

CHINANEWSMEDIA (www.chinanewsmedia.com)

MEDIAS ET TELECOMMUNICATIONS EN CHINE :

SYNTHESE ET ANALYSE DE L'ACTUALITE N°6 AVRIL 2006

Par Pierre-Yves Lochon, consultant
www.sinapsesconseils.com

Avril 2006. Le **secteur chinois des médias et de la communication confirme son statut d'industrie**. Le classement de Forbes (p12) place China Mobile en 112^{ème} position mondiale tandis que Media Magazine (p1) dresse le portrait des 18 premières entreprises médias privées. Avec **40 Mds \$ en 2005 (p1)**, les **médias chinois ont progressé de 12% en 2005**, une tendance qui devrait se poursuivre avec les bonnes prévisions du marché publicitaire (p5). En avril 2006, de **grands opérateurs médias internationaux ont confirmé leurs ambitions chinoises** : Vivendi (p2), Bertelsmann (p3), Michelin (p 5), Microsoft (p11), AT&T (p 12), Virgin (p14), Shin (p14), Google (p15), Aol (p17), Paramount (17). Sans craindre les paradoxes, les **autorités chinoises soufflent le chaud et le froid** : autorisation de diffusion en salle du Code Da Vinci (p7) mais pas du dernier James Bond, réception du Président Hu Jintao chez son « ami » Bill Gates (p11) avant de rencontrer Bush, autocensure des sites internet (p3) pendant le déferlement de la TV réalité (p9). **Entre nouveaux et anciens médias, la bataille fait rage** : la presse voit ses recettes pub se réduire et doit miser sur le téléphone (p5) tandis que le haut débit déferle par le ciel (p14) et que le web s'impose durablement (p15). **La Chine, convoitée, se met à convoiter le monde** : la musique anglaise indépendante se met en ligne sur sina.com (p17) tandis que la Chine est à l'honneur à Cannes (p8) et que China Mobile devient la quatrième marque mondiale (p5), après Microsoft, GE et Coca !

Economie et droit des médias :	page 1
Publicité :	page 4
Edition :	page 5
Presse :	page 5
Cinéma / vidéo :	page 7
Télévision :	page 9

Electronique / Informatique	page 11
Télécoms :	page 12
Internet :	page 15
Divertissements :	page 17
Musique :	page 17
Nouveaux services éducatifs :	page 18

ECONOMIE, GROUPES ET DROIT DES MEDIAS (voir [Economie des médias](#))

Marché médias chinois : 40 Mds \$ en 2005



Les autorités chinoises ont publié l'édition 2006 de leur "livre bleu" sur l'industrie des médias.

En 2005, les revenus générés par les secteurs de la presse, de l'audiovisuel, de l'édition, des services télécoms (SMS) et de l'internet ont atteint 320.5 Milliards de Y (40 Mds \$ US) et ont connu une progression annuelle de 12%.

Avec 88.8 Mds Y, l'audiovisuel chinois (tv, radio et cinéma) a représenté 27.8% de l'industrie des médias (en progression de 7.8% sur une année).

Sources : Sarft, Tsinghua University (12 avril 2006)

13 avril 2006 dans [Economie des médias](#) | [Lien permanent](#)

Classement 2005 des entreprises médias privées

Comme chaque année "Media Magazine" publie le classement des 18 principales entreprises médias privées chinoises. En 2005, le podium est occupé par Tom Group, Sun Media Investment et Sina, suivis par Netease, Tencent, Shanda, Sohu, Phoenix, Focus Media, Clear Media, Baidu, Kongzhong, 9 City, Stellar Megaunion Corp, Enlight Media, Wealth Media, Dahe Group et Joyful.



Tom Group emporte la mise par ses actifs, ses actifs nets et ses revenus

- Sun Media est la société la plus profitable

- Sina est la marque disposant de la plus forte notoriété, pour la seconde année.

Les 18 entreprises du classement ont toutes générées un **chiffre d'affaires** supérieur à 100 millions Y (10 M Euros) et un **ca moyen de 1 Md Y. Avec 3.2 Mds Y, Tom Group occupe la première position** soit près de 20% des revenus globaux des 18 entreprises.

Les **actifs nets** des 18 entreprises dépassent 27 Mds Y dont 4 Mds Y pour Tom Group.



Les entreprises du classement ont généré un **bénéfice global de 6.57 Mds Y soit une marge nette de plus de 36%. Avec 1.8 Mds Y, Sun Media Investment est l'entreprise la plus génératrice de bénéfices** (27% des bénéfices des 18 entreprises).



Avec **81% de taux de reconnaissance** contre 80% en 2004, **Sina** reste l'entreprise disposant de la plus forte notoriété.

Parmi ces 18 entreprises, le classement comprend :

- **8 "pure players" internet / telecom** (Sina, NetEase, Tencent, Shanda, Sohu, Baidu, Kongzhong, 9 City)
- **4 sociétés diversifiées** (Tom Group, Sun Media Investment, Stellar Mega Union Corp, Wealth Media)
- **3 régies publicitaires** (Focus Media, Clear Media, Dahe Group)
- **3 producteurs-diffuseurs TV** (Phoenix, Enlight Media, Joyful Media).

Selon le ministère chinois de l'économie, les entreprises privées et joint venture public/privé, chinoises/étrangères génèrent aujourd'hui **80% des revenus du marché chinois des médias.**

Une tendance qui devrait s'accélérer. Entre 2004 et 2005, dans le classement établi par "Media Magazine" :

- le **principal ca** est passé de 2.23 Mds Y (Sun Media) à 3.2 Mds Y (Tom) soit **+ 44%**

- le **nombre d'entreprises ayant un ca supérieur à 100 MY** est passé de 13 à 18 soit **+ 38%**

- et leur **ca global a progressé de 10.22 Mds Y à 18.18 Mds Y soit + 78%.**

La **rentabilité globale** des entreprises classées se porte bien malgré un léger fléchissement, **de 38% en 2004 à 36.5% en 2005.**

Source : Xinhua (10 avril 2006)

10 avril 2006 dans [Economie des médias](#) | [Lien permanent](#)

Vivendi Universal vise les jeux et la musique



Dans une interview à l'agence AP, le **président du groupe français Vivendi Universal réaffirme ses ambitions chinoises.**

"Malgré le contrôle du gouvernement communiste sur les investissements média étrangers, la **Chine fournit de vastes espaces de développement**" a déclaré Jean-Bernard Levy, qui souhaite mettre l'accent sur **deux types de divertissement, la musique et les jeux en ligne.**



- En matière de **musique**, Universal souhaite investir dans la **recherche et le management des talents.** Le groupe propriétaire du premier label musical mondial a signé un **contrat avec l'un des chanteurs chinois les plus populaires, Dao Lang.** Universal est aussi **coactionnaire de la société Shanghai Universal Music, aux côtés du groupe audiovisuel Shanghai Media Group.** Cette joint venture produit notamment la **version chinoise de Star Academy qui débute bientôt sa 3ème saison.**



- Côté **jeux en ligne**, Vivendi souhaite consolider voire renouveler le succès chinois de son jeu "World of Warcraft". **Sur 6.25 millions**

d'abonnés dans le monde, à la fin février 2006, 2.5 millions sont chinois soit 40% ! Par ce jeu, Vivendi est présent dans plus de 100 000 cafés internet. Une base idéale pour de nouveaux développements.

