

【反垄断“疾行”之公司】

歌华机顶盒被指广告机 涉嫌垄断

■ 实习记者 罗小清

“为躲避电视节目广告，遥控器都按烂了，终于找到个没广告的办法，关机！”

日前，新华社报道歌华有线通过机顶盒植入大量广告，利用垄断实施强制消费。任志强评论称：“垄断的必然。”很多北京网友纷纷跟帖表达了对歌华有线的不满，“歌华大量广告强逼看”，无论开机、点播、回拨、调台还是调音量，都有广告，“很烦”。

业内人士表示，歌华有线不是第一次遭用户投诉，也不是唯一一家遭受投诉的有线电视公司。隐藏在广告机顶盒背后的其实是经营商“绑架消费者”和“服务消费者”的盈利模式分歧。记者已就歌华有线机顶盒强制植入“广告”是否涉嫌垄断一事，咨询国家工商行政管理总局反垄断局，截至发稿，该局尚未予以回应。

歌华回应： 不会取消机顶盒广告

2011年5月和12月，《中国消费者报》和昌平新闻网就先后做了歌华“生财有道”、机顶盒植入广告居民厌烦的报道，并且有居民反映，为了过滤广告装上高清滤波器以后，“感觉‘高清’画质变‘普清’了，歌华还是应该从源头上采取措施。”

但是，多年来，歌华对用户的诉求并未真正解决，反而有变本加厉之势。在采访中，一位周先生表示，歌华有线电视2011年以前是没有广告的，自从换了高清机顶盒以后广告就多了，而且广告越来越多。“以前开机是一个广告画面，现在变成3个了，死死地定在那里，要等至少半分钟以后你才能退出，不看还不行。我们老百姓能有什么办法？”

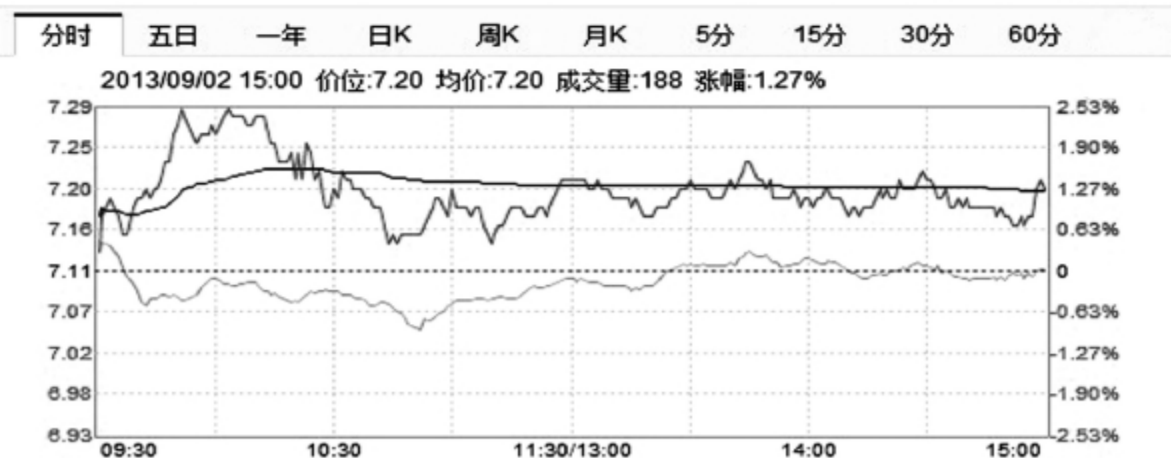
歌华有线官网显示，广告招商业务有开机广告、菜单主页广告、换台导航条广告、节目列表广告、音量条广告、电视回看广告、歌华点播贴片等七种，广告植入时间有5秒、15秒、30秒、60秒甚至90秒的不同模式。但是在回答能否取消机顶盒广告的问题上，歌华相关人员却纷纷摇头表示不可能。

“广告投放方式可以优化。不过取消？‘臣妾实在做不到哇’。”实名认证为歌华有线网络运维中心设计师张峥的新浪网友在回应网友质疑时称。

记者致电歌华有线客服人员，客服人员表示，机顶盒不可能没有广

歌华有线 (600037.SH)

7.20 ↑ 0.09 +1.27%	今开: 7.13	成交量: 10.89万手	振幅: 2.39%
涨停: 7.82 跌停: 6.40	最高: 7.30	成交额: 7842.02万元	换手率: 1.03%
2013-09-02 15:03:07	最低: 7.13	总市值: 76.35亿	市净率: 1.37
	昨收: 7.11	流通市值: 76.35亿	市盈率TTM: 23.39



