

不足半年两次定增遭哄抢

中搜网络“转板第一股” 资本沉浮

□本报记者 王小伟 朱向军



IC图片

转战新三板阵地

“公司本次定向增发金额为2.2亿元,11月7日发布公告后,5个工作日份额便已经基本认购完成。截至11月28日,认购意向金额已经远超5亿元。”中搜网络董秘胡贵春在谈到公司本次融资火爆场景时,骄傲之情溢于言表,他对中国证券报记者形容说,公司正在经历一种“甜蜜的烦恼”。

“烦恼”主要来自于公司将从一众拟参与本次定增的投资者中挑选出孰上孰下。“包括公募基金管理公司在内的不少机构都在认购,我们会仔细考察机构的相关资质,希望既能够筹得资金,又能最大限度地协助公司业务取得进展。”

这是中搜网络在继7月份完成一亿元定增后,不足半年时间第二次启动定向增发,以加码移动互联业务核心业务板块。资金踊跃认购之下,技术出身的中搜网络总裁陈沛也开始越来越深切地感受到资本的力量。

与其他很多行业不同,中国互联网技术的推进几乎与国际同步,更新换代速度很快。在针对企业的互联网服务遭遇天花板的背景下,中搜网络开始筹划业务“回归”。只不过,随着互联网技术的快速变迁,公司再度转型的目标并非原有的网页搜索,而是开始要在移动互联方面发力。

“如今中搜网络正在面临一个天赐良机——移动互联网的浪潮,凭借原有的技术积淀,中搜正倾尽所有为移动终端搜索引擎产品做准备。”陈沛如此描述公司目前的发展战略。

如果说在美国上市受挫倒逼中搜网络在个性化搜索方面进行探索,如果说为适合创业板IPO要求将业务转向针对企业提供网络服务,那么中搜网络本次再度向移动互联领域的迁徙,则更是看到了弯道超车的机会。

“当时的难题是,移动互联业务的发展需要庞大的资金,融资变成公司首要解决的问题。但是,一方面,创业板IPO开闸仍然无期;另一方面,公司向移动互联领域转型的脚步又不能停顿。于是,2013年,在保荐券商的建议下,我们终于决定放弃筹划已久的在A股IPO排队的计划,改为登陆‘新三板’。”

经过五个月的准备,2013年11月8日,中搜网络正式挂牌新三板。随后的12月12日,中搜发布搜悦3.0产品,公司的移动互联业务迅速步入正轨,公司希望借助搜悦打一个漂亮的翻身仗,多数机构对该移动互联产品也较为看好,甚至有分析师给出的中搜估值高达1000亿元。这也意味着中搜的身价要比目前新三板给出的估值高出百倍,甚至可以比肩百度和谷歌两大巨擘。

随着业务的拓展,今年7月,中搜网络完成了登陆“新三板”以来的第一笔1亿元的定向融资。由于看重公司在移动互联领域的想象空间,北京明玛峰创投等一众本土PE公司均积极参与了认购。目前正在进行的第二次定增则更是吸引了众多机构的目光,认购火爆程度令公司董事会都“感到意外”。

第二次定增融资之后,中搜网络市值已超12亿元,晋升为“新三板”总资产最大的互联网公司。“通过登陆新三板以来的两次定增,我深刻感觉到中国的资本市场是积极向上的。”陈沛对资本市场的态度已经有了很大改变。

曾经海外上市之殇

成为新三板的“明星企业”自然喜不自胜,但公司与资本最初的“亲密接触”过程却异常坎坷。

陈沛16岁考入浙江大学数学系,他对中国证券报记者介绍说,自己最热爱的两门领域:一是计算机,二是围棋。在他看来,围棋的黑白子恰如计算机的0和1,也似哲学中的阴和阳,是组成人类社会的最小元素,继而构造更复杂的大千世界。凭借专业背景和浓厚兴趣,陈沛成为国内最早做搜索技术的人之一。他1999年出任慧聰软件的总经理,进行搜索方面的研究,而当时国内方面百度已经起步,谷歌更是为人们所熟知;如果他们正面竞争,尚处在萌芽期的中搜并不占据优势。于是,中搜另辟蹊径,绕开了网页搜索的“关隘”,而是开始研究新闻搜索。

2003年中搜成功开发出了第一款新闻搜索工具,很快便陪伴不少商业网站走向成功。陈沛介绍说:“2003年8月我们推出中国首款新闻搜索引擎,后被新浪、搜狐、网易等七大门户网站同时采用,是当时百度唯一的竞争对手。”