JB Levy considère que "les contenus sont régulés dans tous les pays du Monde. et que les acteurs des médias doivent s'adapter aux réglementations locales".

Malgré l'abandon du projet de Parc d'attraction NBC Universal (dont Vivendi possède 20% du capital) à Shanghai, JB Levy reste convaincu "que la Chine est une priorité majeure de son groupe" !

Source : AP, Yahoo (10 avril 2006)

10 avril 2006 dans [Groupes étrangers](#), [Multimédia / jeux](#), [Musique](#) | [Lien permanent](#)

Bertelsmann met le cap sur la Chine



Dans son dernier rapport annuel, le Président du Groupe Bertelsmann, Gunter Thielen présentait la Chine comme "un marché de croissance majeur". Quelques semaines plus tard, le groupe allemand annonçait la création d'un poste de président des développements médias en Asie Pacifique, rattaché directement à Gunter Thielen.

Michael Smellie en sera le premier titulaire. L'ancien DG de BMG se voit confier la mission de se concentrer avant tout sur la Chine, pays dans lequel il ouvrira son premier "bureau de liaison".

En Chine, Bertelsmann avait jusqu'à maintenant privilégié le secteur de la distribution de livres. Il y est notamment actionnaire de sociétés de distribution (aux côtés d'éditeurs publics), propriétaires d'une centaine de librairies et opérateur d'un Club de livres comptant plus de 1.5 million de membres.

En 2005, G. Thielen avait annoncé des développements dans la TV et la musique, sans qu'aucune réalisation ne voit le jour.

Sources : Bertelsmann (19 avril 2006)

20 avril 2006 dans [Economie des médias](#), [Edition](#), [Groupes étrangers](#) | [Lien permanent](#)

Regain de censure sur les médias

Dépassé par l'explosion du web et par la commercialisation galopante des programmes des chaînes régionales, les autorités chinoises tentent de reprendre la main.



- En matière d'internet, les sites web de grands éditeurs (comme l'agence Xinhua ou les quotidiens China Daily et People's Daily) ont décidé de mieux contrôler leurs sites et "d'éradiquer violence et pornographie". Une pratique d'autocensure initiée par la quasi totalité des éditeurs privés de sites web installés à Hong Kong et notamment Yahoo China, sina.com, sohu.com, baidu. Tom, l'un des 5 principaux sites portails chinois, a même reconnu avoir supprimé 40% du contenu des blogs de ses internautes et 20% des photographies essentiellement pour lutter contre les "suggestions sexuelles".

- En matière de TV, la reprise en main se poursuit. Le 15 avril, le Sarft a renouvelé l'obligation imposée en 2002 aux chaînes TV chinoises de ne diffuser que des reportages internationaux fournis par la télévision d'état. Ce rappel à l'ordre vise à empêcher les stations régionales de s'alimenter auprès des fournisseurs d'images et agences internationales. Le Sarft a également rappelé que les productions de fictions portant sur des sujets sensibles, historiques, sociaux ou politiques devaient faire l'objet d'une autorisation préalable sur la base du script et qu'un

écart entre le script et la production ferait l'objet de sanctions.



Le cinéma est aussi touché. Le **dernier film de Tom Cruise, M:13, largement tourné en Chine et notamment à Shanghai n'a pas reçu l'autorisation d'exploitation en salles** pour une sortie le mercredi 26 avril, jour de sa sortie Asie. Selon les autorités, le film "donne une mauvaise image du gouvernement chinois". Cette décision **reporte à juillet une éventuelle sortie du film. Un délai qui permettra à la vidéo pirate de prospérer et fera fondre les recettes en salles de 30 à 40%.**

Sources : *Variety* (12 avril 2006), *Xinhua* (19 avril 2006)

28 avril 2006 dans [Internet](#), [Juridique / réglementation](#), [Télévision](#) | [Lien permanent](#)

Médias gays : un pays ... deux systèmes

Après avoir [interdit la diffusion dans les salles chinoises du film gay "Brokeback Mountain"](#) et la production en Chine du film "Les Filles du Botaniste" de Dai Sijie, le Sarft vient de réaffirmer **l'impossibilité de produire en Chine et de**

diffuser des fictions mettant en scène des personnages gays. Ce rappel à l'ordre intervient au moment où la chaîne régionale de Canton, Southern TV préparait le tournage d'une série inspirée du film d'Ang Lee.




Quelques jours plus tard, la RTHK, **radio publique de Hong-Kong annonçait le lancement de la première émission de talk-show consacrée à la communauté gay et lesbienne.** Ce programme hebdomadaire intitulé "Nous sommes une famille", sera diffusé chaque samedi de minuit à deux heures. Cette initiative soutenue par le Conseil Législatif a été en revanche critiquée par des associations chrétiennes qui redoutent la création d'un outil de prosélytisme. Consacré à l'actualité culturelle, le programme proposera également des témoignages. Parmi les premiers invités de l'animateur ouvertement gay: un cardinal et Monsieur Yan qui s'est vu récemment interdit de mariage avec son fiancé anglais, par le gouvernement de Hong Kong. .../...

Sources : *Pacific Epoch* (27 avril 2006), *SCMP* (2 mai 2006)

02 mai 2006 dans [Cinéma](#), [Radio](#), [Télévision](#) | [Lien permanent](#)

PUBLICITE (voir [Publicité](#))

Chine : 5ème marché publicitaire en 2008 ?

 **PUBLICIS GROUPE** ZenithOptimedia (filiale médias de Publicis) vient de publier ses **dernières prévisions d'investissements publicitaires dans le monde.** Selon celles-ci, le **marché publicitaire mondial devrait progresser de 6% en 2006 contre 4.9% en 2005,** du fait de la Coupe du Monde de Football.

Cette **croissance devrait atteindre 18% entre 2005 et 2008.** Sur cette période, la **Chine contribuera à la croissance du marché mondial à**

hauteur de 6.4 Mds \$ soit 10% de la croissance mondiale.

En 2008, le **marché publicitaire chinois atteindrait 16.7 Mds \$ (3.5% du marché mondial) contre 9.7 Mds \$ (2.4%) en 2005 soit une croissance de 72% en 3 ans.**

7ème marché publicitaire mondial en 2005, la Chine pourrait occuper la **5ème position en 2008,** dépassant l'Italie (en 2006) et la France (en 2008).

Source : *ZenithOptimedia* (9 avril 2006)

10 avril 2006 dans [Publicité](#) | [Lien permanent](#)

China Mobile, quatrième marque mondiale

Microsoft, General Electric, Coca-Cola et ... **China Mobile**. Pour la première fois une entreprise chinoise entre dans le top 5 des marques mondiales établi par la société Millward Brown Optimor (WPP). Avec une valeur estimée à 39 Mds \$ (contre 62 Mds \$ pour Microsoft), la marque China Mobile est la quatrième marque mondiale. Une surprise car China Mobile n'est ni une marque mondiale, ni une entreprise fortement imprégnée de culture marketing.

China Mobile doit son entrée dans ce classement à sa force de frappe nationale et ses plus de 255 millions d'abonnés au téléphone mobile en Chine.

