

民企抢食页岩气 或陷“圈而不探”窘境

■ 本报记者 陈玮英

对于进入油气领域掘金的渴求,让民企积蓄了干柴烈火般的投资热情。

近日,国土资源部页岩气第二轮招标启动,众多民企就蜂拥而至,与大型央企同台竞标,这是油气领域首次向民营企业敞开大门。

据了解,在参与招标的83家企业中,民营企业的数量占到了1/3。此前曝出参加此次招标的民营企业航民股份、海越股份、永泰股份等悉数到场。

不过,对于民企争相投资页岩气的局面,不少业内人士表示了担忧。“风险太大,恐怕民企吃不消。”

由于投资大而收益期长,业内更担心民企会“圈而不探”。

“实力小的企业做不成”

当天的招标开标会共接收到83家企业的152套合格的投标文件,20个区块中最多的接收到13套投标文件,除安徽区块因只收到2套投标文件流标外,其余19个区块均受到热捧,尤以重庆和湖南区块吸引了众多投标。而报出的最高投标价就出自重庆黔江区块,17亿元;湖南龙山和保靖两个区块也分别收到了14亿元和12亿元的报价。

“投标价高并不一定能中标。”10月25日,在第二轮页岩气探矿权出让招标开标会湖南组现场,一家民营企业高管如是说。

“此次页岩气探矿权公开招投标,由于区块被切小了,民企对央企的冲击不大,对于企业来说,风险与机会均等。”永泰股份华瀛山西能源投资有限公司总经理符小民告诉《中国企业报》记者,永泰股份从7月份就开始着手准备相应工作,希望能在此次招标中有所斩获。

“公司领导相当重视,大家这段时间都在为这次招标做准备。”永泰股份内部人士向《中国企业报》记者透露。

而这种重视并非永泰股份一家。从现场打电话、发短信向总部汇报情况来看,重视程度可见一斑。

据了解,永泰股份此次将目标投向了贵州和湖南两个区块。而这两个区块正是此次招投标的热点区块。华瀛投标的湖南省龙山区块,共有11家投标主体参加,华瀛报出的勘查总



王利博制图

专家指出,如果民营企业在资金上没有做好充分的考虑,那么很可能出现资金断裂。因为页岩气投资是渐进的过程,5到8年或者更长时间才会见到效益。

投入费用约为4.5亿元,而大唐华银报出的费用达到了14亿元,这也成为此区块的最高投标价。

随着大唐华银投标价的公布,现场引来一片哗然。“龙山区块,在4亿

元到5亿元间比较合理,完全没有必要那么高。”上述高管告诉《中国企业报》记者,“但投资页岩气还是需要有力才行。”

但大企业的实力显而易见。湖北宜化集团矿产资源部李部长表示,“开发一口井单是勘探投入就能达到5000万至6000万元,这还不算土地拆迁等费用,实力小的企业根本做不成。”

浙江某天然气发电公司一位不愿透露姓名人士告诉《中国企业报》记者,“勘查总投入不是一两千万能够解决的事了,而是上亿元。这与企业投入多少至关重要,投入的多可能获得的就多,反之就少。”

“而目前的关键问题是,现在只是勘探权招标并不是开采权招标,现在只是勘探不能开采,如果开采还将进行招标。”上述人士说。

激进投资得失难料

按照程序,此次开标后立即进入评标阶段。“届时,专家将进入封闭式评标阶段,估计中标结果将在半个月后公布。”开标现场工作人员告诉《中国企业报》记者。

“我们希望缩短评标时间,尽快公布中标结果。”符小民直言。

按要求,本次招标出让的探矿权有效期为3年,年均勘查投入应达到

每平方公里3万元人民币及以上(也即1000平方公里的区块3年最低投资为9000万元),钻达目的层的预探井等勘探工程最低应满足每500平方公里两口。同时,中标人要对勘查实施方案确定的勘查投入、工作量以及进度等内容做出书面承诺,作为管理机关监督检查的依据之一。

