

粤传媒构建大数据全媒体平台

证券时报记者 水菁

在国家明确对文化产业的战略定位与相关政策的大力扶持下,文化产业的并购重组风生水起,文化传媒板块的突出表现也备受市场瞩目。

《广州日报》作为最市场化的党报之一,一直走在体制改革的前列。成立于2006年的广州日报报业集团,是全国第一家报业集团。旗下粤传媒(002181)于2007年完成IPO,是首家获得中宣部和国家新闻出版总署批准的传媒类上市公司。2012年,粤传媒完成重大资产重组,广州日报报业集团优质经营性资产注入上市公司,也是继浙报传媒后第二家以党报集团经营资产为主业的上市公司。目前公司业务涵盖广告经营、发行、印刷、新媒体等多个板块。

2013年,《广州日报》以165.68亿元品牌价值位列世界品牌实验室发布的《中国500最具价值品牌》排行榜第102位,居中国报业品牌第二名,仅次于《人民日报》。同时《广州日报》广告遥遥领先,连续20年广告收入居国内报媒前列。

2014年2月28日,参加深交所“践行中国梦·走进上市公司”投资者开放日活动的50多位投资者,来到了位于广州市的亚洲最大印刷中心——广州日报印务中心参观,并与广州日报社社长、粤传媒公司董事长汤应武、总经理赵文华、董秘陈广超及粤传媒子公司新媒体公司总经理苗晨波展开了互动交流。

直面报业转型

新媒体的强势崛起给整个传媒行业带来了颠覆性的影响,传统媒体的转型迫在眉睫。面对新媒体的快速发展,粤传媒新一届管理层直面转型压力,制定了加速转型的战略规划,并以高效的决策力和执行力带给投资者崭新的印象。

汤应武认为,粤传媒的战略定位要向“以媒为本,多元多赢”转变。围绕“产业化、平台化、移动化、大数据”的发展思路,公司要建立“广州日报+系列报刊+新媒体集群”的立体化发展体系。

据介绍,针对转型发展广州日报报业集团制定了28条意见,明确了用三年的时间实现转型的战略目标,其中大部分转型目标是要由粤传媒来落实的。

在管理层的积极部署下,公司顺势而为,以差异化运作的系列刊物为载体,进行产业链延伸,进入更多新兴领域,加大新媒体规模;此外,通过积极并购与公司战略契合的成长性公司,并以大数据为手段,搭建新媒体平台,通过内部挖潜和外部并购相结合的方式,全方位进入新媒体领域。

在互联网对平面广告收入造成冲击的影响下,新媒体业务的贡献对转型中的粤传媒实现业绩的平稳过渡功不可没。2月26日公司发布业绩快报,2013年度公司实现营业总收入16.72亿元,同比下降11.1%,但实现净利润3.13亿元,同比增长13.72%。

以媒为本开展多元经营

去年下半年以来,粤传媒积极布局新媒体步伐加快,形成多元经营格局。目前,除大洋网外,公司还拥有微博微信平台及APP等新新媒体手段,而游戏和互联网彩票业务最受投资者关注。

公司开发的页游平台2181.com已于2月14日正式上线。主管该业务的苗晨波介绍,游戏产业可分为研发、发行和运营平台三块,其中研发是皇冠上的明珠,但是往往需要多年的技术积累,投入的风险也比较大。粤传媒在读者群和客户资源方面具备优势,因此选择进入的是中间环节,即打造游戏发行平台。据他介绍,公司会同同行发行手游和页游,今年计划是独家代理一到两款游戏,联合运营三十到四十款游戏,目标是今年年内实现盈利,但业务目前还处于起步阶段,未来尚有待检验。