Toujours publique, la société est de plus en plus gérée comme une entreprise et mise de plus en plus sur le marketing :

- elle a ainsi **diversifié ses offres de services et ses marques** : M-zone pour les jeunes ou Gotone pour la cible affaires.

- elle **développe des partenariats avec d'autres marques internationales** comme MTV ou la NBA.

- elle **s'offre les services de grandes sociétés de conseil en marketing pour bâtir et renforcer son image** : WPP, Grey, Lowe



Parmi les 30 000 marques suivies dans le monde, **China Mobile a été également choisie pour son fort potentiel national et international.** Le téléphone portable ne touche qu'un quart de la population chinoise et CM pourrait devenir un investisseur majeur sur le marché mondial télécom.

Source : Millward Brown, WPP (3 avril 2006)

12 avril 2006 dans [Publicité](#), [Télécoms](#) | [Lien permanent](#)

EDITION

Le Guide Michelin se met au chinois !

Après [Lonely Planet](#), le guide français Michelin se met au chinois. Le champion des pneumatiques a annoncé le **lancement d'un guide de l'Europe destiné aux touristes chinois**. Publié à la **fin du mois d'avril**, ce premier guide en chinois **présente 28 villes de 12 pays d'Europe**.

Michelin, qui publie plus de 20 millions de cartes et guides chaque année (vendus dans 70 pays) souhaite **capitaliser sur le marché en forte explosion du tourisme chinois**.



Selon l'administration chinoise du Tourisme, **34 millions de chinois devraient voyager à l'étranger de Chine en 2006**, contre 31 millions l'an dernier. Les seuls touristes shanghaiens ont atteint le nombre de 2 millions en 2005 et ont dépensé à l'étranger, plus de 500 millions de \$.

Source : Xinhua (10 avril 2006)

11 avril 2006 dans [Edition](#), [Groupes étrangers](#) | [Lien permanent](#)

PRESSE (voir [Presse](#))

La presse entre en crise

L'année 2005 fut une **année charnière pour le secteur de la presse chinoise**. Selon l'Université de Tsinghua, cette industrie a connu la **première**

baisse de ses recettes publicitaires (-15%), après plus de dix années de croissance continue.

Cette situation s'explique par **plusieurs facteurs** :

- le **ralentissement du secteur immobilier**, gros investisseur publicitaire en presse

- le **vieillessement du lectorat** (la proportion de lecteurs de plus de 45 ans a progressé de 1.5% tandis que la part des moins de 34 ans diminuait de 1.7% entre 2003 et 2005)

- la **concurrence croissante de la TV, de l'affichage et surtout de l'internet**. Ce dernier secteur pourrait atteindre 4 Mds Y (500 M\$) de recettes en 2006, en croissance annuelle de 50%.



Une autre explication est la **démultiplication de l'offre et des éditeurs** depuis l'ouverture du marché par les autorités au début des années 1990. Résultat : 1 922 journaux (11 fois plus de titres qu'en 1978) se sont partagés en 2005 le marché publicitaire (en croissance de 87% entre 1998 et 2003) et les ventes (en croissance de 35.69% entre 1998 et 2003).

Représentant pourtant **70% des revenus des éditeurs de journaux, la baisse des recettes publicitaires entraîne une réduction des marges et une dégradation des comptes**.

Cette **baisse du marché publicitaire avait été déjà annoncée par CTR Research dans son bilan publicitaire 2005/2006** qui estimait que le marché publicitaire de la presse avait diminué de 1% en 2005, pour atteindre une part de marché de 16% en 2005 contre 19% en 2004. Selon la société Research and Market, le marché chinois de la presse a attiré en 2003 24.3 Mds de Y (2.94 Mds \$ US) de recettes publicitaires, soit 22% du marché publicitaire total.

La presse doit maintenant s'adapter, toucher un public plus jeune et diversifier ses revenus, en se tournant notamment vers les médias électroniques.

Sources : CTR (20 février 2006), chinanews (13 avril 2006), SCMP (15 avril 2006), Research & Market (17 avril 2006),

27 avril 2006 dans [Presse](#) | [Lien permanent](#)

La presse se développe au bout du fil

La presse poursuit ses développements téléphoniques. Après un [premier lancement en janvier](#), les deux quotidiens de Shanghai affinent leurs offres.



Deux modes de diffusion sont possibles : envoi en push de quelques bulletins news par jour ou consultation wap de version en ligne. Les deux quotidiens ont privilégié la première option, moins onéreuse pour l'utilisateur et plus adaptée à l'ergonomie des téléphones portables et notamment à la taille encore réduite des écrans.

Après les sonneries customisées et les sms, la **presse "au téléphone" pourrait être la nouvelle source de revenus des télécoms mobiles**. Pour recevoir leurs infos sur leur portable, les chinois doivent **souscrire un abonnement de 3 à 8 Y par mois**, une somme (30 à 80 centimes d'euros) qui peut apparaître faible mais qui représente une proportion non négligeable de la dépense moyenne par abonné.

- Wenhui Xinmin United Press Group propose **4 "journaux téléphonés" sous la marque News365 et couvrant l'actualité générale, les finances, le sports et le divertissement**. Jiefang Daily a lancé en janvier 2006 le fil **iNews**.

Les deux services sont **actualisés 2 à 3 fois par jour**. Chaque bulletin propose **2 à 3 images et une vingtaine de brèves d'une centaine de caractères**. Les deux groupes se sont associés à l'opérateur mobile local, Shanghai Mobile, filiale de China Mobile. Les contenus, édités par une équipe dédiée de 4 à 5 personnes, reposent essentiellement sur les versions papiers. Les **contenus spécifiques sont même interdits**, car ces services n'ont pas de licence propre.

ShanghaiDaily.com - Shanghai Unicom, l'autre opérateur mobile, lancera prochainement avec le quotidien en anglais Shanghai Daily, filiale de Wenhui Xinmin, un **journal téléphonique destiné à la communauté étrangère**.

Source : *Shanghai Daily, Chinaview (24 avril 2006)*

25 avril 2006 dans [Presse](#), [Télécoms](#) | [Lien permanent](#)

Beijing Media souhaite se développer

 Malgré des **résultats financiers tendus**, Beijing Media, filiale commerciale du **groupe public de presse Beijing Youth Daily** (principal quotidien de Pékin) et seul éditeur de presse chinois côté à la bourse de Hong Kong **souhaite se développer et se diversifier**.

Le groupe a révélé des **résultats financiers 2005 en baisse**. Les recettes publicitaires ont notamment été impactées par le déclin des investissements provenant de l'immobilier. **En 2005, le CA a**

régressé de 28% à 857 MY et son résultat net a chuté de 89.4% à 23.59 MY.

Cela n'a pas empêché le **cours de l'action Beijing Media de progresser de 23% depuis janvier 2006**. Le potentiel de cette entreprise reste fort. **Beijing Media n'a réinvesti que 0.26% de l'argent récolté lors de son introduction en bourse**. Mais le groupe a confirmé le **lancement de magazines sur la santé et le divertissement et souhaite lancer d'autres suppléments week-end**. BM souhaite également **mettre un pied dans l'affichage publicitaire à Pékin**

Beijing Media avait été introduit à la bourse de HK en décembre 2004 et avait **récolté 140 M\$ US**. A cette occasion, le sud africain Naspers avait pris une participation de 10% dans son capital.

