



中國雙喜之特約文匯財經

—— 雙喜·郵喜 ——

中國喜 傳天下



雙喜文化傳播

「雙馬」戰線擴至電子地圖業務

騰訊 14.6 億入股四維圖新 11.3%

香港文匯報訊（記者 謝孟謙）「雙馬」戰線擴大至電子地圖業務。於深圳上市的北京四維圖新科技昨公告，大股東中國四維測繪技術已向騰訊（0700）出售7,800萬股四維圖新股份，每股作價15.04元（人民幣，下同），涉資11.7億元（約14.6億港元）。交易完成後，騰訊將佔北京四維圖新11.3%股權，成為第二大股東。分析指出，騰訊可以將四維圖新與旗下「嘀嗒打車」、大眾點評及微信整合，令用戶更方便使用定位與導航服務，與阿里巴巴的高德地圖及百度的百度地圖爭雄。

據深交所公告顯示，四維圖新的股份轉讓須經過內地有關部門審批，故此公司將繼續停牌。由2月底至今已逾兩個月，最後一次交易日每股收報15.38元。公告又指，是次股份將予騰訊旗下的深圳市騰訊產業投資基金，買方早於4月16日向賣方交納2億元保證金，而雙方已於4月29日簽署「股份轉讓協議」。

騰訊承諾在交割當日計起18個月內，不會轉讓股份予第三方。公告顯示，交易後，中國四維將仍然持有四維圖新12.6%股份，繼續做大股東。

四維圖新主營電子地圖業務，為手機用戶提供定位服務，以及為駕駛人士導航。該公司將自己定位做「中國最大，全球第四大，數字地圖生產商」。市場分析指，騰訊此舉用意旨在藉加強旗下的定位與導航服務，料會與「嘀嗒打車」、大眾點評及微信等作深度整合。

BAT 三巨頭地圖鬥法

現時內地有三大互聯網商，被市場分析人士稱為「蝙蝠（BAT）」：B代表百度（Baidu），A即阿里巴巴（Alibaba），而T則為騰訊（Tencent）。三者近年致力開拓網上地圖服務，看中手機用戶廣泛使用地圖定位及導航服務，而用戶數量增長顯著，故此自去年動作頻繁，紛紛收購電子地圖軟件供應商，或自行



「雙馬」將在電子地圖業務展開爭戰。圖左為馬雲，右為馬化騰。

研發相關技術。據內地市場調查機構易觀數據庫數據，2013年手機地圖導航程式用戶持續增長，用戶數達11.6億，較2012年升2倍。

阿里高德佔份額最高

百度開發地圖經驗較深，有「自家製」百度地圖，早於2010年8月推出，之後又配有手機免費導航應用程式。阿里巴巴於2013年5月開始入股地圖開發商高德，上月更落實作價15億美元，折算約116億港元，收購高德，希望藉高德於市場佔比之高，拓展阿里網絡覆蓋，圖以「得一高德得天下」。易觀數據庫顯示，阿里所持的高德於內地獨佔鰲頭，佔手機地圖市場32.6%份額；百度緊隨其後，佔24.9%；而騰訊地圖服務拓展未成熟，僅佔3.8%。

騰訊地圖正急起直追

市場分析指，BAT之中，騰訊地圖業務較弱，而

入股四維圖新反映管理層想急起直追，趕上阿里與百度。於4月28日，騰訊宣布撤換基礎地理信息數據供應商，原由高德更換為四維圖新擔任。市場中人認為，騰訊與高德「割席」用心明顯，意在避免地圖服務受持有高德股份的阿里影響。

地圖以外，阿里與騰訊於其他業務亦鬥法頻繁，前者馬雲與後者馬化騰似乎相競而樂此不疲，被傳媒戲稱「雙馬鬥法」。去年阿里從騰訊處挖來總經理級人馬劉春寧，宣布銳意組建「阿里遊戲平台」，又於上月搶先騰訊「食土豆」，入股內地視頻網站優酷16.5%股份，足見其拓展遊戲與媒體平台的野心。騰訊不甘示弱，上月從美國上市公司KINGS取得人氣轉珠遊戲「Candy Crush」代理權，與國際手機遊戲開發商合作推大熱遊戲「城堡爭霸」昨又在騰訊平台推出（見另文）。誰勝誰負，有待觀察，而市場人士分析指，雙馬鬥法可刺激網絡供應商改善服務，最終惠及用家，並非壞事。

騰訊理財通 4 個月吸金千億



騰訊與阿里巴巴的互聯網金融大戰一刻未歇。

香港文匯報訊（記者 方楚茵）騰訊（0700）與阿里巴巴的互聯網金融大戰一刻未歇，自餘額寶宣布規模突破2,500億元（人民幣，下同），騰訊旗下理財通理財通即急起直追。《上海證券報》昨報道，騰訊理財通總經理賴智明對外宣布，騰訊旗下理財通理財通由年初上線至今不足4個月，目前吸納的資金規模已經超過800億元（約996億港元）。

