

科技企业掀起赴港上市潮

美团点评、小米、映客、同程艺龙等扎堆登场

羊城晚报记者 马化展

6月25日,美团点评递交IPO申请,它或成近10年港股市场最大互联网平台公司。而在过去几日,小米公开招股、映客通过上市聆讯、同程艺龙启动IPO计划……受益于港交所改革及自身成长等因素,一场科技企业赴港上市潮正在引爆。

又一独角兽拟在港上市

6月25日,美团点评正式向港交所递交IPO申请,并披露招股书。招股书显示,美团点评将采用同股不同权的架构。腾讯为最大股东,持有20.1363%股份,而王兴持有美团点评11.4%股权。

根据招股书披露,2017年度美团点评收入339亿元,2015年至2017年调整后净亏损59亿元、54亿元、29亿元。2017年度交易用户数3.1亿人,全年交易金额3570亿元。截至2017年年底,美团点评现金及现金等价物及短期投资共计452亿元。

有消息人士透露,此次IPO美团点评的目标是以约600亿美元的估值募集60亿美元资金,并将于9月26日上市。这或将是港股近十年来以来最大的互联网平台公司。

公开信息显示,美团点评此前已融资8轮。去年10月的最新一轮融资之后,美团的估值为300亿美元。收购摩拜单车之后,美团点评估值再次提升。

Xiaomi has entered 74 countries and region. Ranked top 5 in 15 smartphone markets



小米等内地高科技企业近期掀起了一场赴港上市潮 图/视觉中国

近期科技企业频频赴港

除了最新公布招股书的美团点评,羊城晚报记者注意到,国内还有多家科技企业拟于近期前往香港上市。

23日,小米在香港召开全球发布新闻发布会,宣布于6月25日正式启动公开招股,并于7月9日在港交所挂牌交易,并成为港股首家采用同股不同权架构的上市公司。

同日,同程艺龙向港交所递交上市申请,正式启动IPO计划,有望成为OTA赴港上市第一股。

2004年艺龙曾在纳斯达克上市,但于2016年从美股除牌。2017年底,同程网络与艺龙宣布合并。

网络直播平台映客,则已通过港交所上市聆讯,最快将于本周公开招股。今年3月,映客首次向港交所递交IPO招股书。

消息称,映客IPO将募资约2亿-3亿美元。据悉,从6月27日起,映客将举行国际路演,预计于7月中旬上市。

还有传闻称,滴滴出行或将于下半年赴港上市。另外,蚂蚁金服、腾讯音乐等独角兽企业,也有到香港上市的消息传出。

欲抓住政策利好

记者注意到,内地科技企业扎堆选择这一时间点,与港交所正进行的大力改革有关。今年4月30日起,港交所上市新规允许同股不同权的公司在港申请上市。本轮互联网独角兽上市潮,与这一政策利好密不可分。

对于港交所而言,也有意通过这一举措吸引巨头前来挂牌。23日,当被问及为何一定要改革时,港交所行政总裁李小加直言,因为阿里巴巴去美国上市了,我们要是不改,小米也要去美国上市了。

当然,上述互联网独角兽企业这些年的发展,也是他们能赴港上市并引发强烈关注的重要原因。不久前,有着“互联网女王”之称的玛丽·米克尔发布了2018年的互联网趋势报告,上述的蚂蚁金服、小米、滴滴出行、美团点评都在全球20大互联网公司之列。也有业内人士指出,科技企业加快上市步伐,也是因资本市场流动性盘子有限,要进行资金争夺。

财经热观察

独角兽企业究竟值多少钱?

在这轮科技企业上市赴港热潮中,这些企业的估值问题尤为引人关注。近期,就有观点认为小米估值过高。对此,小米创始人、CEO雷军表示:“我说我要‘腾讯养苹果’的估值,因为小米是全能的。”他认为,能看到小米未来10倍以上的成长空间。不过,小米还是没能拗过市场的这些声音,选择调低了估值。它的招股定价为17港元-22港元,折算下来估值在550亿-700亿美元。

有分析指出,港股市场出现调整下跌,也是影响企业估值的原因。对于还未到公开招股阶段的美团点评等科技企业,同样对自身估值有着较高的期待。它们能否达成所愿,还有待验证。