这一要求被看做是低标准,很多企业都符合要求。湖南省有色地质勘查院刘孙决接受《中国企业报》记者采访时表示,“但是其中的风险,企业应该充分认识到,因为页岩气的勘查具有高风险性,如果勘查工作不到位,那么未来的风险是不可估量的。”

“如果民营企业在资金上没有做好充分的考虑,那么很可能出现资金断裂。”刘孙决坦言,“因为这是渐进的过程,不是一蹴而就的。两三年可能不一定见效,投入的时间会比较长,5到8年或者更长时间才会见到效益。”

由于这些隐性因子的存在,刘孙决担心民营企业会“圈而不探”,他希望国家能够有相应的规定,对其加以严格限制。

“很多企业都是第一次进行页岩气勘查,在技术、勘查资质等方面都是外行,作为民营企业,能中标的话就要么和有资质有实力的企业一起合作勘探要么转让出去。”一位民营企业人士表示。

制微电影的报价大概在1:2左右。重庆师范大学影视传媒学院制作中心副主任郑正称,微电影的特点是小投入,相较于传统大电影,微电影的投入成本10%花在剧本,30%到40%用于演员片酬,50%到60%用于导演和制作团队,而传统影视剧,单演员片酬就占到60%的投入成本。

“手机是人类社会里最有生命力的媒体渠道,是继纸媒、广播、电视、网络之后,又一个强势的大众传播领域。”天马神龙(北京)影视文化有限公司运营总监张亭告诉《中国企业报》记者,“微电影不仅比动辄几千万元的电影投资有优势,比起制作费往往上百万、上千万元的视频广告也有着巨大的价格优势。并且一般拍摄时间在1周以内,演员档期好安排,制作周期短,投放快,借助社交媒体,能实现病毒营销和互动传播”。

这和贾樟柯的观点不谋而合:“微电影和电影是同一个母体,只是微电影要寻找自己的特点。几百人跑到电影院看电影是一个时代,但移动互联网的发展,给终端提供了不一样的可能性,微电影需要在这波热潮中逐渐形成自己的特色和商业模式。”

贾樟柯表示。

“微电影和电影是同一个母体,只是微电影要寻找自己的特点。几百人跑到电影院看电影是一个时代,但移动互联网的发展,给终端提供了不一样的可能性,微电影需要在这波热潮中逐渐形成自己的特色和商业模式。”贾樟柯表示。

过度监管和自身创新能力及动力缺乏,业内担忧——

中国百余券商大多会被淘汰

■ 本报记者 梁隽好

10月26日,众多专家和业内人士因为一份名为《中国投资银行竞争力研究报告》产生激烈争论,过度监管和自身创新能力和动力缺乏是中国投资银行所处的现状,中国人民大学校长助理、博士生导师吴晓求甚至认为中国证券市场100多家券商中的大多数都会被淘汰。

数据显示,2011年,中国106家证券公司中,营业收入、净利润、总资产的前三甲分别为中信证券股份有限公司、海通证券股份有限公司和国泰君安证券股份有限公司,这三家公司在2011年的营业收入分别为2503319万元、929273万元、744517万元,净利润分别为1260449万元、328200万元、279393万元。同一份数据显示,2011年中国证券公司营业收入最后三名是海际大和证券有限公司(104名)、航天证券有限责任公司(105名)和申银万国证券有限公司(106名),营业收入分别为4383万元、488万元、-781万元,2011年中国证券公司中,净利润最低的三家公司为江海证券有限公司(104名)、英大证券有限责任公司(105名)、东北证券股份有限公司(106名),净利润分别为-13751万元、-13902万元、-15100万元。相比之下,可以看出,中国证券市场中的企业实力的确是相差悬殊。

