

在人民网 IPO 获批背后,一批官网计划上市

人民网上市 凸显文化产业投资价值

北大文化产业研究院副院长陈少峰预计,2012 年,国有背景文化企业冲刺上市的有 30 家。文化产业上市门槛放宽的“政策红利”又会倒逼民间各路资本抢滩,“十二五”期间,预计每年有 30—50 家文化企业进入 IPO。

■ 本报记者 万斯琴

随着文化体制改革步伐的明显提速,文化传媒板块成为近期资本市场关注的热点。中国证监会 1 月 13 日晚间发布公告,宣布人民网股份有限公司(首发)获通过。

同样在 13 日,中央文化体制改革和发展工作领导小组召开第一次全体会议。会议指出,“如期完成既定的阶段性改革任务,不断深化国有文化单位改革。”

这就意味着,人民网成为首家 A 股上市的国家重点新闻网站,这意味着,文化单位进军资本市场的大幕开启。

有专家认为,官网上市有可能成为今年热门焦点,势必掀起六中全会后文化产业改革的第一波高潮。

人民网领先官网上市潮

人民网前身为《人民日报》网络版,是以新闻为主的大型网上信息交互平台。

《中国企业报》记者从人民网披露的资料中看到,人民网计划在上海证券交易所首次公开发行约 6910 万 A 股,占发行后总股本的 25%,中信证券担任其发行的保荐人和主承销商,本次人民网募集资金投资项目投资总额为 5.27 亿元,其中 2.88 亿元用于移动互联网增值业务,1.46 亿元用于技术平台改造升级项目,9243.3 万元用于采编平台扩充升级项目。

截至招股说明书签署之日,人民日报社直接持有公司 66.01% 的股份,《环球时报》、《京华时报》和《汽车报》分别间接持有公司 11.89%、0.82% 和 0.82% 的股份。因此,人民日报社直接及间接持有该公司 79.54% 的股份,处于绝对控股地位。

招股书同时显示,人民网的资产负债率处于低位。2009 年、2010 年、2011 年前 6 月,资产负债率仅为 25.59%、12.60%、17.34%。

据了解,除了此次顺利过关的人民网,包括国家通讯社——新华社旗下新华网、北京市政府下属网站千龙网、山东省政府宣传部主管的大众网、天津市政府宣传部牵头网站北方网等多家官方媒体网站均有计划登陆资本市场。

据媒体报道,新华网也计划在上海证券交易所 IPO,也就是首次公开招股,融资人民币达 10 亿元。

还有消息称,中金公司担任新华网项目的承销商,但是确切的时间还没有确定。

除了官网上市之外,《光明日报》等媒体也陆续传出即将上市的消息。在国务院做强和做大文化产业的政策背景之下,后期部分“国险”和“国



据了解,除了此次顺利过关的人民网,包括国家通讯社——新华社旗下新华网、北京市政府下属网站千龙网、山东省政府宣传部主管的大众网、天津市政府宣传部牵头网站北方网等多家官方媒体网站均有计划登陆资本市场。CNS 供图

嘴”型媒体竞相争夺上市契机的概率也较高。

资深互联网专家谢文表示,人民网盈利模式单一,倚重政府,能否突破市场化是其最大阻力。

这也引起了经济通通讯社研究员周小禾的共鸣,人民网由于其特殊的身份地位,一直享受着令其他企业眼红的税收优惠。从公布的消息看,人民网在业务上基本不存在竞争,而且客户大多是政府机构。但其子公司人民视讯、人民网(美国)、人民搜等盈利情况均为负数或零。

《中国企业报》记者从经济之声天下财经的微博中看到,“眼下中国国有新闻门户网站正寻求进行自身重组,以更好地同新浪和搜狐等商业网站展开竞争。”

业内人士普遍还是认为,官网网站的上市是顺应中国对文化产业扶持的政策东风,未来该产业相关企业上市或成为中国资本市场的又一道风景。

专家预计 2012 年有 30 家 国字头文化企业冲刺上市

2011 年十七届六中全会指出,要加快发展文化产业,推动文化产业成为国民经济支柱性产业,这是在国家

层面再次提出推动文化产业成为国民经济支柱型产业。

事实上,有关官方网站上市的事情其实已经酝酿良久。早在 2009 年,国务院就已经通过文化产业振兴规划。规划指出,要降低准入门槛,吸收更多的社会资本和外资进入政策所允许的文化产业领域。

