

互联互通成广电国网业务核心

整合省网被搁置

□本报记者 姚轩杰

4月22日,备受关注的中国广播电视网络有限公司注册成立的消息得到确认。国家工商行政管理总局网站显示,广电网络公司于2014年4月17日注册成立,公司类型为有限责任公司(国有独资),注册资本45亿元,实收资为0元。

业内人士认为,国网成立后整合地方省网的可能性已经基本不存在,其业务核心将是全国有线网络的互联互通。此外,摆在广电面前的挑战仍然很多,能否与三大电信运营商抗衡,成为真正意义上的第四大运营商仍然存在不确定性。

高管大部分来自央视

按照三网融合总体方案及配套方案,中国广播电视网络有限公司原本于2010年左右就应该诞生,但几经周折,四年半后才最终落地。

公示系统显示,广电国网的领导班子大部分来自央视。在“备案信息”中,列举了6名“主要人员的信息”:赵景春为董事长,梁晓涛为董事兼总经理,喇培康、沈向军、汪文斌、薛继军为董事。

赵景春曾任河南省广电局党组书记、局长,在筹备国网期间担任筹备组负责人;梁晓涛是原中国国际电视总公司董事长、中视传媒董事长;董事喇培康曾任广电总局电影局副局长,现任中影集团董事长和即将上市的中影股份董事长;沈向军现任中国有线电视网络有限公司副董事长;王文斌现任央视国际网络有限公司总经理;薛继军现任中国电视剧制作中心有限责任公司总裁。

一位地方广电的高层曾对中国证券报记者表示:“国网成立应该代表广电行业去和三大运营商争利益,而不是窝里斗,和地方广电抢资源。央视的领导不应该只考虑央视的利益,目光要放长远。”

三网融合研究专家、融网总编吴纯勇认为,央视的加入有利有弊,有利的一面在于央视的节目内容及版权问题不会与国网公司扯皮,反而更加有利于央视节目的传输与覆盖。不过,诸多央视人员的出现,或让各省有线电视心存芥蒂,希望不要再重蹈中国有



CFP图片

线及中国广播影视集团的覆辙。这些因素一旦能够取得突破性进展,相信会对有线电视行业的发展有极大的促进作用。

互联互通成业务核心

公示系统还显示,广电国网的经营范围包括有线电视网络规划、建设、运营和维护;为开展上述业务所进行的技术研究、技术开发、信息咨询。

“从这个表述来看,国网整合各地地方省网的目标基本已经不可能了,要做的业务就是互联互通。国网相当于一个集成平台,为各省网公司提供信号接入、分发的服务。”接近广电总局的业内人士告诉中国证券报记者。

国家新闻出版广电总局科技司司长王效杰曾介绍过国网公司的组建细节,其中包括公司成立后的主要任务:承担包括网络、技术、业务、运营和管理五方面的互联互通工作。网络上要实现骨干网和各地分配网的物理衔接;技术上达到标准统一;业务上实现各台节目和各行业内容跨地区传送;运营上实现统一结算跨区域业务,实现产业链的利

益分成;管理上实现网络业务统一管理,确保内容安全。

业界对于国网寄予的厚望是成为第四大运营商,和电信、移动和联通形成直面竞争,形成正态循环的市场竞争体制。中广互联CEO曾会明表示,目前来看,既然国网公司已经成立,最现实的工作应该是为整个有线行业争取宽带方面的政策。

根据国务院对国网组建方案的批复,国网应可开展增值电信业务、比照增值电信业务管理的基础电信业务、基于有线电视网络提供的互联网接入业务等。

三网融合的政策启动了广电、电信业务的双向进入,电信的IPTV已经从试点走向了全国范围。但反观广电网络,虽然政策上允许开展宽带接入、IP电话等业务,但在网间结算、宽带出口等方面却一直因为政策承接的主体缺失而无法解决。广电网络开展宽带业务,还无法摆脱替电信打工的地位。

