

# 央视广告招标 消费类“土豪”称王

见习记者 卢龙

今年搞得很低调”，这是不少媒体对2014年央视黄金资源广告现场招标大会的评价。这一被誉为“中国经济晴雨表”的大会，每年都吸引了来自全国各地企业及观众的眼光。在达到去年158亿元的惊人额度之后，央视今年选择低调行事，仅拿出约30个黄金广告资源进行公开招标。

此外，会后央视也表示不再公布预售总额，记者粗略统计，当天一共拍出了80亿元的广告价格。在诸多因素影响下，今年已经无法与往年现场招标的盛况相比。但加多宝、国美、天猫等国内知名“土豪”动辄上亿元的广告投标，还是令这一场营销盛会高潮迭起。

## 招标逐步转入“地下”

2014年央视广告招标预售分签约认购和现场招标两部分。9月17日到10月31日为签约认购，11月18日为现场招标。此次招标预售产品数量超过200个，其中签约认购178个，比例有所增加，现场招标比例明显减少。

一位广告业内人士向记者分析指出，签约认购资源和现场招标资源最大的不同在于，现场招标的资源预算规模相对较大，都是影响力最大、最为黄金和稀缺的资源。

根据当日的流程，央视公开拍卖资源仅有新闻联播后标版资源、足球世界杯资源、2014年春晚特约以及《梦想星搭档》等大型活动冠名少数项目，而去年的标王《星光大道》则并未参加公开招标。

对于这一情况，央视品牌顾问李光斗表示：这种情况的产生是有两方面原因的。首先，媒体方的资源越来越丰富，签约认购更容易让每个广告资源找到合适的对象；广告主通过签约投放，也可以控制风险，达到效益最大化。

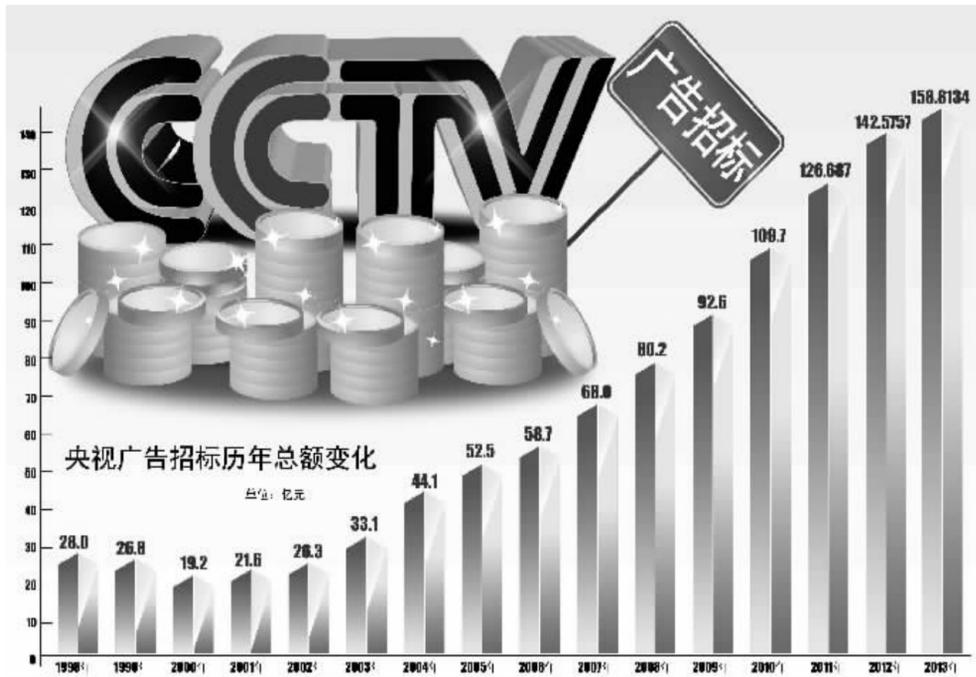
事实上，在此前的省级卫视广告招标中，签约认购就已经逐步成为了主流。上述广告业内人士透露，签约认购资源预算等级更丰富，大中小型企业都可以进入，包括冠名、特约以及套装广告等丰富多样的形式。

