

上市公司掀起IP产业投资热潮

□本报记者 徐金忠

上市公司近期掀起影视、游戏乃至IP(知识产权)产业的投资热潮。仅8月以来,就有华谊兄弟、大洲兴业、皖新传媒、中文在线等上市公司在影视文化、游戏产业等领域布局。在电影院线暑期强档、游戏动漫持续走热等因素影响下,大IP产业受到资本青睐,“钱途”光明。

梳理重金布局IP产业公司,此前产业大多与影视文化、游戏娱乐等相关。在大IP产业中,公司玩转的是产品价值的衍生与深度开发。此外,还有部分上市公司跨界杀人。目前IP产业玩法不断变幻,相关公司都面临着如何持续挖掘产业价值的压力。

抢食IP“香饽饽”

影视文化、游戏娱乐等行业近期火爆。统计数据显示,2015年上半年,中国电影票房共计2024.4亿元,同比增长48.9%,其中国产影片票房86.7亿元,同比增长31%。进入暑期,优质内容结合国产片保護政策,国产电

影票房卓越。同样,中国游戏产业营业收入在2014年超过1100亿元,今年上半年,游戏市场销售收入605.1亿元,同比增长21.9%。另外,IP衍生产业产值迅速膨胀。据业内人士介绍,IP产业的盈利模式不同于传统产业,其盈利空间也比外界想象得更大。申万菱信认为,IP产业作为市场自发形成的新主题,将持续成为一个重要的投资机会。

产业“大蛋糕”自然引得资本源源不断进入。8月12日,皖新传媒公告,公司将与六六传媒合作投资拍摄影视剧《女不强大天不容》,该影视剧制作总预算为1.2亿元,公司作为该剧的制作方和发行方,投资3600万元,占股30%。皖新传媒表示,此次投资是公司启动金牌文化IP战略的第一步。此前,大洲兴业则公告,全资子公司大洲影视投资4399.8万元,用于莫言文学作品《藏宝图》改编电影项目。受此前部分公司参与《道士下山》、《小时代4》、《煎饼侠》等影视作品的“财富效应”鼓舞,上市公司在影视文化领域“舍得花钱”。据悉,华谊兄弟与美国STX的首部合作影片《礼物(The Gift)》8月7

日在北美上映后,3天票房已达1185万美元。

部分上市公司玩转IP花样更多。中文在线8月10日公告,拟定增募资不超过20亿元,其中9.7亿元投入基于IP的泛娱乐数字内容生态体系建设项目,公司后续将全程参与作品版权改编的各个环节,初步形成“泛娱乐”生态系统。高举IP全产业链大旗的华谊兄弟则从IP孵化、影视IP、游戏内容等领域深度切入,华谊兄弟近期与360游戏就2016年度巨制《封神传奇》达成IP合作。

应对产业新变化

IP产业现在的竞争格局是,传统影视公司积极布局互联网娱乐领域,进入游戏、在线发行、粉丝社区等热点领域;互联网巨头向内容领域扩张,重新整合影视、文学和动漫产品线,拓展IP全产业链。后续进入者要看看自己是否有竞争优势”,兴业证券分析师认为。

观察目前上市公司涉足IP产业的情况可以发现,行业的“马太效应”正在急剧显现。华谊兄弟、光线传媒、华策影视三家制作

及发行公司对电影影视等涉足更深,同样对影视衍生的粉丝经济、游戏产品等更早的涉足并抢先占据了市场。华谊兄弟上半年业绩预告显示,影视娱乐、互联网娱乐等板块业绩同比增长不少。另外,互联网巨头们在IP产业占据着模式灵活、渠道多样等的优势,IP产业的核心在与互联网等的结合,互联网巨头们在网络文学、影视、游戏以及品牌效应、粉丝经济等方面的优势不言而喻。

具备资源和业务基础的上市公司更容易与IP产业衔接。如大洲兴业此前的主业包括电影和影视节目制作、发行等,而皖新传媒从出版发行业务等“上攻”IP产业也有其业务基础。而一些跨界进入者,更需要适应全新的业态和模式。此前,曾有新朋股份、禾盛新材等公司跨界影视,中技控股、德力股份等跨界游戏等。查阅资料发现,上述公司原有业务与影视文化等差异相当大。上述分析人士认为,在文化娱乐进入“IP时代”后,玩法全面更新,IP生态链需要参与者更有广度和深度地参与其中,对产业链的价值挖掘等创新模式层出不穷,进入者需及时应对这些新变化。

