

# 苏宁云商联合弘毅入主PPTV

苏宁出资不超过2.5亿美元持股44%成为大股东

证券时报记者 陈中

昨日,视频媒体 PPTV 与苏宁云商 (002024) 弘毅投资在北京联合宣布,苏宁携手弘毅战略投资国内著名视频媒体 PPTV,该笔交易总规模 4.2 亿美元 (约合 25.55 亿元人民币)。

苏宁云商今日还公告称,此次交易,战略投资方以 4.2 亿美元的公司基准估值,受让转让方持有的股权,同时以向未来的管理层发放股权的形式战略投资 PPTV。其中苏宁出资不超过 2.5 亿美元,交易完成后苏宁 (或其子公司) 持有 PPTV 44% 的股权,成为 PPTV 第一大股东。

一直谋求转型的苏宁,将此次入主 PPTV 视作其互联网转型战略的关键一步。PPTV 则希望借助苏宁和弘毅,在巨头林立、整合并购风生水起的视频行业进一步提升其竞争力。



苏宁云商、弘毅投资以及 PPTV 三方在昨日发布会上携手

陈中/供图

## 苏宁转型进行时

苏宁云商副董事长孙为民表示,苏宁联合视频互联网企业,加快进军方兴未艾的 OTT (泛指互联网公司越过运营商,发展基于开放互联网的各种视频及数据服务业务) 领域,可实现融合彼此技术研发、内容运营能力与渠道优势、客户群体优势,为上游彩电厂商和内容供应商搭建开放的技术平台、海量的内容产品平台、和丰富的视频应用平台,建立从研发生产、流通渠道、内容供应到用户体验的 OTT 领域首个完整的产业链条。

发布会上苏宁、弘毅、PPTV 三方表示,此次交易是互惠的联姻,而非以大吃小。根据公告,在交易完成后,PPTV 在人员、资产、财务及运营上将苏宁保持独立,同时,PPTV 核心高级管理层将继续承担相关公司经营工作。

公告还显示,苏宁互联网战略中已经明确需要从实体商品向内容商品、服务商品拓展的全品类战略,而数字内容产品即为其中一个重要领域。视频互联网企业丰富的影视体育综艺

等内容资源,将为苏宁用户提供更为丰富的产品选择和消费体验。此外,PPTV 已经建立了领先的云计算、大数据、网络传输的技术平台,同时积累了大量优质的客户群体,双方将进一步深入合作,实现会员账户互通、支付系统互通,搭建彼此引流的通道,双方研发团队也在技术领域共同研究,打造全新的互动视频购物模式和精准数据营销体系。

苏宁表示,视频行业有助于苏宁抢占互联网的多屏入口,丰富数字内容产品经营,打造全新的互动购物体验,提升数据精准营销能力。互联网零售与智能视频行业的结合将大大加快苏宁打造全渠道融合、全产品经营和全客群服务的云商模式。

孙为民还透露,今年四季度将推出互联网化门店“店店”,把门店开到消费者的口袋里、客厅里去,并通过开放平台“苏宁云台”,将自身物流、信息和资金流等资源全面向社会开放。

## PPTV借势提升竞争力

近年来,视频行业的并购与整合风生水起,前有优酷和土豆的合并,后有百度收购爱奇艺和 PPS,而搜狐、腾讯也在加紧布局。此前,PPTV 曾与包括阿里巴巴、湖南卫视等业界巨头传出“绯闻”,为何引入苏宁和弘毅,PPTV 有自己的理解。

PPTV 公司 CEO 陶闯介绍,PPTV 将借助苏宁与弘毅的资金,线上电商和线下零售的渠道资源,以及家电和 3C 产业链中的行业优势,进一步大力发展和布局移动,家庭和 PC 视频终端,PPTV 将以开放的视频平台定位与硬件厂商展开全面合作。

据艾瑞咨询统计数据显示,2013 年 9 月,PPTV 日均覆盖用户 3092 万人,日均播放时长 1930 万小时,位居行业第三。该公司资产月度覆盖用户规模位居中国互联网公司前十二强。

PPTV 自 2011 年推出移动端 APP 以来,连续两年位居苹果 iPad 畅销产品免费 APP 榜单视频应用类第一。

值得关注的是,在苏宁有望成为国内首批获得移动通信转售业务牌照企业的背景下,PPTV 也有望成为苏宁开展虚拟运营业务的重要内容基地。

PPTV 将借力苏宁云商在家电 3C 市场的行业领导地位以及未来 3500 家门店的线下资源和人流,大规模拓展 PPTV 品牌。”陶闯表示,PPTV 还将借力弘毅的资本和战略资源,以及被投行业产业链,进一步提升 PPTV 的市场竞争能力。