此外,公司今年年初推出的云彩票项目,目前已在网页端和安卓版的APP上线,并进入了测试运营阶段,可以实现部分彩票的购买,而iOS版还在开发中。赵文华介绍,



1、粤传媒董事长汤应武
2、粤传媒投资者交流现场
3、投资者参观公司印刷厂
4、印刷车间
5、公司厂房一角

邱龙 水菁/摄 官兵/制图

彩票业务是在公司的资源优势上的延伸性发展。公司旗下拥有《足球报》、《篮球先锋报》体育类杂志资源,拥有固定的读者群,在此基础上推出了提供有偿资讯服务的《足球大赢家》,推出了APP,并延伸到彩票业务。她指出,该项目预计3月份可以正式上线,未来公司要做的是全彩的平台。

广证恒生发布的研报指出,2013年体彩销售1328亿元,同比增长20%,借助2014年世界杯赛事推动,体彩销量增速有望突破30%。与此同时,互联网彩票占比也快速提升。2013年体彩的互联网占比仅为7%,预计2015年互联网渗透率在15%,市场空间达到300亿元。

不过,需要指出的是,由于国内尚未正式出台关于互联网彩票规范性文件,公司资质的问题现在的还存在不确定性,互联网彩票销售政策的影响,将对彩票业务的发展有很大的影响。

实际上,公司旗下系列子报采取差异化发展战略,定位精准。除《足球报》外,还成功打造了《舞台与银幕》、《老人报》、《羊城地铁报》、《广州日报社区报》等一批在分众领域的特色报刊,吸引了众多领域的庞大读者群体。利用现有媒体的优势资源平台进行产业化延伸发展,为公司向新媒体转型创造了条件。

另外,瞄准消费者和读者群的高度契合性,公司借助发行物流平台,建立了宅之便电商网站,通过“最后一公里”配送的服务实现立体化的生活用品销售,目前已经和淘宝、天猫、苏宁易购展开了合作。

借并购拓展新媒体布局

去年三季度,粤传媒宣布将以4.5亿元收购香榭丽传媒,实现了向户外LED大屏新媒体营销领域的突破,丰富了新媒体布局,被视为公司向多元化战略部署和传媒产业链布局迈出的重要一步。

对于涉足户外LED广告屏行业的战略考虑,赵文华表示,广州日报主要是区域性的媒体,当互联网时代到来,广告主需要媒体具备全国整合营销的能力,公司需要构建更多元的媒体资源,而香榭丽和公司业务形成很好的补充。

资料显示,香榭丽传媒在全国97个城市运营着167块大屏,特别是在北京、上海、广州、深圳等一线城市的核心位置均有布局,具有良好的全国性区位优势。广州日报密集覆盖广州市和珠三角地区,并购香榭丽传媒后公司在广告渠道方面实现了公司向全国化和立体化拓展,而双方的客户资源可以实现整合与共享,协同效应将逐步实现。此外,公司并购香榭丽传媒后,将对其增资,使其具有持续扩张的能力。据了解,目前在大屏小屏的联动方面,公司已经和香榭丽传媒展开了合作。

2013年,文化传媒板块掀起一波并购热潮,以华谊投资掌趣、并购银汉、华策并购克顿为代表的近20起并购事件此起彼伏,有市场人士分析,作为传统行业运营新媒体的方式之一,2014年并购事件仍将在传媒领域热点频出。

粤传媒认为,并购投资也将成为公司拓展新媒体业务的重要方式,具备高成长性、高附加值特性的新媒体项目,是公司“以媒为本,多元多赢”发展战

略下的重要拓展领域与投资方向。

赵文华认为,并购投资确实是公司未来外延式发展的主要方式之一,但她强调,公司对标的考核要求非常高,也非常谨慎。毕竟我们是国有控股的企业,国有资产需要保值增值,也要对所有投资者负责。”其中最重要的一点是与公司在战略上的契合度,双方的合作一定是互赢的,是1+1>2的,即通过资源的整合,可以实现双方价值的提升。另外,还要看对方是否是行业内前三位的公司,如果前面条件都具备再根据它的具体运营情况和未来前景来做具体分析。“多元多赢,多赢不是说总体赢,而是单赢”,但她也同时指出,“投后管理也非常重要,我们是怀着如履薄冰的心态投资所有项目,小心谨慎。”

