

上证演播室

## 分众欲掀互联网广告并购潮

凭借资本的力量,分众CEO江南春“生活圈媒体群”涵盖的范围越来越广。但江南春的并购步伐丝毫没有停止的迹象。

自2005年7月分众传媒在纳斯达克上市后,不到两年的时间,分众利用资本的魔棒,不惜巨金,接连大手笔收购了四家企业。江南春向着心中的“生活圈媒体群”更进了一步。3月1日,江南春宣布了最新的并购,分众斥资2.25亿至3亿美元将好耶网络广告公司纳入怀中。昨日,江南春以及好耶CEO朱海龙作客上海证券报、中国证券网演播室,首次向读者以及广大网友回应相关并购传闻,并披露了分众未来的发展战略。

□本报记者 张韬

自江南春率分众传媒收购好耶网站后,市场纷纷揣测,江南春的下一个收购目标是谁?日前有消息称,分众准备将四家互联网公司纳入囊中,其目标就是杀人正处于高速上升阶段的短信等无线增值领域。

不过,江南春昨日否认了此传闻:“外面传言说我们去收购一些SP的公司,分众从来不会收购这种公司。”

对于未来的并购,江南春透露,在互联网上的布局,该公司以好耶为旗舰也会展开一系列的行动。目前还没有一个很明确的计划,“不过,分众未来在互联网广告领域的并购,一定还会有很多的动作发生。”

江南春还首次对外界透露,已经挖来前爱立信中国副总裁屠敏担任框架的副总裁。至于之前传闻称分众已将百度副总裁梁冬招至麾下,江南春表示,他和梁冬的私下交情很好,可能是在一起吃饭的时候被媒体看到,所以引起了大家的猜疑。

在分众并购好耶之后,好耶的运营状况是否发生改变也成为业内关注的焦点。好耶CEO朱海龙表示,2006年开始他们主要忙于准备上市,现在分众收购好耶后,所有资本市场的事情他就不用操心了,现在专注于公司运营和整体的提高。

至于好耶未来的业绩目标,朱海龙称,他每年都会给董事会报一个业务指标,“我们会严格要求自己,好耶的营收每年至少都要翻番。从2000年到现在,就一直要求每年须达到翻番的目标。”

有分析师指出,外界分析分众由于没有“内容控制权”将可能在未来的竞争中失去优势,江南春对此说法不屑一顾:“我认为分众的成功就是没有内容,如果分众有内容它就死亡了。我们发现,广告主投广告的时候发觉消费者记住的总是内容,如果只是想内容插入广告当中,这就不能保证广告的效果。分众要做的就是帮助人们在无聊的时候,或者需要某种信息的时候提供某种广告。”



江南春与朱海龙作客本报



分众CEO江南春(右)和好耶CEO朱海龙 张大为 制图

## 江南春:回归A股对分众很有吸引力

□本报记者 张韬

A股市场的火爆让很多海外上市公司正在积极筹划回归A股市场,而有关海外上市公司或者香港红筹公司回归A股市场的消息不停的传来,对于受众群体全部在国内的分众,是否会考虑回归A股上市?江南春是否会好耶、框架传媒等子公司剥离上市打造一个纳斯达克的“分众系”呢?分众CEO江南春就这些问题向本报做出了解答。

上海证券报:中国政府正在鼓励海外上市公司回归A股市场,我们也了解到,包括证监会在内的相关部门以及相关政策的修改,为这些公司的回归扫清障碍,不知分众是否有回归A股市场的计划?

江南春:我认为回归A股市场很有吸引力,A股市场目前的PE(市盈率)很好。不过,我认为中国的投资者对一个公司的价值分析系统还不是特别精确。海外市场的评估系统都非常科学和完善,他们知道什么样

的公司有什么样的价值。在A股市场,有很多优秀的公司并没有得到应有的PE。另外,如果A股市场的PE水平跟我们在纳斯达克成熟市场一样,分众会思考,我们做这件事的必要性究竟何在。对于回归A股市场的可行性,我们还在研究当中。

上海证券报:在分众收购了好耶以后,分众的资产更加庞大了,分众在资产内部的处理,包括整合方面有一些什么打算,是否考虑对好耶等子公司重新包装剥离上市?