陶闯还表示,PPTV 将利用自身优势的云平台和大数据用户服务能力,与产业链整体合作,快速占领 OTT 智能家庭视频市场,为用户提供多屏一体化全时视频智能服务。PPTV 将在核心产品 PPBOX、PPLink 基础上推出一系列多屏新产品体验和服务,通过上下游的战略合作扩张市场。

# 白酒行业三季度报:酒中见高低

证券时报记者 张奇

目前的白酒行业,一半是海水,一半是火焰。从各大名酒公司的三季度报可看出,其产品中的高档酒下滑严重,但中低端酒却迎来了春天。据证券时报记者了解,包括沱牌舍得、泸州老窖、五粮液、顺鑫农业等在酒企,中低端白酒的销售均出现了逆势增长,且增幅不小。

## 高档白酒向下

五粮液昨日三季度报显示,第三季度实现净利润 13.13 亿元,同比下滑 52.36%,环比下滑也超四成,前三季度业绩逐季下滑。同时,近日发布三季度报的白酒企业业绩大都大幅下滑。

招商证券此前研报指出,现在五粮液许多经销商手里的库存,按照目前的动销状况甚至一年都不见得能全部消化。日新证券分析师张志刚称,白酒行业双节销售平淡,三季度更是遭遇业绩大幅下滑压力,部分三线酒企更是出现季度亏损。

茅台三季度好于预期,营收和净利润分别同比增长 17.97%、41.55%,但这主要得益于 7 月以来公司放开经销权,向新经销商投放 3000 吨左右茅台酒,贡献收入超过 20 亿元。而由于 9 月以后的提价因素消失,加上三公消费管制力度依旧,民间消费茅台随降价而兴起。但是民间消费培育成较大规模尚需时间,茅台业绩增长压力较大。

此外,酒鬼酒第三季度单季亏损;洋河股份预计第三季度净利润变动幅度在-10%~10%之间;泸州老窖第三季度净利润下滑 8.59%;沱牌舍得第三季度净利润 748.74 万元同比大幅下降 97.06%;水井坊第三季度亏损金额近亿元;古越龙山第三季度业绩略下滑,准备配股募资 12 亿元

扩大产能。

此外,被视为“风向标”的预收款大幅下滑,白酒进入渠道受阻。摆在酒厂特别是高端白酒企业面前最严峻的问题还是如何将经销商的库存转化为实际的销量,进而拉动整个行业的顺利流通。

茅台的三季度报显示,预收账款大幅下降 61.85%至 19.42 亿元;酒鬼酒预收账款从去年同期的 4.32 亿元跌至 1.1 亿元,跌幅达 74.64%;山西汾酒预收账款也从 5.33 亿元跌至 3.03 亿元;泸州老窖预收账款同比下滑 28.3%。

## 低端白酒爆发

刚刚结束的武汉糖酒会整体招商颇为冷清,但该糖酒会的各论坛会场却火爆,酒企和经销商都期望得到对行业趋势的准确判断。

武汉糖酒会显示,行业有喜有忧。忧的是库存高端酒至少两年才能消化,经销商困顿依旧;喜的是低端酒销量不降反升,新势力加入为整个白酒行业经销体系增添了新的变量和活力。

顺鑫农业近日公布三季度报,公司旗下控股的牛栏山二锅头今年以来销售数据一路往上。中信建投分析师黄付生分析,顺鑫农业三季度收入 17.7 亿,按照上半年白酒收入占比推算,则三季度白酒收入近 9 亿,1-3 季度白酒收入应在 30 亿元以上,增长超 30%。

另外,顺鑫农业三季度未预收账款 12.9 亿,较二季度末增加 4.2 亿,较去年三季度末增加 7 亿。考虑地产业项目未销售,预收账款基本为白酒业务,估计白酒实际同比增速应在 50%以上。

