

创投风向

# 8家PE潜伏长城影视浮盈超7亿

□本报记者 姚轩杰

受重组利好刺激,8月9日复牌的江苏宏宝上演了一场暴涨神话,至8月23日连续11个交易日涨停。不少券商研报还给予江苏宏宝“增持”评级,理由是长城影视作为精品剧制作公司,未来业绩可期。在市场热炒之下,潜伏其中的8家PE账面浮盈约7.65亿元。

但长城影视曾折戟IPO就是因为财务问题,此次借壳能否顺利通过还存在一定的不确定性。目前,各路资本都蓄势待发进入影视文化产业,竞争会越来越激烈。现在市场上存在多年的、有实力的影视制作企业,都已存在10年以上,有一定的积累。业内预计,未来影视产业的格局还是优胜劣汰,强者更强,而弱者面临被淘汰、兼并的局面。

## 长城影视欲借壳

8月9日,停牌近三个月的江苏宏宝发布重组草案,公司以拥有的全部资产和负债作为置出资产,与长城集团等61位交易方拥有的长城影视100%股份的等值部分进行

置换。差额部分由江苏宏宝以5.55元/股,向长城集团等61位交易方发行3.41亿股购买。同时,江苏宏宝拟以不低于9元/股的价格,非公开发行不超过5555.56万股,募集不超过5亿元配套资金,用于扩充重组完成后上市公司电视剧制作及发行产能,投拍制作新的电视剧。

重组完成后,江苏宏宝的主营业务将转变为电视剧投资、制作与发行及其衍生业务,长城集团将持有上市公司34.4%股份,成为新的大股东,赵锐勇、赵非凡父子将成为公司实际控制人。

根据预案,长城影视拟注入资产,按收益法的评估值作价22.91亿元,而长城影视经审计的权益账面价值为4.76亿元,增值18.14亿元,增值率达381.06%。

而长城影视的股东也作出承诺,拟置入资产2013年、2014年及2015年三个年度合并报表归属于母公司所有者的净利润,分别不低于1.65亿元、2.07亿元及2.36亿元。

财务数据显示,2011年长城影视实现营业收入和归属于母公司所有者净利润分别为3.71亿元和

1.26亿元,2012年这两个数字分别为4.37亿元和1.42亿元。

对于公司股价接连涨停,江苏宏宝董秘顾桂新曾表示,这受多方面因素的影响,主要是文化传媒目前比较热门,市场资金对这一块还是比较青睐的;长城影视是轻资产公司,在行业具有一定影响力,目前盈利能力较强。

## 潜伏PE回报丰厚

值得注意的是,长城影视背后潜伏了许多强势创投机构,通过此次借壳上市,它们均获得了丰厚回报。

重组方案显示,龙马科技于2010年10月15日每1元出资额对应价格1元入股长城影视,投资19.75万元。

如山创投、横店控股、士兰创投3家机构,于2010年10月21日以每1元出资额对应价格6.905元入股,分别投资1000万元、500万元、500万元。

赛伯乐晨星、惠风投资、蓝山投资、菲林投资4家机构,于2011年2月21日以每1元出资额对应价格15元入股,分别投资2991.42万元、

997.14万元、997.14万元和715.15万元。

以上8家机构共计投入7720.6万元。若重组完成后,它们将合计持有长城影视4900.68万股,以8月23日的17.18元计算,其市值高达8.42亿元,账面浮盈约7.65亿元。

业内人士指出,仔细看大多数PE都是近3年成立,并且股东关系很复杂,目的性很强。如山创投、富润系的惠风投资等,这些投资者或背后老板,与长城影视的实际控制人赵锐勇都为诸暨老乡。

## 优胜劣汰加剧

随着过去几年大量资本的涌入,影视产业作为文化创意产业的先锋,如今在资本市场大展拳脚,多家影视文化企业在IPO市场的动向,引起业内人士的关注和热议。

有观点认为,尽管如今影视剧产业资本相当活跃,影视制作行业却依然存在着许多问题,上市成功和拟上市的影视企业前赴后继,但在市场面前,仍需谨慎清醒的头脑。

影视产业作为近年新兴的文

化创意产业的一员,如今还不像生产、制造行业那样有严格的标准规范。作为影视制作企业,只有认真对待每一部作品,才能稳扎稳打,成功吸引投资并控制好风险。

在影视制作环节中,我们认为最主要的是公司内控制度的健全是否能够做到。在整个影视行业还不规范的前提下,管理团队必须在投资拍剧和公司内部管理上都达到一定的标准,风投机构才会对我们感兴趣。”永乐影视副总经理、董秘余杨认为。

