

数字营销领域并购潮有望延续

□本报记者 王荣

数字营销将扮靓营销服务行业2015年业绩。省广股份预计,2015年度净利润增长20%至40%,思美传媒预计净利润增长10%至60%。因为看好良好的市场前景,众多上市公司争抢数字营销标的,以转型数字营销领域。业内人士表示,当前行业内公司小而散,这些特点将致使数字营销领域将经历持续并购,并需要在流量和大数据能力上构筑门槛与互联网巨头形成差异化竞争。

业绩爆发

数据显示,营销服务行业2015年前三季度收入为83.89亿元,同比增长30.53%;净利润为5.18亿元,同比增加17.13%;毛利率为21%,与去年同期持平,数字营销行业保持高景气度。

上市公司中,腾信股份前三季营收增长64.75%,净利润增长49.95%。省广股份公司前三季度营收及净利润分别同比增长51.65%及40.25%,主要是收购标的雅润文化2014年底并表增厚业绩。

数字营销的业绩爆发仅是开始。在传统广告营销领域,媒体采购、广告代理以及公关代理构成了营销服务公司的三大主要业务。三者在业务定位、销售对象和核心竞争力上有着相对清晰的业务划分,因此出现了专业化的媒体代理公司、广告服务公司和公关代理公司。

由于在线媒体的多样化和碎片化,以及渠道和交易成本的下滑,使得媒介资源的垄断性大幅下滑,产业链得以缩短,媒体代理和广告服务公司的业务趋于融合,公关服务也逐步被互动营销所取代。提供一体化服务的数字营销服务公司正成为市场主流。

“新型消费模式下,数字营销行业迎来黄金发展期,三年后规模有望达到4000亿元。”中信证券传媒分析师指出,消费升



CFP图片

级,“娱乐化”的消费模式催生数字媒体需求,越来越多的广告资源向数字营销领域倾斜;政府层面对广告行业新技术的支持鼓励、对行业标准的规范、对发展初期业内乱象的引导和净化,都将为互联网广告行业的发展营造更加宽松健康的市场环境。

并购潮起

正因为看到巨大的市场前景及良好的盈利能力,众多公司争抢数字营销标的,以转型数字营销领域。

LED封装企业万润科技收购日上光电,开启了向数字营销领域的转型步伐;今年11月份收购亿万无线,进军移动端广告市场;收购鼎盛意轩,布局垂直领域搜索服务;参股博图广告,涉足女性垂直行业互联网全案营销。

此外,龙力生物10亿元并购切入数字营销领域;利欧股份拟发行股及现金支付以总价7.54亿元收购智趣广告100%股权,拟以自有资金4200万元增资医疗数字营

销龙头热源网络,同时以自有资金4200万元受让热源网络现有股东的部分股权,交易完成后公司将共持有热源网络20%股权。麦达数字(原实益达)于2014年起就开始谋求由电子行业向数字营销行业转型,2015年5月增资友讯数码,7月收购顺为广告、奇思广告、利宣广告各100%股权,12月更名为“麦达数字”。

众多数字营销公司涌现,但并未出现真正的龙头企业。猎豹移动CEO傅盛表示,数字营销公司的商业模式实质是“买流量与分发争取差价”。但目前大量的流量主要掌握在互联网巨头手中,数字营销公司只能搜集散落在大型互联网平台以外的流量,进行大数据分析处理。这就注定目前数字营销的公司规模相对较小、而且较为分散。

“很多独立的数字营销公司都被收购。”傅盛介绍,猎豹移动以及谷歌等都在收购第三方独立的精准营销公司,这主要是为节约时间,增加业绩。独立的数字营销公司需要较强的大数据挖掘和处理能力,

单纯创业公司很难完成,除非拥有大量的自有流量。

业内人士指出,持续并购是数字营销做大做强规模的重要途径,未来数字营销行业将出现频繁的并购。

“持续并购,实现外延式增长。”麦达数字表示,通过并购切入到企业级营销服务市场,累积大量企业级数据和消费者数据,为下一步向CRM、在线客服、整合效果营销等企业级SaaS服务延伸奠定基础。