此后公司又很快推出一款集搜

索、新闻定制、电影下载、即时通讯等功能于一身的桌面软件产品“网络猪”,用户数量迅速攀升到9000万。2004年,中搜网络独立后影响力继续稳步提升,公司当时与中国互联网新闻中心共同发起成立“中国搜索联盟”,其成员超过5000家网站。这让中搜网络成为当时最大的搜索技术提供商。陈沛回忆说,当时70%的搜索流量来自中搜联盟。

2005年,中搜获得富达基金、IDG和联想控股投资4000万美元,被境外资本集体看好的搜索技术,使得中搜的估值一下冲上几十亿美金。东风送暖之下,公司开始筹划上市。鉴于境内对增值电信行业的产业政策限制,中搜上市的选择地为美国,并为此开始建立红筹架构。

“红筹架构实际上是当时寻求上市的中国互联网企业普遍采用的一种模式。”德勤中国的审计人士对中国证券报记者介绍说,所谓“红筹”,实际上是指境内企业到境外上市,但上市公司本身注册地又不国内的情况。

前述审计人士进一步介绍说,由于外商直接投资增值电信企业受到严

格限制,中国法律要求投资的外商必须是产业投资者,而非基金这种财务投资者,而互联网业务在我国法律上又归属于“增值电信业务”,于是,有些“聪明”的基金为了绕开这些限制,便发明了“协议控制”这种交易架构,后来该架构得到了美国GAPP的认可,专门为此创设了“VIE会计准则”,允许该架构下将国内被控制的企业报表与境外上市企业的报表进行合并,解决了境外上市的报表问题。由于这种VIE架构简单实用又合法合规,当时搜狐、新浪、百度等国内龙头互联网公司的上市都采用了这种办法。

当时中国搜索引擎领域并没有如现在般定局,中搜与百度两大巨头均沿着各自的道路风行前进。百度发力独立页面搜索,并将该业务迅速上升为其主营业务,并在2005年成功登陆纳斯达克。借助资本市场的力量,百度迅速成为中国搜索领域的翘楚。

随着业务的迅速拓展及境外资本对中搜的整体看好,中搜网络也迅速走向亢奋。陈沛当时多次在公共场合表态,“中搜上市只是时机的问题,2006年或2007年一定要拎着‘网

回归A股遇冷很受伤

好在失之东隅收之桑榆。虽然错失美国上市机会,但由于已经符合中国资本市场的上市要求,中搜网络在A股登陆的愿景同样令人兴奋。经过3年的发展,中搜按照中国上市规则谋划登陆资本市场的战略部署终于见到曙光。2009年10月,伴随着创业板开市钟声的敲响,证监会耗费10年磨砺而成的“创业板之剑”火热出炉,首批28家公司顺利挂牌。更让陈沛兴奋的是,当时创业板设立的初衷正是针对支持高科技类等新兴产业公司,这看似完全符合中搜网络的业务定位。

2010年整整一年,中搜网络都在处理解散红筹架构极其繁琐的后期工作,“对于每一种可能的结果,我们都要准备好相应的解决方案。”陈沛回忆说。2011年底股改之后,中搜由有限责任公司更名为股份有限公司,完成股改当年实现净利润6015万元;2012年中搜网络再度交出漂亮的财务成绩单,归属于母公司股东的净利润4122万元。连续三年实现盈利,公司创业板IPO的梦想日益逼近。

转板“黎明破晓前”

络股价一度上蹿超过40元。“虽然公司目前为止并没有做市商,但是交易非常活跃,这说明资本对于公司价值的认可度非常高。”公司副总裁杨钰表示。中搜网络董秘胡贵春对中国证券报记者称,“等到合适机会,不排除公司会考虑做市商和竞价交易等方式。”而陈沛则直言,公司也可能会比较快就进入到做市商之列。

实际上,在“新三板”上市公司中,一众资本对中搜网络情有独钟,还有一个重要原因来自于其转板预期,陈沛也曾多个场合公开表示希望中搜网络能够成为“转板第一股”。

中搜转板预期的升温来自于制度层面互联网企业上市规则正在酝酿剧变。先是5月证监会提出将在创

但就在公司信心满怀地想借助国内资本市场的力量大展拳脚之际,却迟迟没能等到IPO审核通过的消息。2012年下半年开始,由于股指低迷,监管层实际上暂停了IPO审核。没有在美国上市成功,国内IPO重启的钟声也不知道何时才会敲响,这令成竹在胸的中搜网络再次遭遇低谷。

