

迁址西藏，哇棒传媒（430346.0C）欲曲线救国冲击IPO

股票概览			
股票代码	430346.0C	总市值（亿元）	13.24
主办券商	东北证券	流通市值（亿元）	9.37
挂牌日期	2013-12-04	净资产（亿元）	3.69
收盘价（元）	21.89	每股净资产（元）	5.92
总股本（亿股）	0.60	市盈率（TTM）	32.63
流通股本（亿股）	0.43	净资产收益率(ROE)	6.83%
市场表现			

注：净资产、每股净资产、净资产收益率为2016年中报数据

一、公司简介

哇棒移动传媒股份有限公司（证券代码：430346.0C，以下简称：哇棒传媒），成立于2009年，是一家专注移动营销领域，和效果广告服务的传媒公司，主要为广告主提供移动营销服务并为手机程序开发者提供赢利解决方案。公司旗下拥有国内覆盖最广的手机广告发布平台—Wooboo(哇棒)广告平台，是中国移动互联网广告的先行者，致力于移动广告的精准传播。



哇棒传媒自成立以来在业内建立了良好的口碑，与国美在线、百合网、网易

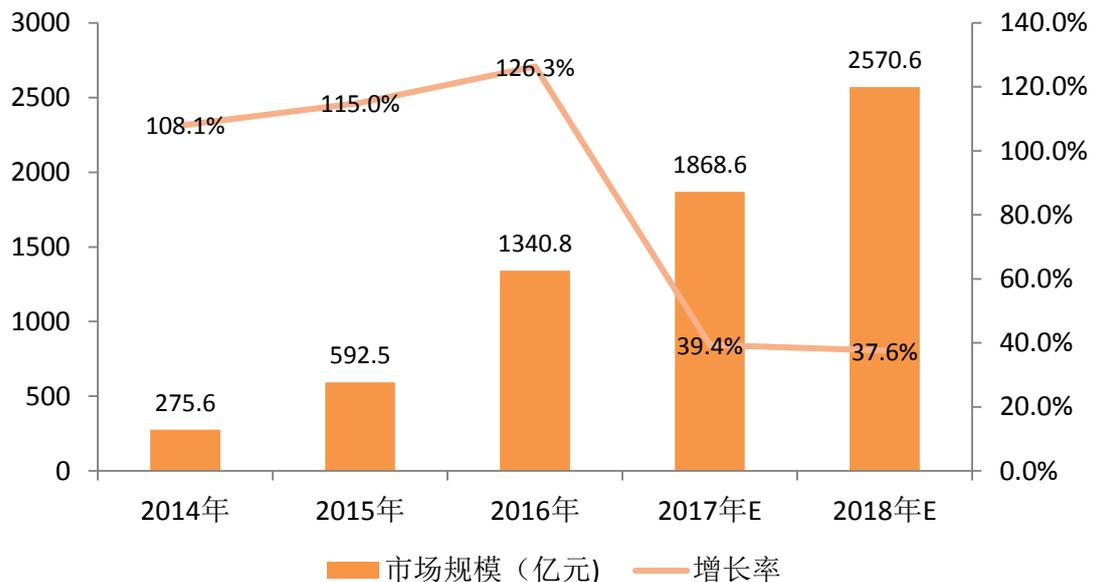
等众多知名客户保持着良好的合作关系。公司于 2013 年挂牌新三板；在 2015 年入围首批新三板指数样本股名单，受到资本市场高度关注；2016 年 1 月，公司发布上市辅导公告。

二、投资亮点

1. 移动营销价值凸显，市场规模逐年增长

根据艾媒咨询发布的《中国移动营销价值与趋势报告》，当前有超过 40% 的手机用户日均使用时长达 4 小时以上，使用移动设备进行新闻阅读、社交购物、视频游戏等占据了我们日常生活中的大部分休闲时间。多元化的移动行为已呈现海量爆发的趋势，移动营销价值越来越得以凸显，无论是互联网企业或其他传统行业广都将移动营销价值应用融入到营销运作中。移动互联网整合营销“变革”加速，移动广告平台，需求方平台迅速发展，更多企业广告与市场营销资源正在从传统媒体向移动数字媒体及社交媒体转移。

