

A股软件公司定增并购快速壮大

同类港股估值向A股靠拢

□本报记者 王荣

风口从A股切换到港股,软件行业受益尤甚,如金蝶国际自4月1日以来股价累计涨幅高达41.23%,而期间用友网络涨幅仅为2.61%,两者估值差距正在缩小。

分析认为,若以A股市场的眼光来看,香港市场有很多标的的估值非常有吸引力。但相对而言,A股软件公司借助资本力量外延式发展的趋势更为明显。

A股软件公司股价大涨

站在互联网+的风口,又有着业绩支撑,A股软件类公司股价今年以来持续飞升。在41家A股软件公司中,目前市盈率最低的是广联达,但其市盈率也高达53.95倍;而市盈率超过100倍的公司达30家,其中市盈率最高的是创业板公司银之杰,其市盈率达到了惊人的1290.71倍。

截至4月13日,41家A股软件上市公司有24家公布2014年年报,无一公司出现亏损。24家公司累计实现营业总收入3331487.87万元,同比增长13.62%;净利润381980.12万元,同比增长了10.93%。

大智慧净利润增幅最高,公司实现营

业收入82045.15万元,同比下降8.25%;净利润为10692.41万元,同比增长了816.91%。业绩增长的主要原因是公司转让控股子公司均获得较大的投资收益。

在34家港股软件类公司中,目前已有29家公司发布了2014年年报,包括金山软件、金蝶国际、联想等,尽管这些公司均实现业绩增长,但是相对于A股竞争对手估值水平要低许多。

以金蝶国际和用友网络为例,金蝶国际2014年实现收入约人民币15.465亿元,同比下降6.8%,毛利率较去年同期75.3%增至82.5%,录得净利润约人民币2亿元,同比增长约56%。其A股主要竞争对手用友网络去年实现营业收入43.74亿元,同比增长0.3%;实现净利润5.50亿元,同比增长0.4%。但是两公司估值表现却存在较大差异,以4月13日的收盘价测算,用友网络的估值达99.72倍,而金蝶国际仅为43.67倍。如果不算4月以来41.23%的增幅,金蝶国际的估值则要更低。分析人士指出,正是相较A股的低估值,推升了金蝶国际4月份以来的股价。

并购拉开差距

高估值无疑是软件公司借助资本市场

转型以及外延发展的重要支撑。

2014年12月,用友软件还未更名为用友网络时就宣布,公司拟向不超过10名对象以不超过18.26元/股的发行价,发行不超过9857.61万股,募资总额不超过18亿元(含发行费用),募投资于用友企业互联网服务、用友企业互联网公共服务平台、用友互联网金融数据服务平台三大项目,及偿还银行借款及补充流动资金。

中金公司认为,三大平台建成后,用友网络将具备获取用户数据的能力,加速其实现用户价值变现的逻辑。平台能够支撑公司三大核心业务的融合发展,将加快推进公司的云服务转型以及通过互联网金融实现客户资源变现。这也成为公司更名的重要支撑。

反观金蝶国际,其上市以来并没有进行过定向增发。据了解,公司也在致力发展企业移动互联网ERP及云服务。从目前情况来看,公司没能借助资本市场力量,而是靠自身艰难转型。

Wind统计显示,A股软件行业2014年以来通过定向增发股份收购资产的案例达19项,累计募集资金达2354361.84万元。其中尤以创业板公司居多,如东软载波、北信

源等。分析人士指出,一方面,创业板公司需要通过并购实现快速增长;另一方面,创业板维持着高估值,有利于其开展并购。

而在港股软件公司中,定向增发股份收购资产的案例并不多见,更多是通过现金方式进行。如去年4月金山软件宣布收购迅雷9.98%股权,所支付的现金达55368万元。

港股绩优者受捧

目前,港股众多软件类公司估值普遍在20倍左右。以A股的估值体系来看,香港市场有很多标的的估值非常有吸引力。于是,4月以来走出了一波向A股估值靠拢的行情。

截至4月13日,港股软件公司中,股价涨幅超过100%的分别是IGG、联众、飞鱼科技、百奥家庭互动、中国擎天软件、畅捷通、金山软件、浙大兰德、北大青鸟环宇、网龙。这其中绝大多数公司业绩均表现优异。以今年股价涨幅最多的IGG为例,其2014年净利润为40613.64万元,同比增长858.74%。

