

内涵式增长 外延式并购

# 华谊兄弟打磨“全娱乐产业链”

本报记者 梁剑箫



以深化内容生产为着力点,一部分则将关注其与相关产业融合的趋势,内涵式增长和外延式并购交错并进,力争将“全娱乐产业链”的定位打磨得更加精良。

谈到华谊兄弟的“内涵式增长”,兴业证券传媒互联网分析师小组负责人文浩表示,华谊兄弟的主营业务目前依旧是电影,其内涵式的能量将不断增长,逐步释放。

目前,电影依然是华谊兄弟的主要经济增长点,其未来发展仍将沿用以大片为主的战略模式。“尽管今年上半年我们遇到了《泰囧》、《致青春》、《中国合伙人》、《北京遇上西雅图》等中小成本影片的‘逆袭’,但大制作影片依然是电影发展的主要目标。电影从诞生之日起就是一个造梦的过程。放眼世界,这个潮流及其方向不会改变。”王中磊说。

作为龙头企业,华谊兄弟一直秉持“内容为王”的生存法则,譬如将于明年贺岁档上映的《私人定制》即可体现。

在内涵式增长不断深化的同时,华谊兄弟近来也利用其行业龙头地位,通过资本运作的手段整合资源,加强外延式并购的拓展,力争将“盘子”做大。

具体而言,在电视剧业务方面,典型的就是今年9月初华谊兄弟收购浙江常升影视制作有限公司70%股权。华谊兄弟10月15日发布公告称,公司已审议通过《关于投资控股浙江常升影视制作有限公司项目的议案》,这一举动作为战略布局,进一步加强了华谊兄弟自身电视剧内容生产的水准和能力。

在游戏营销领域里,华谊兄弟收购广州银汉之后,二者的优势互补已初见成效。王中磊表示,银汉出品的《时空猎人》手机游戏10月全球收入有望破亿元,成为国内首款月营收亿元级产品。银汉另一款最新开发的手机游戏《神魔》,将在内容上与华谊兄弟影视业务进行深度融合,并将借助更多华谊兄弟的品牌优势和资源,打造手机游戏营销的创新模式。

类似华谊兄弟这样的龙头企业,在主营业务的内涵式高速增长发展到一定阶段,市值也随之进入一定空间后,就会碰到一个“天花板”。若要更上一层楼,就必须通过更多的业务实现战略上的外延和扩大,而这也是世界传媒巨头成长过程的必经阶段。文浩认为,此种外延式并购的资本运作是具有可持续性的。倘若华谊兄弟未来的产业链布局能在横向和纵向上齐头并进,进入更多的领域,其“打造综合传媒娱乐巨头”的道路将更加清晰。

此外,就传媒娱乐行业的整体现状而言,华谊兄弟和光线传媒等巨头在经营战略上相互影响,各自按照自身战略目标向前推进,“企业之间在战略设计上可能会有一些交错的地方,但不存在谁影响谁的问题,它们各有各的发展空间和经营策略。这是一种行业性的自上而下的必然现象,也意味着良性竞争的现状。”文浩说。

## 中航国际要约收购德国洪堡公司

**本报讯** 记者刘瑾、通讯员徐勇报道:近日,中航国际北京公司与IAT Reinsurance Co.,Ltd等12家公司签订协议,收购其持有的德国洪堡公司共19.03%的股份,收购金额6100万欧元,同时联合3家新加坡投资公司作为一致行动人,向洪堡公司其他股东发出要约收购。这是中国公司第一次要约收购德国法兰克福上市公司。

据了解,此前中航国际北京公司已持有洪堡公司20%股份,是洪堡公司单一最大股东,通过本次增持,北京公司与一致行动人有可能实现对洪堡公司绝对控股。作为中国航空工业集团公司旗下中国航空技术国际控股有限公司的全资子公司,中航国际北京公司于1997年开始从事水泥装备业务。德国洪堡公司成立于1856年,在国际水泥技术装备领域具有领导地位,也是水泥核心技术装备多项专利的发明者。

## 深圳物流企业公共服务平台上线

**本报深圳10月16日电** 记者杨阳腾报道:深圳市物流企业公共服务平台一期已经顺利建设完成并于今天正式上线,服务平台将重点推出物流资讯平台、物流资源搜索平台、品牌推广平台、物流金融服务平台等4大平台服务板块,为物流企业提供行业最新政策、资讯、物流需求发布与检索等公共服务。

据了解,深圳市中小企业服务中心针对该市重点产业进行公共服务平台网络规划布局,进一步完善深圳中小企业公共服务体系,建设1个市枢纽平台和15个窗口服务平台,打造中小微企业“用得着、用得起、有保障”的公共服务平台。其中,物流行业公共服务平台将通过与家具、服装、机械、钟表、LED等其他产业平台网络之间的互联互通、资源共享、功能互补和服务协同,形成从市枢纽平台到窗口平台、从在线服务到呼叫应答、从网络运营到线下活动的中小企业服务骨干架构和基础环境。

## 中行九江分行创新服务“扶小助微”

**本报讯** 记者赖永峰、通讯员苏焕林报道:为破解小微企业融资难题,中国银行九江分行积极创新服务模式,推出“联保联贷”等多项融资产品。同时,该行优化审批流程,通过工厂式、标准化、“流水线”运作及专业化的分工,确保5至10个工作日即可完成授信调查和信贷审批等,大大提高了小微企业融资速度。