奥飞动漫揽入“有妖气”动漫平台

收获“动漫IP金矿”

□本报记者 黎宇文

动漫原创网络平台“有妖气”将被奥飞动漫揽入麾下。8月12日,奥飞动漫在北京举行发布会,宣布拟通过“现金+股票”的方式以9.04亿元的价格收购“有妖气”母公司四月星空100%股权。交易完成后,“有妖气”平台拥有的所有漫画IP将尽数纳入奥飞动漫旗下。

奥飞动漫高级副总裁陈德荣指出,“有妖气”平台上的IP和内容创意,与奥飞动漫整体平台结合后,可以创造更大的商业价值。借助这笔交易,可将奥飞IP延伸到全年年龄段,内容更为丰富,强化奥飞创意内容的领先优势。

三年将推出20部电影

作为国内最大的动漫独立原创平台,“有妖气”汇聚了上万名漫画家与近千万读者,超过20000名漫画家常驻创作,拥有

40000部以上连载漫画产品,注册用户超过500万人。

“有妖气”创始人周靖淇透露,并入奥飞后,将保持独立运作,在资源、资本上将得到奥飞的支持,大力把原创动漫平台做强做大。将打造全新的收入体制,为动漫作家提供更好的收入保障。同时,提供更丰富的动漫开发平台,使动漫产品发挥最大价值。接下来还将成立妖气影业和妖气剧业,在电视、电影、动画投入更多的精力。

近期,“有妖气”平台的原创国漫IP《雏蜂》将登陆日本,成为中国动漫“逆输出”日本的第一例。“有妖气”平台发掘的《十万个冷笑话》的同名漫画、动画片的网络点击量均超20亿人次,其同名电影是中国三十年来票房回报率最高的电影之一。

在IP的影视开发方面,“有妖气”的人气作品《端脑》、《镇魂街》、《雏蜂》将拍成真人电影,由奥飞影业、妖气影业、剧角影业

和美国451集团联合打造,三个作品投资都将过亿元,并将在全球范围进行品相开发。

周靖淇表示,并入奥飞后,“有妖气”计划在未来三年出品20部电影,15部电视剧,超过50部游戏等。同时,将与更多合作伙伴一起建设更完善的版权管理系统。

“相对于此前公司花5亿多拿下喜羊羊与灰太狼的版权,此次9亿获得了有妖气的所有IP,应该是一笔很划算的买卖。同时也彰显了奥飞动漫自身的平台价值。”业内人士分析。

泛娱乐产业布局成形

周靖淇称:“此前有很多公司向我们伸出了橄榄枝,包括影视公司、文化集团等。但我们认为动漫是一种特有的文化,只有对其理解,才能真正用好,奥飞是最合适的一个。”

实际上,周靖淇看中的是奥飞动漫此前在IP运营上的成功经验。经过20多年的发展

奥飞动漫从授权到原创,从制造到围绕IP进行泛娱乐全产业链开发,已积累众多高知名度的IP群,包括“喜羊羊与灰太狼”、“铠甲勇士”、“巴啦啦小魔仙”、“火力少年王”等。

对于“有妖气”规模庞大的优质IP,奥飞动漫已做好了其运营及开发的体系准备。这得益于奥飞动漫近几年在游戏、影视、消费品和流量入口方面的全方位布局。

近几年,奥飞相继并购或参股了包括出品《雷霆战机》的爱乐游,出品《魔天记》的方寸游戏,出品《撸时代》的攀塔工作室,国内流量排一二位的手机漫画平台卡和魔屏,轻小说原创网站SF轻小说,娱乐影视方面的好莱坞摄政娱乐和451集团等,初步实现了产品、人口、内容和平台的全覆盖。