时任中国证监会主席的尚福林曾表示,促进文化产业发展是最近的首要议题,中国证监会将全力支持文化企业上市。

在中国传媒大学文化产业研究院研究员谢伦灿看来,借助资本市场的平台是为文化产业发展做大做强提供支撑的重要手段。未来几年,一方面文化传媒行业将在政策扶持和居民消费升级双重驱动下呈现快速增长;同时也将借助资本市场的力量不断增强自身的国际竞争力和影响力。

文化产业基金近来也是备受瞩目的主角之一。一位不愿具名的媒体人告诉《中国企业报》记者,“大家对于 IPO 较为关注,但是也别忽视基金的存在。”

上述媒体人士表示,下一步,随着大批文化企业在“十二五”期间完成改制、进行资源整合,将有众多文化企业涉足文化产业基金。

截至去年年底,文化产业仍旧保持快速发展势头。据公开数据显示,电影票房已突破 130 亿元。而此次,中国电影集团更是入股人民网,由此可见,文化产业的多元化发展已见端倪。

新闻出版总署公布的《新闻出版业“十二五”时期发展规划》显示,到“十二五”末,新闻出版业将实现总产出 29400 亿元。

有专家指出,对于文化行业而言,后期热度走向很可能会朝向两个极端。一是拥有线上和纸质媒体相结合的大媒体功能的上市公司。另外一方面,FACEBOOK 今年内的上市步伐也会刺激拥有高科技实力的媒体。

北大文化产业研究院副院长陈少峰预计,2012 年,国有背景文化企业冲刺上市的有 30 家。文化产业上市门槛放宽的“政策红利”又会倒逼民间各路资本抢滩,接下来的“十二五”期间,预计每年有 30—50 家文化企业进入 IPO。

虽然现在文化企业通过资本市场做大做强之风潮正劲,但是周小禾认为,“监管层在对上市文化企业尤其是这些官网的审批上要更加严格,因为他们代表着政府的诚信,不能让一些同质化眼中、盈利模式单一的企业登上‘末班车’。”

截至 2011 年底,国家互联网应急中心获得的疑似泄露密码有 2.78 亿条

“泄密”事件激活网络安全商机

■ 实习生 郭奎涛

“先装一款杀毒软件,不装杀毒软件根本不能上网。”仵雪洁是北京某高校的学生。像仵雪洁这样对个人电脑安全比较重视的网民,中国至少还有 5 亿。

2001 年,随着网络游戏和虚拟货币的兴起,黑客开始通过木马植入盗取用户虚拟财产,随后对个人电脑的信息盗窃也日益猖狂。这种现象催生出 360、金山、瑞星、江民一大批国产杀毒软件企业迅速崛起,卡巴斯基等国际巨头也先后涉足中国。

然而,日前 CSDN、天涯等网站泄密事件似乎表明,WEB 安全仍然任重道远。

网络安全引发关注

虽然免费已成为杀毒软件的绝对主流,庞大的用户资源还是通过流量为杀毒软件企业带来了可观的广告收入,更吸引众多合作伙伴的加盟。

杀毒软件企业的努力使得个人电脑用户信息的安全保障得到加强,这也直接促使了黑客转而将攻

击目标设为了“拥有大量个人信息”的企业和网站,直接入侵网站系统数据库,目标范围也逐渐从游戏扩展到电子商务、社交网站和招商加盟类网站。

“相比个人用户而言,入侵网站系统的效率更有价值性和针对性。”范渊说。

在与黑客攻防较量中,互联网企业安全意识逐渐加强,WEB 安全产业也得到了迅速地发展。《中国企业报》记者了解到,近年来以航天信息股份有限公司、国民技术股份有限公司等综合类信息安全企业以及像安恒信息这样垂直类的 WEB 安全产品和服务提供商等一批企业先后兴起。

WEB 安全产业是信息安全产业的一个分支,除了传统的互联网企业,还包括网上报税、网上缴费等政府的网络系统,运营商、银行的网上营业厅以及事业单位如医院、协会的网站数据库,可以视为网络版的信息安全产业。

