

Companies

新浪第二季度业绩超预期 净利润同比增长38%

曹国伟:博客成新浪广告营销武器



◎本报记者 张轶

昨日,新浪(SINA.US)发布了2007年第二季度财报。报告显示,得益于网络广告业务的优异表现,新浪第二季度净利润同比增长38%以上,超过此前的分析师预期。新浪CEO曹国伟昨日接受记者采访时表示,新浪一直保持稳定发展,并将竭力获取更多市场份额。同时,博客已成为公司从广告客户手中获取更多广告费的“武器”。

广告收入占比继续上升

财报显示,在截至6月30日的第一财季,新浪的净利润为1450万美元,相比去年同期的1040万美元增长38%。第二季度,新浪营收为

5980万美元,同比增长11%。其中,广告营收为4120万美元,同比增长40%,非广告营收1860万美元,同比下降23%。汤姆森财经调查显示,分析师此前预计新浪第二季度营收为5960万美元。新浪的财报数据还显示,广告营收占营收总额比例呈继续上升趋势,本季度达69%,去年同期这一比重为55%,上季度为62%。

新浪在财报中预测,公司2007年第三季度营收总额将在6300万美元至6500万美元之间,其中广告营收将在4500万美元至4600万美元之间。对此,曹国伟向记者表示:“关于这一营收增长预测,如果看一下过去2至3年第二季度到第三季度的增长率,就会发现新浪一直保持着10%左右的增幅,因此,我想对于三

季度的预测是正常的。”

称国内使用奥运logo不受限

关于奥运对三季度广告可能的推动,曹国伟表示,“很明显奥运相关业务对第三季度的营收增长的预期推动会很大。从现在到明年8月底,你会一直看到与奥运相关的广告推广。在这一时期,我们将竭尽所能,获取更多市场份额。我们对自己能够获得广告客户更多的预算充满信心。一个主要原因就是他们一直是我们的老客户。第二个原因是新浪在获取广告客户更多的预算中处于非常好的位置。”

此前,针对新浪、腾讯、网易组建的“奥运报道联盟”,搜狐董事会主席张朝阳曾向本报记者表示,“3个0加起来还是0,没资源就是没资源。”

对此,曹国伟称,“我觉得大家在这个问题上有个误区,我们同国际奥委会接触了解后认为,在中国市场上使用奥运logo不应该有限制。而我们组建的奥运报道联盟就是希望对外界表明,任何网络媒体都不应该拥有所谓的报道奥运会新闻的特权,搜狐在这方面并没有垄断。”

关于新浪的最新营收推动力,曹国伟表示,“在博客方面,新浪第二季度已经看到了一些非常好的迹象。我们已在博客页面上放置更多的广告。因此,从第二季度开始,我们的博客业务已开始获得更多的营收。博客业务第二季度的营收大约在100万美元左右。更为重要的是,博客已成为我们在广告客户手中获取更多广告费的一个重要因素和武器,因为许多广告客户喜欢我们的这种创意。”

中信资源携手科威特油企 拟在印尼开拓油气商机

◎本报记者 陈其珏

中信资源(HK.1205)昨天公告宣布,该公司于8月6日和国有的科威特海外石油勘探公司(Kuwait Foreign Petroleum Company, KUPPEC)签订了一份无约束力谅解备忘录,双方将共同开拓印尼油气资源。

根据备忘录,中信资源及KUPPEC就双方共同在印度尼西亚及其它国家开拓石油及天然气商机方面建立更紧密合作达成共识。这份备忘录表明,中信资源及KUPPEC期望在未来有更紧密的合作关系。

中信资源副董事长寿铨成表示,考虑到中信资源在石油及天然气业务方面的高速发展,而KUPPEC在石油及天然气行业拥有巩固的发展平台及丰富经验,双方的更紧密合作关系将使公司进一步巩固其在东南亚、尤其是印度尼西亚的地位。公司将致力于区内及其它国家发掘更多石油及天然气业务的商机,借此提高利润。公司相信此次合作会给股东带来利益。

KUPPEC副主席Abdullah M BAROUNI表示,凭借中信资源的专业和知识,加上KUPPEC在中东的经验,双方将能携手创造一个双赢的局面。

据介绍,KUPPEC是一家国际石油公司,致力将科威特的石油工业活动扩展至全球。其于1981年由母公司Kuwait Petroleum Corporation成立,为第一家在科威特以外地区进行原油及天然气开采及生产的阿拉伯海湾地区公司。KUPPEC业务遍及19个国家,包括澳洲、中国、埃及、印度尼西亚、巴基斯坦、苏丹、突尼斯及也门等。公司的资产组合包括多个生产中的油田、发展中的油田及估价中油田,以及其它未经完全审核的已知油田。

