

华谊兄弟获“三马”力挺 募资36亿加大影视投入

证券时报记者 邱龙

停牌2月有余的华谊兄弟(300027)今日宣布调整6月公布的定增方案,公司将向阿里巴巴、中国平安、腾讯、中信建投等四个对象定向发行1.45亿股,募集36亿元用于影视业务的发展。公司股票今起复牌。

新的定增方案最大的变化是,原计划不超过1.2亿股的发行数量,正式确定为1.45亿股,其中阿里将出资15.33亿元认购6175.58万股,平安出资6.8亿元认购2738.62万股,腾讯出资12.8亿元认购5155.05万股,中信建投出资1.066亿元认购429.33万股。

募集资金的用途与原有方案相同,5亿元将用于偿还银行贷款,剩余31亿元均用于影视项目投入,其中包括31部电影、400集电视剧的投资计划。

此次定增方案出炉后,一度被市场视为华谊兄弟提振影视业务的“强心剂”。近年来,华谊兄弟由于强调自身的“去电影化”,在传统影视业务之外,拓展互联网娱乐和实景娱乐业务,从而导致公司影视业务营收出现大幅波动。以电影业务为例,公司2014年前三季度的电影业务收入同比减少74.76%。

值得关注的是,这是阿里马云、腾讯马化腾、平安马明哲“三马”继众安在线后的再次合作。2013年初,“三驾马车”曾宣布联手组建财产保险公司众安在线。此次定增完成后,阿里、腾讯均持有华谊兄弟8.08%的股份,分别为仅次于王中军的第二大股东;平安则持股2%。

华谊兄弟也同时宣布了与阿里及腾讯的合作计划,包含了电影项目制作、宣传、发行、知识产权(IP)及衍生品等领域。电影制作为例,华谊兄弟将优先享受腾讯IP的影视改编权,并在未来三年内,将分别与阿里影业、腾讯共同制作发行5部电影作品。同时,华谊兄弟将释放电影作品总投资额的5%~10%给阿里、腾讯参与投资。

宣传与发行方面,华谊会选择10部电影与娱乐宝业务进行合作,并与阿里巴巴进行线上票务销售进行合作;在IP和衍生方面,华谊兄弟的剧本在线阅读传播、音乐作品互联网在线传播、电影作品的游戏及动漫开发均优先与阿里、腾讯合作。

华谊兄弟互联网娱乐事业部CEO胡明也表示,华谊对股东的诉求不光是资金方面,还希望股东除了资金之外,还会有其他的资源,能够对华谊有一些帮助和带动。

贵糖股份 遭自然人方少瑜举牌

证券时报记者 邱龙

贵糖股份(000833)今日宣布,遭自然人股东方少瑜举牌,后者在11月5日至11月12日期间,累计购入贵糖股份1816.84万股,占总股本的比例为6.14%,一举成为公司第二大股东。

据公告,贵糖股份于11月18日下午收到方少瑜发来的传真,被告示在11月5日至11月12日期间,方少瑜通过证券交易系统以集中竞价交易方式累计增持贵糖股份1816.84万股,占总股本的6.14%。按照这期间贵糖股份股价区间计算,方少瑜增持成本在1.59亿~1.84亿元之间,平均持仓成本约为9.62元/股(期间加权均价)。

根据公开交易信息,贵糖股份曾于11月11日,获广发证券肇庆星湖大道证券营业部买入1.29亿元,结合增持金额及时间,大致可以推断方少瑜主要是在该日,通过这一营业部购入贵糖股份。

不过,此次增持公告中并未透露方少瑜的详细身份。

公开资料显示,方少瑜可能是广州市正大方圆有限公司的法人代表,该公司注册资本3888.8万元,成立于1999年3月9日,为方少瑜全资持有。公司主营建筑及贸易,旗下有正大方圆贸易公司、正大方圆餐饮公司、正大方圆演艺传媒公司、正大方圆广告公司及建筑设计公司。

由于贵糖股份近期正在推进重组,公司股价也表现较为抢眼。今年8月的重组预案显示,贵糖股份拟向云硫集团、广业公司发行股份购买其持有的云硫矿业100%股权。重组完成后,贵糖股份将新增硫铁矿开采业务、硫磺矿生产业务以及硫酸、磷肥等化工产品的生产业务。云硫集团也将成为公司为第一大股东;不过由于云硫集团、贵糖集团均为广业公司子公司,故公司实际控制人不变。