课题负责人是济南大学金融研究中心主任、博士生导师孙国茂。他对记者说,在中国证券市场产生的20多年里,作为市场主体的投资银行一直缺乏创新的能力和动力,2004年中国证监会专门发文推动券商创新,但行业创新状况并未因此发生改变,其中原因值得深思。众所周知,金融创新包括制度创新、业务(产品)创新、组织创新和技术创新四个方面,如果没有制度创新,其他创新无从谈起。所以,从根本上说,中国证券市场存在的问题来自制度设计和制度供给两个方面,从制度供给层面看,过度监管导致投资者利益放在首位;从制度供给层面看,过度监管导致投资银行丧失了创新能力和创新动力。中国证监会原主席郭树清曾指出,不能创新是中国经济和金融的最大风险。但问题是投资银行怎样才能进行创新?

对此,中国证监会原主席、全国人大财经委员会原委员周道炯说,提高证券公司的竞争能力和自律能力是证券行业的当务之急,它可能会影响整个金融业的改革,这项工作目前才刚刚起步,任重道远。周道炯希望对投资银行竞争力研究要加强,从学术的角度和专业的角度来推动中国证券公司竞争力的提高,为监管部门提出更多有价值的建议。

中国社科院金融研究所金融市场研究室主任杨涛说:现在中国的资本市场改革,通道问题必须改变,比如IPO的审批方式等等。天相投资顾问有限公司董事长林义相也指出:政策对资本市场的约束和这个市场需要做的事情是有矛盾的,中国的资本市场历经20多年,现在需要回头重新考虑一下市场设计。

吴晓求教授在看到研究报告后说,只有通过竞争才能淘汰那些不具有创新能力的券商。吴晓求一直认为中国目前的券商数量太多。他说,难以想象中国证券市场100多家券商长期存在,他们中的大多数都会被淘汰。虽然证券行业今天的利润丰厚,但这是极不正常的,不可能永远维持这样一个利润丰厚的年代,所以目前100多家证券公司还要进行重组,也就是说中国证券业还会迎来第三次重组。第三次重组的标准一定是竞争力,是市场化的重组,所以也是一个漫长而残酷的过程。

网贷“人气”自导自演 “繁荣”背后险象环生

(上接第七版)

而且,不同于其它P2P网贷平台,盛融在线对于借款人资金用途没有做出说明,这也引起了许多投资者的质疑。

有投资人认为,如果是测试,借款主体是需要变更的,或者借款用途明确写上网站测试用,虽然刘志军是网站的最大股东,并不代表他可以个人名义代替网站,否则便会授人以公私不分的借口。

“P2P平台靠人气,行业内一些网站不惜用马甲,营造繁荣景象,这种自己审核自己的模式在P2P网贷平台并不少见。”上述P2P企业人士坦言,一般公司员工发的标都是小标,速借速还,为网站炒炒人气。

互联网行业资深律师赵占领认为,这种做法规避了直接由P2P平台接受存款、发放贷款金额违规风险,平台老板以个人名义去借款,行为性质从表面来看转为个人之间的民间借贷行为,但是金额巨大、贷款动机不明、资金去向不明等涉嫌非法集资的疑点重重。

关系人借贷规定不一

记者了解到,在商业银行的贷款相关规定中,要求银行不得对关系人发放信用贷款,有限额性的发放担保贷款。在对待平台老板和工作人员等关系人贷款上,一向参考商业银行制度建设的P2P网贷平台其实已经做出了相关规定。

例如,哈哈贷就在网站风险防范中表示,对部分有可能造成风险的客户作出了限定,比如关系人不得申请借款业务;哈哈贷员工不得办理申请借款业务。

另一家P2P网贷平台拍拍贷相关负责人告诉记者,不管是创始人还是普通员工,公司制度不允许以平台名义在平台上借款。不过,这位人士坦承,员工可以作为用户自行在平台上借款或者贷款,平台会采取和其他用户一样的审核程序,不会有所偏袒。

