

企业家日报·中国职业经理人

ENTREPRENEURS' DAILY

China Professional Managers

统一刊号:CN51—0098 邮发代号:61—85 第161期 总第7973期 2014年6月21日 星期六 甲午年 五月二十四 投稿邮箱:cqbwbz@163.com 热线电话:400 990 3393 新闻热线:028-68230696 责编:杜高孝 版式:吉学莉

揭秘:
基金经理是怎样一群人?**A2** | 最高法院出台意见
为企业兼并重组提供司法保障**A3** | 2014 年股权众筹看着好玩
但不易玩好**A4** | 华润新董事长屡谈宋林:
职业经理人应该守本分 **B1**

封面故事

《知音》：10 年资本市场梦 上市已过黄金期



1 时机不对 管理层持股被夭折

招股书显示,此次上市的主体知音传媒旗下涵盖“10 刊、2 报”,图书发行、新媒体等业务。根据招股书,知音计划登陆沪市主板,拟发行不超过 1.2 亿股,募集资金 6.9 亿元。

早在 2004 年,即有《知音》准备上市的消息传出。2005 年,湖北招商部门在香港推介《知音》。其后,香港一投行还为其拟定了上市建议书。而后 2011 年,知音传媒曾公开表示,力争当年底上市成功。

当时,知音上市一度被外界赋予“划时代”的意义。按照最初设计,管理层本可以在股权上占据“一席之地”。

2010 年,知音审议通过了关于“管理及业务骨干持股”方案。根据该方案,胡勋璧、雷一大、周末水等 13 人,分期受让知音文化投资 7.266% 的股权。彼时,后者持有知音期刊集团 100% 的股权。

胡勋璧为现任知音传媒董事长,《知

音》杂志的创始人之一。公开报道称,1985 年,依靠 3 万元拨款,胡勋璧等人创办了《知音》杂志,并领导其一路壮大。

根据上述协议,胡勋璧等 13 人以 2116.9 万元先期受让了 3.633% 的股权,其中的 1270.1 万元来自于“国家奖励”。剩余 3.633% 的股权,约定在未来 8 年内转让完毕。

“知音在国内新闻出版界首次实现了管理层及业务骨干持股。”当时的报道赞誉,此举有助于打破束缚知音发展的体制瓶颈。

招股书显示,在先期股权转让完成一年后,2011 年 11 月,“管理层及业务骨干持股”议案,却突然被湖北省文化体制改革领导小组取消。他们获得的股权,也被原价收回。

当时有分析认为,因为“不允许新闻出版企业高管持股”等政策限制,胡勋璧等人

3 转型困局 全媒体运营难乐观

面对业绩的困顿,知音传媒多次尝试“转型”,“寻求与新媒体融合,最终实现全媒体运营”。

过去几年,知音传媒已在全媒体运作方面小有尝试。比如,它先后建立了知音网、漫客网、中国女网等 6 家网站,以求通过吸引付费阅读或互联网广告获得收入。

记者登录知音网看到,该网站的首页内容,多是出自《知音》杂志;而且文章标题亦多是两段式的“知音体”。而中国女网的特色在于,它有一个相亲板块。

此外,知音传媒还开展了手机报和手机阅读等无线媒体业务。目前,网站和手机移动端业务全部亏损经营。招股书显示,运营知音网的知音传媒网络公司,去年亏损了 174 万元;而负责移动端业务的知音移动数字传媒公司,2013 年亏损 0.28 万元。

此外,知音传媒还试水了跨界经营——投拍影视剧、制作动画片以及开发网络游戏。知音称,拍摄影视剧的题材,改编于《知音》杂志所报道的故事。目前,知音传媒已经拍摄完成了电影《特警英雄》和电视剧《特警突击队》。

至少从招股书看来,拍摄影视剧还没有贡献出“良好的经济效益”。子公司知音影视已是连续两年亏损,其中 2013 年亏损了 24 万元。

动画片和游戏开发方面,2012 年和

2013 年,知音动漫分别亏损 6.11 万元和 49.79 万元。

虽然算不上成功,但影视和动漫被知音传媒作为未来着力拓展的领域。招股书显示,知音传媒计划通过本次发行募资 6.9 亿元,其中 2.52 亿元投向“知音动漫产业链建设(二期)”,1.49 亿元投向“知音视频出版项目”。