Sources : *China Daily (16 février 2006), SCMP (25 avril 2006)*

27 avril 2006 dans [Presse](#) | [Lien permanent](#)

CINEMA / VIDEO (voir [Cinéma](#))

Cinéma - TV : renforcement des liens Chine / USA

Malgré les critiques constantes des autorités américaines sur la fermeture du marché chinois du cinéma et la piraterie, **les Etats Unis et la Chine tentent de resserrer leurs liens cinéma et TV**.

Au moment de la visite du président chinois, **l'Association Américaine du Cinéma (MPA)**, la National Geographic Society et le Sarft allaient organiser un Festival / Forum du cinéma chinois à Los Angeles avec présentation de 6 films tournés entre 2004 et 2006. Une occasion de renforcer les liens et de célébrer les 100 du cinéma chinois selon les responsables de la Motion Pictures Association.



Quelques jours plus tôt, **l'Académie Internationale des arts de la Télévision (IATAS)**

annonçait l'organisation de ses premières journées internationales à Pékin du 16 au 17 août 2006, en partenariat avec la CCTV et Phoenix Satellite Group. Cette première rencontre chinoise réunira des responsables TV américains, chinois, japonais, sud coréens et thaïlandais.

Source : *Variety (3 avril 2006)*

04 avril 2006 dans [Cinéma](#), [Télévision](#) | [Lien permanent](#)

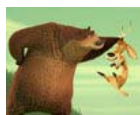
Le film Da Vinci Code autorisé en Chine



Victoire pour Sony Pictures, **son film "Da Vinci Code" a obtenu l'accord de l'administration de la censure malgré son sujet religieux**. Après le refus de distribution de "Memoirs

of Geisha", le studio américano-japonais emporte une victoire renforcée par **l'agrément obtenu pour deux autres films, "When a stranger calls", le premier film d'horreur produit à Hollywood et autorisé dans les salles de Chine** et la diffusion à l'automne du film d'animation **"Open Season"**, déjà accordée l'an dernier.

"Da Vinci Code" sortira en Chine au même moment que dans le reste du monde, deux jours après sa présentation officielle à Cannes le 17 mai. Sony espère diffuser **350 copies** et envisage une tournée promo des acteurs Tom Hanks et Audrey Tautou.



Après **King Kong** et **Narnia**, déjà de gros succès en Chine, Hollywood place donc **"Da Vinci"**, **"When a stranger calls"** et **"Open Season"**. La sortie du nouveau **"James Bond"** fait encore l'objet d'âpres discussions. Malgré sa forte dose d'humour, **"Casino Royale"** reste un film d'espionnage !

Sources : *Xinhua, Variety (5 avril 2006)*

06 avril 2006 dans [Cinéma](#) | [Lien permanent](#) | [Commentaires \(0\)](#)

Cannes : un festival 2006 très chinois

La **59ème édition du Festival de Cannes** (17-28 mai 2006) sera placée sous le signe de la Chine :

- pour la première fois de son histoire, le **président du jury est un chinois, Wong Kar Wai**
- **l'affiche officielle du Festival s'inspire d'un des films du réalisateurs à succès, "In the Mood for Love"**



3 films chinois ont été sélectionnés pour participer à la compétition dont l'un **"Summer**

Palace" est le seul film asiatique en lice pour la Palme d'Or.

Quelques jours après l'annonce de la sélection officielle, une **polémique est née autour du film "Summer Palace"**. Son réalisateur, Lou Ye, est menacé d'interdiction de travail en Chine et de voyage à l'étranger en raison du **non passage de son film en Comité de Censure avant sa présentation au Comité de Sélection du Festival de Cannes**. L'équipe du film justifie sa non présentation aux autorités chinoises par le fait que la post-production n'est pas encore achevée.

Sources : *Festival de Cannes (20 avril 2006), Variety (23 avril 2006)*

24 avril 2006 dans [Cinéma](#) | [Lien permanent](#) | [Commentaires \(0\)](#)

Cinéma : le box office du 1er trimestre 2006



Au premier trimestre 2006, un **film chinois et un film américain sont au coude à coude**. **"King Kong"** de Peter Jackson et **"Fearless"** de Ronny Yu ont chacun généré des revenus de 100 Millions de Y (12.5 M\$).

Un **autre film américain, "Chroniques de Narnia", occupe la troisième place** avec plus de 7 M\$.

Deux autres films étrangers ont dépassé les 2 M\$ de recettes : les **productions françaises** **"Transporter 2"** produit par Luc Besson (sorti le 14 février) et **"L'Empire des Loups"** avec Jean Reno ont généré respectivement 3.7 et 2 M\$.

Source : *Variety (27 avril 2006)*

28 avril 2006 dans [Cinéma](#) | [Lien permanent](#)

Malgré une reprise en main, la télé-réalité explose



Embarrassées par le succès foudroyant des programmes de télé-réalité et choquées par le caractère "vulgaire" de l'émission "Super Girl" de Hunan Satellite, les autorités chinoises ont décidé de contrôler ce genre télévisuel nouveau en Chine et d'en endiguer les développements.

Le Sarft a rendu public plusieurs obligations qui s'imposent dorénavant aux diffuseurs/producteurs :

- les participants devront être majeurs, c'est à dire âgés de plus de 18 ans
- le comportement et la tenue vestimentaire des participants devront être "maitrisés"
- les dotations aux gagnants devront être limitées et raisonnables.

Le Sarft impose également une limite drastique d'un programme de télé-réalité par station nationale par an et l'interdit aux chaînes locales. L'autorité de régulation interdit également la copie d'un format existant.



Au delà des « objectifs moraux », ces mesures apparaissent également comme un moyen de protéger la télévision nationale CCTV fortement déstabilisée par le succès de ses émissions "révolutionnaires".

Cette reprise en main n'empêche pas Hunan de lancer son édition 2006 en espérant dépasser les objectifs 2005 : 300 millions de téléspectateurs lors de sa finale et 100 millions de Yuan (10 M Euros) de recettes pour le diffuseur.

Pour surfer sur la vague, d'autres programmes nouveaux étaient déjà dans les tuyaux ou ont été annoncés très récemment :

- plusieurs compétitions musicales comme "Yahoo Star Search", coproduite par Alibaba Yahoo et la chaîne régionale Zhejiang Satellite TV ou Sogou Voice Girl, coproduite par un autre site portail Sohu et Southeast TV

- "I love real Men", version masculine de "Super Girl" est annoncée par Shanghai Media Group. Le programme sera diffusé sur la chaîne satellite nationale Dragon TV, chaque samedi soir et sponsorisé par Lycra.

- "K-Star Global Chinese Kung Fu Star TV", compétition pour détecter le nouveau Bruce Lee, coproduite par Shenzhen Satellite TV et les moines du Temple Shaolin. Le gagnant jouera dans une nouvelle série tv consacrée au Temple Shaolin

- après avoir abandonné le projet d'un concurrent de "Super Girl", CCTV programme en mai la version chinoise de "The Apprentice" renommée "Gagner en Chine"! 110 futurs entrepreneurs ont été sélectionnés pour s'affronter lors d'une compétition "hyper capitaliste" de 8 mois ! Les 3 gagnants se partageront 22 millions de Y (2 Millions d'Euros) à investir dans le capital de leur nouvelle entreprise. A la différence de la version originale américaine, les gagnants chinois seront sélectionnés par le public et non pas Donald Trump !