差异化发展

“与国外相比,国内数字营销领域整体比较落后。”傅盛指出,独立数字营销公司壮大需要有流量还需要大数据系统。当广告主们需要进一步扩大影响力,或者承担不起优质媒体时,精准营销成为广告投放的关键。

当前消费品已由“渠道为王”时代晋级到社交媒体主导的“IP为王”时代。随着移动消费的碎片化,品牌长尾化、小众化趋势越发显著。多屏互动的精准化、个性化、定制化营销广告推送应运而生。

东方证券分析师指出,在相当长的一段时期内,充分商业化和规模化的大数据应用就在基于互联网的精准营销广告领域。未来围绕大数据价值链的新技术平台和服务企业将投入加大,比如数据和算法优化、数据管理平台。傅盛介绍,Facebook基于大数据系统开发精准广告投放,为公司带来了业绩的持续增长,“有信息的广告用户愿意看。”

上述东方证券分析师指出,大数据技术的分析处理能力是推动整个精准营销的主线。百度与淘宝广告营收占整体网络广告市场份额比重大达56.2%,腾讯的信息流广告也发力在即,BAT的布局直接影响到相关公司在产业链中的地位和发展空间。要实现与BAT的差异化发展,需要在市场集中度尚低的移动端DSP发力,并强化第三方DMP技术,同时围绕相关BAT产业链布局。

降低汇率波动风险 东方航空偿还10亿美元债务

□本报记者 官平

进一步优化公司债务结构,实现公司美元负债比例达到合理水平。

目前公司正在积极推动150亿元定向增发项目,目的之一就是优化债务结构。如定增募集资金到位,东航的负债率有望降低到75%以下,而美元负债有望进一步降低。

力星股份

拟定增募资5.7亿加强主业

□本报记者 王维波

具体发行价格根据市场情况确定,所有发行对象均以现金方式认购本次发行的股份。本次发行不会导致公司控股股东和实际控制人发生变化。

根据公告,力星股份致力于精密轴承钢球的研发与销售,逐步形成国内高端轴承钢球领域的核心优势和领导地位。通过本次非公开发行募集资金,公司将进一步拓展产品,推进“国际化”战略,形成新的利润增长点,并为公司未来升级奠定基础。

浙富控股签4.54亿元供货合同

□本报记者 欧阳春香

年6月开始交货,预计到2018年4月交货完毕。

公司表示,在合同生效后,公司将按照交货进度安排生产并按建造合同法确认销售收入。该合同总金额约占公司2014年度营业收入的66.16%,按三年交货期安排平均占2014年度营业收入的22.05%,预计将增加公司2016年-2018年度的销售收入和净利润。

供需矛盾难改

钢价持续上涨动能不足

□本报记者 李香才

根据中国钢铁工业协会统计,2015年1-11月我国粗钢产量7.39亿吨,同比下降2.2%;12月上旬钢协会员单位粗钢日产157.80万吨,环比减少2.77万吨;重点钢铁企业库存为1434万吨,环比减少4万吨,钢厂产量总体呈缓慢下降态势。

持续上涨动能不足

据了解,当前市场价格已经超出一些终端客户接受能力,钢材流通多是在贸易商之间。报春钢铁网分析认为,因下游需求疲弱,供应减少也无法有效提振价格,钢价大涨之后观望情绪随之而来,补货表现明显放缓。预计市场在供需两弱情况下,理性回调是必然,但涨幅难以完全回吐,短期价格会在相对高位震荡运行。

对于后市,乐威认为:“从供应方面来看,预计钢价上涨很快会刺激部分前期停产检修的高炉恢复生产。这波小行情很快会被供给的大潮吃掉。需求方面,年关将至,淡季下游开工收缩,市场没有强劲的钢材需求。”短期内钢材价格在供需两端都不具有持续上涨的动能,预期后市钢材价格不会有大的上升空间,走稳或震荡测试底部是大概率事件。