分析人士指出,伴随着两地市场投资者的融合,港股估值有逐步向A股靠拢的趋势,其中有业绩支撑、高成长的公司将更受关注。

■“新三板”动态

亚成微拟10送9股

亚成微(430552)4月13日晚发布2014年度利润分配方案。根据审计报告,公司累计可供股东分配的未分配利润总额为11,198,664.31元,公司决定2014年度利润分配预案为:本预案实施时将以股权登记日公司总股本12,000,000股为基数,用可分配利润向全体在册股东每10股派送红股9股。以上方案实施后,公司总股本将由12,000,000股增加到22,800,000股。本次共分配利润10,800,000.00元,尚余未分配利润398664.31元留待以后年度分配。

亚成微深耕LED智能照明领域,推出以开关调光为代表的照明产品,只需利用墙壁开关就可轻松调控灯具亮度。公司内部人士介绍,公司已组建一支具有较高水平的数模电源管理IC设计专业研究团队,研发人员占员工总数的60%以上。(戴小河)

蓝色光标择机增减持Huntsworth

蓝色光标4月13日早间公告称,将根据Huntsworth股价表现和经营情况,择机适时适当进行股票增持或减持行为,其中所持股票总数不超过Huntsworth总发行在外流通股数10%。

12日晚,蓝色光标公告称,受累Huntsworth商誉减值,预计公司一季度出现亏损。

Huntsworth是一家总部位于英国的上市公司,在全球32个国家拥有72个主要办事处,提供消费、金融、公共关系、医疗和技术领域的服务。此次Huntsworth对两家控股子公司Citigate和Grayling进行商誉减值,主要原因是Citigate和Grayling 2014年营业收入同比分别下降3.7%和6.3%,Huntsworth认为两公司业务持续增长面临挑战。(王荣)

桂林旅游整合本地旅游资源落空

4月13日晚,年初停牌的桂林旅游发布公告称,因未能与第三方达成一致意见,继续推进再融资将面临诸多不确定性,因此,桂林市政府提出公司终止筹划本次非公开发行股票事项。公司承诺自公司股票复牌之日起3个月内不再筹划非公开发行股票事项及其他重大资产重组事项。公司股票于4月14日开市起复牌。

桂林旅游介绍,2015年1月9日收市后,公司接到实际控制人——桂林市政府的通知,要求公司启动非公开发行股票(定向增发)工作,公司股票于1月12日起申请停牌,并期望通过本次公司非公开发行股票融资,以公司为平台,整合桂林市相关旅游资源,加快推动桂林国际旅游胜地建设。当时计划的重组具体内容是:公司拟以本次非公开发行股票所募集资金整合桂林市相关旅游资源,包括整合漓江旅游资源、整合阳朔部分旅游资源、控股桂林龙脊旅游有限公司、设立互联网合资公司融合线上、线下旅游业务等。

不过,重组进展并不顺利。桂林旅游介绍,整合漓江旅游项目、整合阳朔部分旅游资源项目、控股桂林龙脊旅游有限公司项目,均未能与第三方达成一致意见,继续推进本次再融资将面临诸多不确定性。(刘兴龙)

□本报记者 刘兴龙

4月13日晚,新海宜发布公告称,公司拟非公开发行普通股不超过110,000,000股,发行价格为14.84元/股,募集资金总额不超过163,240万元,将用于云服务平台建设项目、专网通信系统研发与产业化项目、社区健康美业O2O服务平台建设项目、偿还银行贷款和补充流动资金。通过云服务平台建设项目,新海宜将进一步完善“大通信”的产业链布局。公司股票将于4月14日开市起复牌。

