

国内网游死亡概率高达1:1,网游企业滑下暴利神坛 中青宝未必是个宝

上周三,中青宝(300052)发布2009年财报,年报披露,公司实现净利润4112.92万元,同比增长12.13%。这一数字也许在众多创业板企业当中并不算差,但相比2008年,中青宝的净利润同比增长可是高达340%,企业在未来的高增长性令人担忧。
《华夏时报》

网游企业不再暴利

“免费网游、道具收费”的商业模式为国内网游行业带来5年狂飙突进似的增长,市场规模从2005年的56.2亿元迅速扩张至2009年的270.6亿元。国内各大网游领军企业相继发布了2009年财报,但与疯狂的2008年相

比,利润增长却有着明显的萎缩,网游企业的“暴利时代”已终结。

作为唯一一家在国内资本市场上市的游戏企业,中青宝在这样的大环境下同样未能免俗。数据显示,与2008年相比,去年中青宝的增长幅度可谓不值一哂,中青宝早在去年9月份的时候,曾预计公司2009年的全年营业额为1.5亿元,而实际完成的营业收入仅有当初预计的一半。

行业竞争惨烈

据统计,腾讯、盛大、网易、完美时空、第九城市等12家网游巨头占据了国内网游市场近90%的市场份额,而其余上百家网游中小企业则争夺着剩余的12.3%的份额。这些“非主流”网游企业之间的竞争激烈程度超乎想象。

日前,多玩游戏网推出了国

内首份《中国网络游戏死亡档案》,据统计,过去十年,因种种原因在中国运营后又被迫选择关闭服务器的大型网络游戏数量超过120款。另据文化部首次发布的《2009年中国网络游戏市场白皮书》,截至2009年年底,中国市场上共有361款大型网络游戏处于开放测试或者商业化运营阶段,每三款成功运营游戏背后,必将死掉一款大型网游。

而众多业内人士认为,该份报告仅仅是针对国内一些较著名的企业而言,并未包含小型工作室在内,不然,过去十年在国内死去的大型网游的数量很可能超过三百款,基本与还在商业化运营的数据持平,死亡概率高达1:1。

调查发现,在最新的“网络游戏运营商排行榜”上面,中青宝名列第32位,尚属“非主流”企业。

公司所开发的数款网络游戏,除《封神无双》一款网页游戏外,其余产品均无缘前30强,其竞争力令人质疑。

运营成本猛增

记者注意到,目前国内众多网游企业均面临着主营业务成本大幅增长的巨大压力,这也是导致企业利润大幅下滑的主要因素之一。中青宝年报显示,2009年公司主营业务成本比上年增长90.47%,毛利率下降了2.47%。

此外,公司报告期内的“三费”同样有所增加,其中销售费用比上年同期增加62.50%;管理费用比上年同期增加104.90%。

海通证券分析师王茹远指出,到目前为止,公司在运营的游戏中没有较为成功的游戏作品,产品缺乏竞争力,前景堪忧。

万向钱潮增发受追捧 华夏系基金独吞三成

万向钱潮以9.29元/股公开发售2亿股受到机构投资者追捧,今日,公司披露增发A股发行结果,募集资金总额为18.58亿元。本次增发,网下机构投资者申购共有74家。值得注意的是,华夏系旗下13只基金参与网下申购,共动用资金近22亿元,获购6444.90万股,约占本次增发总数的1/3。

快报记者 魏梦杰

必读信息

两公司变更简称

力诺太阳(600885)变更简称为*ST力阳。*ST琼花(002002)变更简称为ST琼花。

三新股13日上市

据深交所公告,黑牛食品(002387)、新亚制程(002388)、南洋科技(002389)三家中小板公司将于4月13日上市交易,中小板个股数将增加至388只。

黑牛食品发行价27元/股,市盈率55.21倍。新亚制程发行价15元/股,市盈率55.56倍。南洋科技发行价30元/股,市盈率为50.85倍。

两券商一季度高增长

上周六,长江证券披露首份上市券商一季报。报告显示,长江证券一季度净利润同比增长81.77%;基本每股收益0.19元。此外,据国元证券今日发布的一季度业绩快报显示,其前3个月实现盈利2.63亿元,同比增长101.60%。

快报记者 潘圣韬 综合

首季净利预增6.5倍

重组将给星马汽车大提速

星马汽车今日公布业绩预告,预计2010年一季度实现净利润同比增长650%以上。资料显示,星马汽车2009年一季度实现净利润572万元,每股收益0.03元,由此折算今年一季度实现净利润至少4290万,每股收益至少0.23元,已相当于去年全年的一半。

对于业绩暴增,星马汽车解

释,除受益国家拉动内需政策外,原材料价格相对低位,生产成本降低也是重要原因。

几天前,星马汽车刚公布了靓丽的2009年年报。期内实现净利润8283万元,同比增长265.3%;每股收益0.44元。

巧合的是,星马汽车去年底推出重组计划,其拟收购的资产——华菱汽车2009年业绩更

为喜人。据4月7日披露的重组报告书,华菱汽车去年实现主营业务收入38.22亿元,同比增长40%;实现净利润2.46亿元,同比增长167.5%。盈利能力三倍于星马汽车。而据第一创业证券研究报告显示,2009年华菱汽车毛利率达到13.36%,高于中国重汽毛利率近4个百分点。今年一季度,华菱重卡销量已达8570台,相当

