



版环保袋
商欺诈令人扼腕
个好模式
大内需
侨免费体检
必须找准兴趣点
工会工作“重中之重”
快绿卡几无可能

工总投资188亿元
万本“创业宝典”
要推动区域发展
动南粤
领袖“孵化器”
级公共外交协会
覆盖面达60万人次
侨界“特别身份证”
话连线奥斯卡华裔评委

侨报 编辑/陈丽伟 美编/殷立恒 2013.3.14

访谈 DIALOGUE 03

加拿大新时代集团董事长冯永发：

“二代”创业，必须找准兴趣点



作为香港著名银行家、新鸿基创始人之一冯景禧之子，冯永发没有安于继承父业，而是毅然决定远走他乡寻找自己的发展空间。1984年移居加拿大后，经过20多年的艰辛创业，冯永发创建的新时代集团已几乎垄断了加拿大的华语广播电视行业，建造自己的传媒帝国正是冯永发少时的梦想。

随着中国文化体制改革的逐步深入，政府鼓励民营资本进入传媒领域。冯永发通过各种合作方式“试水”内地华语传媒市场，意图打造横跨中加的新传媒帝国。冯永发认为：“中国的传媒市场很大，但缺乏全球性的视野，也缺乏原创性。许多人气爆棚的节目在第一次观赏时就似曾相识，仔细一想原来是克隆国外的。”

本报记者/陶辰文_图

节目克隆是手段不是趋势

侨报：克隆国外优秀节目，获得极高的收视率已成为国内电视台屡试不爽的手段，但也因此出现了节目同质化问题，在高收视和同质化的矛盾中，你觉得应该如何取舍？

冯永发：节目克隆是手段而不是趋势。借鉴国外优秀节目模式，是一种提高和发展自身节目质量的手段，也是电视业发展的必然过程。我们的制作者可以从中了解国外优秀节目是如何制作并获得成功的。这对目前国内电视节目的全球化发展非常有益，同时国内观众不用安装卫星电视就能享受到世界级的优秀节目，可谓是一举两得。

对于节目同质化的问题，我觉得关键是电台决策层以及制作人员的观念问题。国内的《中国好声音》、《达人秀》、《开心辞典》等收视率极高的电视节目，都是克隆国外优秀节目的受益者。在受益之后，是将资金再投入到引进下一个国外节目还是创造一个全新的节目，这正是许多电视台所犹豫不决的。在高收益的驱使下，许多电视台选择了前者。

但如果现在电视台把不断克隆国外优秀节目从而获取高盈利作为发展目标，那是非常可怕的。克隆国外电视节目家家都可以去做的，没有明显的竞争优势，取决于国外电视节目创作的成功与否，等于把命运掌握权交给了他人。

《梦想中国》、《星光大道》、《我型我秀》等节目都是异曲同工，机械性地移植和克隆，节目同质化让观众产生了高度的审美疲劳，这已成为中国电视节目发展的最大威胁之一。克隆国外优秀节目只是发展电视台自身水平的借鉴手段，不应是今后的发展趋势。

侨报：国内克隆节目在获得高收视率的同时也面临着版权纠纷，比如《武林争霸》开播后不久便收到了国外制作方的一纸诉状。你觉得应该如何避免这种情况？

冯永发：版权纠纷，我觉得是引进国外电视节目版权时缺乏相关意识和经验，再加上国内相关法律还不够完善所造成的。

随着大量国外克隆节目在国内出现，版权纠纷问题已渐渐好转。但对于新媒体来说，仍有不少版权纠纷存在。比如说免费电影、音乐下载，在目前中国网络上非常盛行，许多中国的传媒网站在中国以外的国家和地区是无法观看的，原因就是违反了当地关于版权保护的法律法规。这些网站对于传统媒体的冲击力又特别大，比如说电影院一场电影票价80元，而在网上观看是零成本，哪个更有诱惑力？特别是国内一些原创电影，在制作和情节上没有国外大片那么吸引人，观众自然会选择在网上免费观看。这对国产电影打击是非常大的，如果不及时治理，会阻碍中国整个电视、电影甚至传媒业的发展。

