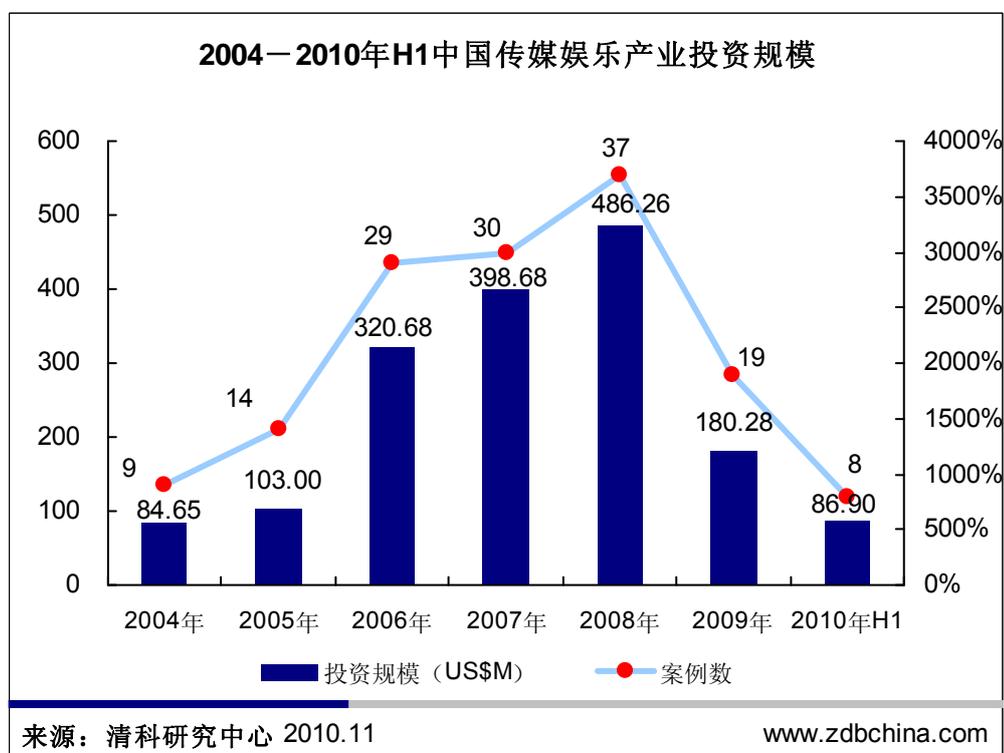


中国传媒娱乐行业投资慎重前行，着陆点尚未选定

2010年11月18日 清科研究中心分析师 张亚男

清科分析

据清科研究中心《2010年中国传媒娱乐行业投资研究报告》显示，2004-2010年上半年，中国传媒娱乐行业投资事件共发生150起，其中已经披露金额的案例有118起，披露投资金额为16.78亿美元，平均单笔投资金额为1422万美元。



从历年的投资规模情况来看，2008年是中国传媒娱乐行业投资事件的最高值，共发生37起投资案例，其中有30起披露投资金额，总投资金额为4.86亿美元，平均投资额为1621万美元。同时，2008年也是中国传媒娱乐行业投资金额总值最高的一年。不过，从平均单笔投资额分析，2007年平均单笔投资额创历年新高，达1661万美元。

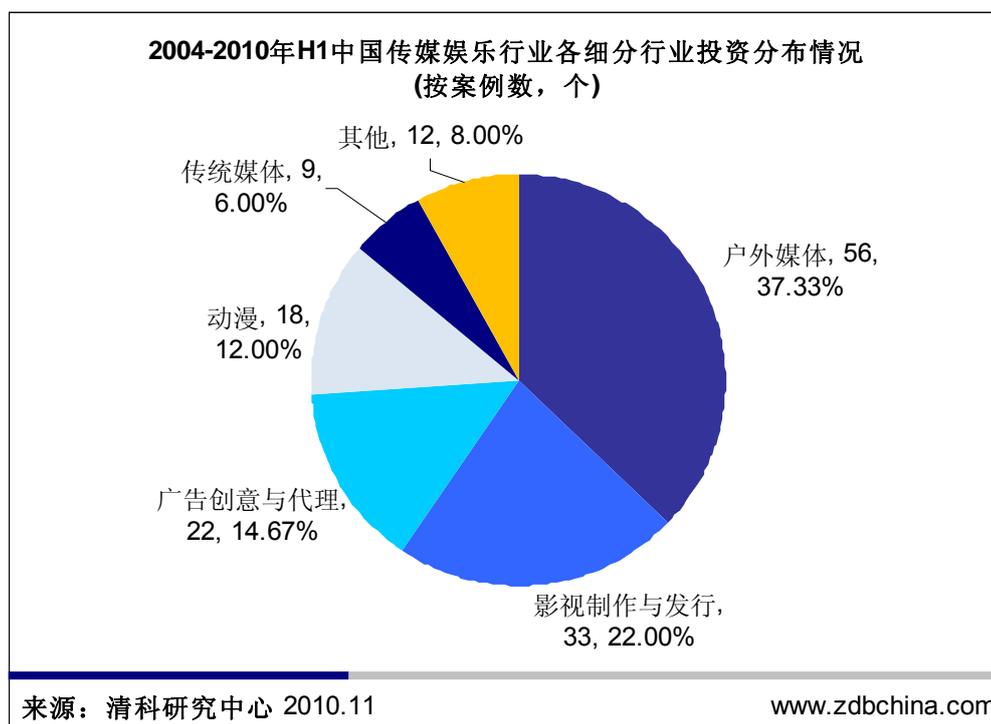
2004-2010年上半年中国传媒娱乐行业投资案例中，Series A投资案例数量仍占据市场主要份额，共披露投资案例72起，占总投资案例48.00%，其中披露金额的投资案例为54起，投资总额为5.95亿美元，占比为35.43%。此外，Series B投资案例数量达32起，数量占比达21.33%。

