

# 世界杯掘金 边角料成香饽饽

□本报记者 姚轩杰

举世瞩目的巴西世界杯大戏即将开幕,A股上市公司中的世界杯“小伙伴们”也已行动起来。

苏宁云商9日宣布将与巴塞罗那足球俱乐部展开合作,股价一度逼近涨停。此前,中国英利和奥拓电子两家公司花巨资获得巴西世界杯的赞助权,这不仅提升品牌形象,还能带来股价上涨。此外,游戏、娱乐、快消品行业都在想方设法与世界杯“沾边”,边角料也成香饽饽。

不少上市公司涉足足球期望收获名利,但业内人士提醒,恒大足球的成功不可复制,投资足球的风险依然很大,切不可盲目跟风。

## 两公司闯世界杯

临近世界杯,上市公司玩足球又成热点。“对于世界杯来说,中国企业很难获得广告赞助的机会。这与中国足球的实力有直接关系。”一位足球界人士表示。不过,继南非世界杯之后,今年巴西世界杯又有中国企业成功挤入广告赞助商名单。

光伏企业英利集团正在为世界杯做着最后的准备。四年前,“中国英利”成功中标南非世界杯赛场的广告赞助,一时间用户关注度提升了1389%,媒体关注度提升了800%。“中国英利”和“Yingli Solar”成为搜索最多的关键词。

四年后,英利再次成为巴西世界杯的广告赞助商。据悉,英利广告牌将出现在世界杯全部64场比赛中,且每场至少出现8分钟。除了掏出真金白银,英利将为全部比赛城市的照明信息塔提供27套光伏系统,在包括圣保罗在内的6个体育场内的媒体中心和国际媒体大本营设置8至15个太阳能充电站;为世界杯决赛球场马拉卡纳和累西腓的伯南布哥体育场提供太阳能组件;在各个新闻中心,很多记者充电时也将享受到他们提供的服务。

赞助世界杯的金额向来都是秘密,外界估算英利在南非花了5亿元人民币,本届将会更高。上市公司为何巨资赞助世界杯,显然不仅是提升品牌形象,还能带来股价上涨。南非世界杯期间,英利股价从2010年6月7日到7月23日上升了4.09美元/股,升幅达48.63%,总市值增加了6



CFP图片

亿美元。

除了英利外,奥拓电子也将在巴西世界杯的广告赞助商中分一杯羹。年初,奥拓电子公告称,已与德国公司LANG AG签订了《销售合同》,经双方协商,同意成交LED全彩色显示产品,这些产品将用于2014年6月12日-7月13日在巴西举行的FIFA巴西世界杯项目,合同金额为700万美元。奥拓电子与英利集团一样,都曾赞助过南非世界杯。

## 揭秘三类玩法

“马云携12亿元巨资拿下恒大足球俱乐部一半股权,算是最高级的玩法。”一位足球业内人士告诉中国证券报记者。

一般来讲,上市公司涉足足球有三种方式:一种是广告赞助;一种是运营赛事转播;一种是投资足球俱乐部。

广告赞助是最直接的方式,李宁、安踏、匹克等运动品牌类公司每个赛季都会争夺中超、CBA等赛事的战略合作权。2012年,盈利尚显困难的李宁耗资20亿元击败安踏成为CBA的赞助商,合同期限为5个赛季。近年来,中国的体育运动品牌公司也在走向世界。李宁在3年前已赞助西甲三支球队,借此开拓西班牙市场。匹克也挺进NBA,成为首家赞助NBA赛场的中国运动品牌公司。

运营赛事转播是最先带来收益的方式。从全球看,体育赛事一直是培育收费电视用户习惯的主要内容之一。国内一些传媒公司利用自身的渠道优势纷纷发力这一领域。

乐视网在其2013年的年报中透露,乐视网获得了2014年足球世界杯的转播权。乐视网还表示,在世界杯期间将走全民娱乐路线,通过直达用户的理念让球迷参与到节目的录制,并且展开“版权赛事+巨星自制”的内容组合模式,黄健翔、董路等名嘴已经确定参加乐视体育世界杯的节目录制。乐视网还签约了世界足球先生C罗,他将成为乐视TV超级电视代言人。

百视通虽未获得世界杯的转播权,但也希望借世界杯来提升内容吸引力。据悉,百视通将在世界杯期间上线一档全新的原创直播脱口秀节目《笑傲巴西》,邀请当红笑星吐槽球场内外。

不过,百视通加大赛事转播运营的战略非常清晰。百视通去年7月就宣布已获得英格兰足球超级联赛2013年至2018年合计六个赛季内容资源在中国大陆新媒体电视屏独占许可使用权。百视通目前每年制作、转播的全球顶级赛事将超过2000场,精品赛事新媒体内容总量稳居亚太第一。

