

收购文化传媒公司金额超过百亿

文化产业迎来资本市场春天

最近一个月内,先后有5家上市公司发布了收购文化传媒公司的公告,并购金额超过百亿,如此密集地出现重量级的文化传媒公司并购案例,足以说明文化传媒公司成为市场的热点,受欢迎的盛况,证明文化产业迎来了资本市场的春天。

业内著名公司上市

4月份以来的一周里,就有3家收购重量级的文化传媒公司案例。最新的是前天晚上发布公告的浙富控股(002266),浙富控股4月4日与璀璨星河及田明先生签署了《梦响强音文化传播(上海)有限公司进一步股权转让意向协议》。鉴于2014年3月25日三方已签署关于梦响强音20%股权的转让意向协议,公司将合计受让梦响强音40%股权,梦响强音40%股权的转让价格合计不超过8.4亿元。

上海的梦想强音公司近年异军突起,作为从事电视节目及电影项目品牌管理开发等业务的公司,这几年制作的节目包括“中国好声音”、“中国好歌曲”、“出彩中国人”等都具有很大的影响,也是中国收视率位居前列的音乐娱乐节目。

差不多同时,另一家电视行业公司也宣布要上市。4月3日,华录百纳(300291)发布公告,拟以25亿元价格收购蓝色火焰100%股权。位于深圳的蓝色火焰也是一家文化内容制作运营及媒介代理公司,公司2013年成功运营大型音乐竞技节目《最美和声》、出品电影《快乐大本营之快乐到家》、《爸爸去哪儿》等。

浙富控股原本在3月25日已经签署协议收购梦想强音20%股权,就在蓝色火焰宣布整体上市第二天,梦想强音就将上市份额提高到40%。实际上,以40%股权8.4亿元计

算,梦想强音公司整体价值也高达21亿元,与蓝色火焰价值差不多。这两家电视业内著名的文化公司差不多同时上市,也算业内的大事了。

60亿高价创近期纪录

收购价格最高的是高金食品(002143)收购印纪传媒,4月8日发布的公告显示,高金食品拟以置出资产加定向增发方式收购印纪传媒100%股权,收购价高达60.12亿元,是近期文化传媒类公司收购价最高的案例。而印纪传媒(DMG集团)不仅是国内排名前五位的国际4A级广告公司,更是频频涉足影视领域,参与投资、制作、引进的电影包括《建国大业》、《杜拉拉升职记》、《生化危机4》等,2011年以来,印纪传媒与好莱坞制片公司合作的影片多达9部。

除了这3家收购金额较高的文化传媒公司,3月19日,中南重工

(002445)发布公告,拟以10亿元收购大唐辉煌100%股权,大唐辉煌的主营业务为电视剧制作等业务,2014年投拍并取得发行许可的电视剧有望达到10部以上。公司的股东中包括唐国强、陈建斌、王姬、冯远征等著名演员。

3月14日,熊猫烟花(600599)发布公告,拟5.5亿元收购华海时代60%股权,这也是一家电视剧制作公司,不过,目前仅独立制作发行2部电视剧《箭在弦上》和《娘要嫁人》。

以上这5家上市公司收购文化传媒公司的总价值为109亿元。

公司转型的一次双赢

如此密集地上市公司收购文化传媒公司,最主要原因是文化产业迎来一个发展良机。而收购文化传媒的这5家上市公司,基本上是传统产业

公司,这几年由于行业不景气经营困难较大,迫切需要转型,转型文化公司既符合政策导向,又能带来较好的业绩,如梦想强音和蓝色火焰,都承诺2014年至2016年累计净利润不低于8亿元和7.625亿元,由此将极大地提高上市公司的业绩。

上市公司进军影视传媒行业,可以说是一次双赢。一方面,由于文化产业大发展,给上市公司带来较好的业绩;另一方面,文化传媒特别是影视公司,巨额投资资金一直是个难题,而上市公司具有很好的融资渠道,可以助力影视公司拍摄更多的作品,最终带来更好的业绩。

双方的一拍即合,造成国内一些著名文化影视公司纷纷走向上市,而借助并购渠道成为快捷上市的主要方式,可以说,文化产业迎来资本市场的春天。

本报记者 连建明

上投摩根发布二季度投资策略报告 A股筑底后反弹可期

本报讯 (记者 许超声)上投摩根近日发布二季度投资策略报告称,虽然宏观经济仍处阶段性下行阶段,但不会演化成系统性风险,二季度后期,市场有望筑底反弹,年报和一季报出现高盈利增长的优质成长股,有望获得资金重新回流和追捧。

上投摩根认为,中国经济虽出现阶段性下行,但不会演化成系统性风险,预计全年可维持7.5%的目标增长。在拉动宏观经济的三驾马车中,投资、消费料双双下行,但后者更趋于平稳中略有下行,进出口或呈现个位数增长。货币政策层面,

预计二季度维持中性偏紧,但考虑到市场利率因去年利率市场化冲击阶段性高企,目前已开始呈现平稳正常化,资金面整体较去年仍好。

对于二季度的A股市场,上投摩根保持谨慎乐观,认为A股目前处于震荡筑底阶段,但在二季度后期,随着经济短期波动触底及改革政策如果陆续出台,市场仍有望出现向上反弹机会。上投摩根表示,二季度资金极有可能重新回流到前期跌幅较大、调整已到位的优质成长股上,看好年报和一季报有望出现高盈利增长的优质成长股。

