

# 1500亿布局互联网+ A股公司走向风口能飞多高？

“互联网 + 就像一种新的 DNA，与各行各业结合之后，能够赋予后者以新的力量和再生能力。如果我们错失互联网的使用，就好比第二次产业革命时代拒绝使用电能。”这是马化腾对“互联网 +”的评价。

事实上，产业资本早已先行一步，年初至今，互联网 + 已经渗透到各行各业。不过，中国电子商务中心主任曹磊表示，传统企业转型“互联网 +”，到目前还没有一家真正意义上成功的。从开始转型到整个业务流程的革新还有很长的路要走。

证券时报记者 翁健

“十三五规划”建议出台后，互联网+”成为国家发展的战略部署之一。作为中国经济的主力军，A 股上市公司“触网”布局直接影响所处行业互联网化的发展。据证券时报记者不完全统计，今年以来，剔除金融企业，A 股上市公司通过定向增发募资来涉足或者加码“互联网+”的上市公司有约 70 家，这 70 家公司通过定增募集的资金超过 1500 亿元。也就是说，2015 年上市公司整体通

## 抢滩互联网金融

金融行业可谓最早赶上“互联网+”风口的领域之一，而 2015 年互联网金融的抢滩之战更为激烈。对于上市公司扎堆跨界涉足互联网金融行业的现象，业内人士认为，互联网金融行业存在一定的泡沫和风险，但整体上看有利于上市公司业务金融化。

## 上市公司抢滩登陆

2015 年，布局互联网金融不约而同地成为多家上市公司的首要规划。其中，上市公司新增互联网金融为第二主业的不胜枚举；将主营业务转型为互联网金融的也不在少数。值得注意的是，某些行业出现整体进军互联网金融的现象。

据证券时报记者统计，截至目前，2015 年共有超过 10 家的上市公司将互联网金融作为第二主业。另外，有超过 4 家公司已整体转型互联网金融。其中，熊猫金控、匹凸匹均在今年更改公司名称、整体转型互联网金融。但从三季报来看，业绩并不理想。熊猫金控前三季净利润同比下滑七成，而匹凸匹则仍亏损 3641 万元。

从整体业绩来看，根据招商证券统计，互联网金融转型阵痛期持续。互联网金融行业 2015 年前三季度收入同比增长 13%，净利润同比增长 2.99%。行业整体尚未全面爆发，预计行业收入与净利润下滑主要与金融行业反腐加大以及转型投入增加有关，例如三泰控股、用友网络等公司在整体向互联网转型过程中投入激增，新业务短期未出成效。

值得注意的是，随着今年互联网金融风潮加速，已出现某些行业整体涉足互联网金融的现象，例如家电及相关行业。

今年 10 月份，主营冰箱生产销售的奥马电器发布公告，拟以 6.12 亿元收购中融金（北京）科技有限公司 51%的股权，布局互联网金融业务。此外，奥马电器还拟向不超过 10 名特定对象募集不超过 26 亿元，全面发力互联网金融。公告显示，自 2015 年以来，奥马电器积极调整发展战略，把握互联网金融发展新机遇，整合资源投入互联网金融新蓝海，建立供应链金融业务体系。

而在此前，国内大型家电巨头已逐渐认识到了供应链金融的潜在市场，纷纷抢占先机，形成企业新的战略优势和利润增长点。例如我国家电制造企业龙头海尔云贷、美的金融等，包括家电销售行业的龙头企业如苏宁和国美，以及家电类电商巨头京东商城

过募资 1500 亿元投入互联网+，涉及行业主要包括互联网金融、能源、教育、珠宝以及零售百货行业等。

2015 年即将走完，在前期“互联网+”项目纷纷上马的背景下，互联网化对各行各业的影响程度已有所呈现。

为此，证券时报记者通过对三个领域进行梳理，包括上市公司涉足最为频繁的互联网金融领域，零售百货等转型较为迫切的传统行业，以及互联网+风潮下获益较大的信息与网络技术行业，以期勾勒出上市公司“触网”后的发展路径图。

也纷纷试水供应链金融服务。

## 消除金融业务的鸿沟

进军互联网金融业务风风火火。但风潮过会，是否会是一地鸡毛？对此，业内人士认为上市公司抢滩互联网金融，有利于破除此前涉足金融业务的高壁垒，改善企业产业链的资金结构问题。同时，从长期来看也有利于我国金融行业更加市场化。