央视市场研究(CTR)一位不愿透露姓名的分析师指出：近年来，电视台的招标资源越来越少，主要是受电视台的节目计划影响。现在新节目越来越多，一个尚未面世的节目通常不会招标。所以招标资源都是相对成熟的节目，这类节目的数量是有限的。

## 消费成主力白酒低迷

根据央视通报的结果，从2014年招标预售的行业分布来看，食品饮料、家用电器、汽车位居前三，而日化、商业连锁等行业也均拿下了颇多黄金广告资源。

以食品饮料为代表的消费类品牌一直是电视广告的主要支持者。来自CTR的数据显示，2013前三季度，传统广告市场的主要贡献依旧来自快



历届央视招标总额走势

IC/供图

消行业。饮料的广告刊例花费同比增长24.7%，是传统广告市场投放量前五行业中增幅最大的。

当中国转向消费型社会时，品牌更依赖广告。广告与事件营销无疑是一个非常有效的加速器。”李光斗认为，这部分费用的投入对保持及提升市场份额还是有其他营销方式所不能达到的效果。

在消费类板块，白酒企业的缺席却令人唏嘘。虽然洋河强势挺进春晚，但与2013年央视广告招标会上4家酒企17.22亿争抢新闻报时的场景相比，已经显得尤为孤寂。多数分析人士认为，这与白酒行业自身处于行业调整期，多数企业业绩普遍不佳有关，但背后也不缺乏一些客观因素。事实上，电视白酒广告已经被明文限制。自2012年起开始实施的《广电总局关于进一步加强电视广告播出管理的通知》，要求“电视台每套节目每日播出的烈性酒类商业广告不得超过12条，其中19点至21点之间不得超过2条”。

同时，央视也将往年白酒投标重头资源转为签约认购，似乎在刻意淡化。据悉，2013年央视广告资源中酒类企业中标的新闻联播时组合广告、新闻联播提示收看广告、焦点访谈提要广告等均不参加现场招标，而是转为签约认购。

## 央视应对网络挑战

百度广告收益将超央视？李光斗这一言论已经出炉，就引发了舆论的爆炸式反响。李光斗在随后接受记者采访时表示：我本是想强调网络媒体对传统媒体的挑战。事实上，除了门户和搜索引擎外，社交媒体会造成电视受众向新媒体的迁移，他们是央视最

大的竞争对手，如何打好广告仗，央视需要从内在创新入手。”

按照公布的数据，2012年央视的广告约为269亿元，百度则为226亿元。参照电视媒体约10%的年增长率，央视今年有望冲击300亿元。而百度方面财报显示，公司前三季度收入为220亿元，其中第三季度高达88亿元，亦有望冲击300亿元。

针对这一危机，央视今年也推出了网络牌。据央视广告经营管理中心副主任何海明介绍，2014年广告招标预售产品超过200个，其中有专门新增了67个新媒体产品。据其表示：2014年央视将全面实施新媒体战略，招标产品将全面融入新媒体资源，我们同新媒体进行了节目资源以及营销上的整合，以便给客户进行跨媒体、跨平台的设计方案。”

据悉，央视计划推出相关应用程序，观众将在央视看到广告画面上的程序图标，通过相关功能搜索企业广告，观众看广告将有机会得到企业100-200元的促销奖励。有分析认为，虽然互联网媒体发展迅猛，但短期内电视仍将强势。

上述CTR的分析师解释称：电视广告在经历了一系列的政策压力后，通过节目创新和广告资源创新，正在进一步成熟。视频类媒体正在快速发展，移动视频、网络视频等都在瓜分传统电视的受众。从广告主的角度看，必然会调整预算分配，但是传统电视作为客厅媒体，在视频类媒体中仍然会占据重要地位。在一段时期内，其他视频类媒体还都只是电视的补充。”