等待IPO开闸还是另谋出路,是摆在中搜网络眼前的选择题。陈沛回忆说:“这并不仅仅是关乎上市地位,为了筹谋上市所必备的一张好看报表,公司的战略规划、前进节奏、投资项目等多方面都受到了束缚。面对互联网技术一日千里的发展速度,很多好的规划都应该及早布局,但是为了满足在申请上市时有一张好看的报表,公司不得不忍痛放弃很多好的项目,在筹备创业板IPO阶段,公司管理层不时会因为一些决定而产生内部分歧,不敢贸然做出任何大的投资和判断。”保守与纠结之下,中搜此前最擅长的搜索引擎领域的阵地开始迅速萎缩。

业板建立单独层次,支持尚未盈利的互联网和高新技术企业在“新三板”挂牌一年后到创业板上市;不足半年后的10月份,深交所也表态将提高创业板的国际化水平,创造条件让已经在海外上市的企业创新企业回归创业板上市;11月国家发改委又公布《外商投资产业指导目录》修订稿,放开了部分领域外资持股比例限制;同时,监管层亦有意引导创投机构入股创业初期的科技企业。

“这些变化说明监管层正在考虑从制度层面消除尚未盈利互联网企业上市的障碍。作为典型的互联网公司,一旦转板通道建立,中搜可能成为第一批转板上市的企业。”如今的中搜网络在“新三板”挂牌周期正

络猪”登陆美国资本市场。”

但就在一颗中国互联网企业的新星正要跃起之际,一场关于“网络猪”产品的风波彻底打乱了既定阵脚。陈沛对这段经历不愿多提,但根据公开资料,网络猪被指流氓软件并因此致中搜网络被告上法庭或成为公司业务转折的重要导火索,此后的中搜网络不得不“下架”网络猪并选择寻找新的搜索产品。

2006年以后,中搜网络的主营业务变为依靠为传统企业定做网站服务为主,并蓄力打造个性化搜索及由此而衍生的开放平台。由于长期的技术积累,中搜在商业领域倒也算顺风顺水,特别是2007年开始推出商务云平台,公司每年都能实现较为丰厚的盈利。按照中国当时的上市标准,企业要想登陆国内资本市场,连续三年的稳定盈利是必备条件之一。而中搜利用商务云平台为国内企业提供网络服务,虽然在海外资本看来业绩想象空间较此前业务模式而言狭小不少,但是却恰恰符合国内资本市场对企业运营的稳健性要求。此时,中搜网络开始将登陆资本市场的目光转向国内。

“从某种意义上说,中国创业板并没有达到设立时的初衷,中国资本市场也没有建立起一套对于互联网公司的估值体系。无论是投资机构还是市场研判,在评价科技公司往往仍沿用传统行业的估值体系,从而低估了互联网等科技企业的成长性。”陈沛在感叹相关制度对互联网公司业务模式的限制时举例说,“公司搜索引擎的开发和推广不能急功近利,必然需要耐心,中国现有的制度安排显然不能满足行业发展的需要。”

互联网企业需要不一样的发展模式,这点几乎是业内的共识。“以往的评定模式对互联网经济效益的界定确实存在致命缺陷。”经济学家宋清辉对中国证券报记者分析指出,由于互联网企业通常遵循“流量—用户—利润”的盈利模式,先期长时间的投入通常不能马上见到回报,而数年后一旦海量用户产生利润,回报收益则会大幅攀升。因此,中国针对互联网公司登陆资本市场的相关制度安排亟待“与时俱进”。

好满了一年,这大大增加了陈沛对公司转板的信心。

从海外上市未果到红筹回归却意外遭遇IPO暂停,再到转战“新三板”并眺望转板,中搜网络这件伴随着中国经济大潮起落浮沉的互联网公司,俨然成为与中国资本市场建设休戚相关的标杆式样本。目前中搜在随时留意转板制度的最新动态,“毕竟如今中搜的业务和战略规划已经不完全是公司自己的事情,相关监管部门针对资本市场的制度变革也对公司业务产生较大影响。”陈沛对中国证券报记者表示,“目前创业板正在酝酿降低门槛欢迎互联网企业挂牌,我很希望中搜网络能够成为最早进入创业板的新三板公司。”

陈沛:打造第二个“微信”

□本报记者 王小伟

中搜网络董事长陈沛日前接受中国证券报记者专访时表示,面对移动互联网时代的新机遇,中搜网络拟将搜悦打造成类似于“微信”的门户化移动互联网产品,同时还要将O2O和互联网金融等业务嵌入到该平台之内。

中国证券报:中搜网络的经营理念与其他互联网公司有何不同?