国内较早运营的 P2P 平台拍拍贷 CEO 张俊在接受证券时报记者采访时表示，上市公司纷纷开拓 P2P、第三方支付等互联网金融业务，有一类是为炒作股价增加概念，特别是在上半年 A 股市场行情火爆之时更甚。

但另一类企业，则是通过投入互联网金融，升级自己的商业模式，它们期望通过互联网金融平台整合上下游产业链，为公司客户提供增值服务，巩固公司产业链核心的地位。同时，透过该平台及渠道，公司的在资金结构上的自由度及操作性上也更高。”张俊表示。

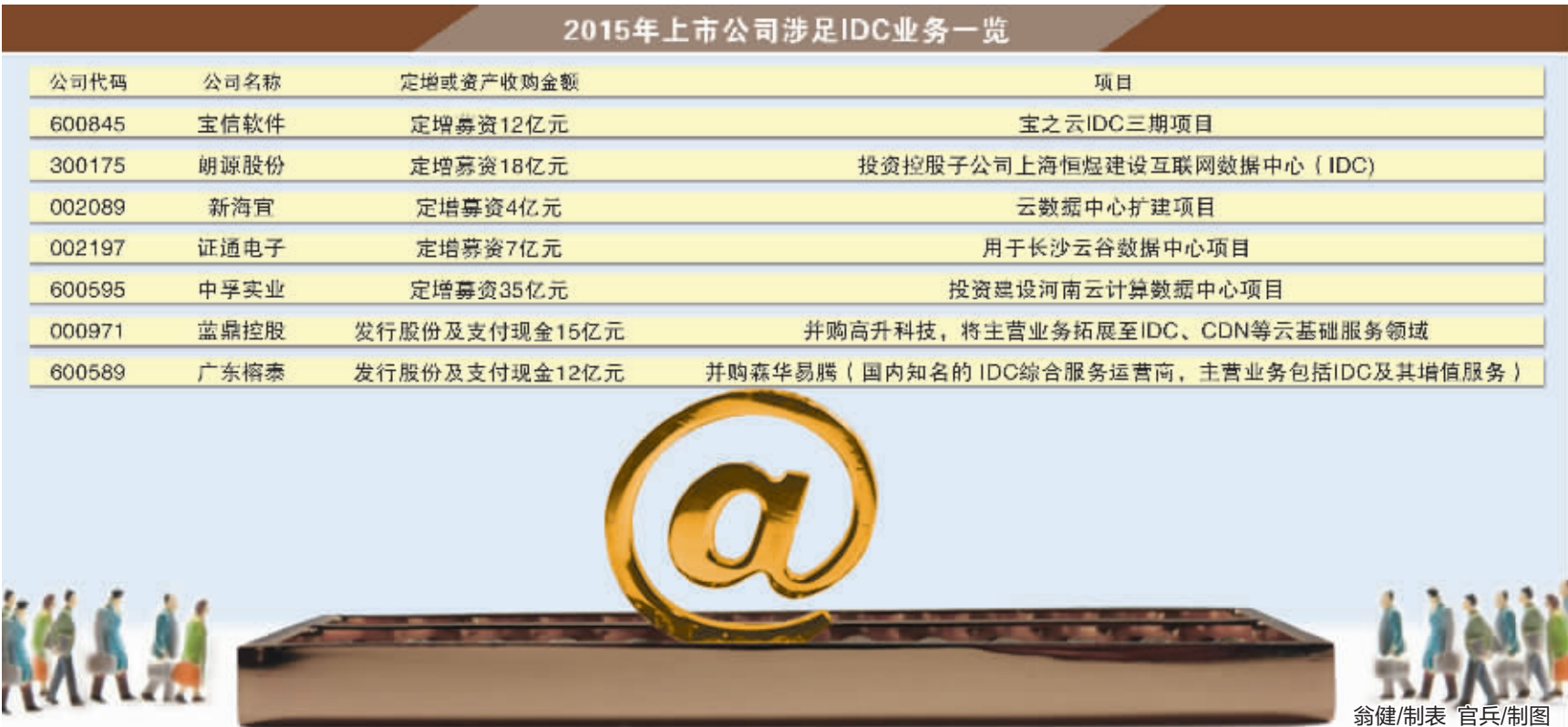
例如上文所提的家电行业，由于家电行业的结构问题，通过互联网金融可以优化资金结构。

