

评说 2010 年传媒上市公司经营亮点

钟侯才

(深圳报业集团 深圳 518040)

【摘要】 本文从传媒公司 2010 年年报及公开资料中,总结分析报业类、广电类和出版发行类上市公司的资产规模、营业收入总额、净利润、盈利能力等指标以及同比变化情况,力争使传媒上市公司走全媒体发展之路,实现跨区域、跨媒体经营,争当区域龙头与文化产业的战略投资者。

【关键词】 传媒上市公司 经营业绩 经营亮点分析 新媒体发展战略

一、传媒上市公司 2010 年整体业绩向好

截至 2011 年 4 月 30 日,内地共有 20 家传媒上市公司(尚未完成借壳上市手续的除外),其中报业 6 家、广电 8 家、出版发行 6 家,主要财务指标如表 1 所示。

表 1 2010 年内地传媒上市公司主要财务指标

行业	名称	总资产 (万元)	净资产 (万元)	营业收入 (万元)	净利润 (万元)	净利润增 长率(%)	净资产收 益率(%)	
报业 6 家	博瑞传播	231 686	162 161	116 223	31 749	20.76	19.58	
	赛迪传媒	28 682	15 617	15 199	646	104.55	4.14	
	华闻传媒	455 449	243 873	347 850	23 186	41.21	9.51	
	北青传媒	176 745	138 205	75 943	10 668	-31.18	7.72	
	新华传媒	486 974	224 900	230 749	20 034	-14.01	8.91	
	粤传媒	140 252	120 731	33 859	1 666	117.85	1.38	
	合计	1 519 788	905 487	819 823	87 949	-	-	
	平均	253 298	150 915	136 637	14 658	6.49	8.54	
	广电 8 家	东方明珠	1 248 719	769 825	240 769	63 543	39.66	8.25
		中视传媒	144 165	93 501	117 180	7 972	-30.37	8.53
电广传媒		1 158 382	288 553	619 091	41 038	1 294.68	14.22	
歌华有线		912 617	525 776	189 435	34 593	4.80	6.58	
广电网络		317 581	130 247	122 214	11 311	44.82	8.68	
天威视讯		173 775	130 031	80 025	8 577	9.69	6.60	
华谊兄弟		202 182	155 209	107 171	14 921	64.93	9.61	
华策影视		121 101	118 782	28 184	9 681	73.24	8.10	
合计		4 278 522	2 211 924	1 504 069	191 573	-	-	
平均		534 815	276 491	188 009	23 947	55.59	8.82	
出版 发行 6 家	新华文轩	726 386	480 206	372 424	44 018	21.02	9.17	
	出版传媒	231 575	158 500	132 839	12 985	0.41	8.19	
	时代出版	360 056	266 244	183 340	24 759	9.95	9.30	
	皖新传媒	458 878	344 383	276 038	32 106	16.13	9.32	
	中南传媒	972 973	703 072	476 258	59 372	23.80	8.44	
	中文传媒	509 065	340 797	313 138	35 257	145.32	10.35	
合计	3 258 933	2 293 202	1 754 037	208 497	-	-		
平均	543 156	382 200	292 340	34 750	28.86	9.13		

1. 20 家上市公司全部盈利,净利润平均增长逾三成。20 家传媒上市公司 2010 年共实现营业收入 407.79 亿元,同比增长 17.86%;实现净利润 48.8 亿元,同比增长 32.86%,如表 2 所示。

表 2 2010 年传媒上市公司与深沪两市公司创收盈利能力比较

上市公司	金额单位:亿元			
	营业收入		净利润	
	数额	较上年增长(%)	数额	较上年增长(%)
6家报业公司	81.98	16.22	8.79	6.49
8家广电公司	150.41	31.44	19.16	55.59
6家出版发行公司	175.40	8.93	20.85	28.86
20家传媒公司	407.79	17.86	48.80	32.86
2 176家深沪公司	175 344	34.00	16 639	37.30

据统计,截至 2011 年 4 月 30 日,深沪两市总计 2 176 家上市公司按期披露 2010 年度财务数据,营业收入总计 175 344 亿元,较 2009 年增长 34%;实现归属于母公司股东净利润为 16 639 亿元,较 2009 年增长 37.3%;全年 2 059 家盈利,117 家亏损,亏损面 5.38%,较 2009 年亏损面下降约 5 个百分点。20 家传媒上市公司 2010 年全部盈利,净利润下降的只有 3 家(新华传媒、北青传媒、中视传媒),其余全部正增长。从净利润的平均增长情况来看,20 家传媒公司较深沪两市上市公司的平均水平要低 4.44 个百分点。