在全国网络整合之前,也只有宽带数据业务具备全国跨域运营的可能性。“争取宽带方面的政策,为各地有线拿到合理的网间结算价格,提供合理价格的出口带

宽,先为小弟谋点福利,才能真正确立大哥的地位。让大家尝到甜头,然后规划行业产业化的前景蓝图,各地的弟兄们才有可能放弃眼前利益,坚定地跟着带头大哥往前走。”曾会明表示。

此外,建设强有力的IDC(互联网数据中心)是一项重要的工作,是把互联网流量控制在网内的重要举措。

前路仍坎坷

国网成立的背景就是为了整合各地省网,但最终搁置。数据显示,全国有线网络的总体资产评估额约为1500亿元、净资产700多亿元,若加上上市公司资产的评估数值,其有线网络的总资产约为1800亿元。显然,45亿元根本无法完成对有线网络的全盘整合。

根据工商注册资料,中国移动等电信运营商并未参与其中。而此前,业界传言中国移动入股广电国网,现在看来是不实的。缺少了中国移动支持的广电,孤军奋战将面临更大的挑战。

而就目前来看,三网融合领域早已是电信运营商和互联网企业的天下,广电已经完全被边缘化。“国网成立后就算能够整合全国网络,也根本不具备跟电信企业死磕的实力,必须找准自己的定位。”曾会明说。信息技术日新月异的发展,广电行业先天的技术劣势显然跟不上互联网的变化,如何找准定位,如何寻求差异化竞争并不是一件容易的事情。

此外,摆在广电面前的挑战还有很多亟须打破的经营体制。很多广电业界人士对国网成立需要解决的事情有过各种观点,总结起来包括:第一,思想要解放,抛弃官僚幻想;第二,整合要加快,合力不可少;第三,如何把视频业务变成高APRU值(每用户平均收入)的业务;第四,提高用户ARPU值;第五,精心组织建渠道;第六,提升服务质量;第七,转变IDC管理和经营思路;第八,积极筹措资金。

而要做好这些,国网需要真正按现代企业来要求自己,用互联网思维做出用户喜爱的产品和服务,这样或许能从电信运营商的夹缝中创出一条路来。但这不是一朝一夕的工夫。

布局云电视平台

中信国安强化信息消费主业

□本报记者 陈静

国内最大的有线电视网络运营商中信国安开始整合其有线网络资源。中信国安4月22日对外披露,将与合作方斥资逾2亿元,以全开放的互联网模式,构建云电视综合服务平台。

市场人士指出,当前互联网大佬在家庭客厅娱乐这片蓝海开始发力,近期马云斥资65亿元入股华数传媒,小米、乐视、爱奇艺等互联网公司也在加速布局OTT产业。而中信国安以跨地域的有线物理网络优势为基础,以全方位互联网化为方向,构建统一开发的云电视服务平台,有望吸引多方互联网公司,共同发掘有线电视用户在互联网时代的新价值。

强化信息消费主业

根据公告,中信国安将联合湖北广电等5家公司共同发起成立中信国安广视网有限公司,注册资本为2.15亿元,各方以现金出资,其中,中信国安出资1.6亿元,占注册资本的74.4%。新公司将负责云电视综合服务平台的建设及运营。

根据规划,通过建设云电视综合服务平

台,将分散、碎片化的有线电视网络实现物理和业务层面的互联互通,将“市网”、“省网”整合成“区域网”规模化发展;以此为基础,在云电视服务平台上引进电商、金融理财、游戏娱乐等第三方应用与服务,为用户提供全方位的内容服务和信息服务。

有分析人士指出,中信国安早就开始耕耘有线电视网络,此次建设云电视服务平台,不仅是寻找新的利润增长点,更是强化提升“信息消费”这一主业的重大举措。有线电视网络是中信国安的核心主营业务,目前累计投资了17个有线电视项目,涉及7省13个地市,网络覆盖人口近2亿人,总投资额超过28亿元。

与电信网络不同,全国有线电视网络分散在各个地方政府手中,由当地的广电运营商负责经营。在当前互联网巨头对家庭娱乐终端这一入口虎视眈眈之际,有线电视网络运营商何去何从?