于2009年全年销量的48.6%。

以目前的重组进度,星马整合华菱有可能在年内获监管层批准并完成。若顺利,年内华菱业绩即将并入星马报表,再以公司今年一季度业绩暴增6.5倍的情况来看,星马汽车这家上市已近8年的安徽国有车企,极有可能在2010年迎来十年经营史上一个巅峰。快报记者 郭成林

想看世博? 周末可以到红星美凯龙先尝个“鲜”

红星美凯龙世博店中店 4月18日点亮卡子门



“世博店中店”全国首发

据红星美凯龙卡子门商场总经理郭佑社介绍,这座高达10米的建筑将在南京红星美凯龙北厅负一楼建成,整体布局和即将在“世博民企馆”中亮相的红星美凯龙展区有许多呼应之处。而店中店的概念在全国商场中尚属首次。

一层是展区,墙表面用类似羊皮纸的材料制成,有“水立方”一样的气泡格。据悉,不用玻璃的设计节能环保,也能避免顾客不小心碰伤。展区主要展示一些家居动态、企业文化和潮流设计,在世博期间,还会有多台液晶电视同时发回来自上海展馆的实况。让市民不出南京,能在家门口享受世博盛宴。

二层的用途是VIP设计馆,红星美凯龙将把南京知名设计师邀请到一起,就像北京的画家村一样。二层外立面铺上了全LED面板,图形在立方体的5个面上自由变换成为名副其实的魔方。设计师汇聚在这里碰撞思维的火花,把最潮的家居设计理念传遍整座南京城。

整个场馆将很好地表现上海世博会“城市,让生活更美好”的主题。据悉,在世博之后,这座“世博店中店”将要永久保留,成为红星美凯龙履行“家居生活专家”承诺的地方。“中国人生活水平提高了,不懂生活、不懂装饰,有钱也没法创造温馨的居家生活。”大到装修设计、小到一张沙发,不同阶层的消费者应当学会如何选择。为此,红星美凯龙就利用“店中店”的场馆资源,举办各色家装活动普及此类知识。

以后,服务的品类还将横向延伸。不仅是家装设计,居家美学、剪纸绘画等活动和家居课程也可以在这里开展。

大家翘首以待的世博会,将于5月拉开帷幕。作为中国的参展企业,16个行业、16家国内领军民营企业,将在世博会的大舞台上展现中国经济的力量。红星美凯龙,作为家居流通行业唯一参展品牌,入驻世博会民营企业馆。

作为参展企业,为了能向更多人宣传世博、服务世博,南京的红星美凯龙卡子门店商场将率先开启模拟民企馆的“世博店中店”,让南京市民足不出户就能体验世博。本周日,“世博店中店”将闪亮开幕。大家可以在世博到来之前先到红星去尝个“鲜”。

香港设计师之父高文安将与世博中国馆主创设计师现场论道 ——一场关于城市与家居的精彩对决将同步上演



在红星美凯龙卡子门商场“世博店中店”的揭幕现场,将有设计界的重磅人物出场。这个人叫高文安。

提到高文安,对室内设计不熟悉的人可能并不知道,而业内人士听到这个名字却是如雷贯耳。据传,南京众多室内设计师听说这一高文安要来的消息,纷纷打电话到红星美凯龙卡子门商场,希望能参加这一活动,能与心目中的大师零距离接触。

那么,高文安到底是谁呢?他是建筑师,是首屈一指的室内设

计师,在近30年的设计生涯内,高文安设计了超过2000个室内设计项目,被誉为香港室内设计之父。高文安擅于揉合中西文化,将中国文化渗入建筑概念,加上西方的科技及舒适特质,拼凑出独特的设计作品。高文安的另一天赋是善用空间的巧思。他相信室内设计宗旨是创造舒适的安乐窝,任何隔间,经他略为调配修改,都会变得既美观又实用;本来狭小的房间,经他改动一番,便会感觉宽敞起来。他甚至会根据居住者的喜好而添置装饰,给客人窝心的感觉。

本周日,这一室内设计界的传奇人物就将来到红星美凯龙卡子门商场,除了在“世博店中店”的揭幕仪式上与南京设计师面对面对话外,还将举办专门的家庭装修主题讲座。这可是花钱买票也换不来的大师级讲座,想听的市民不要错过机会哦!同时世博会中国馆的设计师也将亲临现场与大家交流。

据悉一位与上海世博会中国馆设计创意有关的神秘嘉宾也将

出席本次活动,具体是谁?主办方略带神秘的告诉大家,绝对会让你大家惊喜,关注我们的近期报道,你将有意外的发现,亲临现场你将有幸一睹世博中国馆设计创意的精彩内幕。

红星世博服务站正式启动

在“世博店中店”的揭幕仪式上,除了领略世博风采、聆听大师演讲外,红星还将正式启动南京三店的世博服务站。为南京市民提供免费订票、专车接送,世博咨询等数十项服务,让南京市民

与世博会真正零距离。其中红星美凯龙南京三店还将携手南京知名的10个家居品牌一起参与到世博服务中,纷纷表示“为世博服务我们非诚勿扰!”具体他们会提供哪些贴心的服务呢?神秘主持将现场拷问!

为了配合“世博店中店”的揭幕,红星美凯龙卡子门携手中央路店和奥体店将同步举行优惠促销活动,举办一场“家居世博会,南京级世博”的大型主题促销。机会难得,快来参加吧!