告，只能说争取优化。北京歌华有线电视网络公司花园村营业厅的工作人员也表示，没有不带广告的机顶盒，以前老的标清机顶盒不带广告，现在新一代的高清机顶盒都有广告，因为大量的信息需要缓冲的时间。“要么蓝屏，要么看广告，你还不如看广告呢。”

对于歌华有线提出的因为缓冲时间长，所以必须插播广告这个说法，有关技术研究员表示，缓冲时间肯定是要有的，但是缓冲时间和广告时间并没有直接的关系，这不是一个技术上的问题，而是取决于运营商的运营策略。“可能开机前广告长一些，用户就会感觉开机时间长一些。”

歌华广告收入 年增近4倍

“机顶盒里的广告去不掉，是特意安排的。人家靠这个盈利呢。”北京数字电视国家工程实验室有限公司的一名研究员表示。

“数字电视稍微带点广告就活了，哪个电视不带广告！”2007年，北京歌华有线电视网络股份有限公司副总经理兼市场运营总监罗小布在接受有关媒体采访时说，他们设计了很多盈利模式，但恰恰都不是以付费电视为主，而是结合赞助商和广告商。

2012年，北京歌华高清电视日均开机浏览量超过300万户次，“歌华点播”、“电视回看”日点击量分别达到70和190余万次。由于收视率突飞猛

进，歌华当年首次在“电视回看”服务启动时增加了5秒钟的贴片广告。据歌华有线官网数据显示，电视回看的广告费定价为片前30秒广告，千人成本为400元，相当于每人看一次“电视回看”插播的广告，就为歌华带来4毛钱的广告收入。

高清交互用户数目的增长，使高清互动平台获得广告主认可，进而推动歌华广告业务实现跨越式增长。2012年歌华高清交互用户数达到310万，比去年同期增长38万户。歌华有线财报显示，2012年公司实现广告收入9946万元，同比大幅增长392%。

而歌华有线日前回应媒体的“广告收视只是对其巨大成本的一点点补贴”也不足为据，因为歌华有线享受政府大量的财政补贴，完全可以抵消成本。据北京歌华有线3年财报显示，2010—2012年3年间，歌华有线共获得北京市的高清交互机顶盒补助经费19.83亿元，3年间仅支出了7.37亿元。

竞争格局下 应更注重用户体验

用内容来赚钱还是靠广告来赚钱？歌华和大多数经营者选择了后者。

从网友对歌华“广告”机顶盒的800多条评论来看，不止北京歌华有线一家，全国37个省市、地区的有线电视都有开机广告或各种植入性广告。

日前，在第二十二届北京国际广

播电影电视设备展览会上，记者注意到，参展的歌华有线、东方有线、重庆有线、陕西广电、江苏有线、华数等数字电视界面都有不同程度的植入广告。

湖南有线NGB视频云实验室研究员李昕表示，湖南有线的高清机顶盒的主界面上没有设计过多广告位，“我们的广告主要集中在信息服务类的版块，这类广告也并不多，这样观众比较能接受——电视台在节目中插入的广告已经够多了，再加入过多的机顶盒广告只会让用户的收视体验变得更糟。”

北京市消协法律与投诉事务部主任郎丹柯表示，歌华有线的做法涉嫌违反消费者权益保护法。消费者和电视运营商双方在收费合同中并没有确认在哪儿可以插入广告，这是单方面强加了服务标准，侵害了消费者的自主选择权和公平交易权。郎丹柯指出，即使双方有协议约定，消费者付费所购买的是电视节目，并不含额外附加的广告，因此被写进合同也是强加条款。

根据我国反垄断法第19条规定，一个经营者在相关市场的市场份额达到1/2即可推定经营者具有市场支配地位。中国消费者协会副会长、中国人民大学商法研究所所长刘俊海，北京两高律师事务所律师董正伟等人士认为，根据反垄断法，禁止具有市场支配地位的经营者滥用市场支配地位，在交易时附加不合理的交易条件。歌华有线的做法涉嫌违反反垄断法。

【反垄断“疾行”之延伸】

中企破除日方稀土技术垄断进入论证阶段

■ 本报记者 张龙

在8月初，中方企业曝出欲抱团破除日企稀土专利垄断后，中国企业并没有停留在口头上。

“进展已经很快了，正在联系律师，现在已经进入到论证阶段，究竟有多少稀土企业参与比较合适，我们也在探讨。”牵头人之一的沈阳中北通磁科技股份有限公司董事长孙宝玉向《中国企业报》记者表示。

孙宝玉告诉记者：“目前已经有几家企业共同成立了领导小组，来操作这个事情，这个联盟每家企业出资900万元。”