De son côté, Hunan Satellite TV avait annoncé le lancement d'un second programme de télé-réalité musicale consacrée à la culture traditionnelle. Procter & Gamble en était même le sponsor officiel pour 8 millions de Yuan. Cette émission est aujourd'hui en pointillés.

Sources : SCMP (17 mars 2006), Xinhua (30 mars 2006, 3 avril 2006), China Daily (1er avril 2006)


04 avril 2006 dans [Télévision](#) | [Lien permanent](#)

Marché TV mondial : cap sur le mandarin

A l'occasion du Mip, plusieurs accords de production ou diffusion de programmes en mandarin ont été annoncés :

 - Le groupe Malais Media Prima s'associe avec le singapourien MediaCorp pour produire des fictions et programmes de variétés en mandarin diffusés dans leurs pays et en Asie

- **Celestial Pictures a lancé début mars une chaîne "ados" en mandarin destinée à l'Asie.** Alimentée par des programmes de 360 producteurs et diffuseurs chinois, WaTV sera diffusée dans un premier temps aux Philippines et en Malaisie. **La même société (basée à HK) a cédé les droits de 50 films du catalogue Shaw Brothers pour une diffusion sur le service VOD Anytime,** actuellement disponible en Thaïlande, à HK et Taiwan.

 - Disney a annoncé le 8 mars le lancement d'une nouvelle version de son site **DisneyChannel.com qui proposera gratuitement des épisodes de deux séries jeunesse,** des extraits de programmes et des clips musicaux **en 6 langues dont le mandarin.**

 Pendant le même Mip, **E! Entertainment** a annoncé un accord de fourniture des programmes "people" et "lifestyle" aux multiples chaînes et réseaux de **Shanghai Media Group**

15% des 3 724 sociétés inscrites pour l'édition 2006 du Mip représentaient l'Asie. 17% des stands d'Asie étaient occupés par des sociétés de Chine continentale ou de HK.

Sources : *Celestial Pictures (27 fév 2006), Disney (8 mars 2006), C 21 (3 et 4 avril 2006)*

05 avril 2006 dans [Télévision](#) | [Lien permanent](#)

SMG veut fédérer la tv numérique

Shanghai Media Group, second groupe audiovisuel et premier diffuseur de TV numérique avec la plateforme SITV, **veut renforcer son offre de programmes en fédérant les éditeurs numériques.**

SITV, qui propose actuellement **16 chaînes nationales à ses 1.3 millions de foyers abonnés**, a décidé d'accueillir sur sa plateforme les chaînes éditées par les autres diffuseurs régionaux. C'est pour le groupe de Shanghai un moyen de **limiter les coûts de développement de nouvelles chaînes et de couper l'herbe sous le pied à son concurrent dans la diffusion numérique, le bouquet numérique DTV de la CCTV.**



SITV proposera très prochainement **4 chaînes numériques produites par Henan Radio, Taiyuan TV, Liaoning TV et Jiangsu TV** et portant notamment sur la **loterie, les échecs et les jeux.**

Zhang Dazhong, président de SITV, espère pouvoir **fédérer autour de lui 10 des 100 éditeurs chinois de chaînes numériques.**

Sources : *SMG (4 avril 2006)*

05 avril 2006 dans [Télévision](#) | [Lien permanent](#)

Bientôt une chaîne météo

Les téléspectateurs chinois auront bientôt leur chaîne météo. **China Weather sera lancée en juin prochain et diffusée sur les réseaux câblés numériques.**

Elle proposera un bulletin météo toutes les dix minutes (fournis par l'Administration Météorologique Chinoise) ainsi que d'autres informations sur le trafic routier et le tourisme.

China Weather sera produite par Huafeng Group et distribuée par China Digital TV Media (la filiale

numérique de la CCTV). La chaîne sera commercialisée au prix de 8 Y (1 \$ US) par mois.

Source : Xinhua News (8 avril 2006)

10 avril 2006 dans [Télévision](#) | [Lien permanent](#)

Une chaîne nouvelle de TVHA sur le luxe



Sun Media Investment Holding a annoncé le **lancement prochain d'une chaîne de téléachat consacrée aux produits de luxe**. Le groupe de Hong Kong s'est associé à un **opérateur européen Luxe.tv**, qui lancera lui aussi prochainement une tv numérique en HD.

La **société commune, Luxe.tv Interactive, proposera une plateforme interactive de vente utilisant le canal de l'internet, et disponible en Chine continentale à la fin de 2006.**

Selon Sun Media, le marché chinois du luxe représente aujourd'hui 2 Mds \$ et pourrait dépasser les 11 Mds \$ en 2015, soit 29% du marché mondial.

Reste à savoir si la télévision sur internet est le canal idéal pour vendre du luxe !

Sun Media Investment exploite une dizaine de chaînes câble et satellite à HK, Taiwan, Singapour, Malaisie et Australie ainsi que des activités internet en Chine et en Asie.

Source : IRG (28 avril 2006)

29 avril 2006 dans [Télévision](#) | [Lien permanent](#)

INFORMATIQUE / ELECTRONIQUE (voir [Informatique](#))

En visite aux USA, Hu Jintao rencontre Bill Gates

Microsoft

Ironie de l'histoire : pour son premier dîner sur le sol américain, le Président chinois Hu Jintao n'a pas été reçu par son homologue mais par l'homme le plus riche du Monde, Bill Gates. Le patron de Microsoft avait deux autres raisons d'avoir le sourire.

Il a pu **remercier les autorités chinoises qui imposent depuis la fin mars 2006 à leurs fabricants de pc d'installer un logiciel d'exploitation avant leur sortie usine**, pour lutter contre la piraterie qui atteint 90% du marché chinois !

Il a également fêté avec son convive un **accord spectaculaire entre Microsoft et le constructeur de pc chinois Lenovo**. Ce dernier a annoncé l'achat pour 1.2 Mds de \$ de logiciels Windows qui seront intégrés dans les PC du fabricant chinois pendant les douze prochains mois. Le 3ème constructeur informatique mondial a déclaré

récemment que 70% de ses produits intègrent windows contre 10%, en 2005.

Le 13 avril dernier, Microsoft avait **déjà conclu un tel accord avec Founder, second constructeur informatique chinois, (pour 250 M\$ sur 3 ans) et deux autres fabricants**. Selon Gartner, le marché chinois de l'informatique a progressé de 30% en 2005, avec plus de 19 millions de pc vendus.

A l'issue de sa visite dans les locaux de Microsoft et après avoir posé sa signature sur une tablet-pc, le Président chinois a déclaré "Microsoft est un ami de la Chine. Je suis un ami de Microsoft !". **Présent depuis 1992, Microsoft est déjà bien implanté en Chine, avec 200 chercheurs et plus de 1 600 employés**. La firme de Seattle a récemment annoncé la **création d'un centre R&D de la Xbox dans la ville de Chengdu**.