陈沛:中搜网络本质上是在打造一个生态系统。我们认为未来移动互联网生态帝国必然是创新开放的,而互联网公司之间未来的竞争并不是产品之间的竞争,而是生态系统的竞争。目前公司在移动互联网生态系统的构建方面,战略规划周期比较长,以至于公司浮出水面的时候,公司整个生态系统已经打造完毕。

中国证券报:如今公司正在回归搜索领域,在中国搜索市场格局初定的情况下,中搜的机会在哪里呢?

陈沛:中搜网络公司的本质是一个基于第三代搜索的移动云服务平台。在移动互联网方面,中搜作为移动互联网公司,所有产品、客户、收入都来自移动互联网;大数据方面,没有比搜索引擎公司更大的“大数据”了,因此公司也将从事这方面的研究;云计算更是“风口上的猪”,公司相关业务也将在这方面发力。

现在的搜索技术并没有达到用户想看到什么就出现什么,而是一股脑儿地全部抛给用户,最后由用户去选择,这必然存在很大的改进空间。前年谷歌提出“知识图谱”的概念,大概意思是说不能把几千个搜索结果都交给用户,这与我们目前所研发的产品理念是相似的。中搜打造的就是一个用户可以直接参与的开放搜索平台,让用户可以深度参与搜索结果的改进。

中国证券报:公司目前布局的移动互联产品遇在哪里呢?

陈沛:我曾在2005年首次提出“搜商”概念,我认为为获取知识的能力比知识本身更重要。在信息爆炸的21世纪,除了智商、情商之外,面对海量信息的包围,决定人生成败的因素还包括搜商。沿着“搜商”的脉络前进,目前的移动互联已经不仅是一个工具的延伸,而且是身体的延伸。当前移动互联网的发展超出业内的预期,中国很可能在未来数年引领世界的潮流。所以3年前中搜网络就做出决断,全力以赴孤注一掷地投入到移动互联当中,希望借助中搜搜悦这个产品,以致后来的移动开放云平台来表达我们对移动互联的认识。

20世纪末的时候,新浪、搜狐等门户网站如日中天,用户打开电脑就能得到想要的信息;在移动互联网时代,如何利用APP实现用户最想要的东西,而不是所有东西一股脑儿地抛给用户,这是我们一直思考的问题。中搜网络目前要做的就是,通过中搜搜悦成为移动互联的入口,首先成为一个信息入口。

中国证券报:与其他APP相比,搜悦有哪些优势和特点呢?

陈沛:未来用户大部分时间可能只使用一个超级APP,其余APP只是偶尔使用。目前第一个这样的APP已经诞生,它就是微信。我们希望中搜搜悦成为第二个。前者解决人与人沟通,后者解决人与信息沟通问题。

搜悦是很多功能的集大成者。比如,搜悦在新闻阅读、个性化阅读方面的能力,目前还没有其他同类产品能够与此竞争;移动搜索方面则提供了更加智能,比如搜索“王菲”,其娱乐人物关系就会出现;搜索“真功夫”,搜悦还可以提供附近店面,而后提供团购业务,然后进行导航,这样“一条龙”的服务构架也会极大方便用户;为了让不同用户能相互沟通,我们也尝试在搜索中打通社交和分享诉求,这种图谱关系是其他搜索引擎目前无法做到的。

此外,搜悦的中搜币和互联网金融业务也在试水,前者已经与全国最大的自动售货商友宝合作实现O2O,后者则与中信建投合作推出“聚宝盆”互联网理财。

目前,有不少行业想进入移动互联网,中搜为这些企业提供云服务平台功能。以昆仑决APP为例,这家公司还没有完成注册时就来与中搜合作,一个月后其APP就已经上线,且该公司目前已经拿到IDG千万美元的投资。一个公司想快速进入移动互联网,此前是不可想象的,而搜悦就能提供这样的云服务平台。我们与客户之间通过用户共享、功能与服务共享、广告与营销共享、商品和物流共享等形式,想帮助更多的传统企业进入移动互联网。