2. 行业内差异明显,报业类公司相对滞后。

(1)营业收入与净利润。从 20 家上市公司的总收入和盈利规模来看,广电和出版发行类上市公司相对领先,广电类公司总收入和总盈利分别为 150.41 亿元、19.16 亿元,平均每家收入和净利润分别为 18.8 亿元、2.39 亿元;出版发行类公司总收入和总盈利分别为 175.4 亿元、20.85 亿元,平均每家收入和净利润分别为 29.23 亿元、3.48 亿元;报业类公司总收入和总盈利分别为 81.98 亿元、8.79 亿元,平均每家收入和净利润分别为 13.66 亿元、1.47 亿元。

(2)净资产收益率。从 20 家上市公司的资产使用效益来看,报业、广电以及出版发行这三类上市公司的平均净资产收

益率分别为 8.54%、8.82%、9.13%，出版发行类最高，广电类次之，报业类最低。

报业类上市公司在以上几项指标的对比中，净利润增长率与净资产收益率相对落后，主要是由于赛迪传媒与粤传媒 2010 年盈利数额较低，北青传媒和新华传媒净利润下滑，只有博瑞传播与华闻传媒的净利润出现较大数额增长。

3. 股价走势整体强于深沪大盘。在国家文化体制改革的大背景下，传媒板块并购重组及注资预期较强，加之整体业绩持续向好，其股价走势明显强于深沪大盘。据统计，2010 年 1~12 月，20 家传媒股平均涨幅为 24.81%（14 家上涨，6 家下跌）；沪综指与深成指同期涨幅分别为 -14.31%、-9.06%，双双下跌，传媒股明显跑赢深沪大盘。

二、传媒上市公司 2010 年经营亮点分析

1. 做大做强传统主业。面对新媒体的强势冲击，传媒类上市公司并未放弃传统主业，而是想方设法确保传统主业，实现收入稳定增长。

(1)博瑞传播广告业务稳步增长。面对 2010 年复杂的经营环境，公司挖潜创新，积极拓展市场，发展优质客户，严控经营风险，保持传统广告经营业务持续增长，全年广告代理量突破 8 亿元，代理收入 3.15 亿元，同比增长 11%。

(2)华闻传媒做大做强传媒业务。公司近年来不断做大做强传媒业务，2010 年传媒业务收入 24.38 亿元，较上年增长 25.3%，占全年收入总额比例超过六成。

(3)电广传媒有线网络与广告业务大幅增长。公司在大力发展创投业务的同时，紧抓有线网络与广告两大传统主业，2010 年网络业务实现总收入 13.44 亿元，同比增长 35.7%；广告业务实现总收入 43.35 亿元，同比增长 40.29%。

(4)东方明珠营业收入增长 25%。公司各主要业务板块安排合理，通过世博会产生的市场增量效应，传统经营业务实现较大增长，2010 年实现营业收入 24.08 亿元，同比增长 25%。

2. 并购重组力度加大。

(1)加大资产注入力度。粤传媒启动重大资产重组计划，公司拟向实际控制人广州日报社下属全资子公司广州传媒控股有限公司发行股份购买其持有的广州日报报业经营有限公司 100% 股权、广州大洋传媒有限公司 100% 股权及广州日报新媒体有限公司 100% 股权。广州日报社将因此实现传媒类经营性资产整体上市。新华传媒以 6 020 万元收购杨航传媒 100% 股权并增资 1 亿元，搭建渠道媒体运营平台，实现纵向产业链整合，并拟复制其上海地区成功的运营模式向全国其他城市扩张，实现渠道传媒做大做强战略目标。华谊兄弟频频收购母公司资产，公司上市时超额募集 5.28 亿元，2010 年动用 6 365.4 万元收购北京华谊兄弟音乐公司 100% 股权，动用 7 000 万元以收购股权及增资方式控股北京华谊巨人信息技术有限公司。

(2)跨区域并购。2010 年新华文轩出资 12.55 亿元收购四川出版集团旗下 15 家全资子公司 100% 股权，向产业链上游大幅延伸，进一步实现产业链一体化经营战略。北青传媒打造航空传媒集团，公司整合首都机场 T3 航站楼 LED 业务与