“情景分析、批量开发、名单式营销”是中行九江分行发展小微企业业务的“三大法宝”。该行结合区域经济特征,一行一策,通过分支行一体化的营销服务体系,先后为共青纺织服装、京九批发市场等重点企业和知名商圈制定了差异化营销和产品服务方案,有力推动了当地小微企业业务发展,并通过批量营销、批量处理和批量授信的业务模式,提高了对产业集群的服务质量与效率。今年1月至8月,该行小企业客户数较上年增长39.46%,小企业贷款余额较上年增长78.53%。

本报记者 郭文鸽

10月16日,手机软件公司触宝科技与三星对外宣布达成战略合作,未来触宝旗下号码助手产品将为三星智能手机提供号码数据服务,首批合作机型为三星刚刚上市的Galaxy Note III。

“触宝号码助手在三星Galaxy Note III上并没有以传统预装的形式出现,而是将大量精准的数据库与云技术平台融入三星智能手机的拨号系统中。”触宝科技CEO王佳梁特别强调。

近期媒体对手机预装软件的报道,一时间让手机软件商成为消费者眼中占用内存、耗费流量、侵犯隐私甚至恶意吸费的“邪恶化身”。但在王佳梁看来,对触宝这样的正规软件商来说,目前国内手机软件分发渠道的激烈竞争让软件厂商本身也很“受伤”。

据了解,当前手机软件的分发渠道主要分为线上应用商店和线下手机厂商、代理商,以及经销商等的手机预装渠道。在王佳梁看来,这两种渠道都有收紧的趋势。“在百度收购91无线之后,线上应用商店格局基本已定,行业前3名已被腾讯、百度、360把控。而线下随着管控更加严格和竞争加剧,生产厂商和运营商预装软件的门槛也正在变得越来越高。”

同时,据艾媒咨询对中国智能手机用户使用习惯进行的专项统计显示,国产智能手机用户手机中常用应用数量平均只占手机中应用总量的17.2%。低使用率的一个主要原因是,用户面对众多的应用选择往往“精疲力尽”,碎片化时间有限,只能专注于少数几个应用。如何在夹缝中求生,赢得用户,成为手机软件厂商亟须解决的首要问题。

业内普遍认为,线下渠道并不一定要以预装的形式出现,为大型手机厂商提供定制化服务,能够为第三方软件提供商带来品牌影响力和用户数量的双丰收。

而对类似三星这样习惯于自主研发系统的大手机厂商来说,引入第三方合作的方法更加经济实惠,内嵌式服务在改善手机使用体验的同时,也避免了消费者对预装软件的抱怨。

那么,在获得渠道之后按照怎样的方式盈利?从触宝经验来看,走向国际,通过收取专利费为其带来了稳定的营业收入。2012年,触宝的年收入已接近3000万元人民币,盈利突破百万元。对于其他手机软件厂商来说,也已经有许多成功者的足迹可供参考。比如Line、陌陌类等对功能插件和表情收费就表现不错,UC浏览器、豌豆荚等靠收取广告和渠道费用也在行业内站稳了脚跟。可以肯定的是,获得用户永远都是企业走向成功的第一步。

本版编辑 杨忠阳 孟飞

## “讲文明树新风”公益广告



# 创业成就梦想

# 创新引领未来

看 Company Watch

## 触宝“定制服务”胜算几何?

本报记者 郭文鸽

10月16日,手机软件公司触宝科技与三星对外宣布达成战略合作,未来触宝旗下号码助手产品将为三星智能手机提供号码数据服务,首批合作机型为三星刚刚上市的Galaxy Note III。

“触宝号码助手在三星Galaxy Note III上并没有以传统预装的形式出现,而是将大量精准的数据库与云技术平台融入三星智能手机的拨号系统中。”触宝科技CEO王佳梁特别强调。

近期媒体对手机预装软件的报道,一时间让手机软件商成为消费者眼中占用内存、耗费流量、侵犯隐私甚至恶意吸费的“邪恶化身”。但在王佳梁看来,对触宝这样的正规软件商来说,目前国内手机软件分发渠道的激烈竞争让软件厂商本身也很“受伤”。

据了解,当前手机软件的分发渠道主要分为线上应用商店和线下手机厂商、代理商,以及经销商等的手机预装渠道。在王佳梁看来,这两种渠道都有收紧的趋势。“在百度收购91无线之后,线上应用商店格局基本已定,行业前3名已被腾讯、百度、360把控。而线下随着管控更加严格和竞争加剧,生产厂商和运营商预装软件的门槛也正在变得越来越高。”

同时,据艾媒咨询对中国智能手机用户使用习惯进行的专项统计显示,国产智能手机用户手机中常用应用数量平均只占手机中应用总量的17.2%。低使用率的一个主要原因是,用户面对众多的应用选择往往“精疲力尽”,碎片化时间有限,只能专注于少数几个应用。如何在夹缝中求生,赢得用户,成为手机软件厂商亟须解决的首要问题。

业内普遍认为,线下渠道并不一定要以预装的形式出现,为大型手机厂商提供定制化服务,能够为第三方软件提供商带来品牌影响力和用户数量的双丰收。

而对类似三星这样习惯于自主研发系统的大手机厂商来说,引入第三方合作的方法更加经济实惠,内嵌式服务在改善手机使用体验的同时,也避免了消费者对预装软件的抱怨。

那么,在获得渠道之后按照怎样的方式盈利?从触宝经验来看,走向国际,通过收取专利费为其带来了稳定的营业收入。2012年,触宝的年收入已接近3000万元人民币,盈利突破百万元。对于其他手机软件厂商来说,也已经有许多成功者的足迹可供参考。比如Line、陌陌类等对功能插件和表情收费就表现不错,UC浏览器、豌豆荚等靠收取广告和渠道费用也在行业内站稳了脚跟。可以肯定的是,获得用户永远都是企业走向成功的第一步。

经济日报社