“有妖气”平台上的版权作品既可以通

过奥飞动漫全产业链运作及授权渠道实现变现,也可以搭载奥飞泛娱乐平台上的成熟资源,实现品牌增值。

中国网安董事长李成刚

打造信息安全旗舰企业

□本报记者 傅嘉

中国电子科技网络信息安全有限公司(简称“中国网安”)成立后,对于未来的业务走向以及行业发展,中国网安董事长、中国电子科技集团公司(CETC)第三十研究所所长、卫士通信息产业股份有限公司董事长李成刚在接受中国证券报记者专访时表示,提供信息安全整体解决方案,是中国网安的业务特色。当前我国信息安全得到极大重视,资本对信息安全产业建设的推动作用也越来越大。对于卫士通刚刚发布的增发方案,李成刚表示,卫士通作为中国网安旗下唯一的上市公司,将发挥资本平台作用,打造我国信息安全旗舰企业。

提供整体解决方案

中国证券报:中国网安的成立,是我国信息安全产业划时代的大事件,中国网安的基础架构怎样?在我国信息安全产业建设中承担什么作用?

李成刚:中国网安是CETC重点打造的网络安全信息子集团,通过整合中国电科相关资源,建设网络安全信息的技术、人才和产业高地,支撑国家网络空间安全战略,引领技术创新,推动产业发展,整合的资源主要有中国电科三十所(旗下拥有上市公司卫士通)的网络信息安全核心资源;中国电科三十三所的电磁频谱安全、轨道交通安全资源;中电科技(北京)公司计算机可信固件方面相关资源等。在中国网安的业务将覆盖由信息安全向物理安全、频谱安全等领域延伸,提供行业整体解决方案。

中国网安要成为国家网络空间安全的捍卫者,定位于中国信息安全旗舰企业国际知名的信息安全技术、产品、服务提供商,国际领先的全生命期高安全级信息系统供应商,成为国家网络空间战略安全的核心力量。

架构层面,中国网安目前拥有11个职能部门;云计算与大数据事业部、工控安全事业部、网络监测预警事业部、移动互联网事业部、电磁防御事业部五个事业部;30和33两个研究所;一家上市公司卫士通;此外,还有三零卫士、国信安、三零凯天等10家子公司。未来中国网安将联合地方政府、其他央企以及社会资本成立产业基金、创新工场、网安研究院等投资和产业孵化部门。

信息安全投入继续加大

中国证券报:如何理解当前形势下的网络安全?

李成刚:网络空间是与陆、海、空、天并列的第五维空间。《中国军事战略白皮书》提出,网络空间是经济社会发展新支柱和国家安全新领域,要提高网络空间态势感知、网络安全,遏制网络空间重大危机。

网络空间涉及国家利益,包括国防安全、社会稳定、经济发展和科技进步等方面。网络空间的实体是信息技术基础设施构成的相互依赖的网络,包括计算机、通信网络系统、信息系统、嵌入式处理器、控制器以及其中的数据。

中国证券报:当前中国网络空间的环境如何?

李成刚:宏观层面,网络空间已成为国家“新疆域”,网络攻击成为现实的安全威胁。“棱镜门”事件爆发,引发全球信息安全热潮,网络安全提升为国家战略,政策进一步加码,经济环境层面,“互联网+”造就安全引领的信息技术大市场;国家信息安全投入继续加大。

技术环境层面,国产自主信息安全产品替代需求强烈;云计算、大数据、移动互联网等新技术兴起,与安全技术日益融合;安全产品日益功能化、集成化、平台化。此外,XP停止服务、“心脏流血”、“震网病毒”等多起网络安全事件威胁着我国社会、经济稳定;移动信息化、社交网络等突飞猛进,社会日益重视信息安全;企业/个人的信息安全需求由被动转为主动。

中国证券报:网络安全已经得到了国家层面的空前重视,未来网络安全的发展趋势如何?

李成刚:中央网络安全和信息化领导小组成立,《国家安全战略纲要》获得通过以及国家安全法的发布,显示出最高层在国家安全政策顶层设计的意志。各部委、各行业主管部门以及各级政府也陆续出台相应政策及办法,落实国家安全战略。

Gartner预测,未来信息安全将突出云、移动性、整体方案交付与服务等特性。到2015年,大约10%的IT安全企业级产品功能是在云中交付,到2016年,移动网络、云、社交和信息的日益普及将推动新安全技术的采用。

从2017年开始,移动安全将普及到各种

移动用户平台当中。到2018年,超过半数的企业机构将选择专注于数据保护、安全风险管理以及安全基础设施管理的安全服务公司,以增强安全保护措施。

发挥资本平台作用

中国证券报:作为中国网安唯一的经营主体和资本运作平台,卫士通的技术以及在中国网安中将起什么作用?