## 代理商中长期受益

央视招标火爆，连带着相关概念公司近日颇受关注。作为连续7年“央视十佳”代理，在央视广告承包和代理方面全面发展的公司，在港交所上市的中视金

桥国际传媒集团昨日宣布，其代理客户签约预售总额同比增长近20%。

按照央视广告部的相关资料，2014年，央视将CCTV-3、CCTV-8、CCTV-10、CCTV-11这4个频道90%的广告资源由区域广告公司代理，这意味着与这些频道有合作的央视传媒、蓝色光标、省广股份等广告代理企业有望受益。

据悉，省广股份为央视十佳代理机构，中视传媒主要代理了CCTV-10全频道广告、CCTV-1黄金剧场电视剧片尾标版以及CCTV-8黄金强档电视剧片尾标版三大广告资源，蓝色光标旗下公司西藏山南东方博杰广告有限公司拥有CCTV-6电影频道全部晚间优质时段广告资源，以及CCTV-新闻频道全天超值时段广告资源。

谈及广告代理，上述CTR的分析师表示，广告代理制与招标并没有冲突性。广告代理是广告业发展成熟的一个标志，也是推动广告业发展的助动力。”相关数据也显示，伴随着代理制的逐步展开，不少相关上市公司均受益。中视传媒的数据显示，广告代理业务占据公司总体业绩的40%，在广告代理经营模式转为代理之后，公司的利润率明显提高。以一季度为例，中视传媒代理成本同比减少5000多万元，盈利能力明显提升。

事实上，除去央视，不少卫视也逐步推开了广告代理业务。电广传媒证券部一位工作人员告诉记者，现在由于电视台都是开放性经营，我们参与其中的代理部分，今年的广告额在大概有3亿元。”据悉，电广传媒与湖南卫视关系密切，曾独家代理过湖南卫视广告招标。

此外，伴随着原创制作节目成为央视今年吸金的主要力量，不少专于此的传媒公司也有望获益。如央视与光线传媒合作的《梦想星搭档》冠名权以1.35亿元的成绩，溢价率高达121.3%。

# 多家上市徽企参与设立大江银行

证券时报记者 杨苏

民营银行再添新丁。今日多家安徽上市公司公告，参与设立大江银行股份有限公司。其中4家发起人在A股上市，另有2家发起人为香港证券市场上市公司的子公司。

公告显示，出资方式均为发起人以自有现金出资。其中，大江银行主发起方为信义节能玻璃(芜湖)有限公司，拟出资2亿元，占出资比例20%。第二至第五位发起人均均为地处安徽的A股上市公司，分别是精诚铜业、鑫龙电器、神剑股份、鑫科材料。

上述4家公司中，除了鑫龙电器明确公告出资不超过9800万元之外，其他公司拟出资额均为不超过1亿元，占出资比例10%。同时，一些发起人之间存在关联关系，鑫科材料和芜湖市建设投资有限公司为鑫龙电器的股东。

此外，有2家发起人为香港证券市场上市公司的子公司。其中，主发起人信义节能玻璃芜湖是信义集团(玻璃)有限公司的全资下属企业，总资产25亿，年销售额18亿。信义集团创建于1988年，2005年2月在香港联交所主板上市，是全球玻璃产业链的主要制造商之一。

另一家发起人依利安达电子(昆山)有限公司，为港股建滔化工集团的子公司。该集团还有3家上

市公司，分别是在香港上市的建滔铜箔板，以及在新加坡上市的建滔铜箔和依利安达。

记者查询发现，目前尚无关于大江银行的公开信息资料。这些安徽上市公司一起发起设立大江银行，应是看好银行业前景，并出于强化公司与金融机构战略合作关系的考虑。

鑫科材料公告表示，参股大江银行主要考虑到银行业的长期向好以及大江银行未来的成长性，同时投资大江银行对于公司推进多元化发展，优化资产结构、分散经营风险、提高投资收益具有积极意义。