图表 1 2014-2018 中国移动广告市场规模及预测



资料来源：艾媒咨询《2016 中国移动互联网创新趋势报告》

数据表明，自 2014 年中国移动广告市场规模逐年上升，2016 年达 1340.8 亿元，预计 2018 年将突破 2500 亿元。随着移动智能终端的广泛普及、移动互联网市场的整体发展及用户使用习惯向移动端的进一步迁移，移动营销行业将出现爆发式增长的趋势。

2. 大客户项目支持+海量媒体矩阵

哇棒传媒已成为移动营销领域为数不多可以提供一站式，高效率，低成本的移动营销解决方案的龙头企业。一方面专注对新媒体认知度较高的五大重点客户行业，分别是互联网、旅游、银行、影视、艺术五大行业，在这些领域积累了众多优质客户，如：京东、网易、新浪、途牛、58 同城等，并在 2016 年 3 月，获得小米公司授权成为小米效果广告网服行业核心代理商。另一方面，目前通过独家，战略和常规三个维度构建立体化的媒体覆盖体系，与 360 营销平台，百度手机助手、VIVO 营销平台、OPPO 营销平台、腾讯广点通，阿里 PP 助手等超过 1000 家移动入口媒体有着长期稳定的合作，通过自有的立体化媒体体系可以覆盖中国 6 亿移动网民中超过 80%的用户，目前是行业内拥有移动流量入口最多的企业之一。



3. 迁址西藏拉萨，享多项优惠

2016 年 6 月 23 日，哇棒传媒发布公告称：完成注册地址变更，公司已向拉萨当地工商行政管理机构提交企业迁入登记申请书并取得了新的营业执照。公司变更后的注册地址为：拉萨经济技术开发区管委会办公楼 502 室。根据《西藏拉萨经济开发区关于支持入区发展的若干意见》：公司将获所得税率降低至 9%；增值税地方部分返还；投资设备给补足；技术改造奖励；上市奖励等优惠。

随后 2016 年 9 月 9 号证监会发布《中国证监会关于发挥资本市场作用服务国家脱贫攻坚战略的意见》意见称：对注册地和主要生产经营地均在贫困地区且开展生产，经营满三年、缴纳所得税满三年的企业，或者注册地在贫困地区、最近一年在贫困地区缴纳所得税不低于 2000 万元且承诺上市后三年内不变更注册地的企业，申请首次公开发行股票并上市的，适用“即报即审、审过即发”政策。但根据证监会 2017 年 2 月 10 日意见，证监会执行审核时坚持“精准扶贫”原则，要求企业要本着真诚的扶贫意愿，将产业扶贫与贫困地区的资源禀赋相结合，切实在当地展开生产经营活动，对当地财政、就业和经济发展有带动作用。但就哇棒传媒来说，其主营业务是比较难以在西藏展开的，因而可能会不适用于转板扶