中国钢铁工业协会分析指出,随着钢铁行业亏损加剧,钢厂产量连续降低,后期供给压力有望缓解,但真正的供需关系改变需较长过程。随着春节临近,市场需求淡季明显,北材南下增多,社会库存将快速上升,预计1月份钢材价格先扬后抑,后期将再次进入下降通道,但价格低点将高于去年12月份。

兰格钢铁网资讯中心总经理马力表示:“2016年1月和2月,出口受阻再加上价格上涨后刺激部分企业复产,国内钢材供应量将会增加,原先供应紧张、国内资源短期供不应求的情况将有所转变,很可能导致价格走势再次发生逆转,前期涨幅较高的品种价格可能出现较大幅度下滑。”

拟更名为海航基础

海岛建设转型基础设施开发运营商

□本报记者 蒋洁琼

海岛建设日前发布重组方案,拟合计作价260亿元收购基础产业集团全部股权。业内人士认为,作为海航基础产业的资本运作平台,海岛建设在海南省占有优势,公司转型后业绩可期。为避免同业竞争,未来海岛建设或剥离原有的商业零售资产。

转型后业绩可期

海岛建设此前公告称,拟将公司名称由“海南海岛建设股份有限公司”变更为“海南海航基础设施投资集团股份有限公司”,以体现未来的发展定位。

海岛建设重组后将转型成为基础设施项目投资开发与运营商,业务范围包括地产业务投资与开发、机场投资运营管理,并将涉足港口码头、公/铁路网、管网、能源、综合交通枢纽、人工岛礁、海上保障基地等业务领域。

据了解,基础产业集团正在开发海口南海水明珠生态岛,拟填海造地面积约3900亩,建

低于48亿元。

解决同业竞争问题

截至2015年11月30日,海岛建设的控股股东为海航实业,实际控制人为慈航基金会。本次重组完成后,不考虑募集配套资金,基础控股将持有公司22.49亿股股份,占交易完成后总股本的84.18%,慈航基金会将合计持有海岛建设89.96%股权。而慈航基金会为海航集团实际控制人。

业内人士认为,海岛建设作为海航基础产业的资本运作平台,在海南省占有相对优势,有望参与建设南海海上救援基地以及相关政府市政改造建设项目等。

海岛建设表示,在当前国家大力建设“国际旅游岛”、着力打造“21世纪海上丝绸之路”等有利政策环境下,公司将充分发挥作为海航集团成员单位所独具的资源优势、品牌优势、区位优势,致力于打造成为国内领先、国际一流的基础设施投资运营管理商,并助力海南岛建构“海上丝绸之路”战略支点。

目前,海航旗下参、控股共有8家A股上市公司,下属控股上市公司间的同业竞争不容忽视。本次交易,海航集团、海航实业、基础控股已出具关于避免同业竞争的承诺。

如本次重组成功,海岛建设将从百货零售企业转型为基础设施运营商。公司人士表示,海航集团整合其基础产业相关资产并注入上市公司,表明了海航集团对于公司的定位调整。

未来海航集团商业百货和超市业务将以西安民生为主,并将西安民生作为整合海航集团及其控制的商业百货和超市业务资源的唯一主体。

公司表示,海岛建设最近三年商业收入占其总收入的比重维持在85%以上,商业资产为海岛建设的核心资产;海航集团将积极推动海岛建设的业务向非商业零售业务转型,有效解决上市公司与西安民生之间的同业竞争问题。本次重组后,公司将着力进行资产整合,同时继续加大工程代建管理业务的投入和布局。