而投资足球俱乐部是最高级、风险最

大的玩法,这需要雄厚的财力作支撑。马云入股恒大足球俱乐部,使其估值从2010年的1亿元升值到24亿元。不可否认,恒大入主原广州足球俱乐部后,大手笔投入和造势是其升值的关键因素。

但并不是所有公司投资足球俱乐部都能赚到钱。吉林敖东从上市的第二年起就开始赞助延边足球俱乐部,四年投资了不下5000万元,但其足球队的整体水平一直处于甲A的“第三集团”,2000年更是滑到了甲B,球队的“附加值”大打折扣,最终只能脱手,巨额的投资打了水漂。

## 边角料也成香饽饽

苏宁云商6月9日公告,公司将与巴塞罗那足球俱乐部展开合作,11日将举行苏宁运动户外战略暨巴萨合作媒体通报会。受利好消息刺激,苏宁云商股价一度逼近涨停。

“现在这个时候,哪个公司都想和世界杯沾边。”一位PE人士表示,世界杯的边角料在特定的时期也能成为香饽饽。

最近,游戏产商也密集推出足球游戏。6月5日,神州泰岳携手美国EA公司推出《FIFA2014巴西世界杯》游戏。中青宝也不甘落后,由哥伦比亚游戏开发商Brainz打造的次时代足球手游作品《街头足球》已启动内测,即将上线。值得一提的是,该款游戏还与广州恒大足球俱乐部达成全面合作关系。

此外,还有一大波足球游戏借势世界杯密集袭来。例如游族网络的《马上踢足球》、天舟文化的《足球大逆袭》、掌趣科技的《天天足球-实况世界杯》、互动娱乐的《全民世界杯》、博瑞传播的《足球之皇》等。

体彩也是世界杯的受益者。数据显示,在2010年南非世界杯举行的32天内(6月11日至7月12日),所销售竞猜型足彩彩票总额已超过2009年竞猜型彩票全年总销量的30%。粤传媒、人民网、中青宝、鸿博股份、姚记扑克等公司近期股价也表现活跃。

此外,世界杯效应也成为消费品营销的良机。白云山旗下王老吉凉茶也已启动世界杯营销活动,联手互联网企业,发起多轮造势。其他方面,奶业、啤酒、家电等行业也将顺势启动世界杯的营销宣传。

## ■ “新三板”动态

# 鸿仪四方 向控股股东借款2500万元

□本报记者 王锦

鸿仪四方(430119)6月9日公告,出于公司日常经营的需要,公司拟向北京市射线应用研究中心借款,总额不超过2500万元,借款期限为半年,利率按同期银行借款利率执行。

北京市射线应用研究中心持有鸿仪四方66.730%的股份,为公司的控股股东。此次借款构成关联交易。鸿仪四方表示,上述关联交易主要为促进公司的经营发展提供流动资金支持,符合公司的整体利益。

鸿仪四方主要为客户提供γ射线辐射加工技术服务,主要包括辐射灭菌、辐射消毒和少量的辐射改性,覆盖对象包括食品、调味品、保健品、药品、包装材料、医疗用品、医药卫生用品、宠物食品及动物饲料、辐射接枝改性材料等12大类1000余种。

## 中船重工集团套现20亿

# 蒲忠杰接手控股乐普医疗

□本报记者 王锦

伴随着所持部分股权转让的实施,中国船舶重工集团公司让出了乐普医疗(300003)的实际控制权,并“套现”近20亿元;与此同时,乐普医疗总经理蒲忠杰则通过其资产管理计划接手部分转让股份,从而成为乐普医疗的新任控股股东。

乐普医疗6月9日晚公告,公司接到中国船舶重工集团公司的书面通知:中国船舶重工集团公司已接到国务院国资委关于公司股份转让事宜的批复,国资委同意中国船舶重工集团公司第七二五研究所和中船重工科技投资发展有限公司分别将持有的乐普医疗5,000万股、6,838万股股份转让给申万菱信(上海)资产管理有限公司、中科汇通(山东)股权投资基金有限公司、中银基金管理有限公司、兴业全球基金管理有限公司。

本次转让前,七二五持有乐普医疗28.92%的股份,为其控股股东;科技投资公司持有14.34%的股份,为第二大股东。七二五所和科技投资公司均为中船重工集团的全资控股单位(企业),中船重工集团间接合计持有乐普医疗43.26%的股份,为乐普医疗的实际控制人。经国资委批准,七二五所和科技投资公司拟分别转让6.16%和8.42%的股份,并于5月7日共同对拟转让股份的受让方进行了公开征集,最终确定了上述四个最终受让方。