李成刚:卫士通是国内首批获得商用密码科研、生产、销售许可证资格的单位之一,2005年首批获得国家保密局颁发的“涉密信息系统集成”甲级资质,2008年获得国际软件“能力成熟度模型集成”(CMMI)三级证书,2014年获得“计算机信息系统一级资质”。卫士通完成的数百个重大安全集成项目中,既有安全需求最高、评测标准最严格的等分级保护项目,也有与国计民生关系紧密的“十三金”工程以及奥运会、世博会等国家重大事件的信息安全保障工程。

基于技术领先优势和行业领导地位,卫士通参与了大量国家信息安全行业标准的制定。卫士通是中国信息安全产业协会、中国云计算产业联盟、成都市物联网产业联盟等行业协会的理事长单位;是国家商用密码应用技术总体工作组秘书处单位,云计算密码应用技术体系、商用密码技术基础设施、IPTV商用密码应用技术体系等专项工作组的组长单位以及电子标签应用技术、电子交易密码应用技术、物联网安全等专项工作组的成员单位。卫士通公司参与了国家信息安全标准体系、信息安全产品认证管理、电子政务认证基础设施、可信计算、RFID电子标签、国家等級/分级保护、云计算安全、智能电网安全、物联网安全、三网融合安全等重大热点领域支撑国家主管部门和行业用户进行标准和行业规范的拟制。

卫士通作为中国网安旗下唯一的上市公司,将合理发挥资本平台作用,助力中国网安在严峻的国家网络安全形势下,承担央企责任,打造我国信息安全旗舰企业。同时,基于雄厚的技术积累,响应国家战略,提升承担国家重大安全项目的能力,切实满足国家信息安全发展需要。

自2008年8月在中小板上市以来,卫士通业绩较为稳定,市值持续增长。截至2015年7月15日,卫士通流通市值为366.78亿元。卫士通

在巩固商用密码技术的核心竞争优势的基础上,延伸产业链条,服务政府、军工、金融、能源等关系国计民生重点领域,信息系统全生命周期安全集成与服务。

中国证券报:卫士通的30亿定增方案对上市公司以及中国网安未来发展有何意义?

李成刚:卫士通此次非公开发行募资主要用于信息安全行业解决方案创新中心项目;新型商用密码系列产品产业化及国际化项目;安全智能移动终端及应用服务产业项目;国产自主高安全专用终端项目;面向工业控制系统和物联网的系列安全芯片项目等与中国网络安全密切相关的重大项目。

卫士通目前客户主要包括政府、军队、军工、金融、电力、能源、运营商以及大中型企业。2015年1月,卫士通投资1亿元在北京成立了全资子公司,进一步优化公司的业务体系与营销体系,建立完善了全国立体营销管理体系。本次非公开发行的核心目的,就是基于卫士通北京子公司,建设信息安全行业解决方案创新中心,强化大行业解决方案顶层策划,为特定客户应用性研发,强化行业深度互动,提升产品开发和服务水平,实现由产品提供商向行业整体解决方案提供商转变。

卫士通作为网络安全领域的“国家队”,制定了“安全化、智慧化、资本化、国际化”的四化发展路线。2014年12月,卫士通整合了三十所下属的三家子公司,初步打造了从密码算法、芯片、板卡、设备、平台、系统到方案、集成、服务的完整产业链,紧密围绕商用密码技术、网络安全、终端安全、数据安全、应用安全、内容安全和管理安全,努力构建技术先进、功能完善、种类丰富的齐套产品线,进一步增强了系统安全能力,扩展了安全手机、安全芯片两个新的业务领域。本次非公开发行募集资金,投向全部与未来发展战略密切相关,募投项目的实施将进一步完善卫士通产业布局,提高整体技术水平及核心竞争力。

