

把握“一带一路”机遇

多家传媒公司海外业务快速增长

□本报记者 蒋洁琼

73家公司去年净利增长

Wind数据显示，截至4月20日，申万传媒行业上市公司已有64家披露2016年年报，27家披露业绩快报。在上述91家公司中，73家公司2016年实现归属于上市公司股东的净利润同比增长。

其中，深大通、北京文化实现归属于上市公司股东的净利润增速在20倍以上。2016年，深大通实现营业收入10.29亿元，同比增长236.97%；归属于上市公司股东的净利润为2.33亿元，同比增长3830.87%。北京文化实现营业收入9.27亿元，同比增长165.22%；归属于上市公司股东的净利润为5.22亿元，同比增长2361.29%。

蓝色光标、完美世界、联创互联、北纬通信等16家公司净利润增速在1~9倍之间。2016年，蓝色光标实现营业收入124.31亿元，同比增长48.92%；实现归属于上市公司股东的净利润6.68亿元，同比增长887.38%。完美世界实现营业收入61.59亿元，同比增长25.87%；实现归属于上市公司股东的净利润11.66亿元，同比增长767.54%。

联创互联、北纬通信、粤传媒、文投控股、吉比特净利润增速分别为638.94%、512.76%、451.58%、336.15%、234.59%；明家联合、天龙集

团、ST生物、光环新网、利欧股份净利润增速分别为231.26%、216.66%、202.54%、195.07%、153.32%；骅威文化、当代明诚、三七互娱净利润增速分别为151.78%、128.51%、111.49%。

此外，光线传媒、顺网科技、长江传媒、中南文化、游久游戏等11家公司归属于上市公司股东的净利润增速在0.5~1倍之间。2016年，光线传媒实现营业收入17.33亿元，同比增长13.78%；净利润为7.36亿元，同比增长83.12%。长江传媒实现营业收入137.89亿元，同比增长15.98%；实现净利润5.92亿元，同比增长82.42%。

18家公司净利润同比下降。其中，长城动漫、腾信股份、中青宝、暴风集团、东方财富5家公司净利润同比降幅在0.5倍~5.5倍之间。

分析人士表示，2016年年报披露过半，游戏板块表现出较好的业绩成长性，部分影视及院线公司业绩稳定。在行业震荡、热点缺乏的背景下，个股表现将继续分化。建议在年报、一季报公布密集期关注业绩稳健、增长确定、估值较低的标的；看好手握精品IP资源以及具有专业、高品质内容生产能力的公司。此外，付费内容提供方面具有优势的制作公司、具有排片话语权和规模优势的院线公司值得关注。

把握“一带一路”机遇

值得注意的是，不少传媒公司把握“一带一路”机遇，加速海外业务扩张，海外业务收入呈现快速增长态势。

以奥飞娱乐为例，公司2016年境外（含香港）营业收入达10.1亿元，同比增长138.21%，占营业收入比重为30.04%。而在2015年境外营业收入为4.24亿元，占营业收入比重仅为16.37%。

奥飞娱乐董秘王晶对中国证券报记者表示，IP是奥飞娱乐发展的核心战略，而国际化、走向“一带一路”则是发挥IP最大价值的依托，公司将加速推进IP产品海外市场开发。目前，公司产品已经覆盖“一带一路”沿线多个国家和地区市场。通过深化与当地企业的合作，共同培育IP，帮助品牌更好地推广。

据介绍，作为中国领先的动漫泛娱乐集团，奥飞特别重视产业间的国际合作。奥飞已经与“一带一路”沿线20多个国家和地区的合作伙伴，在动画播映、玩具销售、IP授权、国际项目等方面展开一系列合作。

值得注意的是，游戏上市公司在“一带一路”沿线国家和地区市场收入颇丰。Gamelook创始人洪涛介绍，在境外多个主流游戏市场中，中国游戏产品在排行榜TOP50的市场占有率达到10%，有些市场能达到20%~30%。在日本、韩国和北美等重点海外市场，中国游戏产品均取得不错的成绩。

以中文传媒为例，其控股子公司智明星通2014年度、2015年度和2016年1~7月分别实现营业收入9.27亿元、31.24亿元和27.81亿元。其

中，在2016年1~7月的27.81亿元营业收入中，海外市场收入达26.66亿元，占比高达95.85%；2014年~2015年，海外市场收入占比分别为89.66%、95.56%。

2016年，游族网络海外市场收入为12.68亿元，占公司总收入的50.11%。公司表示，报告期内海外地区市场收入保持高速增长，主要受益于ARPG手游《狂暴之翼》、卡牌类手游《少年三国志》以及页游《女神联盟2》的强势表现。下一步，公司将在保持东南亚、北美、欧洲市场的发行优势的情况下，着力开拓俄罗斯、南美、印度、中东等新兴市场，继续将全球化作为公司的发展战略。