有线电视网络运营商得益于区域的天然垄断地位,通常本地区仅此一家,小日子过得也还不错。但在互联网大潮下,有线电视运营商区域化弊端凸显。“各家运营商各自为政,用户规模很难达到千万级别,而千万级是互联网应用产生价值的门槛。面对潜

力巨大的市场,互联网企业纷纷过来抢食,这可嘴边的肉,广电眼睁睁看着,就是吃不着。”一位广电业人士感慨。

在中信国安看来,耕耘有线电视网络多年,项目遍布全国,整合资源、搭建云电视服务平台的时机已然到来。

数据显示,中信国安投资的有线电视入网用户总数约2631万户,数字电视用户约1971万户,用户规模居国内同行业上市公司前列。2013年,中信国安投资的有线电视合营公司共计实现营业收入55.51亿元,实现净利润10.49亿元,公司权益利润2.8亿元(不含武汉项目收益),较上年同期增长10.1%。

正是由于多年跨地域经营的积累,中信国安才有实力和底气去建设云电视服务平台。此次中信国安的合作方分别为湖北广电、岳阳市有线电视宽带网络有限公司、长沙国安广播电视宽带网络有限公司、山东广电网络威海有限公司。

“广电行业近几年整合的呼声很高,但大多停留在业务层面,特别是跨省涉及资本层面的合作很少有。”一位业内人士认为,此次几家有线运营商能实现资本层面的合作,在广电行业实属罕见。

全面互联网化

在电脑、手机、平板电脑和电视这“四块屏幕”中,前三块基本上已被互联网企业牢牢把住,电视是仅剩的用户“人口”。比前三个屏幕价值更大的是,电视作为家庭娱乐的核心终端,其家庭成员的参与、共享特征更加明显。

面对如此具有想像空间的市场,各方大佬都纷纷加入这场“客厅争夺战”。此次中信国安以全开放的互联网模式涉足,其未来发展引人注目。以优酷、爱奇艺为主的视频网站陆续推出盒子,小米、乐视等互联网公司则是互联网电视+盒子,牌照商华数传媒更是吸引了马云65亿元的投资。而中信国安以搭建平台,整合上下游产业链为目标,这一模式对整个互联网电视行业的推动意义更为巨大。

券商分析师指出,建立云电视综合服务平台,中信国安将各有线电视网络互联互通,整合网络资源和用户资源,在千万级用户基础上,引入电商、金融理财、游戏娱乐等互联网产品,进一步发掘用户价值,有望在当前火热的“客厅争夺战”中占据独特的优势地位。

奥维通信

拟建集群通信系统动员中心

□本报记者 徐光

日前,奥维通信收到国家经济动员办公室批复文件,同意依托奥维通信股份有限公司建立东北地区(辽宁)集群通信系统动员中心。

文件要求奥维通信以军民融合式发展为指导思想,按照“平时服务、急时应急、战时应战”的要求,在企业发展中兼顾经济动员需要,切实履行企业社会责任和动员义务。

奥维通信相关负责人表示,该中心的建立有利于提升公司综合实力,进一步巩固公司在通信系统领域的运营能力。公司将充分发挥企业优势,有效配置资源,推进应急集群通信系统装备的技术改造升级,提升企业自主创新能力,增强产品研发、生产和服务能力,通过自主建设,形成应急保障最大交付能力。

2014年,公司将积极与电信运营商共同探索新的业务合作模式。新业务方面,一是全力布局养老信息化业务,今年该业务将在重庆、福建、海南、辽宁、四川、陕西、湖北等地进行推广,逐步形成全国性的养老信息化网络平台;一是推进工业传感网业务,公司将面向石油、化工、电力、冶金四大重点工业行业,提供基于WIA-PA无线网络产品、无线传感器、WIA-PA IC芯片、集成服务四大业务,实现工业自动化过程数据监测及控制的一体化解决方案。