2004-2010年上半年，中国传媒娱乐行业投资热点区域以北京为主，北京地区传媒娱乐

行业投资案例数为 66，占总投资案例的 44.00%，其中已经披露金额的投资案例为 55 起，总投资金额为 7.87 亿美元，占比高达 46.91%，平均投资额为 1431 万美元。上海地区传媒娱乐行业的投资案例数位居第二，投资案例总数为 35 起，占比为 23.33%，其中已经披露投资金额的案例数为 27 起，总投资金额为 3.26 亿美元，占比为 19.43%，平均投资金额为 1208 万美元。在传媒娱乐行业中，北京、上海地区是投资活跃地区，尤其是北京，领先优势较为明显。

2004-2010 年上半年中国传媒娱乐行业投资案例中，外币遥遥领先于人民币投资案例。在已经披露的 150 起案例中，外币投资为 94 起，人民币投资案例数位 27 起；投资金额方面，外币投资金额明显超过人民币投资金额，外币投资达 13.10 亿美元，占比达 78.04%。

2004-2010 年 H1 中国传媒娱乐各细分投资领域中，户外媒体共发生 56 起投资案例，占总投资案例数的 37.33%，其中已披露金额的投资案例为 47 起，总投资金额为 3.16 亿美元，平均投资额为 1262 万美元。从户外媒体的细分领域中，可以看到户外电子屏市场的投资较为活跃。此外，影视制作与发行、广告创意与代理及动漫行业的投资事件也较为活跃。



户外媒体投资狂热后迅速冷却

2007 年-2008 年是中国传媒娱乐行业投资事件频发的两年，投资事件主要集中在户外媒体行业，主要原因有三点：一是，2007 年，传统媒体与新媒体交替换代期，户外广告如



户外电子屏广告市场属于传统广告形式新媒体化，受到业界人士的广泛关注；二是，2005年分众上市之后，与2006年开始快速扩张之路，各种对于户外媒体企业的并购事件频繁发生，使得投资机构看到户外媒体行业的投资机会；三是，各类细分户外媒体尤其是细分户外电子屏市场快速兴起，借助新兴概念，企业获得不同金额的融资。

不过，由于户外传媒市场的进入壁垒较低，业内企业凭借资金优势既可以快速的跑马圈地，并未形成真正意义上的核心竞争力。除一些细分市场的领军企业尚存发展机会外，中小规模企业面临出局危机或已经出局。加之2010年中期，中国户外媒体领军人物分众集团江南春的“行业反思”，中国户外媒体投资热情已经迅速冷却至冰点。

“水中望月、雾里看花”的影视制作与发行领域

作为中国文化产业的重要组成部分，电影行业得到了国家产业政策的相继扶持。此外，中国政府加快三网融合试点工程，对中国电影产业尤其是内容传播形式与渠道创新方面具有积极的意义。但是，影视传播行业是VC/PE无法凭借经验值准确判断的市场，尤其是对于影视单片市场的投资，存在“大片投资无机会、小片投资必亏钱”的现象，加之无法判断投资回报情况，众多资本方如不是报以品牌宣传的目的，对此类市场往往望而却步。

不过，将影视制作与发行的大产业链体系中，仍然存在一定的市场机会，如影视器材制作及租赁公司、院线市场、影视制作公司、专业影视人员培训机构等。

传统出版企业专制与数字出版市场的兴起为传媒娱乐投资市场带来新机遇

2009年，数字出版市场快速兴起、出版企业“国转企”转制速度的加快及国家逐渐开放文化创意企业上市的管制，中国出版行业再次引起资本市场的侧目与关注。但是尽管国家进一步开放出版市场，但是由于优质内容资源一般掌控在大型国有出版方，资本介入此类市场存在巨大的政策风险。为此，资本方可以关注新兴的数字出版市场，中短期尤其值得关注的是内容平台运营商环节。

“食之无味、弃之可惜”的中国动漫市场

2007年开始，动漫市场也逐渐引起资本市场的关注，主要原因是陆续出台相关动漫扶持政策，抬升资本市场对中国动漫产业的信心，但是中国动漫产业的真正发展尚需时间。目前，中国动漫市场由于原创动力不足，市场处于发展瓶颈期。针对此，行业投资机构应慎视此类市场。分析认为，中国动漫行业值得资本关注的企业类型有两种：一是动漫设计公司，主要集中在大型动漫公司，尤其是对于具有衍生品市场控制、电视合作关系良好的动漫公司；二是动漫培训机构，由于中国动漫市场人才缺口巨大，加之教育市场“上市潮”涌现，这部分

市场发展动力十足且利润空间较大。

关于清科研究中心

清科研究中心于 2001 年创立，致力于为大中华区的创业投资及私募股权基金、政府机关、中介机构、创业企业提供专业的研究报告和各种行业定制研究。研究范围涉及创业投资、私募股权、新股上市、兼并收购以及 TMT、传统行业、清洁科技、生技健康等行业市场研究。目前，清科研究中心已成为中国最专业权威的研究机构。

引用说明

本文由清科集团公开对媒体发布，如蒙引用，请注明来源：**清科研究中心**，并将样报两份寄至：

北京市朝阳区霄云路 26 号鹏润大厦 A 座 12 层 1203 室（邮编：100125）

联系人：孟妮（Nicole Meng）

电话：+86 10 84580476

电子邮件：nicolemeng@zero2ipo.com.cn

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_16431