奥马电器表示，在家电行业的整个供应链中，企业的资金出入通常不会处于一个稳定的状态，因此在产业链的各个环节都会出现资金缺口。当前，应收账款拖欠和坏账风险明显加大，企业周转资金紧张程度加剧。沉重的应收账款规模和资金流动性风险，严重制约了传统制造型企业的发展，使得家电制造业深陷生产效率低下、产业链成本居高不下。

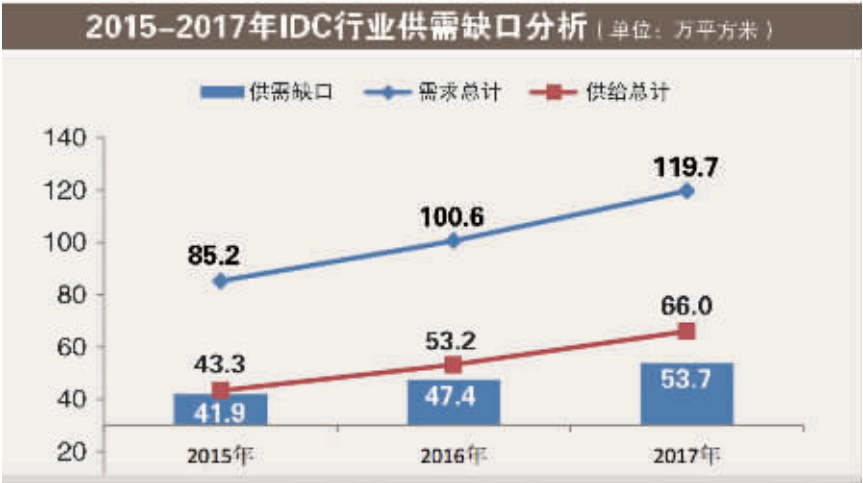
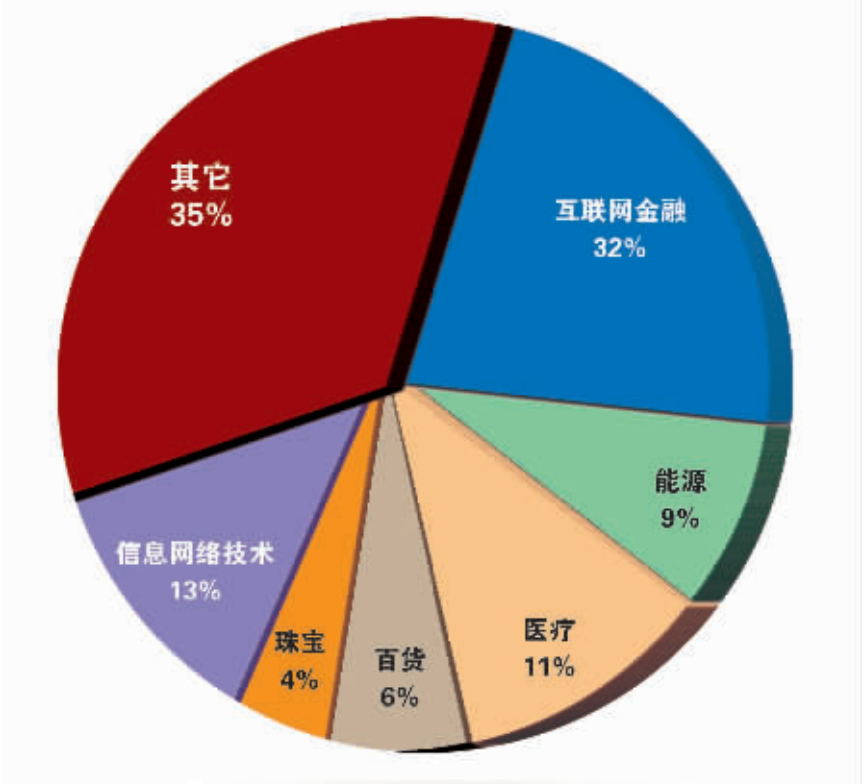
而通过相关供应链金融服务，可以优化整个家电行业产业链各个环节的资金结构，解决因资金链短缺给整个生产环节造成的效率低下、成本过高、渠道销售潜力无法完全释放等问题。