泰禾集团深耕一线城市

□本报记者 费杨生

在去库存的房地产行业大势下,泰禾集团明确了未来一段时间的发展思路。泰禾集团董事长黄其森表示,看好中国房地产市场的长远发展,特别是一线城市和沿海经济活跃地区。泰禾集团将坚持房地产主业的核心地位不变,“扎根福建本土,深耕一线城市”。此外,集团公司将在医疗健康、文化产业领域加大投入力度,推进转型。

重点布局一线城市

黄其森表示,依然看好一线城市、二线城市核心城市房地产市场,泰禾的战略就是在上述城市重点布局。“除了福建大本营外,泰禾集团70%以上的货值集中在北京、上海等一线城市。未来将择机继续加码一线城市

的土地储备和项目开拓。”

2015年12月,泰禾集团以57亿元竞得深圳宝安尖岗山片区两宗地块,正式落子深圳,基本完成了在一线城市的战略布局。黄其森说,相比于两年前在土地市场的激进,泰禾2015年拿地非常审慎,除了在杭州的一块地,其他地块均在京沪深。

在住宅领域,泰禾一直主打“院子”高端品牌,目前已在北京、南京、江阴、杭州、福州、厦门以及深圳7个城市布局了10座院子。在商业地产领域,泰禾力推“泰禾广场”。2015年12月,福州东二环泰禾广场开业。黄其森表示,泰禾在福建先后开发了5个泰禾广场,其中3个已经开业。“形成了涵盖商业地产开发、产品设计、招商、营运、酒店管理、智能支付等领域,独具特色的商业地产团队,具备了走出福建、走向全国的能力。”

加快多元化转型

未来,泰禾集团将架构除地产之外的金融、健康、文化等新的产业集群,打通产业链壁垒,提供“全产业链闭环服务”。

2015年,泰禾围绕大金融产业做出了多项战略投资,完成了金控平台的搭建等多项举措,为下阶段的产业延展铺设了快车

道。资料显示,2015年5月,泰禾集团宣布参与发起设立海峡人寿,宣布与控股股东泰禾投资共同投资,在福建自贸区平潭片区设立泰禾金控。目前,泰禾集团是东兴证券的第三大股东,同时还参股福州农商银行,泰禾投资则为福建海峡银行的第二大股东。

黄其森介绍,集团公司2015年收购了一家美国肿瘤治疗机构,计划在国内六七个核心城市开设泰禾的医院。需要注意的是,这些投资属于集团层面,不涉及上市公司平台。此外,泰禾将以院线为切入点,加大文化产业投资力度。

对于房地产业去库存态势,黄其森认为,房地产库存过大是多年积累的结果,主要在三四线城市,而目前人口向大城市、中心城市转移的趋势短时期很难改变。多元化是泰禾集团未来转型发展的路径,但房地产主业的核心地位不会改变。

对于房地产业去库存态势,黄其森认为,房地产库存过大是多年积累的结果,主要在三四线城市,而目前人口向大城市、中心城市转移的趋势短时期很难改变。多元化是泰禾集团未来转型发展的路径,但房地产主业的核心地位不会改变。

卫星石化拟参与米多财富B轮融资

□本报记者 欧阳春香

9.59%的股权。

米多财富管理有限公司成立于2014年9月,旨在打造独立理财顾问创业平台,通过运用互联网技术,减少金融产品流通环节,将更多获利空间留给投资人和理财顾问。

公司表示,此次投资的目的在于促使公司产业经营和金融资本运营达到良性互补,

通过跨界融合进一步提升未来的盈利能力。此次对外投资是公司积极响应国家“互联网+”号召,在互联网金融领域的积极探索。

同时,通过此次投资,公司还将积极探索“互联网+”与公司目前主营业务的潜在的协同效应,如供应链金融、化学品互联网信息等方面,以进一步提升公司的综合竞

争力。

卫星石化称,米多财富已经形成了完整的体系和平台,业务正处于快速增长阶段。对比行业内的互联网金融其他企业,其业务不属于P2P,而是创新型的财富管理,参考国外独立财富管理的成熟市场,可以预见未来具有相当的发展空间。