对于参与设立大江银行的风险，鑫龙电器分析人士认为，投资项目总体风险较低。首先，监管当局和地方政府对发展此项事业十分支持；其次，投资域内经济基础相对较好，金融资源较丰富，具备设立的条件；第三，主发起人资产规模较大，资本实力较强。

不过，无论是大江银行还是部分上市公司的发起人资格，都还需要经过相关部门的核准。鑫科材料称，大江银行的发起设立尚需取得有关机构的批准。鑫龙电器和神剑股份均表示，公司发起人资格尚需通过中国银监会相关部门的审核，审核通过后将进行相关公告，并尽快完成出资，公告相关投资的进展情况。

# 精达股份将投资新兴产业

证券时报记者 程鹏 见习记者 童璐

精达股份(600577)实际控制人李光荣日前就其控股的特种投资控股有限公司出资5亿元认购精达股份增发事宜接受证券时报记者采访。李光荣称，希望精达股份在做强主业之外，未来对一些符合国家经济政策转型要求的新兴行业进行投资，给广大股东带来更多回报。

李光荣称，精达股份这些年一直保持着稳健的增长，抗风险能力增强，此次增发有助于精达股份未来主营业务规模的扩张，进一步推进并购整合步伐，加强新产品的研发和市场拓展。特种投资参与精达股份此次增发，自愿将所持股份锁定3年，表明大股东的战略决心。

对于为何加码投资精达股份这家传统的漆包线制造业企业，李光荣表示：增资精达股份与投资其他行业并不矛盾，精达股份是全国最大的特种电磁线生产企业、全球第三大特种电磁线制造商，下属主要子公司均是国家高新技术企业，相信精达股份的主业依然存在高增长潜力。”李光荣认为，金融保险、能源、物流、医药、旅游休闲等行业，在未来的商业机会可能较多，精达股份在国家经济转型过程中，也会逐步参与新兴产业的投资和发展。

2010年，华安财产保险股份有限公司受让广州市特华投资管理有

限持有的精达股份股权时，曾有媒体形容为“左手倒右手”，对于此次为何选择特种投资作为增发认购的主体，李光荣称，证券市场在不断变化，从特华体系内部资金和资源配置上考虑，增资中选择合适的认购主体以优化投资主体内部结构，是为特华投资、精达股份更好发展的必然选择。

谈及精达股份拟入股民生电商的问题，李光荣称，精达股份拟投资民生电商11800万股，是精达股份董事会作出的投资决议。精达股份在做好现有主业的同时，可以利用大股东资源的优势，探索发展新的业务，提高资本利用效率和财务投资收益。互联网金融是网络经济发展到一定阶段的产物，是贴近、满足众多消费者需求的必然趋势，近年来互联网与金融创新合作的案例不断推陈出新，精达股份此次投资民生电商就是对互联网金融发展前景的看好，未来将继续积极推进，将传统行业与网络技术结合，进一步提升发展效率。

2011年达沃斯论坛上，李光荣曾表示华安保险将在近两年内上市。当证券时报记者提及这个问题时，李光荣称，资本市场和金融市场是不断发展变化的，今后华安保险在做强保险主业的同时，在征求监管部门的意向下，主动与资本市场对接的步伐不会停滞，依然会围绕国家经济战略和金融政策与时俱进。

# 生态文明迎黄金十年 矿山修复公司率先受益

证券时报记者 张奇

三中全会公报将生态文明上升至政治高度，将生态与经济、政治、文化、社会并列“五位一体”，显示了未来改革对生态文明的高度定位，亦显示了决策层对环境治理的重视程度提升。