万洲国际上市延期至5月

拟下调发售规模

□本报记者 王锦

中国证券报记者4月22日从万洲国际相关人士处确认,原定于4月30日在港交所挂牌的万洲国际,其上市日期将延后至5月中旬之前,同时将下调发行规模。

按照此前的IPO安排,万洲国际计划发售36.55亿股股份,以每股8港元至11.25港元招股,募资292亿港元至411亿港元。其中,国际认购部分已经结束,香港公开发售部分自4月15日开始至4月22日结束。原定于4月22日确定发行价,4月29日公布配售结果,4月30日于香港联交所开始买卖。

据万洲国际4月22日的最新消息,考虑到公司对资金的需要和售股股东对估值的期望,公司会下调发售规模。调整后的新股发行数目,相当于全球发售完成后公司全部已发行股本的10%,调整后的发行将不会包括任何旧股。发行价不变,仍为每股8.00港元至11.25港元。

此前万洲国际拟发售股份中,约包含20%的现有股东的出售股份,售股股东包含高盛子公司、新加坡淡马锡、鼎晖和新天域。而根据新的方案,改为不卖旧股,只售新股。市场人士称,这也避免了市场对于原股东套现的质疑。

对于下调发售规模的原因,有消息称是“反应疲弱、需求不佳”。万洲国际方面也表示,当前市况确实不好,由于发行规模太大,即使长线认购踊跃,也难故市况太差。“不过,万洲国际管理层对公司的前景及未来表现充满信心。”

据此前消息,公司国际认购部分已获得包括挪威银行、新加坡GIC以及索罗斯基金等在内的机构的踊跃认购。

供应量增加

北京写字楼空置率上行

□本报记者 于萍

高纬环球发布一季度北京写字楼市场报告,第一季度北京甲级写字楼租金季度环比下降0.09%,基本保持稳定。不过未来五年北京写字楼将迎来集中供应期,市场将面临较大消化压力。

高纬环球企业租赁顾问团队董事陆明锐表示,一季度北京甲级写字楼以使用面积计算的有效净租金达到每月每平方米508.8元,季度环比下降0.09%。而中央商务区顶级写字楼的租赁成本达到每月每平方米665元,在全球排名第四,较去年上升了三位。

从空置率来看,中央商务区写字楼市场空置率从2013年第四季度的7%下降至一季度的6%。望京地区由于相对较低的租金水平而受到租户欢迎,其空置率从2.9%下降至2.2%。

值得注意的是,未来北京市场将迎来供应高峰期。高纬环球研究服务部大中华区执行董事林荣杰认为,未来五年北京写字楼存量或将是现有的两倍。届时供应量将超过需求量,从而导致市场空置率上升。

统计显示,2014年将有望京SOHO塔3、浦项中心、融科B座等大体量项目入市。到了2017年、2018年,中央商务区更是将迎来写字楼的集中入市。

“2014年新增供应将迎来高峰,预计未来两年还将有约144万平方米的甲级写字楼陆续入市,租赁市场面临较大消化压力。市场平均租金有可能出现下调。”高纬环球中国区董事总经理戴瑞德表示。

高纬环球同时预计,随着写字楼租金涨势放缓和租赁市场需求平稳,再加上商业地产售价不断升高,将使投资回报率产生下行压力。

福建推进军民融合发展

□本报记者 李香才

《关于大力推进福建军民融合深度发展的决定》日前下发,明确了军民融合深度发展工作的思路目标。决定要求推进此项工作要坚持资源共享、优势互补,双向建设、整体推进,在规划设计、建设任务、标准要求、体制机制等方面全领域全要素全过程融合,实现经济效益、社会效益、军事效益的最大化。

决定系统规范了发展理念、力量体系、基础设施、信息资源、人才培养、通用保障、军地文化等9个方面军民融合的方法步骤和标准要求,细化了军民融合深度发展各个方面的具体内容,明确了相关工作的责任主体,并提出探索建设军民融合深度发展先行试验区,适时推广经验。