对于投资者提出的对公司“跨界”经营能力的担忧,赵文华表示,公司的转型与投资是顺势而为,是对原本具备优势的领域和资源的继续延伸,例如从《足球报》向云彩票项目的延伸,未来公司还计划依托《美食导航》打造食材垂直网站,依托《老人报》介入养老经济等。未来粤传媒要做的是成为一家数据运营和服务平台公司,即大数据是核心,通过搭建多渠道的平台,获得最广泛的客户,然后对客户进行数据挖掘,搭建平台,做更多的业务。”

据悉,为应对转型,公司对组织架构进行了调整,前端大平台提供制度、资源支持,后端小团队,每个项目都是一个团队在单独运营,并有配套激励措施。赵文华介绍说:粤传媒有一个文化叫做协同文化,还有一个机制叫协同机制,协同之后大家共赢。”

以“媒”为本的发展之道

见习记者 邱龙

随着移动互联网的不断发展,国内传统传媒行业经营渐入寒冬,不少纸媒业绩下滑的消息接踵而来,一片唱衰声中,传统媒体开始转型。

《广州日报》旗下的报业上市公司粤传媒(002181),近期凭借多元化的经营方式赢得了市场的关注。公司董事长汤应武将粤传媒的战略定为八个字:以媒为本,多元多赢。”

2月28日,在粤传媒会议室与投资者交流时,汤应武用幽默风趣的语气向大家介绍了公司的发展进程。作为当前市场中为数不多的党报报业集团上市公司,粤传媒曾在纸媒时代引领资本化的浪潮。进入互联网时代后,粤传媒同样保持着领先的步伐,电商、游戏、彩票、户外广告,粤传媒的产业链已经扩张到了行业的方方面面。

传统媒体普遍遭遇盈利困境,但粤传媒去年盈利逆势增长,日前公布的业绩快报显示,2013年实现营业收入16.72亿元,同比下降11.10%;实现净利润3.13亿元,同比增长13.72%。

总经理赵文华介绍,目前粤传媒正在谋求三化一大,“三化”为产业化、平台化和移动化,“大”为大数据。粤传媒目前拥有一家名为“广州广报数据科技有限责任公司”的数据公司,与华南理工大学的计算机研究院进行合作,负责公司的数据整理分析研究工作,以求推出一个媒体云服务平台,为广告客户提供技术解决方案。

粤传媒的战略定位是“以媒为本,多元多赢”。对于所谓“媒”,汤应武解释称:“里面有三个含义”,传统媒体、新媒体、媒介。所谓媒介,指的是人与人、人与事物或事物与事物之间产生联系或发生关系的物质。粤传媒现在的纸媒、网站、手游、电商都是一种媒介。“只要是跟媒介相关的都是我的主业”,粤传媒这一宣言也预示了粤传媒未来发展的重心,公司将植根于受众、服务于受众、围绕受众实现多元发展。

虽然强调多元发展,但粤传媒并没有急于大跨步,在汤应武看来,每一步都应当是坚定的一步。我们的布局,更重要的是做一个就要成一个,要做就要做成,不要随意去乱铺摊子。”

粤传媒彩票网销平台 力争3月上线

见习记者 邱龙

2月28日下午,50多名投资者来到粤传媒(002181)位于广州的印刷基地,与公司董事长、总经理、董秘等高管团队,对公司经营管理及未来战略思路进行了深入交流。

投资者:公司2013年新开了《社区报》系列,据说第一年就实现了收支平衡,能不能详细介绍一下这个系列的情况?