中国稀土企业抱团起诉日本日立金属，一年前的“337调查”是诱因：2012年8月，美国国际贸易委员会应日立金属要求，对中国、美国、德国和奥地利等29家企业发起337调查。调整内容是上述29家企业出口到美国市场的烧结钕铁硼材料(稀土新材料的一种)专利权，正海磁材等中国4家企业作为被告卷入其中。2013年5月，该案最终以和谢幕：正海磁材等中国3家企业向日立金属支付费用，并获得专利权，从而换来出口美国的“市

场通道”。

或影响8家 已获专利授权企业

在钕铁硼市场上，因为日立金属专利垄断的存在，无形中把中国稀土钕铁硼企业分为了两个阵营。

1983年，日立金属与美国通用公司研发了钕铁硼新型永磁技术，从而将稀土永磁材料带入第三代。这也是目前全球应用最广泛的稀土永磁材料。2003年，该基本成分发明专利到期，但日立金属通过申请工艺专利等手段，又将专利有效期延伸至2014年甚至更长时间。

孙宝玉告诉记者，日立金属发明专利已于2003年到期，他再申请工艺专利就是为了构建贸易壁垒，把非专利授权企业挡在市场之外。

公开资料显示，中国约有200家稀土永磁生产企业。而经过日立金属专利授权的中国企业仅上市中科三环、安泰科技、宁波韵升和正海磁材等8家企业。2012年，中国稀土永磁企业平均产能利用率仅三成，许多生产企业因患战中低端市场而亏本、停产，但是上述经过授权的8家企业

却仍然实现赢利。

但实现盈利的代价就是向日立金属交纳专利使用费。这些企业最少也要向日立金属交纳数百万元。

大部分没有得到授权的企业则是艰难度日，只能依靠国内市场。“按理说，那8家企业不希望我们也进入国际市场，这会给他们带来冲击。”孙宝玉说。

有稀土圈内人士认为，这场诉讼，可能会导致两个结果：一个导致日立金属新型钕铁硼专利无效；另外就是和正海磁材的结果一样，中日双方和解，日立金属向中北通磁等企业授予专利，中北磁材等进入高端磁材市场。

“毫无疑问，必须要打破日本的垄断，才能赢得国际市场上的生存空间。稀土应该像中东石油那样发展，单纯的限制无助于中国稀土的长远战略。”孙宝玉说。

日立金属尚未动作

目前，中国企业抱团诉讼日立金属的事情，在日本也已经有不少媒体进行了报道，但日立金属尚未对此作出回应。

孙宝玉告诉记者：“这场诉讼在中国打没有用，官司一定要打到美国。”

按照孙宝玉的理解，当初的“337调查”中，日立金属选择了3家中国企业进行诉讼，而这三家在美国的出口量并不是最大的，而最后达成和解，提前结束诉讼，也是日立金属的策略。

“如果坚持打下去，很有可能赢得官司。这官司可能最终和解，说明日立金属的专利在认定本身方面就有问题或有空子。”孙宝玉作出了这样的判断。

据了解，中国企业在美国起诉日立金属想要胜诉，首先得在美国专利局申请有专利，或当庭自证用不同于日立金属的工艺能够生产相同的产品，或提供商业秘密。

“烧钱钕铁硼有几百项专利，要进行无效举证的话，得一项一项来，一项专利里面有几十项要求，得一条一条来。”中科三环高级副总裁公开表示。

孙宝玉称，资金不是问题，大家都愿意做这件事情。

很明显，这些抱团的中国稀土企业已经做好了打持久战的准备。

反垄断风暴

反垄断国家队

发改委 商务部 工商部门

执法 司法

价格垄断 经营者集中 垄断协议 滥用市场支配地位 滥用行政权力排除、限制竞争

发改委连续四次开出反垄断罚单

15亿

商务部上半年收到经营者集中案件

申报 754件 立案 690件 审结 643件

工商部门反垄断立案呈逐年增长态势

2009年立案1件 2010年立案2件 2011年立案7件 2012年至今立案14件

茅台 五粮液因价格垄断被罚

4.49亿 茅台 2.47亿元 五粮液 2.02亿元

外企液晶面板因垄断被罚

三星LG等6家外企液晶面板垄断被罚3.53亿

工商总局通报利乐涉嫌垄断

利乐涉嫌垄断案进入取证阶段，可能面临将近1.8亿元的罚款

黄金饰品行业首例垄断被罚

老凤祥等5家金店被罚1009.37万元 上海黄金饰品行业协会被罚50万元

奶粉企业垄断被罚

多美滋等6家奶粉企业被罚款6.6873亿元

下一个是谁?