

網絡廣告倍增 手遊收入增六成

騰訊上季盈利增32% 符預期

騰訊(00700)公布第三季業績，網絡廣告收入及手機遊戲業務增長強勁帶動下，截至今年9月底止三個月淨利潤74.5億元(人民幣，下同)，增長32%，符合市場預期。網絡廣告收入達49億元倍增，手遊收入達53億元增長六成。總裁劉熾平於電話會議上表示，公司於第三季實施新的手機遊戲策略，推出更多高端遊戲，令有關業務的收入增長不俗。

大公報記者 王嘉傑

騰訊第三季收入為265.94億元，增長34%，勝市場預期；若不包括電子商務業務，收入同比增長37%至264.82億元。

第三季廣告及手機遊戲增長強勁，其中網絡廣告業務收入同比增長102%至49.38億元；當中品牌展示廣告收入增長67%至25.52億元，收入上升主要因流量增加，導致騰訊視頻及騰訊新聞等移動媒體平台收入上升；此外，效果廣告收入亦增1.6倍至23.86億元，反映QQ空間手版、微信朋友圈及微信公眾帳號等移動端社交網絡效果廣告的貢獻增加。公司表示，廣告總收入中逾65%來自移動平台，展望未來將持續投資於優質視頻內容。

手遊業務轉攻高檔戶

手遊遊戲方面，第三季有關收入按年增長六成至53億元。公司表示，收入增加主要因運營多種類個人電腦遊戲的經驗，在如競跑、多人在線戰略競戰遊戲、射擊及棋類遊戲等各類遊戲中達到或保持領先地位。劉熾平表示，於去年底，公司留意到手機遊戲市場轉為成熟，因此於今年第二季制定新的營運策略，推出更多專為高檔玩家而設的遊戲，雖然玩家的數目有所減少，但每用戶的平均收入(ARPU)就有所增加，認為未來手機遊戲市場仍有大量發展機會。

首席財務官羅傑翰透露，第三季旗下的大型多人線上遊戲(MMOG)的ARPU介乎145元至455元；休閒遊戲ARPU為80元至270元；手機遊戲為170元至180元。至於個人電腦遊戲收入，公司只表示錄低雙位數增長。

騰訊表示，未來將主要推出能滲透高收入、低日活躍帳戶的智能手機遊戲類型，並利用開發新的個人電腦遊戲類型的經驗，開拓新的智能手機遊戲類型。同時，在旗下社交網絡上為低ARPU值、高日活躍帳戶的智能手機遊戲類型，如棋牌遊戲搭建玩家社區。

微信用戶6.5億增39%

另外，騰訊第三季的增值服務業務的收入同比增長28%至205.47億元，佔整體收入77%。其中網絡遊戲收入增長27%至143.33億元；而社交網絡收入增長32%至62.14億元，收入增加主要反映從QQ會員於訂購服務取得較高的收入。截至九月底止，QQ的月活躍帳戶約為8.6億戶，按年增加14.9%，就微信及WeChat整體而言，月活躍帳戶於季度末同比增長39%至6.5億戶。

就美團及大眾點評合併成立新公司，由於騰訊持有大眾點評兩成股權，加上有傳公司會入股新公司兩成的股份。劉熾平表示，看好兩間公司可將更多線下的企業轉到線上。而公司正建設線上線下(O2O)的生態圈，亦可配合新公司，提供線上支付以及廣告平台。不過，劉熾平表示，公司的O2O生態圈仍處於建設階段，暫未有產生具體的收入。



騰訊第三季業績 (截至9月底止)

項目	金額 (億元人民幣)	按年變化	按季變化
收入	265.94	+34%	+14%
毛利率	58.58%	-5.24百分點	-3.04百分點
經營盈利	103.31	+37%	+3%
純利	74.45	+32%	+2%
每股基本盈利	0.8元	+31%	+2%

▲騰訊總裁劉熾平於電話會議上表示，公司於第三季推出更多高端手機遊戲，帶動相關業務增長

資料圖片



傳籌組百億銀團作併購

【大公報訊】騰訊(00700)近年積極進軍移動網絡平台，外電消息透露，騰訊將尋求一筆12.5億美元(約99.84億港元)的銀團貸款，並由5間銀行，包括澳新銀行、中銀香港、花旗、滙豐和瑞德銀行進行承辦。消息指出，根據騰訊擁有投資級的信貸評級，貸款的定價會略高於100個基點，並將分為定期貸款及備用貸款。

早前有傳，騰訊會以10億美元入股美團及大眾點評合併後的新公司，合併後新公司估值約為150億美元，而騰訊已持有大眾點

評兩成的股權。對於今次騰訊尋求銀團貸款，雖然報道未有具體說明用途，只表示所籌資金將用作一般企業用途，不過，有分析指出，有關貸款可能與上述交易有關。

目前，穆迪、標普及惠譽給予騰訊的評級分別是「A2」、「A」及「A+」，故估計騰訊的貸款定價為略高於100個基點。去年5月，騰訊進行了一筆2億美元的五年期的貸款，最高綜合收益為159個基點，利率較Libor增加151個基點，當時共有六間銀行承辦，包括台北富邦商業銀行。