五部委联手发力 小微企业金融服务再获扶持

羊城晚报讯 记者戴曼曼报道:继上周日央行定向降准释放7000亿元流动性后,25日,针对小微企业金融服务,人民银行、银保监会等五部委联合印发《关于进一步深化小微企业金融服务的意见》(银发〔2018〕162号,以下简称《意见》),提出23条短期精准发力、长期标本兼治的具体措施,加大对小微企业金融支持力度。

加大货币政策支持力度 拓宽多元化融资渠道

据悉,《意见》从货币政策、监管考核、内部管理、财税激励、优化环境等方面提出23条短期精准发力、长期标本兼治的具体措施,督促和引导金融机构加大对小微企业的金融支持力度。

其中,从加大货币政策支持力度来看,《意见》引导金融机构聚焦单户授信500万元及以下小微企业信贷投放,如提出增加支小支农再贷款和再贴现额度共1500亿元,下调支小再贷款利率0.5个百分点,将单户授信500万元及以下的小微企业贷款纳入中期借贷便利(MLF)的合格抵押品范围等多项措施。

同时,为了提高金融机构服务小微企业的积极性,加大了财税政策鼓励。《意见》提出,从2018年9月1日至2020年底,对符合条件的小微企业和个人工商户贷款利息收

广东向中小微企业发放服务大礼包

羊城晚报讯 记者孙晶、通讯员穗工信报道:6月25日,以“走进新时代·激发新活力”为主题,由广东省经济和信息化委员会、广州市工业和信息化委员会联合主办的2018年广东省暨广州市“中小微企业日”在广州举行。广东省向中小微企业发放服务券。

9市中小微企业可申领服务券

今年1月,新修订《中小企业促进法》正式施行,进一步改善了中小企业经营环境。在“中小微企业日”活动现场,举行了广东省中小微企业服务券发放仪式、省级小微企业双创示范基地、公共服务中心平台和成长中心企业的授牌仪式,为中小微企业发放了一系列公共服务礼包。

发布中小企业人才培养计划

为推动中小微企业发展,会上还发布了广东省中小企业人才培养计划。2018年广东将围绕互联网+、智能制造、精益生产等专题,免费为民营企业和小微企业的中高级经营管理人员开展226场公益性培训。姚德洪表示,下一步,省经信委将以举办“中小微企业日”活动为契机,进一步贯彻落实《中小企业促进法》,组织开展《广东省促进中小企业发展条例》的修订,力争全省中小微企业发展在新起点上实现新突破。

中小微企业已成经济支柱

其实,中小微企业已经成为广州乃至广东的经济支柱。据透露,截至2017年年底,广州科技型中小企业总数突破16.9万

商务部:去年电视购物销售降幅收窄 市场趋于稳定,跨境商品销售总额翻倍

羊城晚报讯 记者马汉青报道:记者25日获悉,商务部最新发布的《2017年中国电视购物业发展报告》显示,去年我国电视购物销售降幅收窄,市场趋于稳定。

《报告》指出,在我国经济高速增长阶段转向高质量发展阶段,消费对经济增长的基础性作用日益增强的背景下,国内电视购物在技术驱动和消费升级引领下,行业将向营销规范化、商品差异化、经营品牌化、市场规模化方向加速转型,在渠道拓展、产业融合和战略创新等方面加快步伐。

报告显示:广东“一带一路”倡议参与度高

羊城晚报讯 记者莫谨榕报道:作为古代海上丝绸之路的重要发祥地和始发港,“一带一路”倡议正赋予广东新的历史机遇。6月25日,ACCA(特许公认会计师公会)在广州发布《“一带一路”下的广东企业》调研报告(下称“报告”)。报告显示,综合政策环境、设施配套、经贸合作、人文交流、综合影响等指标,广东在“一带一路”倡议参与度上位居各省市自治区第一位,尤其在政策环境、设施配套上表现突出。

粤企品牌号召力

报告显示,广东位居“一带一路”各省市自治区的第一名。在政策环境指标上,广东获得满分,高居第一位,设施配套指标也获得第一位。人文交流上,广东仅次于上海和北京,位居第三位。综合影响方面,广东紧随北京、上海和新疆之后,位居第四位。

暨南大学管理学院教授胡玉明对羊城晚报记者分析表示,“一带一路”沿线国家和地区的发展中国家行业协会(商会)成员在粤考察交流

发展中国家行业协会(商会)成员在粤考察交流

羊城晚报讯 由商务部主办,商务部国际商务官员研修学院、中国商业股份制企业经济联合会、军带企业管理集团(军地集团)广东省分公司承办的“2018年发展中国家行业协会(商会)管理官员赴粤考察暨经贸合作交流会”于6月22日至6月25日在广州举行。