粤传媒:截至2013年底,公司已经创立12份社区报,在整体层面上实现了收支平衡。今年计划再创办20份《社区报》,短期目标是在广东省范围内建立一百份《社区报》,每一份发行量三万到五万份,希望可以利用这个平台更贴近读者、贴近商家、贴近社区。《社区报》的盈利方式中短期内主要以社区周边服务为主,由于更贴近读者,有很好的广告效果,所以营收还不错。当我们《社区报》系列形成大平台后,我们可以尝试整合营销。

投资者:公司《羊城地铁报》十分有特色,当前盈利情况如何?有没有关于地铁报的发展规划?

粤传媒:《羊城地铁报》早在2012年就实现盈利,2013年利润实现了大幅增长。公司将地铁报视为一个新媒体,用移动互联网的思维去经营。目前广告效果比较好,在地、汽车、食品、快消品等行业的广告增长幅度非常大。随着广州地铁线的进一步开通,公司会为地铁乘客推出更多的针对性服务,包含地上地下、线上线下。

投资者:随着移动互联网的发展,目前社会的阅读习惯正在逐步发生改变,公司是怎么实现转型的?

粤传媒:目前在网络化方面,公司已经进行了大洋网、《广州日报》APP、微博、微信等多个角度的尝试,未来公司会成为一家数字运营的平台,利用现有订户数的规模优势,了解每个家庭的需求,从而进行服务。例如,我们现在帮助天猫做物流配送,就充分地利用了这一数据系统。

投资者:粤传媒未来发展主要有什么途径?公司目前进行了一些并购行为,如何控制投资过程中的风险?

粤传媒:公司未来将内部挖潜、外部拓展“两条腿走路。内部挖潜方面,公司有十几张系列报刊,我们将在相关的细分市场中用互联网的思维深耕细作;外部并购方面,会考虑标的公司与战略板块是否吻合,标的公司

在这个行业是否排在前列,现有的运营状况是如何,未来的前景如何”等多个问题。公司希望能够将现有资源与投资公司进行整合,实现1+1大于2。2013年,公司投资经营部更名为并购投资部,并购投资是我们粤传媒未来发展的主要方式之一,公司每年都有这样的投资计划,项目跟进都是需要过程的,而且跟进的过程中需要详细的调研。

投资者:粤传媒目前进入游戏行业的初衷是什么,有什么优势?目前占游戏业务的营业收入规模大概有多大?

粤传媒:目前公司主要进入的是游戏产业的中间环节——发行,公司的优势在于有强大的品牌、用户基础、资金优势。目前游戏业务规划是国内和海外一同经营,同时会发行手游和页游,都将实行联合运营三十到四十款游戏,独家代理一到两款”的规划。目前游戏平台已经上线,收入超出预期。独家代理的游戏也已经在内测。

投资者:公司此前宣布收购上海户外广告商香榭丽传媒,如何规划这部分业务?

粤传媒:香榭丽传媒主要经营户外LED广告,在全国97个城市运营着167块大牌,其中包括了北京、上海、广州、深圳、成都等核心资源。我们希望能够实现大屏小屏的联动,移动互联网广告是未来的趋势。公司和香榭丽传媒已经有一些业务上的合作。

投资者:粤传媒的互联网彩票销售平台有没有正式运营的时间表?

粤传媒:公司预期在世界杯之前上线,争取在3月份。粤传媒作为一个新进入的参与者,相关经验并不丰富;相关政策的变化对公司业务的发展会有很大的影响,请大家也要注意投资风险。

投资者:公司目前产业链十分丰富,包含了传媒、移动互联网、彩票、游戏等多个方面,这种跨界经营也为公司管理提出了要求,粤传媒是怎样整合企业文化的?

粤传媒:移动互联网时代的一大特点就是跨界。公司所有投资的新项目一定与之前业务有关系,比方说彩票是因为《足球报》。粤传媒现在的组织架构是“前端大平台、后端小团队”,以保证所有跨界的项目要做好,前端大平台提供制度的支持、资源的支持,后端的小团队就是专业的人在做事,拥有良好的激励机制。粤传媒最终会成为一家数据运营和服务平台公司。