他表示,影视行业目前同质化竞争日趋激烈,体现企业自己的优势和亮点非常关键。首先,在影视剧题材上,是否紧跟国家的指导意见,同时商业上达到一定的吸引力,都很重要;其次,企业的产业链是否完整,拥有核心竞争力,也是关键。”

目前,各路资本蓄势待发进入影视文化产业。现在市场上存在多年的、有实力的影视制作企业,都已存在10年以上,有一定的积累。未来影视产业的格局将是优胜劣汰,强者更强,而弱者面临被淘汰、兼并的局面。

市场瞭望

## 加州葡萄酒欲扩大中国市场版图

□本报记者 张朝晖

澳大利亚葡萄酒在中国市场上有明显的价格优势,智利葡萄酒极具竞争力,法国葡萄酒以其声誉和地位得到普遍的认可。但中国人对加州的葡萄酒并不熟悉,而纳帕谷葡萄酒作为美国加州葡萄酒的代表正试图在中国市场取得更大的机会。

日前,作为国内最早专业经营美国加州葡萄酒的好沃山酒业贸易(上海)有限公司董事长丁彦春接受记者采访时表示,从2007年开业至今,该公司一直致力于引进和推广美国加州地区中高档品牌的葡萄酒,其中尤以品质上乘的纳帕谷产区的葡萄酒独占鳌头。

近年来,由好沃山酒业在中国市场总经销的银橡酒庄旗下产品,因其适合中国消费者的口味,颇受青睐,销量逐年翻番,涵盖了从南到北几乎整个大中华区。该公司将借此契机,和酒庄密切配合,以期最大限度地提高市场占有率。

统计显示,在每年出口到中国的约100万箱葡萄酒中,纳帕葡萄酒只占到千分之一。这对作为美国纳帕谷葡萄酒的代表,银橡酒庄总裁兼首席执行官大卫·邓肯来说是个巨大的机会,进一步扩大中国市场版图刻不容缓。

为此,美国加州的银橡酒庄此前收购了索诺玛郡小型面粉酿酒商。本次收购协议包括Sausal酒厂、品牌及113英亩的酒庄,其中葡萄酒园占地面积75英亩。邓肯说,收购的目的在于为酒厂增加新的赤霞珠种植园。

20世纪60年代末,银橡酒庄的创始人雷蒙德·邓肯就意识到葡萄酒业在未来的巨大潜力。他在纳帕和亚历山大谷购买了两块地种植葡萄。在酒庄发展规划上,银橡酒庄将全部的资源都集中在生产赤霞珠这一单品葡萄酒,而不是像其他酒庄那样生产六七个品种的葡萄酒。银橡木酒庄的酒是一种新型的赤霞珠,丰富而复杂,即使是刚上市的新酒也非常适饮,同时耐久藏。他们将所有的酒进行陈酿,首先需要在美国橡木桶中陈酿25个月,然后在瓶中窖藏15至20个月。

营销看台

# 价格战遇冷 电商角力迎转折点

□本报记者 殷鹏

6·18”、8·15”、双11”……凭借一轮又一轮声势浩大的促销大战,电商成功地创造出许多新节日,热闹喧嚣的价格战也抢尽眼球。不过,今年的8·15”,电商大战却并没有如期上演。电商都在做什么?

## 转打价值战

去年8·15”以高调著称的京东商城只是在主页上不那么显眼地挂起“8·12至8·18家电5周年庆”的促销窗口,正逢店庆月的中粮我买网,则旗帜鲜明地打出“价值战”的口号;而曾与京东商城对垒的阿里巴巴“军团”则直接对外界表示,不参与此次“8·15大战”,“与价格相比更注重消费体验”,闷头做细活;“美苏”大战的主角之一国美电器则在国美在线上过起“彩电节”,为旨在提升客户体验的“最强会员月”做宣传。

家电电商四巨头,除了苏宁、国美、京东、天猫三家均未参战,亚马逊、当当商城等也没跟随。业内人士表示,电商巨头已不约而同地将目光转向服务领域的比拼,包括提

# 外资套利谋退 海外人民币热衷返乡

上接01版

这条长达5公里的大街是内地游客最为密集的地段,也是香港银行网点最为集中的地区之一。中国证券报记者留意到,去年至今各家银行网点经常会在显著位置张贴人民币产品的推介海报,以及宣传人民币存款优惠的大幅广告。

比如,建银亚洲近日上调人民币定存利率,以最少10万元新资金作6个月或12个月人民币定存,可获3.2厘年利率;其中选用出粮增信(代发工资)服务的新开贵宾理财客户,以10万港元等值人民币,做6个月定期存款,年利率高达5.4厘。此外,中银香港宣布上调人民币存息至3厘,而永亨银行针对新客户的3个月人民币存息最高达3.2厘。