贫绿色通道政策。

三、持股股东

截止到 2016 年 9 月 23 日，公司控股股东、实际控制人为姬长伟先生，任公司董事长，持有公司股票 12,466,292 股，持股比例为 20.61%。

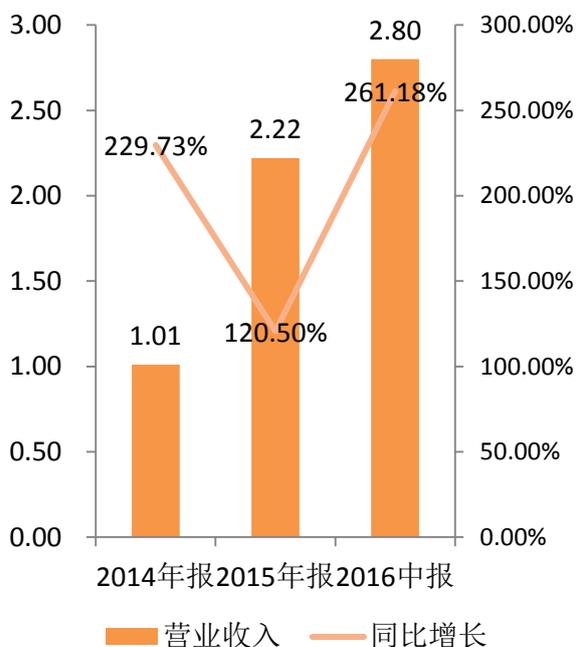
图表 2 公司主要股东明细

股东名称	持股数量（股）	持股比例
姬长伟	12,466,292	20.61%
颜鸿	7,219,000	11.93%
上海新文化传媒集团股份有限公司	2,320,198	3.84%
北京同创北拓投资中心	2,296,861	3.80%
东北证券股份有限公司做市专用证券账户	2,275,404	3.76%
天风证券股份有限公司做市专用证券账户	1,737,128	2.87%
赵红	1,204,686	1.99%
天津永乐北拓资产管理合伙企业(有限合伙)	1,150,000	1.90%
东证融成资本管理有限公司	1,131,308	1.87%

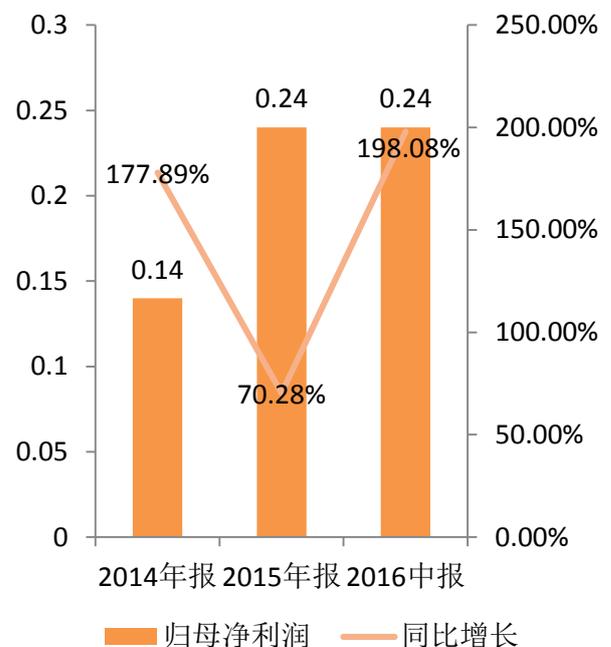
资料来源：哇棒传媒 2016 年中报

四、财务透视

图表 3 2014-2016 年营业收入（亿元）



图表 4 2014-2016 年归母净利润（亿元）



数据来源：全国中小企业股转系统、艾媒咨询

哇棒传媒 2014 年至 2016 年营业收入和净利润均成增长趋势，且增长幅度较大，成长性明显。2015 年公司实现营业 2.22 亿元，净利润 0.24 亿元，分别比上年同期增长 120.55%和 70.28%；2016 年上半年，增长趋势更加明显，实现营业收入 2.80 亿元，净利润 0.24 亿元，分别比上年同期增长 261.18%和 198.08%。公司收入大幅增长，首先源于整个移动广告行业的快速增长及广告客户对于移动营销的关注度加大；其次源于公司多年来积累的优质口碑和行业领先的服务能力，促使老客户持续加大哇棒在其整体营销供应商中的份额，新客户也不断增加。

五、风险提示

1. 应收账款较大的风险。2016 年 6 月末，公司应收账款账面净值为 1.75 亿元，占流动资产的比例为 54.19%，应收账款账面净值期末余额较大。如果部分客户资金状况发生重大不利变化，将可能出现不能按期收回或无法收回应收账款的情况，存在发生坏账损失的风险。

2. 对主要客户依赖的风险。2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-6 月，公司前五大客户的销售额占公司同期营业收入的比例分别为 71.45%、47.33%和 41.12%，公司客户集中度较高，如果未来发生上述主要客户流失或客户采购量下降的情况，短期内将对公司的业务和业绩产生一定负面影响。

3. 技术升级的风险。公司主要从事移动互联网广告营销业务，行业内技术升级和产品更新换代速度较快，商业模式持续创新，公司面临一定的技术升级风险。未来如公司不能及时实现技术的升级换代，或开发出满足市场需求的新技术、新产品，将不能保持领先地位，从而给公司经营带来不利影响。