周大福盈警中期純利料跌逾40%

【大公報訊】記者李永青報道：零售業正面臨寒冬，連珠寶行業龍頭周大福(01929)亦要發盈警，預料截至今年9月30日止六個月的溢利，比去年同期大跌約40%至50%，溢利減少主要因為香港及澳門消費意欲疲弱引致營業額按年下跌；毛利率下跌，主要原因分別為黃金產品銷售增加令產品組合佔比改變，及其間錄得黃金借貸未變現對沖虧損，而去年同期則為未變現對沖收益所致。

對於市況不景，近期周大福主席鄭家純曾指出，本地零售市道受到多個因素影響，包括內地經濟放緩，再加上港元匯率走強以及本港一些市民反內地客行為等等，令零售市道轉弱。他認為，部分因素是不可控，亦難以預測香港零售市道是否見底，但希望港人齊心，不去做「趕客」的不當行為。

同時，為迎合顧客需求，鄭家純表示，最近已把貴價貨轉為細價貨，整體平均單價下跌10%。他提到，雖然黃金生意不及兩年前旺盛，但近期已有所改善，周大福在內地及本港的同店銷售跌幅已收窄。

事實上，今年零售業持續疲軟，據政府資料顯示，今年9月的零售業總銷貨價值的臨時估計為352億元，較去年同期下跌6.4%，而今年首九個月合計的零售業總銷貨價值同比亦下跌2.7%。

政府發言人表示，展望未來，零售業短期內料仍受制於訪港旅遊業的疲弱表現，亦將取決於環球經濟前景轉差對本地經濟及消費意欲的影響。不過，政府會繼續密切留意零售業的表現，及其對整體經濟和就業市場的影響。

香港零售管理協會主席鄭偉雄預料，該會最初預測零售業表現今年全年下跌2%至3%，但目前跌幅已經接近上限，若10月跌勢未減，或有可能進一步調整預測數字。

他相信，10月份零售表現持續弱勢，第四季亦不樂觀。

港中小企年均出口遠勝全球

【大公報訊】記者林靜文報道：聯邦快遞(FedEx Express)研究指出，香港有50%中小企從事出口業務，較亞洲區的36%和全球的38%為高。聯邦快遞香港及澳門董事總經理梁銘添表示，年初至今環球市場較為波動，隨着互聯網的發展，有不少中小企利用網上平台分散風險，成效顯著。

聯邦快遞早前預期，今年聖誕旺季將出現新高峰，由黑色星期五(11月27日)至平安夜期間之貨運量可望達到3.17億件，較去年同期增加12.4%。當中各區貨運高峰有所不同，在亞太區則是「雙十一」的帶動。梁銘添直言，環球經濟環境每兩三個月就有大變化，難以預期，但電子商貿增長迅速，帶來不少商機。

該公司正推出多種措施緊抓商機，包括與廣州海關試行「跨境電商」合作，將清關時間從幾天縮短至數小時；另為不同的電商貨物涉及特別包裝，配合其需求。

每年出口260萬美元貨品

聯邦快遞委託Harris Interactive進行的《探討環球中小企的進出口業務狀況以及它們所面對的挑戰》調查，先後訪問了共6891名來自全球13個市場的中小企高級管理人員，當中香港受訪人數大約為500名。調查顯示，香港中小企每年平均出口價值接近260萬美元貨品，遠超亞太區平均值180萬美元及全球平均值150萬美元。另與沒有出口業務的中小企相比，從事出口業務的中小企業務能取得雙位數增長的機會高出達1.7倍。

互聯網寶寶收益率連降五個月

【大公報訊】記者倪曉晨上海報道：互聯網寶寶產品收益率持續下跌。融360最新數據顯示，截至三季度末，82隻互聯網對接的69隻貨幣基金的總規模達17015.53億元(人民幣，下同)，較二季度末增長2377.41億元，增幅16.24%。不過，產品收益率連降五個月，其中8月的平均收益率僅為3.03%，錄歷史最低水平。從不同系別寶寶產品收益情況看，上季第三方支付系寶寶產品收益最高，平均收益率為3.34%；銀

行系、代銷系、基金系寶寶產品則分列二至四位，其平均收益率依次為3.19%、3.07%和3%。

融360方面認為，降準、降息、逆回購等的頻繁使用，使市場利率一降再降，利率市場化步伐亦在加快，因此各類理財產品收益率不可避免地下滑，鑒於10月份央行再次「雙降」，且增加擴大信貸資產質押再貸款試點範圍，預計利率下降趨勢仍將延續，四季度互聯網寶寶產品收益率跌破3%概率較大。