“互联网企业用户信息泄露并非新闻,早在两年前就已经在黑客领域流传几家企业泄露用户的信息。”杭州安恒信息市场部高级经理于捷如是说。

相关统计数据显示:国内 83% 的网站存在安全漏洞,34% 网站存在高危漏洞。截至 2011 年 12 月 29 日,国家互联网应急中心(CNCERT)通过公开渠道获得疑似泄露的数据库有 26 个,涉及账号、密码 2.78 亿条。

360 安全专家石晓红接受《中国企业报》记者采访时表示,“国内大多数网站没有专业安全团队,在网站经营上对安全缺乏重视。”

于捷坦言,目前的技术水平完全可以防范泄密事件的发生,此次泄密事件的主要原因是互联网企业的安全意识普遍薄弱,对于安全保障体系的费用投入少等。

针对互联网企业安全意识薄弱的现象,CNCERT 强调,“建议各互联网企业认真看待网络安全防护工作,加强联网系统的安全漏洞检查和修补,部署安全防护设施,不给黑客渗透入侵的机会。”

信息安全产业市场巨大

“WEB 信息安全是一个新兴的产业,在美国也不过五六年的发展历史,在中国大概始于 2007 年。”范渊认为,这个行业拥有广阔的发展空间,未来的发展将会越来越好。

2005 年,美国一家专门处理信用卡交易资料的厂商卡系统公司网站遭遇黑客入侵,4000 万张信用卡持卡人的姓名、账户号码等资料被盗,导致至少 6.8 万名用户的账户被人盗用消费。互联网 WEB 信息安全由此开始引起人们的重视。

然而,在我国至今没有一份关于 WEB 安全产业的公开研究报告,这一市场的发展现状和前景无法用具体的数据证明。范渊则透露,“安恒信息连年保持超过 100% 的速度增长,或许可以从侧面说明一些问题”。

互联网信息安全处处蕴藏着巨大的商机。据《中国企业报》记者了解,2011 年第三季度财报显示,航天信息当期营业收入 28.81 亿元,国民技术同一时间的利润也达到约 6300 万—7000 万,这与目前的互联网巨头不相上下。另一家企业国政通也被传出仅从微博实名认证一项就能获得 6 亿元的收入。

移动互联网也在为 WEB 信息安全产业的发展带来了新的机遇,尤其是移动支付相关的安全产品在国民技术等企业中也占据很大比例。易观国际的分析报告指出,2011 年中国移动互联网用户规模已达 4.3 亿,并在 2012 年突破 6 亿。

柏涵慕:看好中国 高端车市场



柏涵慕

“我们认为高端车的增长率将高于普通汽车,在去年你能看到中国整个乘用车市场最多有 5% 的销量上升,但是在高端车市场你能看到 15%—20% 的上升。”

2011 年 12 月 3 日,网易《财经会客厅》专访保时捷中国首席执行官柏涵慕,他认为在中国加入 WTO 后,各种与汽车相关的税费开始下降,中国开始步入汽车文化时代。

网易财经:我们看到很多包括保时捷在内的顶级品牌在中国首次发布自己的新车型,这是否意味着这些品牌对中国市场正越来越重视?

柏涵慕:我认为首先要讲的是,我们 2009 年在上海环球金融中心 94 层全球首发了 Panamera 四门 GT。我认为,这表明公司确信中国是保时捷全球最重要的市场之一,值得在这里进行新车全球首发。此外,我认为 Panamera 也是一款非常适合中国市场的车型,事实上也证明,到目前为止中国是 Panamera 全球最大的市场。所以我们在中国上海全球首发,向世界介绍这部车是一个正确的决定。

网易财经:这些车型在设计、开发过程中,是否考虑到了更多中国的元素?

柏涵慕:所有保时捷在中国市场销售的车型,都经过事先严密地测试,以保证这些车辆能调整到完全适应中国市场特殊的需求。比如,不同的车内设计、不同的路况等等。所以我们的工程师事先到中国,来决定必须要对车型做出怎样的改动,从研发的一开始,所有必须达到的要求我们都已经考虑到。所以我们没有那种所谓特别打造的车型,比如为中国市场特别打造的车型,但是需要考虑到元素已经包括在了其中。

网易财经:请问保时捷在中国的目标客户是哪些?