江南春:至于我们下面下属的各个事业系统当中,或者各个收购的公司当中,会不会在一定程度上重新剥离再上市,这方面公司还没有相关的计划。我认为我们是作为生活圈媒体的主体向整个市场推动的。

上海证券报:自2005年分众纳斯达克上市以来,分众股价翻了5倍左右,这是非常惊人的表现。而且分众在上市两年多的时间内连续进行了多次大收购。从资本概念角度讲这是一个很好的运作方式:收购

项目后股价上升,然后分众就有更多的现金再去收购,能否介绍一下这方面的心得?

江南春:分众的成功在于它对自己行业深入的理解。分众收购得来的业务只占公司2006年总业务的20%左右,占主导地位的业务都是分众自己创造的。我认为分众并不是依靠资本并购完成其发展历程的,我们总体来说还是沿着我们自己制订的方向走下去。分众的利润增长大家可以看到,这几年当中它的股价上升和利润的上升完全一致。2004年分众的利润大概1亿人民币,2006年这个数字已经变成7亿人民币。我们给市场一个预期,今年大概在12-13亿左右。所以说分众股价的上升是以业绩为驱动的,并购则增加了它未来可持续成长的能力,客观上也增加了一部分利润,但主要的利润增长是来自自己的业务成长。我们不能说自己是一个资本高手,不过可以说,分众在新媒体产业运营当中是一个非常专业的公司。

## 中国大豆产业协会在京成立

□据新华社

中国大豆产业协会25日在北京成立,协会将提高我国大豆产业的组织化程度,促进我国大豆产业的持续、健康发展。

据了解,中国大豆产业协会是由我国境内从事大豆生产、加工、流通、科研、推广以及相关领域的企事业单位和个人自愿联合组成的非营利性行业组织,农业部原常务副部长万宝瑞当选为协会会长。

近年来,随着国际市场的逐步放开,进口大豆大举进军国内市场,中国本土大豆产业受到很大冲击。农业部有关人士认为,中国大豆产

业面临的主要问题就是各自为战,不利于市场竞争。成立中国大豆产业协会是中国大豆产业发展和参与国际市场竞争的需要,协会以后将负责组织协调国内大豆的生产和对外采购等事宜,以维护大豆种植者及相关企业的合法权益。

有关统计数据显示,1994至1995年度之前我国一直是传统的大豆出口国,但随着我国人民生活水平的不断提高,国内对大豆及其产品的消费需求呈现持续增长态势。1995至1996年度我国首次从大豆净出口国变成大豆净进口国。预计2006至2007年度我国大豆进口总量将会达到3100万吨。

## 我国活性炭出口无序竞争加剧

□据新华社

我国是世界上最大的活性炭生产和出口国,出口依存度高达70%。但随着美国对我国出口产品征收高额反倾销税,活性炭出口无序竞争的问题进一步暴露,提高行业门槛,淘汰高能耗、高污染企业势在必行。据南京海关统计,今年1-2月江苏省累计出口活性炭962.7吨,价值88.8万美元,比去年同期分别增长57.4%和1.3倍。产品主要出口至日本和欧盟,合计占出口总量的91.5%。

值得关注的是,我国活性炭出口以中、低档品种为主,产品附加值不高,部分出口企业为占领更多

的国际市场份额,采取低价竞争策略,引发国外对我国企业发起反倾销调查。美国商务部已于今年2月26日公布对我国活性炭反倾销终裁结果,最低税率62.08%,最高税率228.11%,应诉企业获得平均税率73.6%。高额的反倾销税将重创我国活性炭对美出口,被征收高额惩罚性关税的几十家中国企业意味着失去美国市场。

活性炭大量无序出口也导致我国活性炭特色资源的极大浪费。目前国内大部分活性炭企业资金少、技术落后,仅依靠简单的初级加工出口,导致优质煤炭和水资源的巨大浪费,并造成空气和水污染。

## 珠三角地区将建空中交通管理体系

□据新华社

民航总局近期已基本完成珠江三角洲地区空管规划与实施方案,将在珠三角地区逐步建立一个空域结构合理、保障设施完备、运行安排顺畅的空中交通管理体系,以满足未来珠三角地区航空运输发展的需要。

民航总局副局长杨国庆25日对新华社记者介绍说,为解决珠三角地区空域资源紧张的问题,民航总局从2004年起,与香港、澳门民航管理部门联合成立了珠江三角洲地区空管规划与实施方案工作组,近期已基本完成“珠江三角洲地区空管规划与实施方案”。

杨国庆指出,在珠江三角洲方圆不足200公里的狭小范围内,就有广州、香港、深圳、珠海和澳门五个大型机场,五个机场各具特色,互相竞争又共享发展。近年来,五个机场已经认识到携手合作、共荣共赢的必要性和重要性。