过去很长一段时间,由于缺乏利润空间,人民币业务对于香港银行来说,都是“姥姥不疼,舅舅不爱”。然而情况从去年初悄然发生改变。从扩大跨境人民币使用,到开放境外直接投资,再到允许境外资金投资内地股票及债券市场,香港银行业人民币业务腾挪的空间急速扩大。陈明说,与内地相似,港银若做人民币业务也必须保持一定的存贷比,而目前香港的人民币资金大部分集中于渣打、中

升送货时效、无条件退换货、客户投诉满意解决等方面。

在食品电商领域,中粮我买网打响“价值战”。在8月店庆月,该网站宣布包括国产水果、进口水果、有机蔬菜等在内的生鲜品可以24小时内无条件退换。生鲜领域是最能体现电商实力的试金石,我买网在店庆期间高调宣布生鲜可退换无疑是一招杀手锏。在8月16日至18日3天内,其单日最高销量较日均销量增长约300%,周末的单日销量也增长了近400%。

我们可以把去年的8·15”看成电商大战的分水岭。在此之前,众多电商或主动或被动地加入到行业价格战竞争当中,生怕消费者被竞争对手的低价抢走;自此而后,恐怕要把那股打价格战的劲头用到日常内功的修炼中,为长远的竞争做打算。”一位电商业内人士说。

## 电商回归理性

电商看似比传统商场降低了很多成本,但据记者了解,供应商货款、冷链物流投建、人员成本、促销成本等,都会对处在成长期的

电商造成巨大资金压力。由于价格战,电商犹如沙漠里的一群驴子在比赛谁负重更多,大家互相往自己身上增加负担,都指望对方先被累瘫在地。

现在,传统电商赖以发展的“靠亏损来做规模,借规模来换投资”的增长模式已现瓶颈,脱离商业模式创新的价格战难持久”,一位业内人士称,价格战本身没有错,错就错在价格欺诈,缺乏诚信的忽悠不仅使消费者对电商的信任大打折扣,也伤了电商的元气。这位人士给记者算了一笔账,物流和广告这些营销成本占到电商企业总成本的70%,所以靠价格战电商很难赚到钱,这是电商价格战式微的根本原因。

喧嚣过后,今年电商巨头少了张扬,多了理性。业内人士表示,倡导在价格优惠让利的基础上,通过强化产品品质和服务质量,保证消费者的购物“价值”,已经成为电商战的精髓。中粮我买网在8月电商战中的表现,也标志着电商行业进入比拼内力的新阶段。未来,有的企业可能继续前行,有的企业可能销声匿迹,这也许就是今年8月电商战带给我们的最大感受。

一个值得注意的现象是,即使处于政策调控期的房地产领域,仍有外资杀入。例如,近日黑石集团运营的一只专注于亚洲的房地产基金,本周提出一份收购要约,计划斥资25亿港元收购中国房地产开发商泰升集团(Tysan Holdings Ltd.)。

瑞士银行近日也表示,旗下的资产管理公司将与上海一个区政府以及一家保险公司联合设立一只保障房投资基金。该基金可能使用公共及私人融资,帮助建造更多的低价房屋。据数据跟踪商Preqin的数据,今年以来境外房地产管理公司已筹集16亿美元封闭式基金,用于中国的住宅投资,高于2012年筹集的8亿美元和2011年筹集的4亿美元。

上述判断也可以从外汇局的数据中得到印证。5月银行结售汇顺差104亿美元,6月银行结售汇小幅逆差4亿美元,目前中国没有出现外资主动、集中撤离的迹象。对于外汇局近期的数据,招商证券判断,QE退出对中国跨境资金流动的负面影响已在七月体现。在美联储QE退出真正实施前,国际资本将以观望为主,贸易支撑下的中国跨境资金净流入的可能性较高,单边下滑的概率较低。

# 宁敏 基金营销铁娘子

□何晓

低调营销

8月19日,中银基金副总经理宁敏告别驰骋四年的基金营销疆场,踏上新征程。这一天,中银基金发布公告称,因工作需要宁敏卸任中银基金副总经理一职。据中国银行内部人士透露,出身中行的宁敏将调回中行任职,中行调回文件已正式下发。

## 专业制胜

数据显示,在宁敏分管中银基金营销工作期间,中银基金资产规模从2009年不足300亿元,到2012年跃入千亿元俱乐部,其行业排名从第31名以每年晋一级的节奏,用三年实现三级跳,2012年中银基金资产规模达1001亿元,成为行业第八大资产管理公司。