对此，中信证券分析师毛长青认为，预计在立法质量提升、权力运行机制理顺、以及资源和环境成本内部化的三大改革趋势下，环保、农业、园林(生态修复业务扩展)以及节能减排设备等行业将充分受益生态文明制度建设，步入发展黄金十年。

## 利好矿山修复

业内人士认为，制度建设”是促进环境保护投资的有力保障，有可能从三方面展开，包括修订法律法规、将

资源环境指标纳入官员考核和评价体系，深化资源价格和税费改革并建立生态补偿机制。

现有矿山环境恢复保证金制度存在不少问题。虽然早在2006年，财政部、国土资源部、环保总局就发布了《关于逐步建立矿山环境治理和生态恢复责任机制的指导意见》，各地也先后推出各自版本的管理办法，但由于立法层次和效力偏低，很多地区都存在缴存标准过低、保证金难以满足治理费用等问题。

据相关部门统计，截至2011年底，全国还有21%的矿山没有缴纳保证金，54%的保证金尚未缴存，缴存的保证金中批准动用的只占25%。受此影响，虽为国内生态修复行业龙头企业，铁汉生态的矿山修复也仅承接了寥寥几单业务。

而公报明确将“实行生态补偿制度”，东方证券分析师廖韩杰预计后续

国家有望在三方面推出相关举措。首先，推出国家立法层面的矿山环境恢复治理保证金制度。其次，提高矿产资源补偿征收标准。最后，大幅度提高矿产资源费支出比例。

上述这些措施有望打开国内矿山修复的市场空间，据市场测算，以目前矿山土地复垦每平方米100元到200元的综合投资测算，全部200万公顷的受破坏矿区土地要修复，将带动的总体投入将达上万亿元规模，如果其中矿山复绿的比例占到10%，整个市场有上千亿的规模，生态修复行业龙头公司将从中受益。

## 优化园林有效投入

东方证券分析师邵宇认为，生态文明建设力度有超预期方面，其中包括对领导干部实行自然资源资产离任审计，建立生态环境损害责任终身追究制。

太和投资总监王亮告诉记者，明确自然生态空间产权确认制度，有利于地方政府加强生态景观的有效投入。王亮指出，各地方将更加重视城市水资源管理与生态景观的互动性，河北迁安、贵州六盘水等优秀案例将成为发展指标，有利于园林企业发展空间的延伸。

国泰君安分析师张琨认为，深化改革要求健全自然资源产权制度和用途管制制度，对水流、森林、山岭等自然生态空间进行统一确权登记，形成归属清晰、责任明确、监管有效的自然资源产权制度。

张琨分析，生态文明建设的改革深化将逐步打开各地方对于现代化生态景观系统的重视度，而上市公司在资金实力、人才优势等各方面处于绝对领先阶段。其中，普邦园林近年持续重点打造大设计平台，而东方园林聚集全国优秀设计人才，与北京土人成立合资公司有利于抢占市场。

## 新闻短波 Short News

### 虎扑体育 举办体育营销峰会

国内最大的体育营销峰会昨日在上海举行，该峰会由虎扑体育主办，聚集了国内外知名体育联盟、俱乐部、广告公司。作为国内最大的综合体育门户网站，虎扑体育除了稳定的线上广告业务之外，正在大力推进线下体育营销业务，包括举办自营体育赛事、开展俱乐部合作以及赛事资源推介。虎扑体育首席执行官程杭认为，国内体育市场潜力才刚刚开始释放，未来将迎来爆炸性增长。(张昊昱)

### 环保业 十一人高峰论坛召开

日前，由深圳市晨泰投资管理有限公司主办的“十一人企业成长与创业投资高峰论坛(环保行业)”在深圳隆重召开，知名创投、券商、产业等领域的人士参加了论坛。深圳市新迪能源科技有限公司董事长刘波认为：世界将进入天然气主导能源的时代，能源成本的上升将推动节能环保产业大发展。煤制油、煤制甲醇、天然气等领域前途广阔，合同能源管理也将迎来大发展。(颜金成)