Microsoft est également devenu le **partenaire privilégié de SMG dans la fourniture de la technologie DRM pour ses services en ligne**. Utilisée depuis janvier 2006 par SMG Broadband,

Windows Media DRM servira notamment à **sécuriser la diffusion en ligne des matchs de la Coupe du Monde de Football.**

Sources : ChinaTechNews (14 avril 2006), CNET News, P-I reporter (17 avril 2006)

18 avril 2006 dans [Electronique](#), [Groupes étrangers](#), [Informatique](#) | [Lien permanent](#)

La Chine remplit son caddie aux USA

A l'occasion de la visite aux USA du Vice-Premier ministre chinois, **plus de 4.4 milliards de \$ d'achats ont déjà été annoncés par les entreprises de l'empire du milieu.**

Wu avait emmené avec lui une **délégation de 200 dirigeants représentant 110 entreprises publiques et privées.** Les chinois ont **signé des**

accords avec 27 sociétés américaines et notamment Microsoft, General Electric ou General Motors. ... / ...



AT&T a profité de la visite chinoise à Washington pour appeler à une ouverture de l'exploitation télécoms aux étrangers. Première société étrangère à fournir des services télécoms en Chine, dans les années 1995, AT&T a **transféré son siège chinois de Hong-Kong à Shanghai, et mise sur la VOIP.** Fournissant aujourd'hui des services à **200 multinationales implantées en Chine, AT&T compte élargir son portefeuille de clients et services.**

Source : Xinhua,; China Daily (7 avril 2006)

08 avril 2006 dans [Electronique](#), [Télécoms](#) | [Lien permanent](#)

TELECOMS (voir [Télécoms](#))

China Mobile : première entreprise chinoise télécom, en 112ème position mondiale

L'édition 2006 du classement mondial des 2 000 premières entreprises cotées est marquée par les **progrès des économies émergentes.** Le top 2000 compte ainsi **36 sociétés de HK (+8 par rapport au dernier classement), 28 de Chine continentale (+3) et 33 d'Inde (+3).**



La première société chinoise, PetroChina occupe la position 52 mais la **première société du secteur médias télécoms est China Mobile qui occupe la position 112** avec un CA 2005 de 23.3 Mds \$ US, 5.09 Mds \$ US de résultat net et une valeur de 96.89 Mds \$ US.

China Mobile est suivie par :

- **China Telecom** (position mondiale 162) avec un CA de 19.47 Mds \$ US, un résultat net de 3.39 Mds \$ US et une valeur de 29.73 Mds \$ US

- **China Netcom Group** (460) avec un CA de 7.86 Mds \$ US pour un résultat net de 1.12 Mds \$ US et une valeur de 11.77 Mds \$ US

. **China Unicom** (557) avec un CA de 9.61 Mds \$ US, un résultat net de 0.53 Md \$ US et une valeur de 10.86 Mds \$ US

- **PCCW**, opérateur de HK (1 550) avec un CA de 2.95 Mds \$ US, un rn de 0.21 Md \$ US et une valeur de 4.63 Mds \$ US

Source : Forbes (31 mars 2006)

03 avril 2006 dans [Economie des médias](#), [Télécoms](#) | [Lien permanent](#)

Fin mars 2006 : 405 millions d'abonnés mobiles et près de 100 Mds de sms envoyés

Le Ministère des Industries de l'Information (MII) a publié les **chiffres de l'industrie chinoise des télécoms au premier trimestre 2006**.

Fin mars, la Chine comptait

- **409 millions d'utilisateurs de téléphone mobile**, soit 16.26 millions de plus en un trimestre

- **358.76 millions de lignes fixes**, en progression de 8.3 millions depuis fin 2005.

En un trimestre, les chinois ont envoyé **98.82 mds de sms, soit une progression de 47%** par rapport à la même période de 2005. Un nouveau record : une moyenne de 1.098 milliards de messages par jour générant un volume d'affaires total de 100 M Y.

Les **revenus de l'industrie des télécoms ont atteint 153.43 Mds Y (19.18 Mds \$ US) au premier trim. 2006, en progression de 11.6% en un an**.

Sources : MII, Interfax, ChinaTech (26 avril 2006)

28 avril 2006 dans [Télécoms](#) | [Lien permanent](#)

Le téléphone internet interdit pendant 2 ans



Les autorités chinoises auraient **décidé de bannir l'usage du téléphone par internet (VOIP) sur le territoire chinois jusqu'en 2008**. Cette mesure viserait à **protéger les deux opérateurs fixes publics China Telecom et China Netcom**.

L'information a été révélée par le patron de l'opérateur internet Tom Online, par ailleurs représentant en Chine de Skype, principale victime de ce moratoire !

Fin 2005, China Telecom avait considéré Skype comme illégal et des opérateurs télécoms ont testé l'utilisation de logiciel anti Skype dans certaines régions chinoises. Au même moment,

Skype avouait discuter avec des opérateurs télécoms chinois pour une implantation en Chine.



Malgré l'absence de confirmation officielle des autorités chinoises, le **moratoire sur l'attribution de licences VOIP se confirme avec la décision de Shanghai Telecom d'utiliser un système de blocage américain**. La filiale de China Telecom, premier opérateur public, a commandé des équipements et logiciels anti VOIP auprès de l'américain Narus. Cela empêchera les **6,2 millions d'abonnés téléphone fixe de Shanghai Telecom** d'utiliser cette ligne pour passer des appels téléphoniques via leur PC. C'est la première fois qu'une telle commande est officiellement annoncée.

Source : Telecom Asia (27 mars 2006), CBS (5 avril 2006)

06 avril 2006 dans [Télécoms](#) | [Lien permanent](#)

IPTV / Mobile TV : feu vert et feu rouge

La Chine **tente de réguler tout en le soutenant les nouvelles formes de diffusion de la TV sur IP ou réseaux téléphones mobiles**.



Après avoir accordé une première et seule licence nationale d'édition de contenus IPTV à Shanghai Media Group en mai 2005, le Sarft a accordé le **28 avril 2006 une seconde licence à la CCTV qui lui permettra d'éditer des contenus et services IPTV, mobile TV et internet TV**.



Trois jours plus tôt, le Sarft rappelait aux opérateurs télécoms fixes, China Telecom et China Netcom l'interdiction de fournir leur réseau à des fournisseurs ne disposant pas de licence IPTV en mentionnant le cas spécifique de Shanda. Ce rappel à l'ordre créé une **menace forte sur l'activité nouvelle de l'opérateur de jeux en ligne qui avait lancé à l'automne 2005 un boîtier EZ-pod permettant de recevoir des**

services internet, IPTV et des jeux en ligne, un mélange de xbox et de media center. Ce coup d'arrêt aux ambitions de Shanda intervient quelques jours après la signature d'un accord avec hp pour la fabrication des boîtiers Ez-pod.



* En matière de télévision mobile, le Sarft a publié le 27 avril une circulaire rappelant que les **collectivités territoriales ne pouvaient promouvoir l'usage commercial de la TV mobile avant le choix d'un standard national et la fin des tests en cours** à Pékin, [Shanghai](#) et Canton. Cela n'empêche pas **Shanghai Media Group de signer un accord avec la société britannique ROK** permettant aux abonnés de **China Mobile de recevoir 8 chaînes TV en direct, 5 en mandarin et 3 en anglais portant sur le divertissement, la jeunesse et les infos**. Chaque abonné devra payer **3.2 £ par mois**. Les revenus seront partagés entre ROK, SMG et China Mobile qui espèrent convaincre, en 3 ans, 10 millions d'abonnés sur les 350 millions que compte China Mobile. Soit un **chiffre d'affaires potentiel de 665 M£ en 3 ans**.