柏涵慕:根据不同的产品我们的目标客户有区别。比如 Cayenne 更适合家庭,通常可以由主妇驾驶,在周末和家人出行。比如我妻子就驾驶 Cayenne,当然我也会开车去赴宴等。Panamera 为商务人士准备,比如以我而言,每天有司机接送上班,我每天坐在后座上班,享受舒适和质量,可以一出门就使用笔记本电脑开始工作。但是在周末我自己驾驶,因为这是一辆商务车,更是一辆 GT 跑车。Panamera turbo 有 4.8 升排量,当我们去杭州的时候,有很多道路适合驾驶。跑车是为了那些已经在生活中实现某种成就的人设计,我认为 911 是保时捷顶级的跑车,或者是 Boxster,这款是保时捷入门车型,当人们想要体验保时捷的服务和质量时,人们一般会选择 Boxster。所以我们为不同的人群在他们不同的生活中提供各种车型,所以你可能从 Boxster 开始,在某个阶段是 Cayenne,或者是 Panamera,最后 911 会成为你车库里的另一辆梦想之车。

网易财经:请问您对跑车文化的理解是什么?

柏涵慕:我认为中国的跑车文化还刚刚起步,当我 1995 年来到中国的时候,这里几乎没有任何赛车活动。第一个中国赛道在珠海,当时只有一些香港和澳门人来参赛,但之后中国赛车事业迅速发展,现在我们有好几项赛事,广州、北京、上海 F1 等,在过去 10 年里赛车有了巨大的发展。很多中国的本土车手也开始涌现,比如在亚洲保时捷卡雷拉杯上,你能看到很多车队,有中国的车队,有中国的获奖者。我认为在很短的一段时间内,就发展了起来。我认为跑车一开始可能是富裕人士的玩具,今天他们要保时捷,明天可能是法拉利。但我认为在过去四五年里情况有了改变,更多企业家和商人开始开跑车,因为他们在生活中实现了某种成就,所以他们现在要享受生活。如果你要享受生活,跑车是一个不错的选择。举个例子而言,在去年 3 月由保时捷中心举办的极速夜活动上,当日发布了 911 Edition Style 车型,两位商界女士在当晚就购买了两辆 911。她们自己在生活中相当成功,完成了自己的事业,所以她们现在认为可以花一点时间在跑车驾驶上。这就是我们想要达到的人群,因为这些人珍视保时捷的跑车文化理念。这不仅仅是驾驶一部车,而是和你的生活有关,就像你打高尔夫、享受国内外旅游一样。跑车消费文化作为一种生活方式最近几年在中国有了发展。

网易财经:您对中国汽车市场的现有格局怎么看?

柏涵慕:我们确实看到当地很多低端的本地制造商拥有巨大的产能,包括本地品牌和合资品牌,在市场上可以看到。但是奢侈品牌汽车的市场还很小,所以我们认为这一块的市场未来有很大的发展潜力,它的增速将高于整个市场。如你刚才所说,整个市场每年的容量在 1300—1400 万量,而高端比例在这个巨大的数字前相对很小。但是我们认为高端车的增长率将高于普通汽车,在去年你能看到中国整个乘用车市场最多有 5% 的销量上升,但是在高端车市场你能看到 15%—20% 的上升。我认为这同中国经济不断发展有关,不断增长的中产阶级有升级用车的需求,所以高端车为他们提供了一个新驾驶体验的可能。

网易财经:在中国当谈及高端车的时候,最主要的因素可能就是价格。在跑车领域,保时捷与其它品牌的车型有着显著的不同,您对此有什么看法?

柏涵慕:当我们分析过业内的竞争局势,一直着眼于市场竞争,所以在设计每一种车型,考虑定价的时候,都设计了一个潜在竞争对手做比较。这使得我们能合理构建市场,所以您就能推出卓越的产品,这也是我们的价格值得的原因。你可以看到 Cayenne,它几个月以来销售一直不错,因为它值这个价格,消费者愿意等待几个月获得它。同样的情况也发生在 Panamera V6 上,因为产量有限,现在很难得到。即便在德国,人们也需要等待。当然人们不喜欢等待,所以我们今年将提高 Cayenne 等热门车型的产能。我对于今年大量缩短 Cayenne 车主的等候时间充满信心。

(摘自网易财经)