

北京奥运与中国经济·传媒篇

2008中国广告市场将达2450亿元

奥运会是全球媒介事件,也是最大的注意力经济。奥运会对传媒行业的推动,表现为两个方面:奥运会的注意力经济效应大幅提升广告价值;有利于数字电视运营商推广其付费增值业务和数字用户发展。

奥运会的举办将对体育产业发展产生巨大影响。中国体育消费市场和体育产业蕴含极大潜力,而北京奥运会正好提供了发展的契机。



没有哪场赛事能吸引40亿人的目光

奥运会是全球媒介事件,也是最大的注意力经济。从历届奥运会电视转播权费用逐年上升的趋势中可见一斑。1984年洛杉矶奥运会采取竞标方式,最终美国广播电视公司以2.25亿美元买到电视转播权。自此之后,电视转播逐渐成为历届奥运会最大财源,转播权价格从2亿多美元飙升到2004年雅典奥运会的15亿美元,预计2008年北京奥运会将进一步上升到18亿美元。电视台愿意高价买下转播权,主要是看重奥运会对广告收入的强力拉动作用。没有哪场赛事或者其他事件能够更吸引全球40亿人的目光。奥运会自然成为媒体和广告主竞相追逐的对象。

有线电视收入将保持25%以上增长

奥运会对传媒行业的推动,表现为两个方面:一、奥运会的注意力经济效应大幅提升广告价值。除电视广告外,传统报媒、新兴媒体互联网以及北京户外广告运营商也会受益匪浅。二、有利于数字电视运营商推广其付费增值业务和数字用户发展。

奥运会对传媒行业的推动,表现为两个方面:奥运会的注意力经济效应大幅提升广告价值。除电视广告外,传统报媒、新兴媒体互联网以及北京户外广告运营商也会受益匪浅。二、有利于数字电视运营商推广其付费增值业务和数字用户发展。

2008中国广告市场将出现增长高峰

此外,北京奥运一方面将拉动广告支出,初步预计中国广告业的增长率将从2005年至2006年的12%提高到2007年至2008年的15%;另一方面北京奥运将加快高清电视、手机电视和VOD点播等新业务的商业化步伐。

前两届奥运会举办当年,全球广告支出增长率相比前一年度分别提高3.0%左右。举办国广告支出的拉动更是明显——2000年澳大利亚广告支出同比增长速度为7.8%,远高于1999年的3.9%。

摩根士丹利预测,2007年中国广告市场的增幅将为15%,预计达到人民币2000

亿元。受惠于北京奥运会的带动效应,2008年中国广告市场将出现一个增长高峰,较2007年大幅增加25%,达到2450亿元。

奥运会受益最明显的四家上市公司

奥运会受益最为明显的公司是北京巴士、华闻传媒、歌华有线、中视传媒。

北京巴士在北京拥有22000多个公交载体,目前正在整合旗下广告资源,以便更充分分享奥运会户外广告盛宴。华闻传媒收购首都机场广告公司。该公司拥有北京首都机场的航站楼广告经营权。随着2008年第三航站楼竣工运营,以及广告价格大幅提升,公司业绩将出现大幅增长。

歌华有线2006年启动数字电视整体平移。奥运会的举行将加速数字电视推广,并带动付费电视等增值服务的增长。此外,公司可能承担部分奥运数字电视专项建设,可能带来一次性收益。

中视传媒代理CCTV部分广告,有望获得爆发式增长。同时,与中数传媒合作的高清电视频道也会在奥运期间获得跨越式发展,用户发展数量可能超过预期。

体育产业:加速增长的契机

奥运会的举办将对体育产业发展产生巨大影响。2000年悉尼奥运会最为明显。

据澳大利亚体育联合会调查,申奥成功后,澳大利亚体育产业产值呈逐年上升趋势:1995年至1996年,澳大利亚体育产业产值为79亿美元,占GDP的0.6%;1998年上升到1%,1999年奥运会举办前夕,突破100亿澳元,约占GDP的2%;到2000年后逐渐接近3%,居于世界前列。

中国体育消费市场和体育产业蕴含极大潜力,而北京奥运会正好提供了发展的契机。体育设施的改善、消费结构的升级和因奥运会带来的全民健身热潮,无疑将推动方兴未艾的体育产业化。