牛栏山二锅头背后,还有一大群跃跃欲试的低端白酒准备抢占市场份额。同时,部分知名酒厂在高端白酒下滑的同时,低端白酒却出现逆势增长。

郎酒集团数据显示,2013 年上半

年该公司生产的“歪嘴郎”销量增长超过 30%,全年销售突破 10 亿元。劲酒 2012 年销售额为 56 亿元,2013 年上半年销售增长 20%。

沱牌舍得中高档酒下滑严重,但低端酒二季度营收增长 4.08%。泸州老窖上半年中低端酒收入增长 18.15%。

五粮液三季度报还披露拟新建 3 万吨酒库项目。结合当前白酒行业现状,五粮液未来将形成多酒种和高中低全价位、全产品线产品的格局,需具备配套的基酒储存能力。由此可见,五粮液已重视低端白酒市场,并且在其三季报中已经有一定的体现。

宏源证券分析师苏青青分析,五粮液中低端产品(五粮醇、五粮春、绵

柔尖庄)三季度报仍然实现了正增长,新品(头曲、特曲、低度五粮液)采取区域招商模式,目前招商情况较好,但尚未起量。

三公消费的受限,高端白酒的断崖式下滑,城镇化的推进,反而促成了小酒的兴起。只是此时的小酒不再是二锅头这样的老概念,而是更为时尚更为接地气。”知名白酒营销专家梁彬表示。

记者了解到,近年来中低端酒市场动作频频。泸州老窖的泸小二、五粮液开发的干一杯、泸州老酒坊的革命小酒、剑南春开发的封坛、剑南烧坊小烧等“小酒”密集发布。江津老白干、川原酒厂等一些地方名酒厂也在跃跃欲试。

## 洋河股份第三季净利降27% 推新品主攻大众酒市场

洋河股份(002304)今日发布三季度报,前三季度公司营业收入 130.53 亿元,同比下降 6.74%;净利润 44.98 亿元,同比下降 6.85%。第三季度,洋河股份实现营业收入 36.43 亿元,同比下降 22.28%,净利润 12.13 亿元,同比下降 26.69%。

在年初的春季糖酒会上,洋河推出了洋河老字号、生态苏酒、柔和双沟、洋河醇浆等系列新品;10 月的秋季糖酒会上,还增加了洋河蓝优 5A 级蓝色经典等新产品。这些新品普遍定位中高端系列和大众消费价位。如此大规模地推出针对性的新品,足见洋河向大众酒市场的转型力度。

运作中端市场是洋河的强项,从 2003 年推出蓝色经典以来,洋河股份凭借海之蓝、天之蓝拳头产品,连续多年保持高速增长。一位扬州经销商向记者表示,洋河新产品在华东地区的主流价格带 100-300 元上,这个价格带的产品成长最快,提前的价格占位可以有效遏制外来品牌的进入。

业内人士认为,紧跟茅台发展步伐的洋河股份,虽然三季度业绩和利润上和茅台有一定差距,但可以看出其基本面已逐渐转好,优势很可能在四季度得到凸显。

# 京东方A全年盈利有望突破18亿元

证券时报记者 刘杨

平板显示龙头京东方 A (000725) 今日披露三季报显示,归功于三季度中小尺寸面板生产及出货比重的有序增加,令京东方在大尺寸面板量价齐跌的市场情况下,仍继续保持了强劲的盈利势头。

今年第三季度,京东方实现营业收入 85.2 亿元,净利润达 4.99 亿元,同比增长 229.68%。前三季度,公司净利润总计 13.6 亿元。公司预测,四季度若继续保持三季度 5 亿元的净利润水平,其全年盈利有望超过 18 亿元,比 2012 年将提升 6 倍左右。

据了解,2013 年下半年中小尺寸面板价格总体趋稳,但大尺寸面板价格下调明显,出货量也随之出现下滑。得益于生产线布局的完整性和灵活高效的产品结构调整,目前,京东方成都 4.5 代线、北京 5 代线已全部生产中小尺寸面板;合肥 6 代线移动类产品比重已超过 50%,年底前有望提升至 70%,其余 20%~30%的产能也将逐步转换至手机用面板切割;北京 8.5 代线也已开始量产平板电脑用面板。

报告显示,三季度京东方北京 5 代线、成都 4.5 代线、合肥 6 代线、北京 8.5 代线等四条生产线均持续满产满销,产能利用率稳步提升,新产品推

出速度和高附加值产品比重同步提高,拉动了整体营收的大幅增长,营收和毛利率水平均居于业内领先水平。

根据市场行情及供需状况,京东方持续进行产品结构调整,不断推出高附加值产品;随着低温多晶硅 LTPS TFT、金属氧化物 Oxide TFT 以及 AMOLED 等新型显示技术日趋成熟,京东方开始全面发力新型显示领域。