按照公司此前三季报的披露信息,方少瑜6.14%的持股比例,即可跻身公司第二大股东。由于贵糖股份重组预案目前尚未获得公司股东大会审议通过,在大股东回避的前提下,方少瑜的立场将在很大程度上影响公司重组的走势。

市场大投资少 血透服务是桩好买卖

证券时报记者 顾惠忠

血液透析服务,这是一个令股神巴菲特都另眼相看的市场,对其钟爱有加。他近年来不断加大对血液透析服务提供商DaVita公司的投资。经过今年年初的增持之后,巴菲特已经持有后者17.7%股权,成为单一大股东。DaVita公司在美国41个州的社区设立了1200多家血液透析服务中心。

在有关医药行业投资论坛上,血液透析服务也是今年的一个热门话题,上市公司中,新华医疗、常山股份等公司今年年中开始介入血液透析市场。今年6月,新华医疗董事长赵毅新对外称,新华医疗准备于今年建立10家血液透析中心,明年建20家,2016年再建30家,计划到2020年,公司血液透析产品线整体营收规模在10亿元以上。

血液透析市场大

今年春节,记者去日本旅游,看到一个比较奇怪的现象。在国内,足浴房到处都是,而在日本,不管是东京这样的大城市,还是小县城,却看到的是一个又一个的血液透析中心。

说怪也不怪,日本早于我国几十年进入老龄化社会,糖尿病、肾病患者很多,也就需要一个又一个血液透析中心。即使放眼世界,血液透析的需求都很大。

据中国医疗器械信息网的数据,目前,中国终末期肾病(ESRD)患者数量约200万人,随着中国老龄化进程加快,预计到2030年,我国ESRD患者人数将突破315万人。

目前,由于医疗资源欠缺等原因,我国规律透析的存量患者仅有30万人左右,尿毒症患者透析治疗率尚不足15%,远低于37%的全球平均治疗率,而欧美发达国家的透析治疗率已经达到75%。随着肾源的严格控制,和血液透析合计报销比例不低于90%,今年以来,透析的患者比例在明显增加。

有业内人士认为,2015年~2020年,中国透析中心将达到5000~8000家。而目前公立医院的血液透析中心只有2300多个,能够服务的患者人数仅为26万人左右;有600多个县还没有血液透析中心。

我国血液透析中心之所以远远不能满足需求,还是政策受阻。2011年,卫计委给山东威海发放了第一张民营血透服务中心牌照,后来,又给白求恩基金会发放了一张牌照。但今年3月政策出现了松动,国家

卫计委医政医管局发布《关于征求独立血液透析中心管理规范和基本标准意见的函》(下称《意见函》),意图打破此前民营机构不得介入独立血液透析服务中心的成规。到了年中,民营血液透析中心实质性放开。

透析中心投资少

在《意见函》中,卫计委已不再要求设立血液透析服务中心必须是拥有肾内科的二级以上医院,只要10公里范围内有二级以上综合医院,并为之签订一个透析急性并发症服务协议就可建立透析中心。目前,民营透析中心一般是这样运营的,要么由企业出资为医院建立血液透析中心,或者由企业承包医院的血液透析中心;要么在二级及以上医院边上单独建设透析中心。

记者采访血透行业人士了解到,一个透析中心的投资和运营成本主要包括:场地租赁费、设备、场地装修、耗材、医护人员费用。场地租赁和装修费用并不多,最大的投资是透析机。进口血透机公开报价为30多万元,批量采购的实际成交价每台在15万元左右样子,加上场地、装修等,一个30~50台血透机的透析中心,初期投入在1000万元左右。相对于其他医疗服务,这个投资并不大。

见效快收益大

血透运营商向记者透露,目前,做1次血透,如果全部用进口设备和材料,每次收费为500元(全国的收费水平差异不大),如果部分采用国产材料,每次收费在400元左右。成本端,如果以500元的收费标准为例,包括病源介绍费在内的所有成本,在200元以内。也即毛利率为60%。