再融资加码云服务

新海宜是一家为电信运营网、广电网、国防专业通信网及其他专用通信网提供各种网络配线管理系统和网络监测系统的专业通信配套设备供应商,与中国电信、中国

新海宜拟定增募资16亿元布局大通信

移动和中国联通三大运营商保持着长期良好的合作关系。

2014年7月,新海宜启动云数据中心第一期建设(建设1,500台机架)。此次募投资项目是对云数据中心进行第二期和第三期建设,总投资为101,516.5万元。第二期建设新增1,500台机架,第三期建设新增3,000台机架,新增机架除提供运营托管服务外,将新增云计算服务。本项目将搭建可支持大规模系统及应用的公共云计算服务平台,建设内容包括云资源管理系统、云存储和云运营支撑资源管理系统,利用综合应用虚拟化、云资源管理等关键技术,为目标客户提供高可用性、高速可靠存储、弹性计算能力等高端专业服务。

作为新兴产业,移动互联网和大数据应用对大众生活的影响程度越来越深,市场对数据通信和数据存储的需求也随之水涨

船高。统计数据显示,2013年中国云数据中心的市场规模已达到262.5亿元人民币,预计2016年中国云数据中心的规模将达到548.3亿元,年复合增长率达到27.83%。

增发预案显示,发行对象为泓融投资、郑利彬、马灵芝、东吴汇增2号集合资产管理计划、蒋元生和孟繁浩6名特定投资者。

打造“大通信”

新海宜介绍,通过云服务平台建设项目,公司将进一步完善“大通信”的产业链布局,利用公司现有的产业链上游资源和资本平台优势,打造新的利润增长点的同时,使公司未来作为信息服务提供商拥有更广阔的战略空间;通过专网通信系统研发与产业化项目,公司将进一步完善“大通信”的产业链布局,拓展现有的公

网通信设备业务;通过社区健康美业O2O服务平台建设项目,切入电商运营,补足公司在“大通信”产业链下游的缺失,进一步打造和提升公司的企业形象和企业价值。

专网通信系统研发与产业化项目也是此次定向增发的“亮点”之一。专网通信行业是国家信息产业的重要组成部分。受2013年“棱镜门”和“监听门”事件影响,相关部门对进口产品态度谨慎。专网通信设备领域近几次较大的设备招标结果显示,设备国产化趋势明显。

市场人士指出,通过云服务平台建设项目,新海宜将进一步完善“大通信”的产业链布局,利用公司现有的产业链上游资源和资本平台优势,打造新的利润增长点的同时,使公司未来作为信息服务提供商拥有更广阔的战略空间。

建设银行：“大行大担当” 以转型创新全面服务国家战略

随着中国经济进入“新常态”,转变发展方式、加快结构调整成为中国运行的“主旋律”。2014年,面对复杂的国内外经济形势、日趋激烈的业内和跨界竞争,中国建设银行加快向综合性银行集团、多功能服务、集约化管理、创新银行和智慧银行五个方面转型,并交出了不俗的“成绩单”。

作为国有四大银行之一,建设银行始终坚持服务国家战略的使命担当,一方面积极践行企业社会责任,大力推进支持城镇化建设、节能环保、小微企业、民生领域、消费金融等领域创新;另一方面,把握“互联网+”机遇,全面启动互联网金融战略,举全行之力,抢占互联网金融“制高点”。