對於量增回報跌，融360分析稱連續降息後，居民已不再將大量資金存入銀行，互聯網寶寶產品憑藉高流動性，及相對較低的風險，成為銀行存款的最佳替代品。另一方面，當前各理財機構積極推廣「活期理財產品」，這也使投資者資金閒置的情況大為減少，投資者將資金放在貨幣基金中繼續享受收益，同時亦可用貨幣基金中的資金直接購買股票或基金產品。

據介紹，互聯網寶寶產品對接的是貨幣基金，其資金投向以銀行存款及結算備付金為主，此外還有小部分資金投向債券及其他風險等級較低的資產標的，這使各個寶寶產品間的收益差距不會太大。

「來巴」公司手機租車程式上線

大公報記者 林靜文(文) 蔡文豪(圖)



專訪

「來巴」有限公司推出的全球首個免費預訂香港及海外旅遊車服務的手機應用程式「CoachnVan」今日上線，目前服務範圍涵蓋香港、澳門、台灣、韓國及泰國五個地區。公司董事鄧添穩接受大公報採訪時表示，「CoachnVan」將受惠旅遊業「碎片化」的發展趨勢，他透露該軟件投資額約7至8位數字，預期首年收入達1億元，翌年更達5億元。

「一場說走就走的旅行」正在改變傳統旅遊業！鄧添穩直言，「互聯網的普及，讓遊客的需求變得隨意，喜歡自己訂車、訂房、訂票，希望整個旅程都由自己設計。」這一趨勢的轉變，被業界稱為「碎片化」。有見該等需求提升，身兼恆盛國際旅遊公司執行董事的鄧添穩，今年夥同兩位朋友成立「來巴」，與各地專業旅遊車公司合作，組成龐大的車隊網絡；更推出「CoachnVan」，提供「點對點接送」、「時租服務」和「特別行程」服務，讓旅客根據不同的車型和需求，預訂所需的旅行車。此外，旅客還可追加「專業導遊」及「WiFi設備」等個性化服務。

擬衝出亞洲首攻迪拜

他續指，互聯網的衝擊，讓傳統旅行社更親近，開始共享資源。「CoachnVan」結合了上述五個市場中逾一半的旅遊車供應商，利用其空閒時段的旅遊車，支援有關服務，而收費亦較市價便宜10%至20%，個別路線更平50%。展望未來，不排除會添加門票、酒店等增值服務，「一句話，就是將旅行社擁有的資源逐漸投入去。」

「旅遊車網絡和當地的支援服務是一些線上旅行社還未能去到的世界。」鄧添穩強調該應用程式有公司在當地分社的支持，能確保服務質素；加上與當地旅遊車公司的合作夥伴關係，相信能為旅客提供更優質的服務。除了現有五個市場，未來亦會進一步覆蓋更多內地及其



他亞洲地區，包括新加坡、日本等。鄧添穩預期，最快兩年後衝出亞洲，首站將會是迪拜。

目標拓展B2B市場

除了B2C市場，該軟件還目標拓展B2B市場。鄧添穩介紹，旅行社、機構、大學交流團等都是公司的目標客戶，當中旅行社通過使用這個應用程式，節省向多家旅遊車公司查詢行程和收費的時間，他相信未來來自B2B的收入較B2C多。

另外，廣告和供應商分成是公司的主要收入來源，鄧添穩稱，已在應用程式中預留廣告位置，但初期不排除讓供應商、酒店、旅行社等合作夥伴免費廣告，待瀏覽量增加後，再思考合作模式。

《CoachnVan》特色

- 支援跨境預訂旅遊車服務
- 有當地的分社支援服務
- 可追加專業導遊等增值服務
- 與提供服務地區中超過一半的旅遊車公司合作
- 價格較市價便宜10%至20%，個別地區更便宜50%

五折震撼價迎光棍節

在「雙十一」這一線上狂歡節推出的「CoachnVan」，當然也免不了推出震撼價優惠。從即日起至12月10日，將在台灣、泰國及韓國三條路線推出多款路線，優惠低至五折，在港租用28人旅遊車來往九龍區各地，單程收費300元；來往機場及九龍區，單程收費為500元。

據了解，「CoachnVan」今日將率先在ios系統推出，一個月後在Android上線。市場推廣經理林雲雲表示，未來會透過不同的推廣用戶，吸納更多會員，預期頭幾個月會員數目將以倍數增加，待Android版推出後，更會配合Road Show進行推廣。

震撼優惠還包括自助遊1人車，單程50元來往台灣桃園機場與台北市中心；6人車單程300元來往曼谷機場和市中心；7人包車韓國首爾市區一天遊1650元等。

據介紹，用戶只需四個步驟便可完成預訂，步驟一：點選服務，再輸入時間和地區；步驟二：選擇車款、額外服務及輸入用戶聯絡資料；步驟三：與供應商在平台進行價格配對；步驟四：通過信用卡和銀行戶口進行付款。



▲來巴會根據服務地區對營運車輛的要求，決定車型，強調不會有「白牌車」。圖為來巴特意設計的車身