一台血透机运转12小时,一天可做7个病人,常规的水平是每天做5个病人。而重症病人,一月需做6~8次透析,轻症病人一月需做4次左右,血透病人月均血透费用为3000元左右。如果按每台设备每天做5个病人、每人平均收费400元、一个中心30台血透机计算,一个中心的年收入为2160万元,年毛利1296万元,每年净利润在1000万元左右。因此,一年就能收回投资。

山东威高的数据也对此做了印证。这家公司全部使用自产设备和耗材,截至2013年,建立了9家独立血透中心,2013年的收入为5.61亿元,同比增长40%。

这样看来,巴菲特的眼光果然不一般,血透服务确实是个好买卖。



■记者观察 | Observation |

药企不练真功 淘汰是必然的

证券时报记者 顾惠忠

昨日,医药行业的微信群里流传一份《广东省卫计委行业作风专项治理巡查暗访情况第二期通报》的文件。这份文件对医药代表公关医生的细节描写极为详细,对在广东省人民医院多个医生处发现月饼做了通报,并对院内发现医药代表的5家医院予以通报批评、限期整改。而据药企反应,广东卫计委将对一些公关医生的药企做出严厉惩罚,将禁止医院使用这些药企的药品。

葛兰素事件后,为了遏制医药领域的商业贿赂,今年3月1日,国家卫计委出台《关于建立医药购销领域商业贿赂不良记录的规定》。11月3日至6日,中央纪委监察部驻国家卫计委纪检组监察局在南京举办了为期四天的全国卫生计生系统纪检监察干部培训班。培训重点是加强和改进卫生计生系统查办案件工作,并就怎样提高查办案件的工作能力、破解查办案件的难点问题进行了专题讨论。

这边培训刚结束,省市就有了动作。先是上周五业内传出:上海血液科年会在嘉定一个五星宾馆召开,半夜,接到举报的上海卫计委监察处赶到宾馆,勒令终止会议,全体代表马上退房撤离。于是,在宾馆前台出

现了数百人半夜排队退房的奇观。后有重庆公布医药领域的“黑名单”,包括行贿者、受贿者和行贿受贿金额。

显然,医疗系统打击商业贿赂的力度会越来越大,药企通过给回扣拉拢医生的做法风险越来越大。

还是上周末,修正药业被同行大大笑话了一把,其广告词“做良心药、放心药、管用的药”,被同行讽刺为“凉心药”。原来,11月15日,国家食品药品监督管理总局通报,在对吉林省4家生产肺宁颗粒药品生产企业的飞行检查中,发现修正药业集团股份有限公司(柳河厂区)的药材返魂草部分发生霉变变质,企业还存在故意编造虚假检验报告等行为。于是做出依法收回其药品GMP证书等处罚,这意味着修正药业(柳河厂区)的停产。

而11月14日,湖北卫计委联合工商、物价局、食药监等部门印发《关于加强全省公立医院药房托管工作管理的指导意见(试行)》。此前,湖北已在鄂州等地试点药房托管,随着文件的下发,估计未来药房托管将在湖北大面积推广。按照此前药房托管的惯例,药房托管后,医院一般会从药房销售收入中提成,有的要给医院药品销售收入的40%,甚至45%。这块利润显然是药企让出来的。对药企来说,药房托管后,利润空间将被大幅度压缩。其实,不说湖北这个有违医药

分离导向的政策是否行得通,药价放开后,大部分药品将是降价的趋势。

从上面三个方面来看,今年药企的不利因素还挺多的,药企要在这样的政策环境里边生存、发展,必须要改变过去粗放的经营模式,踏踏实实地练好真功夫。

记者曾与一家大型药企的高管聊天。他说,他自己尽量买进口药,进口药质量确实好。记者了解到,进口药质量好,一个重要的原因是使用高质量的溶剂。溶剂有很多等级,高等级的就有质谱级和色谱级之分,就是用质谱仪或色谱仪检验没有杂质。正因为使用溶剂质量的差异,欧美大厂的青霉素不用做皮试,而我国生产的青霉素需要做皮试。那么,我国药企能不能也使用高质量的溶剂等原料,实实在在地把药品质量做好?