具体包括动画制作、游戏制作和周边产品开发。知音传媒预测,该项目达产后,每年可实现营收 2.01 亿元、利润总额 8526 万元,销售利润率接近 42%。

而“知音视频版权项目”包括投资拍摄《知音》题材的微电影、电影和电视剧等。该项目的主要盈利方式为广告收入。知音传媒预测,该项目达产后,每年可分别实现营收和利润总额 1.69 亿元和 5988 万元。

无论是纵向对比此前的业绩,还是横向与同行业相比,知音传媒对上述两个项目前景的预测,都显得过于乐观。

而知音传媒预测,投入 1.49 亿元的“知音视频版权项目”,每年可实现利润总额 5988 万元,投资利润率达到 38.34%。

而据新华网报道,去年 12 月,多位微电影制作人均称,创作微电影盈利是个巨大的“谎言”。一位导演更是直言,“靠拍摄微电影挣钱不可能,几乎中国所有的微电影制作团队都在赔钱”。



的持股安排,功亏一篑。

“知音传媒管理层持股安排,时机不好。”国家行政学院社会和文化教研部高级经济师郭全中称,国有新闻出版企业的管理层持股问题,直到今年 4 月国家发布《进一步支持文化企业发展的规定》,“经批准允许有条件的国有控股上市文化公司,按照国家有关规定开展股权激励试点”。该文件的实施期限为 2014 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日。

▼ 专家看法

传统女性杂志面临式微

作为国内老派女性杂志的行业龙头,《知音》的发行量下滑,代表了一个行业的走向。

北京国际关系学院副教授王晓晖,曾经在论文中指出,包括《知音》在内的国内传统女性杂志,正在步入“拐点中焦虑的转型期”。进入 21 世纪后,西方和日本的女性杂志,被互联网女性走了大量的读者和广告主。而被互联网女性杂志,也同样面临着相同的问题。

全国妇联下属的妇女研究所助理研究员石鑫,曾从传媒政治经济学的视角研究《知音》等国内的主要女性杂志。石鑫认为,传统类的女性杂志,报道家庭、情感类为主,偏好把妇女描述为受害人的形象,这类杂志无法吸引高档消费品的广告商。国内以《时尚》《瑞丽》为代表的新女性杂志,与传统女性期刊的“悲惨世界”不同,展现的是一些“美丽、独立、个性鲜明的女性”,“肯定女性的价值和自我意识,鼓励女性自我实现”。即所谓的“白领”女性。在市场上,这类杂志凭借定位和风格的差异化,赢得了年轻读者,更吸引了大量高档、时尚产品投放广告。

(尹聪)

从吃饭看 李嘉诚的 待人接物

一个月前我去香港,和李嘉诚吃饭,感触非常大。李先生是华人世界的财富状元,也是我的偶像。大家可以想象,这样的人会怎么样?

一般伟大的人物都会等大家来坐好,然后才会缓缓过来,然后讲几句话,如果要吃饭,他一定坐在主桌,有个名签,然后我们企业界 20 多人中,相对伟大的人坐在他边上,其余人坐在其他桌,饭还没有吃完,“李大爷”就应该走了。如果他是这样,我们也不会怪他,因为他是伟大的人。

但是,我非常意想不到的是,我们进到电梯口,开电梯门的时候,李先生已经在门口等着我们,然后给我们每个人发名片,这已经出乎我们意料——李先生的身家和地位已经不用名片了!但是他像做小买卖一样给我们发名片。发名片后我们一个人抽了一个签,这个签就是一个号,就是我们照相站的位置,是随便抽的。

我当时想为什么照相还要抽签,后来才知道,这是用心良苦,为了大家都舒服,彼此不分尊卑,否则照相也分割三六九等,肯定有人会不舒服!抽签照相后又抽个号,说是吃饭的位置,原因也是和照相一样。最后让李先生说几句,他说也没有什么讲的,主要和大家见面,后来大家让他讲,他说我就把生活当中的一些体会与大家分享。

然后看着几个老外,用英语讲了几句,又用粤语讲了几句,把全场的人都照顾到了。他讲的是“建立自我,追求无我”,就是让自己强大起来要建立自我,追求无我,把自己融入生活和社交当中,不要给大家压力,让大家感觉不到他的存在,来接纳他、欢迎他。之后我们吃饭。他抽到的正好是挨着我的一人,我以为可以就近聊天,但吃了一会儿,李先生起来了,说抱歉我要到那个桌子坐一会儿。