中信资源于1997年在香港联合交易所上市,母公司中信集团拥有其约52%的股份。中信资源定位为综合主要商品及策略性天然资源供货商,尤其集中在石油业务上。中信资源及其附属子公司的业务范畴遍及石油、铝、煤、进出口商品及锰。2006年11月,中信资源曾斥资9740万美元,从KUPPEC手中收购了印尼某陆上石油区块51%的权益,这是中信资源首次投资海外上游石油资产。

IPO动态

特步上市保荐人 委任摩通、瑞银

◎本报记者 杨勤

记者昨日获悉,内地体育用品品牌特步(中国)已委任摩根大通和瑞银为保荐人,最快今年年底前在香港上市,集资3亿美元(约23.4亿港元)。该公司是继李宁(2331.HK)及安踏体育(2020.HK)后,第3家赴港上市的内地运动品牌公司。

在福建泉州创立的特步,前身为泉州三兴体育用品,发展至今达17年,是一家以综合开发、生产和销售特步牌(XTEP)运动鞋、服、包、帽、球、袜为主业的大型体育用品企业。据公司网站介绍,位于福建省泉州市经济技术开发区的特步现有员工5000多人,拥有45条针车流水线,12条成型流水线,运动鞋的年生产能力近千万双。目前,特步在中国大陆各个省、直辖市、自治区均设立了分公司,网点遍布全国各地。

万得汽车技术 登上纳斯达克主板

◎本报记者 吴琼

又一家中国企业登上纳斯达克主板。

昨日,上海证券报获悉,中国万得汽车技术有限公司(WATG)已获准于8月9日在美国纳斯达克全球市场上市。

中国万得汽车技术有限公司(简称:万得汽车)行政总裁赵清浩表示:满足纳斯达克严格的上市条件,并获得在纳斯达克全球市场上市资格,是万得汽车取得的重大进展。

万得汽车总部设在辽宁,是国内汽车发动机起动机行业处于主导地位供应商,其2006年营业额居国内汽车发电机及起动机设备市场第二名。据了解,万得汽车已与40余家汽车制造商和发动机制造商有长期的业务关系,为北京现代汽车公司、东风悦达起亚汽车公司独家配套发动机,也为沈阳三菱航天发动机公司、哈尔滨东安发动机公司提供发动机。

谋奥运商机 中粮系收购可口可乐北京公司

◎本报记者 于兵兵

北京奥运倒计时一周年之际,中粮系企业正悄然变身奥运赞助商可口可乐开拓中国市场的最大受益者之一。昨日,中粮集团控股企业中国食品(0506.HK)发布公告,称旗下附属企业——中粮可口可乐饮料有限公司(中粮可口可乐)将与可口可乐中国实业公司(CCCI)进行一篮子股权变更交易。其中,中粮可口可乐通过收购可口可乐中国实业(北京)有限公司(CCCI北京)股权,成为北京市场可口可乐系列产品生产销售的“大庄家”。

厘清股权谋各自所求

作为可口可乐在中国市场的三大合作伙伴之一,中粮集团与可口可乐在青岛、济南、南京、哈尔滨、昆明等多个城市设有合资公司(主要为装瓶厂)。中粮系企业与可口可乐的此轮股权变更,旨在厘清股权关系,服务于各自的发展重点,即CCCI取得中粮可口可乐持有的部分装瓶厂的少数股东权益,而中粮可口可乐集中增持北京、青岛和济南可口可乐装瓶厂的多数股权,以实现可口可乐的“独立”愿望和中粮系企业的“赢利”愿望。

此次的具体交易为:第一,中粮可口可乐向CCCI出售前者在成都、哈尔滨、昆明、太原、武汉、吉林等全



资附属公司已发行股本及转让未偿还东贷款共约1.458亿港元,这些附属公司均为可口可乐在当地装瓶厂的合资对象。同时,中粮可口可乐收购CCCI全资持有的青岛可口可乐饮料有限公司。此后,CCCI需向中粮可口可乐支付5000万元对价。届时,青岛可口可乐饮料公司(即青岛装瓶厂)及济南可口可乐饮料公司(即济南装瓶厂)将成为中粮可口可乐的附属公司。第二,根据协议,中粮可口可乐向CCCI北京收购全部股本及东贷款,作价2.7亿元人民币。此前,CCCI北京持有北京可