根据京东方未来规划,鄂尔多斯 5.5 代 AMOLED 生产线将于今年 11 月投产,主要生产中小尺寸 LTPS LCD 和 LTPS AMOLED 显示屏;合肥 8.5 代氧化物 TFT-LCD 生产线计划于 2014 年第一季度投产,主要生产显示器和电视氧化物液晶显示屏;重庆 8.5 代新型半导体显示器件生产线于今年 7 月开工建设,计划在 2015 年年中投产,主要产品为平板电脑、笔记本电脑和高端显示器用显示屏,触摸屏以及整机。三条生产线投产之后,京东方产业规模将跻身业内三甲。

同时,京东方已开始着力部署触摸屏市场。近年来,全球触摸屏产业发展迅猛。相关机构预计,至 2015 年全球触摸屏销售额有望达到 285 亿美元。京东方除了在重庆规划一条触摸屏生产线之外,又在合肥新规划了一条触摸屏生产线,主要产品包括手机、平板电脑等用触摸屏。

# 上交所公开谴责 多伦股份及其实际控制人

证券时报记者 徐婧婧

因违反《股票上市规则》等相关规定,上交所公开谴责多伦股份 600696 及其实际控制人鲜言。

据称,上交所于 8 月 14 日向多伦股份及实际控制人鲜言发出《关于对上海多伦实业股份有限公司有关事项的问询函》,要求公司和鲜言针对媒体质疑天津信托有限责任公司-天信沐雪巴菲特一号证券投资集合资金信托与鲜言存在关联关系等情况提交详细的书面说明,并以临时公告的形式进行披露。但公司及鲜言未按要作出明确的答复。

8 月 22 日,上交所向公司、控股股东多伦投资及实际控制人鲜言发出《限期改正的决定》,要求公司和鲜言

于 8 月 27 日 17:00 前,按照《问询函》的要求详细、如实、正面、全面地回答所有问题,并以书面形式回复上交所,同时要求公司将书面答复、《问询函》以及《决定》以临时公告的形式进行披露,并要求多伦投资积极配合上交所监管工作,督促协助公司及实际控制人履行上述相关义务。

公司和鲜言仍未按照《问询函》和《决定》的相关要求,在规定时间内提交书面答复并履行相应的信息披露义务。多伦投资也拒绝配合上交所监管工作,未督促协助公司及实际控制人履行上述相关义务。

上交所于 9 月 2 日向公司发出《公开谴责的意向书》,多伦股份、多伦投资以及鲜言在规定期限内未向上交所提交书面回复。

# 中国建筑 前三季净利增逾25%

证券时报记者 刘冬梅

中国建筑(601668)今日发布三季报。1-9 月,中国建筑实现营业收入 4799 亿元,同比增长 22%,归属上市公司股东净利润 134.2 亿元,同比增长逾 25%。

中国建筑前三季度建筑业务新签合同额 9194 亿元,同比增长幅度达 36.2%,预计全年新签合同额破万亿几无悬念。2013 年前三季度,公司房

建业务施工面积 6.86 亿平方米,同比增长 22.8%;新开工面积 1.83 亿平方米,同比增长 31.8%;竣工面积 3510 万平方米,同比增长 30.1%。

2013 年以来,中国建筑积极进行业务结构优化,除调整原先“房建”和“地产”业务的占比,公司的基建业务比重也在不断提高。前三季度,公司基础设施业务新签合同额约 1370 亿元,同比增长 58.9%。地产业务方面,销售额约 1129 亿元,同比增长 24.8%。

# 金螳螂前三季净利增四成

证券时报记者 袁源

近期正处舆论风口浪尖的金螳螂(002081)于今日公布三季报,公司前三季度实现营业收入 116 亿元,同比增长 32%;实现归属于上市公司股东净利润约 10 亿元,同比增长 43%。公司预计 2013 年业绩预增 35%~55%。

金螳螂接受记者采访时表示,金螳螂实际控制人被调查事件虽然引起了市场波澜,金螳螂股价也一度出现了大的波动,但实际上金螳螂的日常

经营活动并未受到实质性的影响。目前,公司没有最新的需要对外披露的事项。如有最新进展,公司会在第一时间通过法定媒体对外披露。

从客户结构看,近三年金螳螂的客户中 70%都是民企。另据互动易平台记录显示,金螳螂近三年主要业务结构类型占比为:45%酒店、40%公共建筑装饰、15%住宅精装修;其中,以民生工程为代表的公共建筑装饰的增速明显,医院、影剧院、旅游地产以及轻轨等民生民营项目量继续增加。