本次股份转让将导致乐普医疗的控股股东发生变化。本次股份转让后,七二五所和科技投资公司合计持有乐普医疗28.68%的股份;蒲忠杰、WP Medical Technologies, Inc.、蒲忠杰参与投资的兴全特定策略18号分级资产管理计划及申万菱信共赢2号资产管理计划将合计持有公司29.30%的股份。

根据公告,此次七二五所和科技投资公司的转让单价为16.64元/股,上述股权转让共计“套现”19.7亿元。简式权益报告书显示,中船重工集团减持乐普医疗股份的目的是收回投资收益,实现国有资产保值增值。不排除在未来12个月内继续转让其持有的乐普医疗股份的可能。

## 中国南车6月再获单168.8亿元

□本报记者 王荣

中国南车公告,公司于近期签订若干项重大合同,合计金额约168.8亿元,占公司2013年营业收入的17.2%。这也是公司6月公告的第二笔订单。

6月4日,中国南车曾公告,公司签订了7项重大合同,合计金额约92.3亿元,占公司2013年营业收入的9.4%。这也意味着,不到半个月,中国南车就完成了去年26.6%的任务量。

此次与中国铁路总公司签约的具体子公司分别是:南车株洲电力机车有限公司、南车南京浦镇车辆有限公司、南车资阳机车有限公司、南车长江车辆有限公司、南车眉山车辆有限公司、南车石家庄车辆有限公司。

## 科达洁能马鞍山建清洁燃气项目

□本报记者 王荣

科达洁能公告,公司于2014年6月8日与安徽省马鞍山市和县政府在安徽马鞍山签订了《安徽省马鞍山市和县绿色建材产业园第三方能源服务——清洁工业燃气项目投资合作协议书》,公司作为和县绿色建材产业园内低热值工业清洁燃气及区域燃气管网项目投资、设计、建设、拥有、运营维护的唯一承包人。

项目分二期建设,一期总投资为12.51亿元,建设年产40亿立立方米热值1600Kcal/Nm3清洁工业燃气的完整煤气化系统基站及区域管网项目,二期规模以一期相同产能建设为目标。

第一期建设期限为2年,2014年10月底前开工建设,并确保绿色建材产业园入园企业燃气供应,原则上在项目开工后10个月内开始部分投产供气;第二期进度暂不严格约定,根据和县政府引入绿色建材企业的具体进展而定。一期项目达产后,公司清洁工业燃气年销售收入(含增值税)约19.20亿元。

## 永泰能源拟募资百亿谋转型

□本报记者 康书伟

永泰能源6月9日晚公告,拟通过非公开发行募集100亿元,用于收购华瀛石化公司100%股权并对其进行增资,剩余资金用于偿还银行贷款。

公司此次募集资金总额不超过100亿元,发行价格为定价基准日前20个交易日公司股票除权除息后的交易均价的90%即1.964元/股。其中,公司控股股东永泰控股或其发起设立的有限合伙企业、西藏泰能股权投资管理有限公司、山东诺德资产管理有限公司、襄垣县襄银投资合伙企业和南京汇恒投资有限公司分别出资不超过50亿元、15亿元、15亿元、10亿元认购发行股份。

此次募集资金投向为公司业务转型的重点。根据公告,募集资金中不超过40亿元用于收购惠州大亚湾华瀛石油化工有限公司100%股权,之后以不超过22亿元对华瀛石化进行增资。增资后的资金用于惠州大亚湾燃料油调和配送中心项目、惠州大亚湾燃料油调和配送中心配套码头项目。此外,以不超过38亿元募集资金用于偿还公司及其全资子公司的债务。

公司同时公告,与香港上市公司中国泰坦能源技术集团达成战略合作框架协议,双方计划组建合资公司进军新能源汽车产业。

## 轿车销量滑坡“吓坏”股价

# 长城汽车否认裁员两万人传闻

□本报记者 刘兴龙

继H8上市推迟风波之后,长城汽车6月9日股价再遭重挫,单日跌幅为5.77%。导致市场波动的主要原因是其披露的汽车销量数据,5月公司轿车销量同比、环比均大幅下滑。对此,券商机构的观点出现了分歧,有的依然看好SUV业务持续增长,有的则下调了股票目标价。