“新常态”下业绩超预期

根据建设银行公布的2014年年报,该行在报告期内归属于母公司股东净利润2,278亿元人民币,同比增长6.14%,稳健的盈利能力超出此前市场预期。截至2014年末,建设银行资产规模达到16.74万亿元,较上年增长8.99%。税前利润2,990.86亿元,较上年增长6.89%;客户贷款和垫款总额94,745.23亿元,增长10.30%;客户存款总额128,986.75亿元,增长5.53%。营业收入5,704.70亿元,较上年增长12.16%;经营收入5,567.40亿元,较上年增长8.92%;其中,利息净收入增长12.28%,净利息收益率(NIM)2.80%。平均资产回报率和平均股东权益回报率分别为1.42%和19.74%;资本充足率和核心一级资本充足率分别为14.87%和12.12%。建设银行方面称,基于良好的业绩,

董事会建议派发末期现金股息每股0.301元。

随着全面转型的推进,建设银行综合化经营体系基本形成,多功能服务能力显著提升。2014年,建设银行综合化经营平台建设取得新突破,非银行金融牌照保持业内领先。建信期货正式开业,养老金业务领域和政策性住房领域经批准获得重大进展。

数据显示,于2014年末,综合化经营子公司资产增长34.30%,净利润增长31.63%,子公司主要业务指标在银行系同类公司中排名领先。多功能服务能力显著提升,通过资产管理、投行和子公司的综合化服务,为客户解决融资需求1.04万亿元;信用卡累计发卡量突破6,500万张,新增发卡、新增商户、消费交易笔数等核心指标保持同业领先;债券承销金额和收入连续四年保持市场居首;投资托管规模增长38.06%,新增证券投资基金托管只数、首发份额,以及企业年金养老金托管产品规模市场领先。

而稳健的业绩增长背后,是建设银行强化全面风险管理,以及对于风险底线的牢牢坚持。建设银行2014年年报数据显示,截至2014年末,建设银行不良贷款率为1.19%,拨备覆盖率222.33%,减值准备对贷款总额比率2.66%。建设银行相关负责人表示,2014年,在经济结构调整力度加大的背景下,建设银行牢牢守风险底线,推动全面风险管理覆盖至境内外分支机构和子公司,风控工作从“非常措施”向常态化管理转型。开展内控评价,深化风险分析与预警,大力倡导合规文化,向注重事前防范的全流程管控转变,完善全面风险控制责任制,并加大重大风险项目和不良贷款处置,实现了资产质量控制目标。

国家战略带来转型机遇

作为国有大型商业银行,建设银行始终把服务国家发展战略放在首位,与国家经济发展“共进退”,积极参与“一带一路”、自贸区建设、京津冀协同发展、长江经济带建设等国家发展战略的实施。中国建设银行行长张建国表示,“一带

一路”战略的实施,给建设银行带来十个方面的发展机遇:从基础设施建设、交通运输网络建设,到特色优势产业、能源产业发展;从产业转移、现代服务业发展,到农业现代化建设、海洋经济发展;从国际经贸合作,到跨境人民币市场需求等,都为银行综合化经营、多功能服务、集约化保障,提供了崭新的市场。

就在4月9日,首届丝绸之路经济带投资推介会在西安举行。记者从建设银行获悉,该行将集全行之力,服务陕西城市群及城市基础设施建设、油气管网及基地建设、电网及通信网络建设以及重点水利工程等。加大对特色优势产业的支持力度,助力现代农业发展,以及生态环境保护。同时,将重点支持优势产业走出去,电力、高铁、基础设施等行业境外承包工程、投资和出口,积极支持科技含量高和高附加值商品的出口战略,并通过境内外机构联动,为贸易企业设计从进口、运输、生产、销售、出口等综合金融服务。

中国建设银行董事长王洪章告诉笔者:“我国一带一路发展战略的实施,不仅为地方经济发展和企业‘走出去’提供了难得的机遇,也为我国银行业在新常态下转型发展带来了新的契机。”