若按理財通上線至今約110天計算，日均流入資金量更近7.3億元。而據了解，微信用戶數量已逾6億，亦成為理財通規模壯大的最重要助力。而其實理財通於今年1月15日測試，並於同月22日上線，單是22日當日用戶存入理財通的資金就已逾8億元，成立僅一個月規模突破300億元，加上借助春節市場資金緊張產品收益率飆升勢頭，理財通規模即超越500億元。

阿里餘額寶規模達6740億

事實上，騰訊與阿里巴巴這兩項產品的發展同樣迅速，阿里的餘額寶於去年6月17日正式上線，於同年11月14日規模突破1,000億元，即日均有6.6億元資金流入，及至2013年底規模更直奔1,853億元。在3月初已坐擁8,100萬用戶，至今年3月底，其規模亦已達5,413億元（約6,739.8億港元）。

但不同於餘額寶只對接天弘基金公司的單隻貨幣基金，目前理財通已共有4家基金公司產品同時上線，除最上線的華夏基金，亦包括匯添富、易方達及廣發等。

微信紅包未來向海外拓展

賴智明又表示，騰訊將繼續平台開放與嚴格风控策略來推出不同的互聯網產品，未來微信紅包將向海外拓展，微信銀行將向各傳統企業開放。但近期餘額寶、理財通等多項「寶寶」產品收益率持續下滑，有業內人士預計，因市場資金相對充裕，銀行協議存款收益率持續下調，未來互聯網金融產品收益率將進一步下降，「寶寶」軍團吸引力將被削弱。

發展急速再受監管方關注

「寶寶」軍團的急速發展，亦一再受到監管方關注。繼3月份發表《餘額寶與存款準備金管理》一文後，央行調統司司長盛松成日前再撰文指，隨金融創新發展和金融機構之間關聯性增強，非存款類金融機構同業存款規模不斷擴大，對貨幣政策傳導及其有效性的影響越來越大。因此，對這部分資金實施存款準備金管理必要且可行。但該建議並不是指對貨幣市場基金本身徵收準備金，而是指對基金存入銀行的存款徵收準備金，繳納的主體是吸收基金存款的銀行。

另外，他指出，因央行通過公開市場操作進行貨幣政策調控的有效性不足，以及金融機構通過金融市場解決流動性受限等原因，存款準備金制度集中一部分資金仍是防範金融機構流動性風險的重要手段。加上內地利率市場化還未完成，貨幣政策的利率傳導機制也不完善，廣義貨幣供應量(M2)目前仍是貨幣政策的中間目標，因此在貨幣政策調控中配合使用數量工具和價格工具，符合中國國情，也符合市場經濟原則。

「餓了么」獲注6.2億 擬3年後上市

香港文匯報訊 在獲得騰訊（0700）戰略入股後，內地生活服務網站大眾點評網近期加快了其在O2O（線上至線下）市場的布局。該公司昨日宣布，聯合一些機構共同投資8,000萬美元（約6.2億港元）入股內地最大的外賣訂餐平台「餓了么（ele.me）」。

公司新聞稿稱，交易完成後，餓了么的創始人團隊繼續擁有對公司的控制權，該公司將繼續保持獨立運營和發展，計劃3年後上市。

與大眾點評多方面對接整合

另據外電消息，除資本合作外，餓了么與大眾點評還在餐飲外賣領域的用戶數據、外賣服務及平台流量方面進行深入的對接與整合。餓了么將通過大眾點評獲得中高端餐廳資源以及龐大的城市白領為主的餐飲消費群，鞏固其內地最大外賣訂餐平台的地位。

加速對全國餐飲商戶全覆蓋

餓了么首席執行官（CEO）張旭豪表示，在未來一年，將力爭其平台日均訂單量從目前的10萬單提升至百萬級，迅速完成對全國餐飲商戶的全覆蓋。

自2月獲騰訊入股20%後，大眾點評與騰訊加快了資源整合，大眾點評的本地生活服務已與騰訊旗下的微信、手機QQ、騰訊地圖深度合作，最近騰訊QQ的吃喝玩樂入口亦整合了大眾點評基於熟人圈的本地生活信息。

除此之外，大眾點評還進行一系列的收購和合作，總體來看分為兩條戰略思路，一條即連接有流量入口的公司，例如三星手機、小米手機等；另一條是接入不同行業及O2O相關服務，例如萬達集團。而此次與餓了么的合作，無疑是貫徹第二條戰略思路。