募集资金到位后,卫士通的净资产将增长2.5倍。投资项目全部建成达产后,预计将给卫士通新增销售收入26亿元,在2014年收入基础上增加200%,新增净利润约5.4亿元,较2014年增长300%。卫士通的产品体系更加完善、技术实力将得到显著提高,尤其是北京行业安全解决方案创新中心的建设,将改变公司发展模式,进一步打开未来成长空间,促进我国信息安全产业发展。

龙头房企 前7月销售业绩保持增长

□本报记者 李香才

8月以来,万科、恒大地产、保利地产、金地集团、招商地产等大型房企陆续披露7月销售数据。尽管楼市已步入白银时代,但是龙头企业的业绩增长并未放慢,万科、恒大地产今年前7月的销售金额更是超过千亿。品牌房企对重点城市优质地块的热情不减,7月,北京、上海、苏州等地均现激烈的土地竞拍,高溢价频现。多数房企在年初设定了全年的销售计划,一些销售不及预期的公司下半年将加大推盘与销售力度以保证全年业绩完成。

万科恒大销售额过亿

根据万科披露的数据,2015年7月份公司实现销售面积181.5万平方米,销售金额238.5亿元。2015年1-7月份公司累计实现销售面积1084.1万平方米,销售金额1338.1亿元。对比2014年同期数据,7月销售金额同比增长79%,1-7月销售金额同比增长17%。

恒大地产7月实现销售额141亿元,同比增30.6%。1-7月实现销售额1012.1亿元,同比增长26.3%。在销售面积方面,恒大地产7月销售面积179.6万平方米,同比增长18.8%;前七月销售面积1317.4万平方米,同比增长16.5%。据介绍,这已是恒大今年第6次、连续5个月,单月销售额破百亿。由于稳定而强劲的销售,恒大地产仅用7个月销售额就跨过千亿门槛,创其历史同期最高销售纪录。恒大地产已完成1500亿元年度目标的67.5%。

此外,保利地产、金地集团、招商地产的均披露7月销售数据。保利地产今年7月实现签约面积9312万平方米,同比增长51.39%;实现签约金额96.63亿元,同比增长46.05%。1-7月,公司实现签约面积667.86万平方米,同比增长20.09%;实现签约金额857.05亿元,同比增长19.44%。

金地集团7月实现签约面积32.6万平方米,签约金额56.6亿元。1-7月累计实现签约面积205.0万平方米,累计签约金额268.9亿元。对比2014年同期披露的数据,7月签约金额同比增长117%,1-7月累计金额同比增长37%。

招商地产2015年7月实现签约销售面积19.43万平方米,同比增加49.23%;签约销售金额37.43亿元,同比增加84.02%。1-7月,公司累计实现签约销售面积176.10万平方米,同比增加30.60%;签约销售金额243.03亿元,同比增加21.92%。

截至目前,万科与恒大地产前7月销售额均已破亿元。有观点认为,目前市场刚性需求仍旺盛,进入下半年销售旺季,万科、恒大地产等大型房企将进一步拉开与同行的距离,“万恒争霸”格局将巩固。

重点城市土地市场活跃

在公布7月销售情况的同时,部分房企还披露了近期新增项目情况。万科近期新增6个项目,分别为莆田市荔城区玉湖新城启动区三期项目、上海嘉定安亭新镇项目、无锡万迪动力项目、南通公园里项目、南昌青山湖区广电165亩项目、贵阳云岩三桥项目。前两个项目须支付地价款较大,分别为4.66亿元和6.52亿元,万科拥有权益比例分别为75%和40%。

招商地产近期新增1个项目,为句容国际E城项目。该项目位于句容市宝华镇宝四路东侧,纬九路南侧,用地面积为70430平方米,成交总价为8772万元,公司控股子公司招商局置业有限公司拥有该项目70%权益。招商地产称,未来公司可能就部分项目引入合作者。

金地集团近期新增加项目包括苏州市高新区何山路地块和大连汇泉路D3地块。苏州市高新区何山路地块项目占地总面积64717平方米,需配建17550平方米保障性住房。金地集团子公司金地商置集团有限公司拥有该项目100%权益,须支付土地成本8.3亿元。

根据中国指数研究院数据,7月,全国300个城市共推出土地2661宗,环比减少14%,同比减少26%;推出土地面积8702万平方米,环比减少21%,同比减少29%。全国3