《中国民航报 TOP 时空》业务，投资设立北青航媒，打造全新的航空媒体板块——以北青航媒为基础，北青传媒将大力发展全国机场 LED 联播网、航空平面媒体、航空户外媒体等业务，打造全国领先的跨媒体航空传媒集团。

(3)跨区域并购。2010 年博瑞传播通过控股武汉银福 60% 股权，迈出户外广告业务异地扩张的第一步，全年实现户外广告业务收入 9 503 万元，同比增长 45%。皖新传媒低成本跨区域扩张，公司 2010 年成功重组全国最大的民营图书连锁企业——江苏大众书局，在江苏和上海拥有多个大中型图书卖场；2011 年大力实施“走出去”战略，拟并购海外电视媒体，进入海外电视传媒等新兴产业。辽宁出版跨区域合作取得实质进展，公司与天津出版集团 2010 年共同出资设立股份公司，注册资本约 5.2 亿元；天津出版集团以其下属出版、发行的全部业务、收益以及相关资产认购 55% 股份；公司以现金出资约 2.34 亿元，认购 45% 股份。

3. 新媒体发展战略。在新媒体的强势冲击下，传媒上市公司纷纷实施新媒体战略。

(1)全媒体计划。中南传媒 2010 年全面启动旗下潇湘晨报的全媒体计划，在巩固传媒集群同时，深度开发新媒体集群。利用传媒的品牌优势，针对不同行业和受众，整合分拆信息资源，分次推出手机网群、客户端群和手机报群，进一步提升红网优势地位，扩大行业影响力。

(2)发展网游与动漫业务。华谊兄弟借助股权转让与现金增资方式，2010 年获取北京掌趣科技有限公司 21% 股权。通过投资手机游戏类公司，顺应技术潮流和用户需求，有利于提升公司的经营效益，挖掘新的利润增长点。

(3)大举介入移动媒体业务。2010 年底博瑞传播拟投资约 4 000 万美元收购上海晨炎信息技术有限公司全部股权，快速切入移动互联网内容生产领域，有效延伸游戏业务产业链条，培育新的利润增长点。从 2008 年到 2011 年中期，博瑞传播累计投资近 8 亿元，构建新媒体领域产业链。东方明珠手机电视业务快速发展。公司旗下的手机电视公司通过与中国移动联合进行广告推广、线下活动、电话营销以及各类资费优惠活动等方式，在 TD 手机用户中推广“手机电视”业务，使相关业务得到迅速发展。

(4)做大电子商务业务。歌华有线拟与香港富邦媒体有限公司共同出资设立合资公司——富邦歌华(北京)购物服务有限公司，从事购物频道的节目制作和产品销售等事宜。公司出资 2 000 万元占 20% 股份，并约定 3 年之内有权按设立时价格向富邦购买其持有的 20% 股权，在完成股权转让手续后拥有合资公司 40% 的股权。

(5)网吧连锁业务。由于国家扶持和鼓励网吧连锁化、规模化、专业化和品牌化，支持和引导非连锁网吧向连锁业态发展，北青传媒于 2010 年 8 月全资成立中网视通公司，注册资本 2 000 万元，拟通过整合收购全国网吧达到连锁经营全国网吧业务的目的。皖新传媒上市超募资金 5.26 亿元，拟动用 5 000 万元投资设立皖新网络科技有限公司，主要经营互联网上网服务、连锁网吧等多种业务。

“超募”提升了创业板公司业绩吗

黄 琴 马俊杰

(北京工商大学商学院 北京 100048)

【摘要】 本文比较了首批 28 家创业板上市公司 2009 年与 2010 年的业绩,同时与行业平均值进行了对比,并在对超募资金与上市公司的业绩关系进行简要分析的基础上提出了一些建议。

【关键词】 创业板市场 上市公司超募 公司业绩

自 2009 年 10 月 30 日首批 28 家上市公司在创业板上市以来,至今已有 207 家公司登陆创业板。由于创业板上市公司本身的高成长性与高科技含量,投资者对其抱有很大的期望,加之严格的上市条件,使上市公司数量有限,我们不难理解其会出现高发行价、高市盈率和高超募比例的“三高症”。超募给企业带来了更多的现金流量,也给了企业更大的财务灵活性,本文主要研究“超募”能否提升这些公司的业绩。