Sources : *China Daily* (19 avril 2006), *Interfax* (21 avril 2006), *Pacific Epoch* (24 avril 2006), *Sarft* (28 avril 2006), *ROK* (30 avril 2006)

30 avril 2006 dans [Internet](#), [Télécoms](#), [Télévision](#) | [Lien permanent](#)

Télécom : vers une ouverture aux étrangers



- Plusieurs informations parues dans des journaux chinois font état d'un **projet d'allocation d'une licence 3G à un "étranger" qui pourrait être une société de Hong-Kong**. Les observateurs tournent leurs yeux vers **PCCW**, la filiale de Li Ka Shing qui revendique déjà 300 000 abonnés 3G à HK. Cette société devrait lancer des services télécoms et peut être IPTV dans la région de Canton en coopération avec [China Netcom, son actionnaire à 20%](#). D'autres rumeurs

estiment que **China Unicom, second opérateur mobile chercherait également un partenaire étranger pour soutenir ses développements 3G**, lancés en Chine au second semestre 2006.



- Au lendemain de la fusion de sa filiale Virgin UK avec le câblo-opérateur NTL, le médiatique patron de Virgin, Sir Richard Branson a annoncé de nouvelles opérations télécoms en France et son arrivée en Chine à l'automne. **Virgin aurait signé avec le second opérateur mobile chinois, China Unicom, pour lancer une opération conjointe sous la marque Virgin dans la région de Shanghai**. ... / ... L'autre filiale de Richard Branson, Virgin Atlantic Airways a par ailleurs signé un accord commercial avec Air China.

Sources : *21th Century Business Herald* (2 avril 2006), *The Guardian*, *VNU.net* (4 avril 2006)

05 avril 2006 dans [Télécoms](#) | [Lien permanent](#)

Un thaïlandais lance le haut débit satellite

Pour démocratiser l'internet et désenclaver ses régions isolées, les autorités prennent le risque d'une **double ouverture : autoriser l'accès internet par satellite et en confier le lancement et l'exploitation par un étranger**.

Shin Satellite, opérateur télécom de Thaïlande, a signé un accord avec la société publique China Satcom pour **fournir des services haut débit internet en Chine continentale, via son satellite iSTAR**. **UN premier accès a été ouvert dans la région de Pékin** pour fournir les premiers clients dès mai 2006 et deux autres "portes régionales" seront ouvertes à Shanghai et Canton. **Ce service est facturé 1 000 \$ US par an et pourrait générer 1 Mds \$ de revenus si la société atteint ses objectifs d' 1 million d'abonnés** notamment entreprises et administration.



Shin Satellite, filiale de l'opérateur thaïlandais Shin Corp, exploite des services similaires en Asie du Sud Est (Australie, Nouvelle Zélande) et le lancera bientôt au Vietnam.

En mars 2006, la Chine avait annoncé le [lancement en aout 2006 d'un satellite chinois de diffusion directe tv numérique opérationnel en 2007](#).

Source : Shin Corp (25 avril 2006)

30 avril 2006 dans [Internet](#), [Télécoms](#) | [Lien permanent](#)

INTERNET (voir [Internet](#))

Recherche: Baidu renforce ses positions



Selon la dernière étude réalisée par la société chinoise iResearch, Baidu a renforcé sa position leader sur le marché des moteurs de recherche internet. Baidu.com occuperait 56.6% du marché suivi par Google à 32.8%. A eux deux, les deux sites trustent 90% de ce marché porteur et ne laisse que des miettes à Yahoo (moins de 5%) et aux autres sites chinois. En 2003, le rapport était inversé avec Google en tête devant Baidu mais avec 34.8% d'un marché mieux réparti.

La guerre Baidu / Google fait rage :

- Baidu s'est associé à Nokia pout intégrer son moteur dans ses futurs téléphone mobiles
- Google envisagerait un investissement majeur dans un site portail chinois (notamment Sina) pour augmenter le trafic vers son moteur.

Selon iResearch, à la fin 2005, 97.06 millions de chinois utilisaient les sites de recherche soit 87.4% des internautes du pays. Le marché devrait dépasser les 100 millions en 2006, soit plus de 88% de pénétration parmi les internautes.

Sources : iResearch, Xinhua (3 avril 2006)

04 avril 2006 dans [Internet](#) | [Lien permanent](#)

Google China change de nom

Trois mois après le lancement de sa version chinoise google.cn et la [polémique suscitée](#),

Google "sinise" le nom de son site chinois. Le DG du groupe Google a révélé, le mercredi 12 avril, que Google China s'appellerait dorénavant "Gu Ge" c'est à dire "chanson heureuse" en mandarin !



Le leader mondial de la recherche sur internet mise gros sur ce nouveau baptême et espère que ce nouveau nom permettra de rattraper le retard du moteur de recherche américain sur son concurrent chinois Baidu qui le dépasse largement.

Dans sa dernière étude, iResearch estime que le marché de la recherche générera plus de 450 M\$ de recettes publicitaires en 2006.

Google, qui n'a toujours pas de licence propre en Chine, a renouvelé sa confiance dans le potentiel du marché chinois et **affiché de grandes ambitions**. Assis sur un trésor de guerre de 10 Milliards de \$, Google pourrait -selon certains observateurs- miser gros sur le marché chinois dans les mois qui viennent pour devenir le partenaire incontournable des internautes chinois. Le moteur de recherche partage d'ailleurs l'avis de Sohu qui estime que **la Chine est d'ores et déjà le premier marché mondial de l'internet avec plus de 150 millions d'internautes**.

Google a ainsi annoncé que **100 ingénieurs spécialistes du logiciel seraient recrutés par Google China d'ici la mi 2006** et peut être des milliers dans quelques années.

Tout en démentant les rumeurs de rachat de Sina (premier portail web chinois), le Président de Google

China se dit **prêt à procéder à des acquisitions sur le marché chinois**. Parmi les cibles, les **autres portails comme Sohu** (que les autorités chinoises laisseront difficilement partir dans des mains américaines), des **sites thématiques** comme 51job (un des leaders du recrutement en ligne) ou des **sociétés de développement dans le secteur des hautes technologies**.

Le DG de Google US a enfin admis "**ne pas avoir le choix que celui de se plier à la loi chinoise**" et a soutenu l'initiative d'autocontrôle prise récemment par une dizaine de sites et portails chinois.

Sources : Pacific Epoch, Google (12 avril 2006)

17 avril 2006 dans [Internet](#) | [Lien permanent](#)

L'internet et la tv main dans la main

Dans un contexte de convergence des technologies, les **opérateurs chinois internet et TV multiplient les collaborations** :



- Sohu, second portail web chinois, a annoncé son intention d'investir dans la **production de série(s) TV et de vidéos clips** qui seront diffusés en ligne. Sohu s'est également **associé à SouthEast TV (SETV) pour coproduire "Sogou Voice Girl", compétition musicale TV** qui sera diffusée en avril et mai 2006. Ce programme viendra **concurrencer "Super Girl" diffusé par Hunan TV dont Sohu détient aussi les droits internet**.