此外，掌趣科技2016年实现营业总收入18.74亿元，同比增长66.80%；归属于上市公司股东的净利润为5.19亿元，同比增长10.40%。2016年，公司积极整合资源，发挥协同效应，游戏业务经营良好，《拳皇98终极之战OL》、《全民奇迹》等上线运营的自研游戏产品在海内外市场表现出色。

根据WPP和凯度华通明略联手Google发布的中国出海品牌30强排行榜，中国游戏品牌影响力快速提升，智明星通、游族网络、腾讯等8家游戏公司上榜。分析人士表示，国内游戏市场人口红利逐渐减弱，市场格局逐渐固化。而游戏公司走向海外市场时，要充分把握“一带一路”政策机遇，也要注意由于文化差异产生水土不服的情况，针对海外市场的特殊情况研发改进产品。

理性对待跨国并购

《对外投资与风险蓝皮书》显示，2017年中国对“一带一路”相关国家和地区投资将继续保持快速增长，公用事业、旅游、矿产、娱乐和技术领域在拓展海外时，跨国并购将不断出现。业内人士表示，文化产业出海需要充分了解海外用户习惯、文化环境、宣发渠道以及相关产业的发展趋势。通过跨国并购有利于充分利用当地资源拓展市场，但应该理性对待跨国并购，避免高估值、高业绩承诺带来的风险。

以掌趣科技为例，公司探索海外游戏市场时便遭遇波折。2月28日，公司在业绩快报中称，基于IP价值及国际市场拓展，对韩国知名游戏公司网禅（Webzen Inc.）进行战略性投资。但考虑到其业绩表现等因素，在本次业绩快报中，暂估该项长期股权投资减值准备1.8亿元，对公司2016年度业绩产生较大影响。资料显示，网禅专注于PC和手机游戏开发和发行，主要产品包括《奇迹MU》、《第九大陆》等。

“游戏产品如何与文化结合，存在很多技巧，开拓市场时需要不断探索。”墨麟集团董事长陈默对中国证券报记者表示，海内外市场的用户付费差异较大，对游戏的诉求也有很多不同。

IGG首席运营官许元则对记者表示，游戏公司要走得更远，需要全球化的研发能力，独立运营能力以及市场拓展能力。“公司1200人中，一半在中国内地，另外一半在海外市场。公司在新加坡、韩国、日本、加拿大、美国、俄罗斯等地都有研发基地。”通过不同国家和地区的团队来设计游戏，主要的考量因素就是全球化思维。

一位不愿具名的专家对记者表示，文化产业出海的过程中通常伴随资本运作，但在文化产品与当地市场结合过程中，是否需要

2016年，传媒上市公司把握“一带一路”机遇，加速海外业务扩张，并在“一带一路”沿线国家和地区的市场收入颇丰。2017年相关企业拓展海外市场将持续升温。

业内人士表示，文化产业与当地市场“无缝对接”并非易事，需要充分了解海外用户习惯、文化环境、宣发渠道以及相关产业的发展趋势，避免由于文化差异产生水土不服等情况。跨国并购有利于充分利用当地资源拓展市场，但高估值、高业绩承诺也可能带来潜在的风险。



CFP图片

记者手记

电影产业国际化喜忧参半

□本报记者 蒋洁琼

在“一带一路”政策等助力下，A股影视公司通过联合制作合拍片、国产影片出海、跨境并购等方式拓展海外市场。因为文化具有一定地域性，因此资本与当地文化进行融合，有利于企业国际化布局。但文化的“无缝对接”并非易事，有时对影片情节的完整性、叙事等都存在一定程度影响，须平衡好之间的关系。

分析人士认为，“一带一路”提供了广阔的市场空间。在“一带一路”倡议的推进下，贸易结构进一步优化，业务推进方式上可以通过并购优质海外企业和资产，也可以与海外企业战略合作以及设立子公司等方式进行。

以长江传媒为例，公司表示，紧贴国家“一带一路”倡议，主动融入国际文化产业体系，通过推进重点项目落地、重要伙伴合作，“走出去”工作由点及面，目前进度和成果都超出预期。公司在英国、非洲已成立子公司，英国伦敦、马来西亚吉隆坡华文书店正在筹办，实现了业

务走出去、人员走出去、资本走出去。

同时，政策红利继续加码。《文化部“一带一路”文化发展行动计划（2016~2020年）》提出，发挥中国动漫游戏产业创新能力、产业规模大的优势，培育重点企业，实施重点项目，开展国际产能合作，实现中国动漫游戏产业与沿线国家和地区的合作显著扩展、水平显著提升。业内人士认为，2017年相关企业拓展海外市场将持续升温。