另外,药企使用高回扣式营销,一方面是为了追求高利润,一方面是为了应对竞争。说到竞争的恶劣,一个重要的原因是我国药企开发的品种重复度太高,以至于国家食品药品监督管理局今年发了二期过度重复药品名单。那么,药企能不能现在开始静下心来做研发,多开发独家的品种而不是低水平的仿制?

如此种种。因为我国进入老龄化社会,未来几十年内,医药需求将呈20%左右的年增长率,市场是巨大的,但如果药企不练好真功夫,淘汰也是必然的。

酒企瓜分央视广告招标会热门时段资源

证券时报记者 邱龙

央视2015年黄金资源广告招标大会昨日在北京梅地亚中心召开。自去年起,央视改为部分资源现场招标方式,也不再公布招标预售金额,今年同样也没有具体数据出炉,但宣布金额稳中有升。根据记者的粗略统计,昨天一日,央视广告收入便突破40亿元。

值得关注的是,在2014年低调

了一年,酒企今年再度活跃,拿下多个节目冠名权及黄金时段资源。而面对新媒体的崛起,央视也于今年首次进行新媒体广告项目招标,收获颇丰。

酒企瓜分热门时段资源

据央视广告经营管理中心透露,从2015年招标预售结果来看,食品饮料、家电、汽车、金融、旅游、

IT、日化等行业是目前央视广告的主力军。央视广告经营管理中心相关负责人表示,中央电视台广告客户结构非常稳定,目前,旅游行业的广告90%集中在央视,金融业广告投放也以央视为主,家电巨头美的、格力、海尔、海信等企业超过50%的电视广告集中在央视,汽车业40%的电视广告预算流向央视。

值得关注的是,近年业绩平平的白酒行业今年再度表现强势,在本次

招标预售中,五粮液、洋河、泸州老窖、剑南春等知名白酒再次相聚央视平台。以央视招标竞价现场第一标《舌尖上的中国》第三季独家冠名为例,经过近一个小时的激烈竞标,宁夏腾丰投资控股集团有限公司最终以1.18亿中标。

公开资料显示,宁夏腾丰主要从事名酒名品和葡萄酒进出口贸易,代理了五粮液、水井坊、剑南春、五粮液1618等品牌。

此外,洋河股份一口气冠名了《梦想星搭档》、《叮咯咙咚呛》两档节目;五粮液、泸州老窖、汾酒、燕京啤酒等酒企则分别占据了新闻联播、天气预报、焦点访谈、黄金剧场等央视黄金广告时段,但具体金额并未公布。

酒企这一表现与去年低迷情况形成了较为明显的反差。受制于“限酒令”,2014年央视广告招标中,啤酒和白酒等酒业现场投放额仅为6.74亿元。

新媒体广告资源受热捧

新媒体资源的亮相则成为了今年央视广告招标的新趋势。昨日现场招标推出的2015年央视新闻客户端合作伙伴、2015年CCTV-1、新闻频道《天气预报》二维码互动合作伙伴、2015年CCTV春晚独家新媒体互动

合作伙伴”等新媒体项目,均获得了企业的欢迎。海尔、美的、东风日产、腾讯等公司纷纷中标。

针对新媒体招标的趋势,中央电视台品牌顾问李光斗表示,新媒体对央视的挑战已成常态。央视广告收入在过去的20余年里一路高歌猛进,2013年百度的收入首次超过央视,成为中国最大的广告媒体。

虽然央视并未透露此次新媒体项目的具体成交价格,但据广告招标文件显示,上述项目价格并不低。以天气预报二维码的广告位为例,全年标底价格7900万元,现场招标还可能高于这一价格。

李光斗认为,央视已经意识到了新媒体对自己的强势挑战,2015年,央视将广告与节目深度融合,电视与新媒体全面融合,推出一批具有全媒体传播特色的创新产品。在媒体融合方面,中央电视台近年来正在加速发展新媒体,全力布局移动端。

此外,央视今年还深化了自身的广告代理机制。除了招标及零售代理、承包代理两种传统的渠道模式外,还创新建立了区域代理的渠道经营模式,目前共有CCTV-3、8、9、10、11等五个频道实行区域代理,5套及5+、少儿、音乐、社会与法、CCTV-NEWS实行整频道承包,2套、4套、新闻频道部分实行栏目广告承包。



IC供图