他表示,今后民航总局将继续加强与香港、澳门有关部门的沟通与合作,按照“统一规划、统一标准、统一程序”的原则,从设备资源共享、信息平台互联、空域资源共享、区域导航技术以及管制运行标准统一等入手,在珠三角地区逐步建立一个顺畅的空中交通管理体系,以满足未来珠三角地区航空运输发展的需要。

同时,民航总局将进一步扩大广州航空运输市场的对外开放程度,增加广州与外国城市之间的第三、第四业务权,适度增加经停广州的第五业务权,鼓励中外航空公司增加珠三角地区的中远程国际航班,增加珠三角地区至周边国家的航线和航班。

## 东风日产打响中级车降价战

□本报记者 吴琼

继一汽大众、上海通用、上海大众相继宣布降价后,东风日产以更为猛烈的优惠幅度袭击中国汽车市场。昨日,记者获悉,东风日产旗下三大品牌以降价+增加配置等方式促销,单车最高降价2.3万元,以图完成全年48%的销售增长目标。

3月26日,东风日产宣布:启动了“腾飞07计划”,三款新车——天籁新春版、轩逸新春版、骐达A07款同时大规模增加让利促销,其中降幅最大的为天籁系列:明码降价外,再加上车载DVD、7英寸彩色液晶显示器、倒车影像监视系统等新增豪华配置,单车最高降价为2.3万元。由于天籁系列售价在20万元至35万元以上,故东风日产此举引爆了春节后中级车降价狂潮。

昨日,东风日产相关负责人在接受上海证券报采访时表示:东风日产并不关心其“腾飞07计划”中的价格优惠将对市场产生的影响,进行这一大幅优惠活动,是出于公司自身的长远规划。其所说的长远规划,实际上是抢占更多的市场份额,以应对未来与上海通用、上海大众的竞争。

据了解,2007年东风日产计划完成30万辆的销售目标,较2006年增长48%;销售网点达到310家,而2006年为250家专营店。

但无论从行业规律还是东风日产此前的数据看,完成30万辆销售目标均非易事。“为冲刺今年30万辆销售目标,我们必须进入主动进攻式营销。”东风日产相关负责人表示。

## 雅虎公司全新广告系统初获成功

□据新华社

据彭博社报道,美国雅虎公司日前推出的基于搜索模式的全新广告系统PANAMA初获成功,并为雅虎赶超另一搜索巨头谷歌公司的努力带来新的希望。

全美最大的网络广告代理商AQUANTIVE公司的数据显示,在PANAMA推出6周后,雅虎网络广告的点击率上升约10%,比人们事先预计的要好得多。有分析师认为,这一新的广告系统有望使雅虎的搜索业务收入在今年第二

季度增长20%以上。雅虎公司首席执行官特里·塞梅尔在一份声明中说:“PANAMA系统已经使雅虎处于更强的地位。不过,这一系统仍处于初级阶段,我们仍需对其进行调整。”

PANAMA系统原计划于去年推出,但因种种原因推迟至今年发布。该系统使广告与搜索内容联系更为紧密,并更容易被点击。由于采用了更精确的算法,PANAMA搜索技术可以识别雅虎的用户实现更好的目标定位,因而也获得了广告客户的青睐。

## 富力地产计划进军华东市场

□本报记者 李和裕

长期致力于华南地区房地产开发的富力地产(2777.HK)正准备收购进军华东市场。近日,富力地产董事长李思廉表示,计划收购一家房地产企业的股权以获得一个位于江苏昆山的住宅项目,收购金额预计为6亿元人民币。

据悉,该昆山项目规划建筑面积约40万平方米,富力地产将在2周内对该项目进行公布。同时,富力地产还有意在未来2年内投入100亿元在上海购置土地。而目前,富力地产的土地储备可建楼面面积为2600万平方米,其中1600万平方米已取得销售许可。

富力地产前不久公布了年报,其2006年净利润为21.35亿元,同比增长69%。而李思廉预期,今年富力地产可交房160万平方米,明年则将超过300万平方米。

## 哈飞新路宝两厢轿车亮相

□据新华社

25日,排量为1.3L的哈飞新路宝两厢家用轿车在哈尔滨亮相。这款车配备了东安1.3L全铝发动机,5挡手动变速器基本型售价为3.98万元。

据了解,哈飞汽车集团此前上市的路宝轿车排量为1.0L、1.1L,新路宝则为1.3L。此外,这款新车在驾乘空间、发动机技术、舒适配置及安全性能等方面都进行了全方位升级。