不过，文化在电影中的融合要“无缝对接”并非易事，有时对影片情节的完整性、叙事等都存在一定程度影响。以中美合拍片《长城》为例，该片由中影股份、乐视影业、传奇影业、环球影业联合出品，聚集了知名导演张艺谋、国际影星马特·达蒙以及国内众多一线明星等。据知情人士透露，该影片出现了亏损。

对于通过投资好莱坞等方式，以解锁国内影视作品面临的内容、人才、技术瓶颈等问题，分析人士表示，中国电影市场在发展过程中需要好莱坞的助力，加速市场机制成熟和电影技术发展。不过，解锁中国电影市场内容瓶颈效果和角度很难把握，好莱坞未必是“灵药”。

以《摇滚藏獒》为例，该片由华谊兄弟、漫动时空影业公司以及时代天骄文化传媒有限公司联合出品，由《玩具总动员2》导演兼编剧艾什·布兰农历时多年打造，是首部由中方投资、采用中方IP、聘请好莱坞专业团队打造的动画大片。艺恩票房数据显示，该片在国内市场仅收获得3961.9万元票房。

■ 相关公司

万达院线 全球化布局院线

万达院线海外并购活动频繁，大力拓展票房收入。2016年公司海外票房收入14亿元，同比增加386.11%，主要由于2015底并购澳大利亚第二大院线 Hoyts，以及2016年初万达旗下AMC院线并购美国第四大院线Carmikes。此外，2016年末，万达旗下AMC院线并购欧洲第一大院线欧典院线。

海外并购资产表现较好。2016年，Hoyts实现营收26.89亿元，利润2.43亿元，同比增长76%，在澳洲市场占有率稳定在20%。公司有望借助院线影院的管理实力，持续加大海外并购力度，并对并购企业进行整合，提升公司自身实力。

截至2016年末，万达在全球已拥有1352家影城，占据全球12%票房市场；在北美、欧洲、中国三大电影市场均占据第一位。随着公司全球化院线布局，公司海外并购活动将进一步开展，票房收入有望持续增长。预计到2020年，公司预计将占据全球票房收入20%市场份额。

中文传媒 游戏业务高速增长

中文传媒子公司智明星通致力于打造国际化游戏开发运营商。2016年智明星通COK爆款游戏持续保持高流水，COO等新产品运营情况良好，全年游戏服务收入45.55亿元，同比增长61.25%。

公司手游产品《COK列王的纷争》平均月流水约为3.5亿元，月活跃量1250万左右，盈利释放弹性较大；自主研发及发行的新游戏《COO：女王的纷争》、《AOK：帝国时代》均已上线，处于稳定上升期；公司同时发挥发行平台作用，抓好代理业务，代理全球首款卡牌策略网游《MR魔法英雄》。公司向世嘉欧洲购买了经典IP《全面战争：王者归来》，目前处于优化和测试中，影游联动、IP开发及社群化管理提上日程。

此外，动视暴雪将《使命召唤》的版权授权给智明星通，双方将基于此款IP联合开发运营手机游戏产品。游戏研发及推广费用由双方共同承担，游戏流水共同分成。本次合作为智明星通带来重量级IP储备以及优质游戏研发资源。

智明星通作为国际知名手游研发运营商，与国际游戏龙头及IOS、Google Play等分发平台均保持良好关系，有利于新游戏研发推广。2017年，公司游戏业务仍将高速增长。

巨人网络 构建全球游戏版图

巨人网络从事网络游戏制作发行和运营。公司通过收购海外游戏资产，构建全球游戏版图。2016年9月，公司公告称，拟以305亿元的对价收购Alpha公司全部A类普通股。标的公司旗下主要资产为从事博彩类游戏的Playtika公司。

Playtika主营游戏改造业务，拥有较强的技术开发实力，以及大数据、人工智能分析能力。通过收购用户众多、业绩欠佳的手机游戏，再利用技术手段大幅提升游戏品质，获得更多收入和利润。公司运营的游戏以棋牌类休闲社交类为主，并在拓展改造其他类别的新游戏，主要市场在美国。

公司增强手游业务，推动游戏全球化战略。在推进《征途》系列核心游戏向手游转化的同时，加大手游研发力度，陆续推出《球球大作战》、《征途手游版》等多款手游，2016年手游充值金额首度超过端游。本次资产收购完成后，一方面可以增强公司在手游领域的业务比重，提升业绩。另一方面，Alpha公司可以作为公司海外游戏并购的平台，构建全球游戏版图。（欧阳春香）