2008年后中国体育产业化步伐将大大提速。中体产业是主要受益公司。中体产业旗下拥有体育经纪公司、连锁健身俱乐部、体育彩票经营等业务。以往这些业务盈利较差。奥运会的举办可能为中国体育产业发展带来巨大机会。中体产业的这些业务可能因而获得更大发展。

体育用品制造商李宁(2331 HK)也值得注意。奥运会之后形成的全民健身热潮可能对体育用品、服装等形成巨大的、持续的需求。

李宁公司宣布截至2006年12月底全年业绩,净利润同比增长57.8%至2.95亿元,每股盈利增长57.0%至0.2865元,高于预期5.9%。盈利增长动力主要来自营业额增长以及经营效益改善,其中行政开支控制理想是业绩好于预期的主要原因。

提高2007、2008年盈利预测6.2%和5.8%。公司在产品、品牌以及渠道、供应链等方面,逐步形成了能与国际品牌较量的核心竞争力以及差异化竞争优势,同时,2008年奥运会为公司业务增长提供了进一步催化剂。

申银万国研究所 廖绪发 国泰君安(香港) 冯丹丹

关注公司

中视传媒(600088) 央视下属唯一上市公司

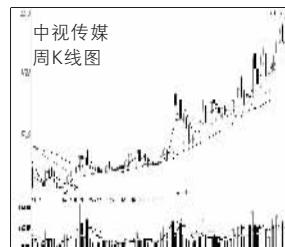
公司2006年实现主营业务收入6.35亿元,净利润4700万元,同比增长52.1%和133.5%。2006年每股盈利0.20元,高出预期12%。

广告业务增长迅速,成为利润贡献主要来源。2006年公司实现广告收入2.42亿元,同比增长61.3%,对净利润的贡献接近4000万元,超过公司总体盈利的80%。

影视业务收入同比增长54.5%,达到3.2亿元。其中,新增央视高清频道收入6984万元,成为影视业务收入增长的主要驱动力。

旅游业务收入和主营利润为7200万元和2600万元,同比分别增长20.5%和30%。

展望2007年,公司广告代理业务继续推动营收成长。



其中 CCTV-10 广告业务在《百家讲坛》等优秀节目的推动下,预计将取得20%以上的增长,并成为业绩成长的主要动力。影视制作、高清频道和旅游业务预计将维持稳定,对公司利润贡献也维持在较低水平。维持2007、2008年每股0.24元、0.31元的盈利预测不变。在文化产业体制改革的大背景下,公司作为央视下属唯一的上市公司和稀缺资源(CCTV-10)经营者,具有长期投资价值。

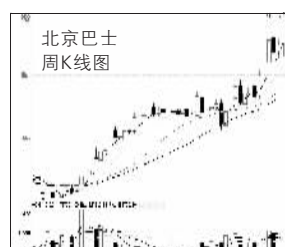
中金公司 研究部

北京巴士(600386) 今年业绩将脱胎换骨

公司2005年与2006年前三个季度亏损,几乎全部由城区客运业务所致;通过资产置换,将盈利能力低下的城区客运业务置出上市公司,公司形成以巴士广告、郊区长途客运、巴士旅游等业务为主的经营新格局。随着各方面对北京市户外广告价值的发掘和公司广告业务运作模式积极改革,广告业绩获取较大提升几乎成为必然。受益于北京市旅游市场整治力度不断加强和奥运因素,公司旅游业务将迎来最佳成长契机。

2006年业绩整体不影响公司2007年业绩的精彩表现。2006年的预期亏损甚至可能出现的被别处理风险,主要是由业已置换出上市公司的城区客运业务所致,可以说是历史遗留问题“延续的终结”,并不会对2007年业绩产生实质性影响。

继续看好广告业务和旅游业务的发展前景。公司广



告业务的改制过程依旧在继续,相关谈判进程尚在进行;同时,旅游业务将成为公司未来重点发展的业务,受益于消费水平提升、旅游行业景气度攀升、奥运商机以及旅游市场整治力度加大等因素影响,公司旅游业务发展值得期待。

考虑到城区客运业务相关政策支持没有到位,保守假设该部分2006年不兑现,EPS由0.023元调整为-0.45元;维持2007、2008年EPS 0.38元、0.46元的预计不变。

天相投资 张勋

A large table containing stock market data for various companies, including columns for code, name, opening price, highest price, lowest price, closing price, and volume. The table is organized into multiple columns and rows, listing various stocks and their performance metrics.