- **Shanghai Media Group** créé avec le service de jeux en ligne **9you l'émission "Super Dancer Online" et sa version internet**.

Ces initiatives nouvelles de convergence TV/web rejoignent des rapprochements déjà acquis :



- Yahoo s'est associé à Hunan TV puis Zhejiang TV pour [coproduire un programme](#)

[musical](#) dans lequel le portail chinois compte investir 30 MY (3 M Euros)

- [Sina a conclu un accord avec Shenzhen TV](#) pour lancer une chaîne web proposant certains des programmes de la chaîne régionale. Un moyen pour le diffuseur du sud est de la Chine de toucher l'ensemble de la Chine.

Sources : Pacific Epoch (22 fév 2006, 4 avril 2006), Sina (27 fév 2006)

07 avril 2006 dans [Internet](#), [Télévision](#) | [Lien permanent](#)

61 millions de joueurs en ligne en 2010

Une nouvelle étude **prédit 61 millions de joueurs en ligne en Chine en 2010 contre 25.5 millions à la fin 2005 dont 16 millions de joueurs payants**. Selon In-Stat, la progression des joueurs sera plus forte que celle des internautes. Un optimisme à tempérer : **sur plus de 300 opérateurs de jeux en ligne, moins de 15% étaient rentables en 2005**. Quatre d'entre eux, Shanda, Netease, The9 et KingSoft trustaient 80% du marché !

Un autre rapport publié par **Niko Partners estime le marché du jeu en ligne, en 2010, à 2.1 Mds \$ contre 683 M\$ en 2005**.

Dans un marché porteur, les acteurs se renforcent :



- Après avoir lancé dans le pays ses jeux en réseaux (et notamment son FunTown Mahjong), **GigaMedia, opérateur taiwanais de jeux en ligne, a pris une participation majeure dans T2CN, opérateur du principal jeu sportif en ligne de Chine**. GigaMedia fait ainsi progresser son parc de **joueurs en ligne inscrits à 21 millions en Asie**. En **investissant 15 M\$ US**, le taiwanais devient investisseur minoritaire mais fournisseur exclusif de jeux à la plateforme chinoise T2CN.

- Le 4 avril, la **société CDC a mis sur la table 18 M\$ US pour monter de 48 à 100% dans le capital de 17game, opérateur de jeux en ligne**.

Sources : CDC (4 avril), Niko Partners, In-Stat (26 avril 2006), GigaMedia (30 avril 2006)

30 avril 2006 dans [Internet](#), [Multimédia / jeux](#) | [Lien permanent](#)

AOL s'allie à Shanghai Media Group



Deux mois après le lancement de son site en langue chinoise, AOL annonce un premier partenariat avec un fournisseur chinois de contenus.

SMG BB, filiale internet de Shanghai Media Group, fournira au site web de Time Warner des programmes TV en mandarin (3 heures par jour) sur l'actualité culturelle, sportive, sociale, économique de Chine et de Shanghai. Pour le

lancement de ce site, destiné à la communauté chinoise américaine, AOL s'était déjà associé à Chinaportal.com (filiale du sud africain Mediazone).



专业的网络视频服务 Par cet accord, Shanghai Media Group complète ses rapprochements avec des groupes médias étrangers comme Viacom, Discovery ou Vivendi Universal.

Aol continue de démentir vouloir revenir en Chine. Il faut dire que le portail mondial y avait investi, en 2001, 200 M\$ aux côtés de Lenovo avant d'en sortir deux ans plus tard !

Source : ChinaTechNews (17 avril 2006)

18 avril 2006 dans [Groupes étrangers](#), [Internet](#) | [Lien permanent](#)

DIVERTISSEMENTS / PRODUITS DERIVES

Viacom confirme ses discussions pour un Parc Paramount



Le 24 avril, Viacom a confirmé la rumeur de discussions en cours pour la création d'un Parc Paramount dans le nord de la Chine.

Le groupe américain licencierait sa marque à des investisseurs qui prendraient en charge les coûts de construction et de lancement d'un tel parc d'attraction, évalué à 7 Mds \$.

Installé à Tianjin, ville de 10.2 millions d'habitants, située à 120 km au nord de Pékin, ce Parc

Paramount constituerait un concurrent de Hong Kong Disneyland, dont 26% du premier million de visiteurs provenaient de Chine Continentale.

Aucune date d'ouverture n'a été révélée mais celle-ci attendrait l'entrée en fonctionnement d'une ligne ferroviaire à grande vitesse entre Pékin et Tianjin, prévue en 2010.

De son côté, Disney poursuit ses discussions pour la création d'un second parc dans la région de Shanghai.

Source : Bloomberg (26 avril 2006)

27 avril 2006 dans [Cinéma](#), [Divertissement / produits dérivés](#), [Groupes étrangers](#) | [Lien permanent](#)

MUSIQUE

La musique anglaise sur sina.com

Stereophonics, Prodigy, Basement Jaxx .. ces artistes "made in britain" seront bientôt des stars de l'internet chinois !



L'association des éditeurs musicaux indépendants britanniques vient d'annoncer la signature d'un accord avec le portail chinois

sina.com pour diffuser en streaming des extraits musicaux, des clips aux 180 millions d'utilisateurs du portail.



Outre le streaming, l'espace "Uk Music" sera complété par des infos sur les artistes et des liens vers les sites web. L'espace fera également la promotion de concerts ou tournées mais également de services commerciaux comme les téléchargements et les sonneries pour téléphones mobiles.

Soutenue par le ministre britannique du commerce extérieur, cette initiative est une première dans un pays où le piratage représente 90% du marché de la musique, largement dominé par les artistes nationaux.

La signature de l'accord se fera le 13 avril à l'occasion de la visite du Maire de Londres en Chine et de l'ouverture de "Maisons de Londres" à Pékin et Shanghai.

Source : UK Trade & Investment (10 avril 2006)

10 avril 2006 dans [Groupes étrangers](#), [Internet](#), [Musique](#) | [Lien permanent](#)

NOUVEAUX SERVICES EDUCATIFS

Lancement d'un portail mondial d'apprentissage du chinois



Pour aider les 30 millions de personnes non chinoises qui apprennent le Chinois dans le Monde, l'Office National d'Enseignement du Chinois (NOCFL) a annoncé le lancement d'un site portail mondial qui proposera des cours et du matériel pédagogique.

Ce site internet rassemblera toutes les ressources déjà existantes et notamment les contenus produits par les Universités chinoises.

En 2001, le NOCFL avait lancé un programme expérimental d'enseignement en ligne du chinois avec l'Université de Shanghai, utilisé dans près de 200 pays. Cette initiative avait été suivie par des projets de l'Université de Pékin et de la Télévision et Radio Educative Centrale.

Source : Xinhua (1er mai 2006)

02 mai 2006 dans [Internet](#), [Nouveaux services éducatifs](#) | [Lien permanent](#)

Retrouvez les numéros précédents de ChinaNewsMedia :
Septembre/novembre 2005 Décembre 2005 Janvier 2006
Février 2006 Mars 2006

Suivez l'actualité régulière des médias et des télécoms en Chine
sur www.chinanewsmedia.com

Infos : pylochon@sinapsesconseils.com Tél : 06-12-25-06-50