中炬高新 产能释放将推动业绩增长

□本报记者 任明杰 常仙鹤

“万事俱备,只欠东风”,在一季度业绩再次超出市场预期之余,中炬高新的产能瓶颈也将从今年7月份开始逐步突破。在此背景下,公司2014年业绩被市场所看好。而随着产能的逐步释放,公司渠道下沉以及“三步走”战略也将得到有力支撑。

产能瓶颈即将突破

公司近日发布一季报业绩预告,预计2014年第一季度归属于上市公司股东的净利润比上年同期增长105%左右。至此,公司连续四个季度实现超预期增长。

对于业绩同比大幅增长的原因,除了公司本部及其他主要子公司的净利润均取得不同程度的增长外,子公司广东美味鲜调味品有限公司主营业务收入、净利润保持稳定增长也是一大原因。但是,多年来产能的限制即使公司经营无法“开足马力”。

“通常一季度和四季度是销售旺季,但每年的12月份和来年的1月份都会出现缺货的情况,”广东省汕尾市一级经销商周先生在接受中国证券报记者采访时表示,“为应对这种情况,我们一般每年在10月份都会开始囤货,工厂也会两班倒,加班加点备货。”

某大型券商研究员也告诉中国证券报记者,“厨邦酱油品质一流,公司业绩的增长潜力很大,但产能限制让业绩无法充分释放。”

不过,随着今年7月初阳西一期工程投产,包括5.1万吨酱油在内的6.14万吨调味品产能将逐步释放,公司产能不足的问题将在一定程度上得到缓解。美味鲜调味品有限公司董事长张卫华在近新举行的股东大会上表示:“阳西一期预计7月初正式投产,但不可能一下就全面投产,而是逐步调试,各方面磨合,是一个逐步释放的过程。”

随着产能瓶颈的突破,公司2014年的业绩也普遍被市场所看好。根据公司的经营目

标,2014年,中炬高新计划实现主营业务收入26亿元,比2013年增长12.2%;实现归属母公司的净利润2.5亿元,比2013年增长17.5%。但多家券商研究员在接受中国证券报记者采访时表示这一目标“过于保守”。而周先生也对记者表示,“我们汕尾市这边2012年的销售额在4000万元,2013年达到5200万元,2014年有望突破6000万元。”

扩张战略得到支撑

随着产能瓶颈的逐步突破,公司未来的多个目标也将在很大程度上得到支撑。

记者近期在广东省调研调味品行业时,先后走访了广州市3家大型超市,5家中型超市,4家小型超市,以及9家农批市场的调味品专区,一个突出的现象是,厨邦系列酱油的生产日期要普遍比其他品牌晚一到两个月。“管中窥豹,可见一斑”的是,厨邦酱油在一线重点市场的周转率之高。

但是,目前公司的市场仍集中在广东、福

建、广西、浙江、海南华南五省,而在以上市场逐步成熟的同时,产能的逐步释放也将支撑公司逐步向其他市场扩张。张卫华表示,“我们把市场分为一至五级。一级市场是比较成熟的市场,像广东、海南、浙江;二级市场像广西和福建,三级市场是江西、东北这些市场;四级市场是华北这样的市场;其他地方是五级市场。我们在各级市场采取不同的措施,总的趋势是,二级市场要变成一级市场、三级市场要变成二级市场。”

待产能逐步释放后,公司的“三步走”战略也将得到有力支撑。根据公司规模,“第一步”将是利用中山基地完成调味品产能扩张,利用“厨邦”与“美味鲜”酱油形成品牌组合打开市场;“第二步”是利用阳西基地复制中山模式,以酱油为主,其他调味品为辅,继续扩大产能,抢占市场;“第三步”是通过现有的品牌、网络、渠道等,利用阳西资源,进行产品多元化战略,发展水产品、农产品等厨房佐餐食品。