纸媒应借力新媒体

侨报：传统媒体营销普遍下滑已是不争的事实，新时代旗下的传媒品牌却有着比较好的营销增长，你认为传统媒体如何才能逆势而上？

冯永发：丰富的产业链是媒体营销的重点和后盾。就新时代集团来说，业务横跨房地产、商场、零售批发、餐饮、IT、市场营销等行业，可以给消费者一条龙的服务。所以无论是媒体的市场定位、品牌设计到营销网络都能够做到集团内一手包办。这样不仅可以节约成本和营销时间，更可以借鉴集

团涉及每个行业的业态研究，准确地定位观众。这种产业链互补发展的模式是解决目前传统媒体营销困难的有效手段之一。

其实国内某些传媒单位已走向集团经营，除了媒体业务外，横跨演出、体育、文化事业、房地产，甚至旅游，这是一个必然的趋势。对于那些规模较小的传统媒体来说，尝试与新媒体的合作是一条很好的出路。

现在所有网站、手机平台亦被囊括在媒体范围之内，传统媒体不应视它们为竞争对手，而是视为我们媒体一份子，在我们本身业务架构内整合、增强，引为己用。

值得关注的是，目前在中国，传统媒体的影响力并没有完全消失。就拿纸质媒体来说，虽然收益大不如前，但是社会影响力、报道的深度、广度等仍是许多网络媒体无法比拟的。现在正是借力纸媒转型的好时机，转型的重点就是借力新媒体，抢占他们的市场而不是坐以待毙。

比如说，让报纸采编人员主动参与到网络媒体运作中去。现在大部分网络媒体没有新闻发布权，这正是报纸利用好网络工具使用发布权的时候。报社的编辑、记者还可以通过博客等方式告知新闻来源发表见解，如果一个报社有几个“网络红人”，那么对于它在网络市场的推广和影响力提升是非常有帮助的。同时针对自己报纸的新闻优势建造综合型的网站，在某个领域里形成大量媒体信息垄断。其他通过手机平台出版手机报纸、新闻定制形式传递给用户信息等都是传统媒体转型的有效方式。

无论用什么方法转型，我觉得传统媒体，特别是纸媒一定要重新审视市场，放弃原有的“架子”，利用本身的采编优势，给负责新媒体发展的决策层足够的决策空间。

“二代”创业应从兴趣出发

侨报：谈谈你对于“二代”创业的理解？

冯永发：我觉得创业前还是要在不同行业历练，知道自己真正的兴趣点后再规划以后的发展蓝图。我曾担任过新鸿基证券执行董事，但这并非我向往的工作，很多时候连个别上市公司每日不断涨落的股价也记不住。但是很有趣，我愿意利用晚上的时间自己进修并完成电影专业，最后走上传媒这条道路。我觉得是兴趣使然。

我对于创业的理解就是一定要真正感兴趣，并且可以为了这个行当放弃一切去努力才行。现在企业家的第二代创业，许多人还没有找到自己愿意为之付出一切的兴趣点，兴趣随时在变化之中，碰到一点挫折就求助家里，这样的话还不如老老实实继承父业。

侨报：对于创业者你有什么建议？

冯永发：我想先讲一个我自己的经历。我当初开发温哥华首个亚洲主题商场时，没有请有经验的合伙人或副手，想当然的就去建了。而当时的温哥华是西方国家主要城市中华人最少的一个城市，所以投资者都望而却步，地产代理也不敢接租服务。六个月过去了没有找到租客，银行借贷也成问题。最后还是在有经验的前辈的建议下，来往香港无数次，说服租客以合作方式逐一开业。

所以我觉得“二代”创业往往年纪比较轻，所以寻找有经验的合伙人或者副手是很重要的。有经验的人相助会让自己少走很多弯路。