同时,针对“长城汽车年内将裁员2万人”的传闻,公司人士予以否认,表示正在积极进行汽车业务扩张,不存在大规模裁员的情况。

## 销量滑坡伤及股价

6月6日晚,长城汽车发布了一份不甚理想的2014年5月产销快报。报告显示,当月长城汽车销售汽车51837辆,同比下降

15.67%,环比下降12.55%;前5个月累计销售汽车29.89万辆,同比下降3.87%。

备受关注的是,长城汽车一直并不擅长的轿车业务出现了大幅滑坡。长城轿车5月份的销量只有4643辆,同比下降了73.51%,环比下降了44.27%,该品类下的长城C30和长城C50的销量分别同比下跌68.62%、77.50%,环比分别下跌38.63%、55.93%。

受此影响,长城汽车股价6月9日跳空低开,全日收于26.29元,跌幅为5.77%。

过去五年,长城汽车是车市一匹最大的“黑马”,销量持续高速增长,并逐渐成为自主品牌销量冠军。不过,不容忽视的是,长城汽车的SUV业务一枝独秀,使得业务结构呈现越来越集中的格局。

长城汽车能否依靠SUV业务支撑起业绩持续增持,这成了机构投资者争议的

## 否认裁员传闻

“我们目前正在积极地招聘员工,怎

么可能裁员?”长城汽车一位高管在接受中国证券记者采访时,明确否认了关于公司裁员的传闻。

6月9日有媒体报道称,“位于河北保定的长城汽车整车分公司,自今年3月以来已陆续裁员2千人。一位工龄超过10年的整车分公司工人介绍,今年3月份,长城汽车总部在一次‘优化整合’的动员会上宣布,集团年内将裁员2万人。”

上述长城汽车高管介绍,“公司现有员工6万余人,在汽车业务维持稳定增长的情况下,不可能出现裁员2万人的情况。”

在今年4月份召开的长城汽车销售服务年会上,董事长魏建军曾介绍称,2014年长城汽车将推出哈弗H8、哈弗H2、长城C50升级版、2014款长城M4等新车型,未来还将有二十多款新车型推向市场。

## 消费级市场与大客户战略并举

# 优炫软件今年力求销售额超亿元

□本报记者 傅嘉

2014年4月,通过推出针对XP系统的安全加固产品,“新三板”公司优炫软件开始进入消费级软件市场,成为后XP时代软件护航大军中的一员。

优炫软件总经理梁继良向中国证券报记者表示,UXSINO RS CDPS(优炫软件的XP加固产品名称)是公司业务转型的作品,后XP时代国内巨大的市场存量,将使得未来几年此细分市场十分广阔。

关于公司今年的经营策略,梁继良透漏,公司前期的大客户战略不会放松,未来很快将攻坚某个十分重要的战略级客户,以对全年业绩构成良性支撑。

## 切入消费级市场

5月30日,优炫软件公布2013年年报。

使用XP系统,且多集中在政府机关、能源、电力等敏感部门。一时间,巨量的存量电脑面临着巨大的风险敞口。也就在同时,腾讯、北信源、360等业内公司纷纷推出了针对后XP时代的安全产品,以保障国内计算机在这一过渡时期的平稳度过。4月15日,优炫软件也推出了XP系统安全加固产品UXSINO RS CDPS。

梁继良向中国证券报记者表示,优炫软件前期的产品主要服务于企业级客户,推出针对XP系统的安全加固产品是公司第一次试水消费级市场,可以算作是一次业务上的新尝试和转型的探索。

他说,优炫软件在消费级市场属于后来者,但公司的优势在于拥有一套基于自主研发的具备完整知识产权的内核加固引擎,许多技术都是来自于企业级客户的应用,可以给PC产品提供更加专业的防护。

## 大客户仍是中流砥柱

关于公司2014年经营战略定位问题,优炫软件在2013年年报中表示,公司计划2014年业绩实现超过30%的快速增长,公司产品在2013年已取得涉密和军密资质,

2014年将在原来政府、金融、教育等领域客户基础上把国防、军工也作为重点行业进行开拓。

从主营业务来分析,大客户在公司业务贡献上的中流砥柱作用仍然不容置疑。梁继良向中国证券报记者透露,2013年公司业绩取得超预期增长主要来自于金融领域大客户,公司产品已在新疆维吾尔自治区农村信用社联合社、中国金融电子化公司、山西临汾农信社等多个金融单位得到应用。

梁继良还透露,今年公司仍将继续攻金融领域大客户,主要目标是二三线城市的农信社。另外,公司今年很快会将客户群体开拓至国防军工领域,近期将与某战略性客户达成业务合作,初步测算,今年业务体量将在500万元左右。

“通过年报,公司已经定下收入过亿、净利润3000万左右的目标。”梁继良表示,信息安全行业的红利尚未完全释放,预计投资高峰期将在2015年全面井喷。虽然目前国内从事信息安全的企业较多,但巨大的市场空间远未达到恶性竞争