风电行业回暖 海上风电发力

今年将实现新增装机1800万千瓦目标

本报讯 (实习生 全晶妍 记者 胡晓晶)“靠天吃饭”的风电行业,在经历前几年的低谷后,今年或将进入“海上风电元年”。在昨天下午举行的“2014上海国际风电展”通气会上,中国资源综合利用协会可再生能源专业委员会负责人唐文倩表示:过去由于海上风电建设对资金、技术和人才培养等要求非常高,所以发展极为艰难;但今年以来,伴随风电行业的整体回暖现象,海上

风电项目也将进入实质性大发展。像7月初将亮相的“2014上海国际风电展”,就将重点聚焦风电质保期前后各种运维模式、“孤儿”风机的解决方案等项目,运维服务的发力将让中国的海上风电进入快车道。

实际上,近日由国家能源局发布的《2014年能源工作指导意见》,已经给发展海上风电明确了政策扶持,提出2014年将有序发展风电并实现新增装机1800

万千瓦的目标。据上海电气风电设备有限公司副总经理刘琪昨天透露,今年元旦前后,国家能源局相继审批多个项目,其中上海电气全揽4个海上风电项目,包括江苏如东新增装机20万千瓦、福建龙岩建20万千瓦等项目都将在今年全面启动。“今年不仅是陆上风电回暖年,海上风电也将首次进入小高潮年,而上海则有望成为国内海上风电发展的高地。”

转型成长仍是重要投资主题

本报讯 (记者 许超声)近日,大盘的连续回稳,创业板和中小板大幅反弹。2014年创业板指数、中小板能否风光再续?景顺长城中小板创业板股票基金拟任经理杨鹏表示,从估值的角度看,中小板和创业板短期面临一定的调整压力,但长期来看转型和成长仍将是市场重要的投资主题。

杨鹏认为,随着经济转型的深入,转型和成长仍是重要的投资主

题。短期从估值的角度看,中小板和创业板的市盈率水平处于历史相对高位,短期面临调整压力,但长期来看,未来中国经济增长方式将实现质的转变,在这一过程中以成长股为代表的中小板创业板将蕴含大量投资机会。也就是说,经过调整后,那些真正有着良好的成长性、估值水平回落到合理区间的中小板创业板股票会受到资金的青睐,仍会有良好的市场表现。

清科推出互联网金融服务平台

本报讯 (记者 连建明)近年来,随着第三方支付平台日趋成熟,余额宝、P2P、众筹等新兴模式的迅速崛起,互联网金融成为时下最热门的行业,受到投资人和创业者的竞相关注。为更好地服务于投资与创业市场,近日清科集团宣布推出专注于互联网金融领域的专业服务

平台——新金融。

新金融(www.xjr365.cn)将在依托和整合清科集团既有资源的基础上,以资讯为载体,加上研究、数据、圈子活动、深度分享、投资对接等全方位服务,打造中国互联网金融时代企业、投资机构、研究机构等共同服务的第三方平台。

中国互联网金融投资大会上投资精英认为 互联网金融还有很多投资机会

互联网金融成为眼下最热的话题,第三方支付、P2P、众筹、金融网销、互联网小贷、虚拟货币、理财APP等形形色色的新模式、新概念是否都是这个行业的颠覆者?昨天在深圳结束的由清科集团主办的2014中国互联网金融投资大会上,上百位互联网金融精英企业以及一流机构投资精英共同探讨了当下互联网金融的发展问题,大家普遍认为互联网金融还有很多投资机会。

布局互联网金融好时机

清科私募通数据显示:2011到2013年涉及的互联网金融投资案例达到89起,涉及企业达到78家。2013年这一投资继续呈现出爆发式增长,投资案例数较2012年增长120%。

清科集团创始人、董事长兼CEO倪正东认为,与以往互联网投资浪潮不同的是,互联网金融的投资将呈现出巨头和新玩家并驾齐

驱的趋势。“互联网金融的投资是一种竞争,也是一种合作,BAT可以通过投资并购来完善他们的互联网金融布局,新的公司也可以通过某个创新机会来分享市场。”

百度个人金融中心负责人孟庆魁认为,虽然业内人士认为互联网金融监管增加了行业发展的不确定性,但是现在无疑是布局互联网金融产业的好时机。孟庆魁表示,“首先,未来一定会有细分领域的平台标准出现。其次,互联网金融肯定会走差异化的路线选择,包括创业者与巨头,这种差异化路径的选择,实际上为整个互联网金融行业提供无穷多的机会。最后是技术带来创新的解决方案,未来可穿戴设备的发展,将为互联网金融带来很大的改造。”

看好互联网贷款领域

腾讯产业共赢基金执行董事,腾讯投资并购部副总经理许良分享了腾讯产业基金对于当前互联

网金融各大领域的投资创业机会的看法。许良表示,第三方支付虽然格局已经基本确立,但是移动互联网支付仍存结构性机会;以P2P为代表的互联网信贷领域未现巨头,仍存创业空间;互联网贷款是腾讯非常看好的领域。

深圳市创新投资集团有限公司总裁孙东升认为,未来互联网金融的发展趋势有以下几点:第一、竞争与合作。孙东升认为,互联网金融与传统金融是一个相互共存的状态,互联网作为技术手段,满足了虚拟世界到现实世界的各种需求。第二、应用场景和产品模式愈加丰富。互联网产品,除了与巨头竞争,更重要的是在产品创新上寻找出路,使产品更加丰富。第三、用户行为数据将成为核心。通过互联网大数据对消费者进行线上数据征信是互联网金融区别于传统金融的一大优势,用户的信用数据将成为企业核心的资产。 本报记者 连建明