一、超募公司的业绩现状

考虑到上市后经营时间的长短,我们选取了首批在创业板上市的 28 家公司,从盈利能力(以 ROE 衡量)、股东获利能力(以 EPS 衡量)、营运能力(以应收账款周转率、存货周转率衡量)、发展能力(以 EPS 同比增长率衡量)四个方面考察

了其上市前后的短期业绩表现,结果如下页表所示。

1. 年度间的比较。从 2009 年与 2010 年这 28 家创业板的业绩数据来看,无论是盈利能力、股东获利能力、营运能力还是发展能力,2010 年的表现基本上均不及 2009 年。对此,上市公司业绩快报或报表附注大都会作如下解释:

首先,某些指标的计算方面引起的偏差,如 ROE 计算公式以归属于母公司股东权益的平均余额为分母,由于这些公司是 2009 年 10 月份上市融资,使 2009 年的平均总权益均低于 2010 年,可能存在净利润的增长率慢于权益的增长率,从而使以上指标出现负增长的现象;部分 EPS 的下跌也可能是由于年度间存在资本金转增股本或其他原因,使总股本增加而导致。

4. 开展多元化经营。

(1)扩大股权投资。①电广传媒股权投资再创佳绩。借助全资子公司深圳市达晨创业投资有限公司,发起设立湖南文化旅游产业投资基金,总规模为 30 亿元,首期到位 9 亿元(电广传媒首期出资 2.2 亿元);成功设立第一只美元基金,募集资金 6 600 万美元;完成人民币基金融资 14.3 亿元。截至 2010 年底,达晨创投累计管理 9 期基金,管理规模达 65 亿元;共完成 34 个初始投资项目和 1 个二轮增资项目,投资额约 10 亿元,累计上市项目 18 个。与此同时,通过大宗交易平台减持拓维信息、圣农发展等,实现投资收益超过 6 亿元。2011 年拟推出新一期创投基金,总规模预计为 35 亿元。②广电网络、歌华有线、华闻传媒、时代出版等纷纷加大股权投资力度。广电网络与西安曲江文化产业风险投资有限公司 2010 年合资成立陕西华通文化科技创业投资有限公司,分别出资 9 000 万元、6 000 万元,主要从事文化产业金融投资和资本运作;歌华有线出资 2 130.79 万元购买中国电影股份有限公司 1 400 万股,占总股本比例的 1%;持有 200 万股的北京数码视讯已成功 IPO 上市;华闻传媒累计股权投资 5.17 亿元,较 2010 年初增加 1.76 亿元,增长 51.6%,新增项目包括丰泽投资等;时代出版先后受让贵阳商业银行、东方证券和华安证券的股权,参与读者出版传媒股份有限公司增资扩股等。

(2)“文化+地产”投资。新华传媒通过提供财务资助 13.2 亿元,获得上海成城“成城购物中心”经营项目的控制权;博瑞传播创意成都项目预计 2011 年 5 月竣工投入运营,从而发挥“创意成都”文化产业聚集及项目孵化功能,培育新的利润增长点;东方明珠跨区域投资房地产,近年重点投资太原湖滨会场综合改造一期、二期和杨浦区“渔人码头”二期项目;辽宁出版出资 35 754 万元投资辽宁体验式文化广场股份有限公司,占文化广场总股本的 25%,以文化公司为主体投资开发体验式文化广场建设项目。

(3)尝试艺术品投资。电广传媒自 2006 年开始筹划并运作艺术品投资业务,目前已建成国内一流的艺术品收藏平台,通过正规途径(主要是拍卖市场)收藏齐白石、徐悲鸿、傅抱石、李可染、黄宾虹等中国近现代名家 160 多件艺术精品,2010 年再次以不超过 1.9 亿元额度的自有资金增加艺术品投资。至此,电广传媒对艺术品的初始投资至少在 5 亿元。而且,电广传媒不仅自身加大艺术品的投资力度,还通过引入基金运作模式,进行专业化的投资管理。2010 年发起成立北京中艺达晨艺术品投资管理有限公司,发行第一期艺术品投资基金,总规模 3.06 亿元人民币,现已募集完毕并进入封闭运行期。另将设立一只平行基金,预计总规模达 5 亿多元;正在紧张筹备美元基金,预计将募集资金 5 000 万美元。○