇、胡宪玉：《浅议广电产业的资本运作》，《中国会计师网》，2006年5月21日。

④ 本刊编辑部：《广电传媒的资本化运作成趋势》，《视听界》，2010年第1期。

⑤ 赵秋凤：《广播电视行业资本运营发展方向研究》，《会计之友》，2011年第1期。

⑥ 张仙飞：《广电系上市公司研究》，《广播电视信息》，2012年第8期。

⑦ 李小曼、程明：《中国传媒集团经营发展面临的几个重大问题》，《江西社会科学》，2005年第5期。

源调配、媒介资源配置等均在行政命令中完成,而且仍然保持了政治层次组织的根本特征;在集团化的路径上,欧美可以通过购并、整合、细分、战略联盟、跨国化等渠道实现集团化,而我国则主要是通过合并渠道完成,在现行的政治经济权力结构中,不可能真正通过战略联盟等渠道建构跨地域、跨媒介的媒介集团^①。胡正荣(2003)还认为,我国媒介集团化陷入了制度困境、产权困境、垄断困境和发展战略困境。李岚(2005)认为,传媒企业生存发展的最佳途径在于运用资本运营等手段来筹集资本以建立巨型立体化传媒集团^②。陈共德(2005)认为,设立国有传媒集团控股公司是为了适应培育市场主体的需要,是传媒集团化改革的方向;国有传媒集团控股公司可以在行政部门和传媒实体之间发挥隔离的作用,促使政企分开、管办分离,明确国有资产投资主体,进行存量资产调整,实现国有资产的保值增值^③。“中国传媒集团化发展与经营问题研究”课题组(2007)认为,中国传媒集团化是中国传媒产业制度变迁的必然阶段,是中国政府和传媒在各自利益取向下共同的制度选择,而资源整合是中国传媒集团化经营的核心话题^④。陈共德(2005)认为,为控制政治等传媒风险,应该加强对传媒集团公司的监管,以设置“防火墙”为核心,通过投资、业务、干部等方面的限制在社会与传媒控股集团之间、控股母公司与子公司之间、公司之间设置屏障,以防止风险相互传染^⑤。骆嘉(2009)认为,股权结构是公司治理结构的重要组成部分,科学构架、合理优化我国传媒上市公司股权结构才能提高我国传媒上市公司经营绩效,才能保持并推动我国传媒集团健康发展^⑥。

(3) 国外传媒集团的资本运作。一些学者对国外传媒集团资本运作做

① 胡正荣:《后WTO时代我国媒介产业重组及其资本化结果——对我国媒介发展的政治经济学分析》,《新闻大学》,2003年第3期。

② 李岚:《电广传媒资本运作途径报告》,《视听界》,2005年第6期。

③ 陈共德:《国有传媒控股集团公司的模式选择与风险管理》,《声屏世界》,2005年第7期。

④ “中国传媒集团化发展与经营问题研究”课题组:《中国传媒集团化发展的制度审视》,中国媒体发展研究报告,2007年。

⑤ 陈共德:《国有传媒控股集团公司的模式选择与风险管理》,《声屏世界》,2005年第7期。

⑥ 骆嘉:《我国传媒上市公司的股权结构与绩效关系分析》,《声屏世界》,2009年第10期。

了研究，比较分析了国内外资本运作的异同。邢建毅、将淑媛（2004）认为，国外传媒公司在资本运作方面有以下特点：明晰的产权、规范的公司治理结构，为传媒资本运作的顺利进行创造了先决条件；较为健全的政策、法律和制度环境，为传媒资本运作的开展提供了有力的保证；较完善的资本市场体系及相关中介机构的支持，为传媒资本运作提供了便利的条件^①。周庆海（2007）深入分析了新加坡政府控制媒介公司的做法，即“新加坡规定报纸和杂志等印刷媒介都按照股份公司的形式组织，公司的股份分为管理股和普通股。管理股占总股份的1%，以后每次扩股都必须保持相同比例。两种股票具有相同的经济权利，在公司其他问题的表决中二者的权力也相同，但对涉及公司人事变动问题进行表决时，每股管理股的股票相当于200股普通股。管理股不在股票市场上流通，不对普通股持有者发行。董事会成员拥有25%的管理股，其余拥有者由国家新闻及艺术部确定，公司不得对人选提出异议。管理股的转让也要经过新闻及艺术部的审查”，认为“管理股的控制保证了国家对媒介公司的控制；国家通过掌握公司的人事权，从组织上对媒介的舆论导向进行了保证”^②。王妍、莫林虎（2010）总结了默多克新闻集团资本运作经验，认为它的启示主要有：兼并收购是资本运营常用的手法，有时这种购并整合不仅是为了谋求超额利润，而是出于对内容平衡方面的考虑，借以形成规模经济效应；通过垂直一体化结构可以实现在海外市场的经营本土化，良好的多方合作便于快速融入当地市场^③。李晓红、何芳（2011）剖析了迪士尼集团公司资本运营案例，认为在全球化浪潮中传媒集团和传媒资本的规模不再仅仅局限于国内市场，而需要在全球范围内进行经营运作^④。吕春光（2013）则介绍了美国广电媒体收购、并购的基本环

① 邢建毅、将淑媛：《对几个国外传媒公司资本运营的评析》，《广播电视信息》，2004年第3期。

② 周庆海：《浅析我国传媒业资本运营的方式与思路》，《黑龙江金融》，2007年第7期。

③ 王妍、莫林虎：《默多克新闻集团资本运营对中国传媒业的启示》，《金融经济》，2010年第6期。

④ 李晓红、何芳：《境外传媒资本运营的方式与启示——以迪士尼集团公司为例》，《新闻爱好者》，2011年第20期。