核心技术仍存短板

不过,该报告也表示,布局“一带一路”的广东企业也存在某些短板。“首先是核心技术,我们企业在某些核心技术上还受制于国外竞争对手。”

胡玉明表示,企业品牌全球化运作能力不强,由此导致高端产品的竞争力相对较弱。同时,有些企业以贴牌(OEM)的方式立足于市场,缺乏主动权。

报告建议,要借助“侨交会”和“广交会”扩展与“一带一路”沿线国家和地区的合作,应充分发挥金融机构的作用。

力、港口码头和通讯等基础设施建设方面有显著的技术优势。此外,在智能家电和智能消费电子等产品领域,广东企业具有强大的品牌号召力,在全球化的供应链和符合国际标准的产品全球化也有着明显的优势,这些特点都有助于广东企业快速抢滩“一带一路”沿线市场。

墙内开花墙外香,国产手游“出海”已经成为重要的吸金业务。日前有数据显示,今年第一季度期间,国产手游下载量和市场份额在西方iOS市场创下了过去两年以来的新高。国产游戏走出去业绩亮眼,2017年,国内游戏的出海市场规模达到了315亿美元。

iOS市场的最新情报数据显示,中国出品的作品上季度在西方iOS市场下载量近5400万次,占TOP250手游总量的9.2%,为过去两年以来最高市场份额。同时,中国iOS作品在西方市场的Q1下载量同比增长达108%。

值得注意的是,国产游戏走出去业绩亮眼,某种程度上或被国内两大巨头占有太大市场所迫。这被戏称为:不出海便出局。中国的游戏产业这几年飞速发展,尤其是手游的崛起,让越来越多的用户告别了有时间空间限制的端游,用户量直线上升,吸金能力超强。但不难发现,在国内手游市场,最受欢迎的游戏几乎都是腾讯和网易出品的,它们瓜分了70%以上的市场。在两个庞然大物的阴影下,一些公司选择出海求生。但随着现在国内手游市场的趋于饱和,海外市场也将不再安逸,手游出海的战役已然打响。

记者注意到,与腾讯和网易主打MOBA(多人对战)类和FPS(射击枪战)类游戏不同,之前就在做海外手游的IGG、FunPlus等公司主打的是SLG(策略游戏)。目前在峰值附近。

为何国产手游在韩国市场受捧?三七互娱方面认为,“国产游戏研发与发行更乐于去挖掘每位玩家的需求与痛点,面对众多竞品同类产品时,能够不断推出新玩法和新思路。”除了在产品制作上钻研的机会,国内厂商也很擅长在运作模式上探索,比如基本的买量方式、线上推广方式,以及整合化的营销模式,差异化的市场打法等等。通过这些差异化的思路,都能有效引起韩国和不少东南亚玩家的好奇心。

美日韩仍是主要市场 20位的中国手游总销售额高达1965亿韩元,约合人民币11.6亿元,同比增长74%。

最近两年来,随着国产手游在韩国市场上的走俏,改版发行中国手游作品也成为韩国游戏公司的一大吸金业务。

其中广州本地游戏公司的表现可圈可点,广州三七互娱于2016年9月开始发往海外的手游《永恒纪元》在东南亚、韩国、欧美等国家和地区多次问鼎畅销榜,在各地线上线超过一年后,畅销排名仍能保持

不出海就出局? 国产手游出海吸金成热潮



图/视觉中国

受巨头挤压“被迫”出海

量直线上升,吸金能力超强。但不难发现,在国内手游市场,最受欢迎的游戏几乎都是腾讯和网易出品的,它们瓜分了70%以上的市场。在两个庞然大物的阴影下,一些公司选择出海求生。但随着现在国内手游市场的趋于饱和,海外市场也将不再安逸,手游出海的战役已然打响。

美日韩仍是主要市场

20位的中国手游总销售额高达1965亿韩元,约合人民币11.6亿元,同比增长74%。最近两年来,随着国产手游在韩国市场上的走俏,改版发行中国手游作品也成为韩国游戏公司的一大吸金业务。其中广州本地游戏公司的表现可圈可点,广州三七互娱于2016年9月开始发往海外的手游《永恒纪元》在东南亚、韩国、欧美等国家和地区多次问鼎畅销榜,在各地线上线超过一年后,畅销排名仍能保持