IGG「城堡爭霸」登陸騰訊平台



IGG旗下遊戲「城堡爭霸」，已登陸騰訊旗下移動社交平台。

香港文匯報訊（記者 謝孟謙）騰訊（0700）繼上月中取從美國上市公司KINGS取得「Candy Crush」代理權之後，今續推手機遊戲。開發商IGG（8002）旗下手機遊戲「城堡爭霸」，本周一登陸騰訊旗下微信、應用寶及手機QQ等移動社交平台。IGG與騰訊於於於本年1月洽談合作，騰訊獲授在中國大陸地區、在其移動社交平台獨家運營「城堡爭霸」。

據悉，「城堡爭霸」於歐美等地廣受歡迎，玩家數量逾2,500萬。市場分析指，雖然「城堡」用戶僅及「Candy Crush」四成，不過遊戲種類獨特，要求玩家防衛城堡，較轉珠玩法多變，有望吸引更多新玩家。

冀提升內地業務增長

IGG自去年10月以每股2.8元配售形式在港上市後，一度受市場追捧，惟受累市場對科網股憂慮，股價近日偏軟，4月份跌近29%，上一個交易日收報6.09元，仍較配售價高1.46倍。該公司將於5月10日公布業績，而騰訊緊接其後，5月14日派成績表。IGG首席營運官許元上月初表示，希望2014年來自內地的收入有10%增長，而去年其內地收入僅佔整體2.4%。市場分析指，集團對內地收入增長期望，正是源於「城堡爭霸」的發行，而此遊戲能否造好股價，則言之尚早，有待觀察。

IPO 熱到起泡 科網股自求多福

香港文匯報訊（記者 黃子慢）今年以來雖然環球市場波動，但新股熱潮未減。市場人士指，由於許多IPO認購情況不錯，於是市場開始變得狂熱。不過，路透社引述分析指，新股市場過份狂熱令市場漸出現擔憂，尤其於今年至今，全球IPO總額已經逼近2000年科技股泡沫的水平。Dealogic的數據顯示，2014年迄今全球331宗IPO總募資658億美元，創下2010年來同期最大，僅稍低於2000年的高峰水平。

美74%新上市公司無盈利

雖然數量偏高的IPO活動可能是健康的現象，並可以提供資金給企業擴大業務，但有許多股份進入股市時的估值甚高，令其可能成為市場將進行大幅調整的警號。

另外，即使IPO活動保持活躍，但許多上市公司的盈利情況卻很差。Redburn的分析師表示，目前新上市美國公司中沒有利潤的比例高達74%，為1999年以來最高。至在線外賣服務Just Eat的估值高達15億英鎊（約25億美元），是其1,410萬英鎊利潤的逾100倍。

投資者擔心新股估值過高，以往可能獲得踴躍認購的公司現在變得鮮有人問津。如豬肉生產商萬洲國際由於未獲得希望的估值而中止在港IPO，而另一些新近上市的、依托網絡運營的公司已跌破發行價。

港部分科網新股穿招股價

因對於估值的擔心增大，近期投資者一直在拋售新上市公司的股票，尤其是科技股，令人想起互聯網泡沫破滅的往事。去年本港不少科網股招股時均錄得大幅超額

認購，且掛牌首日大升，惟熱情過後的今天，大部分隨美國科網股掛沽，不少已跌穿招股價。去年成為一時熱話的「賺錢王」雲遊(0484)以51元招股，掛牌首日被炒高32%，但本周一收報31.6元，較招股價跌38%。至於今年初上市的百奧家庭互動(2100)，周一收報1.31元，較招股價2.15元累跌39.07%。

而據Markit的數據顯示，賣空者盯上了部分2013年上市的公司股票，他們先是借入股票，然後伺機低價買回並賺取差價。在上市後三個月內，賣空者借入最多的九隻股票跌幅超過30%。

而目前仍有不少企業正排隊準備上市，有市場人士擔心一些新股上市後，稀釋資金流入帶來的技術性支撐，令市場變得脆弱。而過多的IPO，亦可能對市場構成壓力。

威力印刷逾5億購遼寧天然氣項目

香港文匯報訊 威力印刷（6828）昨宣佈，於本周一簽署買賣協議，以總代價約5.15億元（港元，下同），收購一個位於遼寧省的天然氣項目約90%股權。是次收購將以現金及可換股債券形式支付。當中1,700萬元將以現金支付，餘額4.98億元以可換股債券支付。

根據協議條款，公司將收購遼寧省本溪市瀾溪區天然氣業務長達30年之獨家特許經營權，當中包括液化天然氣(LNG)以及壓縮天然氣(CNG)，由2012年3月30日開始計算。另外，為進一步發展與強化天然氣業務，公司持續發展於本溪市的天然氣工程建設。

威力印刷首席執行官兼執行董事施春利表示，是次收購標誌着一項重要的發展，公司正積極開拓內地市場，並成為一間具創新精神的天然氣供應與分銷商。執行董事洪濤亦指，集團將繼續依據有利之國家燃氣政策，開拓天然氣使用率較低的城區市場，擴充資產基礎，同時進一步推動綠色能源的應用。