易观国际创始人杨斌在接受证券时报记者采访时表示了同样的观点：扎堆跨界涉足互联网金融长期来看是好事，互联网金融的发展更打消了各个行业与银行等金融机构的界限。因为过往我们的金融行业都是高度垄断的，其它行业难以踏足。而通过互联网金融平台创新，上市公司能更好的拥抱金融、收益于金融，服务于金融。”

当然，上市公司能否在互联网金融上获得收益，还是未知。那些试图在短时间内看到效果的，往往都会失败。如果从 5-10 年的时间来看，业务金融化的效应会慢慢体现。同时，整体上看可推进国内金融行业真正更加市场化。



2015年A股上市公司定增涉足互联网+行业分布  
(截至11月11日)



## 传统业务转型的“救命稻草”

相比涉足互联网金融行业，传统行业主营业务的互联网化则显得更加迫在眉睫。除了金融行业，今年以来通过定增募资转型“互联网+”的上市公司，大多处于零售百货、纺织服装、珠宝等传统行业。但从今年前三季度来看，互联网化的转型尚未成为公司业务增长的动力。另外，传统行业管理层对互联网+的态度，从两年前的漠不关心，到现在不计成本的投资上马，转变稍显极端，这也使得不少问题摆在上市公司面前。

## 互联网化成本高拖累业绩

传统行业发展举步维艰，而“关店潮”可谓一个缩影。以人人乐、中百集团为代表的百货行业频频关闭店面“断臂自救”，以海澜之家为代表的服装行业降低全年的开店数量，以豫园商城为代表的珠宝行业也因过度依赖百货商场等实体渠道开始转型。上述行业为了转型，均把目光瞄准了“互联网+”。但从目前来看，由于这些行业“互联网+”布局尚未到位，转型成效

尚未体现在业绩上。同时，由于平台及渠道的建设投入较高，反而一定程度上拖累了公司当下业绩。

从纺织服装行业整体上看，2015 年前三季度纺织服装全行业持续低位徘徊，其中品牌服饰板块中除大众品牌复苏趋势向好外，其余子行业仍在持续调整。根据今年三季报，中信纺织服装板块 79 家上市中，48 家公司净利润实现同比增长，31 家公司净利润负增长。

而转型较为坚决的零售百货行业，业绩不甚理想。前三季度零售行业净利润下滑超过 13%，行业盈利能力持续恶化。其中，多家互联网零售公司业绩均无太多亮点，主要原因为线上平台开发拖累短期业绩。

对此，有业内人士分析，传统行业的转型尚未见效，主要因为搭建的互联网平台尚未落地，同时，对于某些自去年或今年开始的转型类公司，由于处在前期投入期，盈利能力下滑情况更为严重。

以步步高为例，公司前三季报实现营业收入 116 亿元，同比增长逾两成，但却增收不增利，净利润同比下滑

## 互联网+重在顺“势”而为

相比金融行业及其它传统业务，信息与网络技术相关行业成为“互联网+”风潮下获益最为确定的领域。

李克强总理曾表示：站在互联网+的风口上顺势而为，会使中国经济飞起来。”而“互联网+”的“势”到底是什么？对此，中国众融总会创会会长林永青将其概括为信息与网络技术之势。正是信息与网络技术的不断发展，使各行各业“触网”具备基础。而随着跨界融合“互联网+”的风潮愈盛，对相关信息与网络技术的需求即将爆发。

有业内人士分析，互联网+概念随着时间的推移，大浪淘沙之后市场会把关注点转移至基本面上更有业绩支撑的互联网基础设施板块等，这也引发 A 股上市公司积极布局相关。

根据阿里研究院对“互联网+”的定义：以互联网为主的一整套信息技术（包括移动互联网、云计算、大数据技术等）在经济、社会生活各部门的扩散应用过程。也就是说，上文所提的信息与网络技术，主要包括移动互联网、云计算、大数据技术。

从通信行业整体业绩来看，今年第三季度增速较快。数据显示，2015 第三季度，通信行业近 80 家样本上市公司共实现收入超过 1500 亿元，同比增长一成，增速明显反弹，原因之一为信息基建处于高景气，通信设备商和光通信板块收入高速增长。国泰君安的最新研报认为，工业互联、大数据、云计算等新兴板块蓬勃发展，将成为通信行业新的增长极。从 2015 年以来的环比数据来看，30%以