后来,我发现他们安排李先生在一个桌子坐 15 分钟,总共 4 桌,每桌 15 分钟,正好一小时。临走的时候他说一定要与大家告别握手,每个人都要握到,包括边上的服务人员,然后送大家到电梯口,直到电梯关上才走。这就是他追求无我,同时非常地尊重在场的每一个人,在这个过程中得到充分体现。

我曾现场看过他的一个演讲,他们没有文字稿给我们,我因为和李先生打过几次交道,提出能不能给我文字的演讲稿,结果他马上交代一下助理,等我离开的时候那个文字稿已经拿给我了。后来我和中海油一个我们班的班长聊天提到这件事,他说老先生就是因为一生做人周到真诚,对所有的出现在他视线范围内的人非常尊重,所以很多人到了香港都愿意和他做生意,这就是钱以外的软实力。

于是,所有和他打过交道的人,都会去讲李先生如何好,形成这个意识之后大家都愿意和他做生意,更愿意把最好的机会给他,于是他越来越成功,这就叫软实力。

比如我们在生活中经常看到一些人,做一些事情偶有所得,有点成功,他的自我就会让别人不舒服,他的存在让你感到压力,他的行为让你感到自卑,他的言论让你感到渺小,他的财富让你感到恶心,最后他的自我使别人无处藏身。别人都会避之不及!

李先生不一样,他一直在追求无我,修炼自我。这是一种生活的态度,对钱的想法,对人生,对周围世界怎么相处。

我相信李先生的成功,不仅仅是赶上了好的时代,更加重要的是,在他的整个人生中,始终如一地贯彻了一个理念:修炼自我,追求无我!

(思睿)

2 27 年奋斗 “内容低俗” 引争议

“27 年奋斗不减,苦命的《知音》哟,谁来为你的上市撑起一片晴空”,2012 年,知音传媒冲刺资本市场时,引发“内容低俗能否上市”争议,网民以如此“知音体”调侃。这本年发行量 3238 万册的周刊,定位于“讲述平凡人的不平凡的人生和情感故事”,但也因为极度追求猎奇和情感渲染,惹来非议。

“寻找选题,‘压力山大’。”一位《知音》编辑告诉记者。

《知音》大部分稿件,都由外部撰稿人完成。长久以来,《知音》以高额的稿费,吸引到了撰稿人投稿。

招股书显示,《知音》的稿费标准千字 1000 元-1500 元。去年,包括《知音》在内,期刊业务稿费和版税支出为 1569.9 万元。

业内人士介绍,知音靠高稿酬吸引到国内大量撰稿人投稿,引发了激烈竞争,也导致一些作者杜撰情节和虚假故事,从而引发出版纠纷。

2009 年,《知音》刊发《毕淑敏母子环游世界 114 天:眺望更遥远的人生》,作家毕淑敏将《知音》告上法庭,理由是,“这完全是一篇伪作,肆意捏造了我的口吻来攻击我的儿子”。最终,法院判决《知音》向毕淑敏之子刊登致歉启事,赔偿 2 万元。

知音的另一非议是“内容低俗”。新京报记者从知音网上看到近期的《知音》文章,《逃亡末路结局打开,被弑杀的养父是亲爹》,《“非诚勿扰”嘉宾杀夫:回不去人间烟火》之类的耸人听闻的标题连篇累牍。

《知音》编辑很重要的工作就是制作标题。上述编辑透露,标题的确定,“老总会亲自参与”。

网络上,“知音体”标题,遭到网友的嘲讽和恶搞;同时,一些媒体和专家,也质疑其内容“灰色低俗”。

不过,知音招股书援引一份湖北新闻出版局的《审读快报》,来阐述《知音》作品的效果——“作品品位较高,不迎合低级趣味,可读性强”。

同年,时任国家新闻出版总署署长柳斌杰接受央广专访时强调,《知音》要从公众批评中吸取正确意见,在通俗化过程中注意文化品位,不能把通俗化当作低俗。同时,柳希望《知音》要通过上市,将企业做大做强,在内容上也要进一步提升文化品位,给公众一个满意的交代。

传递价值 成就你我

芙蓉王 文化头条新闻

湖南芙蓉王文化传播有限公司

GMO 迈能

GMO 搪瓷承压式
多能源储热水箱

www.gmoworld.com

电话:400-880-6155

苏通 SUTONG 苏通丝绸

http://www.stjsc.cn 服务热线:0513-84889999