数据显示,2014年,建设银行充分发挥传统优势,基础设施贷款新增2,714.82亿元,占公司类贷款新增的75.25%,重点投放在在建建设项目、国家重点工程、城镇化和新农村建设等领域。继续保持住房金融领先优势,个人住房贷款余额2.25万亿元,总额和新增居同业首位,房贷金融市场占比超过50%。积极拓展小微企业金融服务,大力推广助保贷等新的经营模式,以及善融贷、结算通等依托大数据技术研发的小微企业专属产品,提升小微企业服务水平。探索农村金融服务新模式,加强与供销社等涉农企业机构的跨界合作,推广手机银行、自动柜员机和销售终端等服务方式,延伸服务渠道。对于市场所关注的地方政府融资平台、房地产及产能过剩行业,建设银行严格控制信贷投放,钢铁、水泥、电解铝、平板玻璃和船舶等五大产能严重过剩行业贷款较年初压缩49.86亿元,地方政府融资平台贷款较上年减少286.38亿元。

更为重要的是,建设银行从未忘记自身的社会责任,在公益、慈善等领域也在不断努力和探索。建设银行根据“绿色银行”的中长

期规划目标,把推进绿色信贷作为践行企业社会责任的重要抓手。截至2014年末,建设银行绿色信贷余额4871亿元,节能减排效益显著;继续实施援建“建行希望小学”、“少数民族地区贫困大学生成才计划”和“贫困英模母亲资助计划”等长期公益项目,累计捐款7亿多元;2014年再次捐赠“母亲健康快车”45辆,为新疆、西藏、内蒙古等贫困乡县的妇女提供孕产妇卫生保健等医疗服务;继续开展“积分圆梦·微公益”行动,创新探索通过信用卡积分捐助公益事业发展的新途径。

抢占互联网金融“制高点”

2015年,注定是全民“互联网+”的一年,作为“大行”的建设银行加快战略转型和创新,按照“智慧、泛在、跨界”发展方向,在传统优势的基础上全面启动新一轮“互联网+”金融战略,举全行之力,抢占互联网金融“制高点”。建设银行相关负责人表示,“互联网+”的关键是“+”,而不是简单的颠覆。它的内涵是互联网与传统实业相结合,形成新的产业形态,以此促进实体经济的转型升级,进而升级整个中国的经济发展模式。因此,建设银行的“互联网+”战略,既不是颠覆金融的本质,也不是打造一个孤立于集团主业、渠道与体系之外的网络银行,而是牢牢把握以客户为中心,用互联网的思维和方法来重塑整个建设银行。要围绕“综合性、多功能、集约化”的经营战略,构建与建设银行全渠道产品和服务深度融合的全方位互联网金融体系,最终提升客户体验,为客户创造更大价值。

实际上,经过一段时间的努力和推进,建设银行在互联网金融方面已经取得丰硕成果。一



是网银、手机银行、微信银行三大渠道建设业内领先。目前建设银行电子渠道应用水平进一步提升,电子银行和自助渠道账务性交易量占比达88.03%,较上年提高2.63个百分点;网银客户1.82亿户,增长19.10%;手机银行客户1.47亿户,增长25.98%;微信银行客户数达1,400万户。二是“善融商务”和“悦生活”两大生活服务平台迅猛发展。在业内率先推出“善融商务”平台,积极地推进以商促融的平台战略;“悦生活”便民服务平台经过三年的发展已经成为建设银行民生服务品牌。三是缴费支付、投资理财和信贷融资三大互联网产品线不断完善。2014年建设银行互联网支付交易额达20271亿元,在支付宝、铁路客运(12306)等重点支付商户市场份额同业领先。七成的理财产品、六成的基金、近百分之百的账户贵金属通过互联网渠道销售。基于网络信用和交易记录创新推出“善融e贷”、“快速贷款”等网络贷款产品。四是智能技术应用卓有成效。建设银行启动实施大数据挖掘的顶层设计,构建企业级数据模型,实现数据集中管控和治理,为各项业务利用数据资产开展精准服务;率先在生产环境实现“金融云”,提升业务处理敏捷性;在微信、短信及网络渠道推出机器人智能客服。2014年智能客服自动应答量达到7574万人次。