近三成，其中第三季度更是出现亏损，净利润同比下滑达 103.80%。对此，公司表示公司净利润迅速下降原因包括：公司实施线上和线下融合的 O+O 全覆盖布局，构建包括云猴网、支付平台、物流平台、便利平台、会员平台在内的云猴大平台生态系统。目前各平台正处于前期构建及市场培育阶段，培育成本较高。

中国电子商务中心主任曹磊在接受证券时报记者采访时表示，传统企业转型“互联网+”，到目前还没有一家真正意义上成功的。从开始转型到整个业务流程的革新还有很长的路要走。其中，像零售行业的互联网转型就分三个阶段，最后目的是为实现企业整个业务流程的互联网化，但目前只停留在营销的阶段。因此，例如服装行业、零售行业等行业的“互联网+”转型尚需时日，并不能立马体现在业绩上，但搭建平台却是需要不断增加投入的，以保证始终较竞争对手先行一步，这对短期业绩将形成压力。

## 企业互联网化三大问题

上市公司高管对“互联网+”的观念，在一两年的时间里急剧扭转。一方面，是由于国家领导人的推动，决意提速整个国民经济互联网化的进程，以前因对互联网化认识不清而犹豫的，开始提

上收入增速的公司数量持续增加，说明新兴板块高成长性公司的阵营不断扩大。

具体而言，以云计算的实体 IDC（IT 设备依托数据中心）为例。受益于互联网流量快速增长，IDC 需求增长迅猛，随着云计算、大数据的兴起，IDC 的重要性更加突出。朗源股份形象地比喻称，如果把信息比作“血液”，网络比作“血管”，则 IDC 好比就是最关键的“心脏”部位，其不仅是服务器资源集中托管的场所，更是数据传输、计算和存储的中心，并在组成、结构、功能、规模及运用模式等方面正在发生着深刻的变革。

根据 IDC 圈统计数据显显示，2014 年中国 IDC 市场规模达到 372 亿元，同比增速达到四成。在“互联网+”、云计算、物联网等行业发展趋势的推动下以及国家关于扩大信息消费等相关政策的支持下，预计今后三年仍将高速增长，增速将达到三成以上。到 2017 年，市场规模将达到 900 亿元以上，增量规模超过 527 亿元。

而 IDC 行业也成为产业资本青睐的对象。据证券时报记者统计，今年以来已有超过 5 家上市公司通过非公开发行募集资金加码 IDC 业务，其中中孚实业拟募金 35 亿元建设云计算数据中心、而朗源股份拟募资拟 18 亿元增资上海恒煜，主要用于建设互联网数据中心（IDC）项目。另外，主营 IDC 业务的企业也成为上市公司构建新业务及新增长点的“香饽饽”，其中蓝鼎控股 15 亿元收购高升科技，广东榕泰 12 亿元并购并购森华易腾。

高度重视程度。另一方面，也因企业乃至整个行业景气度不高，迫切需要革新发展。

但观念转变过快，资本涌入过于密集，也必然出现问题。简单的为“互联网+”而“互联网+”，忽视行业本身的发展规律及企业的革新，“互联网+”则难以成为转型成功的“救命稻草”。

对此，杨斌表示，目前上市公司谋求互联网化需要解决三个问题。第一是共识问题。什么是“互联网+”？对此每个行业均有不同的定义，每个企业也有不同的理解。特别是上市公司，由于均为所处行业领头羊，对行业的创新改革具有指导意义，因此尤其需要凝聚共识，谋求最适合企业乃至行业发展的互联网化道路。第二，明确转型方案和计划。上市公司跟小企业不同，有整体布局的规划，也需面临监管等问题，及早制定作战计划能少走弯路。最后，是执行力问题，管理团队是否有具备互联网思维及相关能力，人才储备升级需同步跟上。

“互联网+是催化剂，是战略性工具。对于企业来讲，互联网化的目的是帮助二三线企业脱颖而出，帮助龙头企业保持未来 5-10 年的领导地位。而本质上一点，是通过互联网化促进企业根据行业特点及发展规律进行创新，如果不考虑行业环境和市场环境的变化，那互联网+难以起到帮助转型的作用。”杨斌表示。