口可乐装瓶厂40%股权,中国食品(0506.HK)附属公司中粮饮料(北京)有限公司持股35%。

为奥运订“管理控制期”协议

甘愿付出2.7亿元巨资,并让渡多个装瓶厂股权,中粮系企业除了正好契合奥运开拓中、高端消费市场外,无疑也是看到了北京可口可乐装瓶厂在奥运期间的巨大商业机会。

资料显示,CCCI北京目前是可口可乐的附属公司,而可口可乐为

2008年北京奥运会赞助商,可口可乐北京装瓶厂在奥运期间的利润增长基本成为可预期的现实。为确保奥运期间产品与服务提供的正常提供,中粮可口可乐在与中国食品(0506.HK)的协议中制定了有关“管理控制期”的修订协议。根据条款规定,尽管双方已商定北京装瓶厂将于交易完成时转让至中粮系旗下,但双方约定直至2008年奥运会期间,CCCI北京对北京装瓶厂仍有管理控制权。管理控制期内的利润分配方式:北京装瓶厂将向中粮饮料(北京)及CCCI北京分派不超过50%的权益可分派利润。

联想拟收购欧洲电脑公司 Packard Bell

◎本报记者 杨勤

随着上周亮丽季报的公布,联想集团(0992.HK)正式宣布已顺利完成收购IBM PC业务的整合阶段。不过,联想并没有止步于此,公司下一个并购目标很快又浮出水面——欧洲电脑公司 Packard Bell。

昨日,联想集团董事会在香港发布公告称,公司正就收购欧洲电脑公司 Packard Bell 一事与独立第三方进行磋商,并已与该独立第三方订立一项谅解备忘录,以探讨收购的可能性。联想表示,将继续与独立第三方进行磋商并向有关方面及相关政府机关进行咨询,以准备就上述收购订立具体协议。

一直以来,联想与宏基都在为争夺全球市场占有率的第三把交椅斗得难解难分。有分析人士认为,虽然联想在企业客户市场的销售额增长强劲,但在中、高端消费市场的份额则比较落后,这可能是受制于联想的品牌形象及外观。而Packard Bell生产的笔记本电脑一向以高品质著称,以外观吸引见长,正好契合联想开拓中、高端消费市场的需要。因此,收购 Packard Bell 对联想笔记本业务的强化将带来极大的帮助。另外,目前宏基在欧洲笔记本电脑市场的发展势头强劲,联想如

果想在欧洲市场与宏基展开更激烈的对抗,收购 Packard Bell 无疑是一个不错的选择。

不过,值得注意的是,宏基对 Packard Bell 同样虎视眈眈,其有意收购 Packard Bell 的消息也先在市场传出。对于宏基来说,一方面,完成并购 Packard Bell 不会有财务上的障碍;另一方面,一旦并购成功,宏基现有的产品线将得到极为有益的补充,也将使其在欧洲经营多年的市场地位更加牢不可破。

因而,Packard Bell 最终被谁收购仍将是未知之数。

财报解读

携程主营业务强劲增长 二季度盈利8800万元

◎本报记者 杨勤

昨日,携程旅行网(CTRP.US)公布了其截至今年6月30日的第二季度审计前的财务业绩。受益于主营业务收入增长强劲,公司第二季度取得纯利8800万元,高于上年同期的6100万元。期内,净营业收入同比增长52%至2.88亿元,环比增长24%。如果不计股票报酬费用的支出,携程今年第二季度的净利润为1.11亿元,同比增长51%。

携程网首席执行官范敏指出,公司主营业务强劲增长为二季度业绩上升原因。公司继续增加服务产品,扩大服务地理区域,致力于提供优质客户服务,这些都令公司客户数量上升,市场份额不断增长。

携程在第二季度的毛利率为80%,而2006年同期为81%,主要因为机票业务和度假产品对营业收入的贡献增加,而其业务成本较高;第二季度的营业利润为9500万元,如果不计股票报酬费用的支出,则营业利润为1.18亿元,较去年同期增长49%。

公告显示,期内,携程宾馆预订业务收入同比增长45%至1.71亿元,宾馆预订过夜数约为241万间夜;机票预订业务收入同比增长67%至1.17亿元,第二季度共售出机票约255万张;度假产品业务营业收入为1300万元,同比上升49%,但因季节性因素影响,环比下降20%。

携程预计今年第三季度净营业收入将比去年同期增长35%左右。

恒生指数成份股行情日报 (2007年8月7日) 表格包含股票代码、名称、收市价、涨跌幅、成交量等数据。

H股指数成份股行情日报 (2007年8月7日) 表格包含股票代码、名称、收市价、涨跌幅、成交量等数据。

红筹股指数成份股行情日报 (2007年8月7日) 表格包含股票代码、名称、收市价、涨跌幅、成交量等数据。

内地、香港两地上市公司比价表 (2007年8月7日) 表格包含股票代码、名称、A股收市价、H股收市价、A股溢价率等数据。

美国市场中国概念股行情日报 (2007年8月6日) 表格包含股票代码、名称、收市价、涨跌幅、成交量等数据。

美国市场中国概念股行情日报 (2007年8月6日) 表格包含股票代码、名称、收市价、涨跌幅、成交量等数据。