有投资者认为,平台老板或者员工在平台贷款就相当于自己审核自己,无法保证投资的客观性和安全性,而且一旦出现坏账可能累及整个平台。

但更为严重的问题是,这种自导自演的P2P网贷可能涉嫌非法集资。在央行去年公布的P2P网贷七大风险中,第二条就是这种平台可能演变成吸存放贷的非法金融机构甚至出现非法集资行为。

根据记者调查,包括盛融在线在内的多数P2P平台,普通工作人员甚至老板在频繁借款的同时,还有少量的贷款行为。

“近年来,非法集资的花样不断翻新,立法规定的类型总是有限,实践中很快会被突破。但是,(P2P平台自导自演)这一行为更加隐蔽,非常有必要对这种打着借款名义进行的集资行为进行调查。”赵占领认为。

8集微电影换来1亿元广告费

微电影市场已被估算至700亿元,知名导演斥其为“广告箩筐”

■ 本报记者 闵云霄

微电影,这个几年前还是很“草根”的产业如今正成为各界投资者争相追捧的黄金项目。

几乎是在一夜之间,各大视频网站、电影大腕、知名企业、营销公司及风投资本对“微电影”争相追逐。有人估算,微电影市场可达700亿元。

电影还是广告?

2011年,国内微电影的数量达到2000多部,锋芒初显。另外一个惊人的变化是,微电影更是从“草根阶层”登上大雅之堂。

而一个颇为惊人的案例是,新浪网打造的由香港鬼才导演彭浩翔监制,周迅、张静初、黄立行、余文乐主演的4部8集系列微电影《四夜奇谭》,短时间内点击率就突破了2.1亿次,其版权更是换得了1亿元的广告费用。

清科研究中心近期发布的《2012年中国影视行业投资研究报告》指出,众多资本正在瞄准风头正劲的微电影市场。

但是对于微电影这一产业,业内

业外褒贬不一。

著名导演王小帅直言,“什么微电影,就是广告,没有电影两个字,谁会关心它的存在,它就是一个大箩筐,什么都能往里装”。

“这是一场技术革命,微电影的繁荣得益于新媒体,尤其是移动互联网媒体的发展,没有新媒体就没有微电影,微电影这条产业链需要的是整合而不是垄断”,创思之光(北京)文化传播公司编剧陈莉荣在接受《中国企业报》记者采访时表示,“职业明星、专业策划,因为其相对高端的商业定位,正好构成微电影金字塔的中间阶段,有一定的艺术性和商业性,保证实现商业目标”。

重庆微电影大赛组委会温勇认为,当下微电影不是电影,而是在广告领域中一种新的衍生形式,是“草根”借电影之名行广告之实。

2011年,易观智库的统计数据发现了一个新变化,中国的视频网站用户中,20—29岁占59%,30—39岁占据了20%,视频网站的用户一改往年年轻化、低消费的形象,如今正成长为高学历、高消费的年轻群体。当然,这批网络受众有着自己的生活方式,他们喜欢感动,厌恶被动“广告”。

产业链条清晰

《中国企业报》记者采访得知,按照一般常规,电影的发行渠道商业模式比较清晰:影片拍摄、院线发行、票房收入是电影的三个环节,盈利来源主要集中在票房、品牌植入、电影贴片广告以及衍生产品开发等环节。

而微电影却基本不走院线,发行渠道主要集中在网上,消费者无需去看微电影买单。

目前,广告收入仍是微电影的主体收入。广告客户定制变成了微电影的主流,平均每部微电影,广告客户的花费为20万—30万元。

而最高成本纪录由佳能定制、姜文导演的《看球记》创造,达8500万元,最低的草根微电影制作成本仅数百元。

“微电影的制作利润率,基本都能保持在20%—30%。”业内人士说。《中国企业报》记者获取一家公司运营安排和收费标准显示:每部微电影约20人介入,其中前期沟通、中间制作和后期宣传推广人员比例各占1/3,微电影的成本一分分钟大约1万—2万元,视时间长短,一般总成本控制在二三十万元,而广告植入和定