宁敏曾先后在中国银行法律与合规部、中行授信执行部和中行托管及投资者服务部工作,担任副处长、主管、处长等职。2009年9月宁敏在中行的干部竞聘中脱颖而出,加盟中银基金分管营销业务。公开资料显示,宁敏具有深厚的金融和法学背景。她曾在中国社会科学院攻读法学博士,并有在中国人民银行研究局博士后流动站从事金融专业博士后的研究履历,期间还出版了一本长达40万字的金融法学专著《国际金融衍生交易法律问题研究》。尽管是2009年加入中银基金,其实宁敏此前在中国银行托管部任处长数年,负责受托管资产的投资监督工作,以监督者的角色,对基金投资运作有着较深刻的理解,这为她基金从业成绩奠定了坚实基础。

面对越来越多的小微企业迅速成长和壮大,社会对于资金管理软件的需求也变得日益庞大,很多大型集团公司遇到的资金管理问题,也会在中小微企业的发展过程中陆续显现,这就需要中小微企业的相关决策人员对资金管理问题有充分的认知。目前很多中小微企业开始通过信息化、创新化手段,以上线资金管理软件为主要形式,提高自身资金使用效率,加速企业资金周转。

前沿扫描

# 财务软件市场谋扩容 瞄准中小微企业资金管理

□陈洋

近日,不论是国务院宣布暂免对小微企业征收增值税和营业税,或是国家发改委网站公布《关于加强小微企业融资服务支持小微企业发展的指导意见》,均表明国家对于中小微企业发展的高度重视。面对企业规模迅速扩张,资金管理软件对于中小微企业未来发展的作用被重新定义,众多业内人士表示,未来资金管理软件市场扩容是必然趋势。

北京九恒星科技股份有限公司董事长解洪波认为,政府已开始从立法、金融方面为小微企业提供扶持,创造适合小微企业发展的经济环境,中小微企业规模和数量增长成为必然。但中小微企业在发展壮大的同时,自身需苦练内功,树立科学的财务管理理念,不断改善经营管理模式和管理方法,寻求有效的资金管理模式,以此来适应快速变化的市场环境。

# 邹晓云:楼市调控政策应差别化

上接01版

以限购为代表的调控手段短时间内不会退出。

中国证券报:长效机制的建设要实现哪些目标?需要进行哪些配套改革?

邹晓云:房地产长效机制应该包含三个方面:一是建立投资业绩,并不代表未来的投资收益。客户可以通过本公司的全国客户服务热线95511、中国平安保险集团网站(http://www.pingan.com)、客户服务柜面以及保险顾问查询相关的保单信息。中国平安人寿保险股份有限公司

## 中国平安人寿投资连结保险投资单位价格公告

投资账户名称	8月16日		8月19日		8月20日		8月21日		8月22日		投资账户设立时间
	买入价	卖出价	买入价	卖出价	买入价	卖出价	买入价	卖出价	买入价	卖出价	
平安发展投资账户	2.7438	2.69	2.7706	2.7162	2.7674	2.7131	2.7662	2.7119	2.775	2.7205	2000年10月23日
平安收益投资账户	1.567	1.5362	1.5675	1.5367	1.5677	1.5369	1.5679	1.5371	1.5681	1.5373	2001年4月30日
平安基金投资账户	2.9909	2.9323	3.0379	2.9784	3.0329	2.9735	3.0289	2.9696	3.0422	2.9826	2001年4月30日
平安价值增长投资账户	1.8512	1.8149	1.8516	1.8152	1.8496	1.8133	1.8499	1.8136	1.8496	1.8133	2003年9月4日
平安精选收益投资账户	0.8573	0.8404	0.8754	0.8582	0.8776	0.8603	0.8682	0.8511	0.874	0.8568	2007年9月13日
平安货币投资账户	1.2242	1.2001	1.2245	1.2004	1.2244	1.2003	1.2245	1.2004	1.2244	1.2003	2007年11月22日

中国平安 PINGAN

品牌·信任·专业

## 中国平安人寿投资连结保险(团险)投资单位价格公告

本次评估日期:2013年8月22日

投资账户名称	买入价	卖出价	投资账户设立日
稳健投资账户	1.8391	1.8031	2001年3月31日
平衡投资账户	2.7782	2.7238	2001年3月31日
进取投资账户	4.2169	4.1342	2001年3月31日

下次评估日期为2013年8月29日

以上数据由中国平安人寿保险股份有限公司提供

中国平安 PINGAN

品牌·信任·专业