新路宝采用最新造型的前灯,后尾灯与高位制动灯增加了不少时尚元素,内部装饰采用银色基调,使整车造型更富时尚与动感。

## 万科今年将全面争取拿地机会

□本报记者 李和裕

万科最近喜事不断,先有利润猛增六成的年报,后有拍得浙江最大国资股权包。万科集团副总经理、上海万科董事长刘爱明在接受上海证券报采访时表示,今年万科依然会通过各种渠道、全面争取获得土地的机会。不过,长三角目前还没有拓展新城市的计划,还是以深化既有区域市场、做出规模为主要任务。

昨天,落户上海已15年的万科在淮海中路设立的销售展

示中心正式对外开放,刘爱明在此前的开幕仪式上向记者透露了以上海为中心的长三角区域的发展目标。“万科今年仍然会坚持城市经济圈聚焦策略,以珠三角、长三角和环渤海区域为经营重点。去年,万科的销售收入已经突破200亿元,而集团对上海万科的希望是,2008年销售额突破100亿元。”

从去年开始,万科就在进一步完善三大区域布局,并已从总部、一线公司的两级管理架构,过渡到战略总部、专业区域、执行一线的三级管理架构,将过去总部负责的设计、工程、销售等专业管理职能逐步下放到区域中心。

刘爱明还表示,目前上海万科共有24个项目,其中14个项目今年就将展开销售,可售面积预计超过40万平方米。据介绍,今年1月,上海万科刚接手上海恒大的浦东三林住宅开发业务,共涉及5个项目,其中2个项目年内就将入市;而于去年11月收购的浦东陆家嘴滨江地块则由于尚未完成动拆迁,所以仍只作为储备项目,但一定是开发高端住宅。

## 德国汉堡携商机来华揽客

□本报记者 李小兵

“尽管汉堡是欧洲拥有最多中资企业的城市,也是德国拥有最多中国居民的城市,但是,汉堡至今没能实现与中国任何城市的直接通航。我们希望在不久的将来改变这一现状。”虽是在营销汉堡的旅游产品,但是,汉堡旅游局局长迪特里希·冯·阿尔伯迪尔一行在以“风情汉堡,旖旎北德”为题的旅游推介会上,频频透露出汉堡大开旅游之门给中国企业带来的商机。

旅游业与航空业的相依关系,促使汉堡旅游局把推动直航列为重要工作之一。来自汉堡机场航空市场部的消息说,有望率先开通直航的中国城市将会是上海。该部门负责人表示:“近年来我们和上海的航空公司就直航事宜做了很多工作,但要实现直航恐怕还需要1到2年的时间。”汉堡方面



称,直航一定会给商家带来不菲的利润。据悉,2006年有1200万人次抵达汉堡机场;由汉堡机场起飞的飞机可抵达150个国家和城市;目前赴汉堡的游客中60%是商务旅游者。

上海市旅游管理局和汉堡旅游局日前共同宣布,一个由汉堡方面提供土地,由上海方面设计、建设和运营的“上海茶馆”项目将作为上海在欧洲的总部,挺立在汉堡市中心的繁华地段。据悉,该项目由上海豫园商城公司进行商业运营。据介绍,汉堡作为消费、艺术、文化都市的独特魅力,以及由充满了高级名牌的新堤岸大街(Neuer Wall)等购物回廊构成的“购物天堂”对时尚消费游客的吸引力,同样给商旅类公司营造了商机。

而汉堡旅游局作为特色

产品特别推介的“汉堡商务扩展之旅”,则被认为是那些拟开拓欧洲市场、欲在德国和欧洲进行投资或拓展业务以及寻求合作伙伴的企业人士的“超值之旅”。汉堡是欧洲最大也是被视为最成功的港口之一;是国际性的原料药集散地,德国每年要用两万多吨草药;这里集中了世界上主要的大风电公司……这些都是对中国企业颇具吸引力的产业。据介绍,在“汉堡商务扩展之旅”产品中,内容包括介绍如何从德国和欧洲的资本市场融资、对德对欧商务贸易中易犯的错误、市场准入策略研讨等科目。

汉堡旅游局局长迪特里希·冯·阿尔伯迪尔最后表示,汉堡不仅是典雅的商人殿堂,还有享誉欧洲的音乐剧和芭蕾,而且“大面积的绿地和无数的运河使汉堡成为德国绿化率最高和最美丽的城市。”