

公告点评

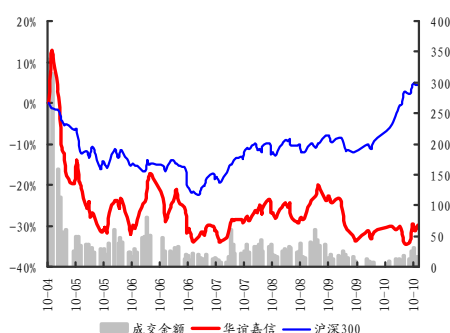
内部管理为本，向二三线城市进军

传媒行业

2010年10月25日

评级：谨慎推荐（首次）

最近52周走势：



相关研究报告：

报告作者：

国联证券研究所传媒娱乐组

组长：何冰冰

执业证书编号：S0590210020003

联系人：

顾佳

电话：0510-82833337

Email: gujia@glsc.cn

独立性声明：

作者保证报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于本人的职业理解，通过合理判断并得出结论，力求客观、公正。结论不受任何第三方的授意、影响，特此申明。

华谊嘉信（300071）三季报点评

事件：公司于2010年10月24日公布了三季报，报告期内（7~9月）实现营业收入1.3亿元，归属于母公司的净利润达到522万元，分别比2009年同期增长了53.71%和29.25%。

点评：

- **内部管理系统渐上轨道。**公司上市以来主要重心都是在打造自己的内部管理系统，包括远程督导信息系统平台的建设，未来随着内部管理系统的投放使用，最明显的作用将会是帮助公司有效的跟踪相关客户情况，从而提高公司运营效率和服务质量，这对于未来吸引高端用户将起到关键的作用。
- **经营稳定，未来向二三线城市进军。**公司报告期内经营稳定，报告期内跟苹果电脑贸易（上海）的合作，主要是关于持续两周的活动营销项目，跟苹果公司项目的成功合作也进一步肯定了华谊嘉信在线下营销业的领先地位。未来公司将进一步向周边二、三线城市扩延，同时公司和睿狮中国合作成立了睿活，为进一步开拓互联网营销打下基础。
- **未来线下营销前景持续看好。**随着中国宏观经济环境的不断转好，伴随个人消费带来的消费升级和竞争升级将越发体现线下营销的重要性，而终端营销和活动营销也将在城镇化进程中对公司的销售和品牌的传播起到关键性的作用，未来线下营销需求将不断增大；另一方面，未来营销行业也将迎来一轮新的并购整合浪潮，而华谊嘉信作为本土最大的线下营销企业，无疑将是最大的受益者。
- **建议评级：**我们预测公司2010-2012年EPS分别为0.69, 0.92, 1.15，对应目前股价（30.07元）PE分别为44倍、33倍、26倍，我们首次给予公司“谨慎推荐”评级。

图表 1：利润预测表（单位：百万元）

	2009 年	2010E	2011E	2012E
营业收入	423	549	688	832
营业成本	349	449	561	675
营业税金及附加	12	17	20	23
营业费用	1	2	3	4
管理费用	26	34	42	52
财务费用	0.5	-2	-3	-3
资产减值损失	0.1	0.1	0.1	0.1
公允价值变动收益	0	0	0	0
投资净收益	0	0	0	0
营业利润	34	49	65	81
营业外收入	0	0	0	0
营业外支出	0	0	0	0
利润总额	34	49	65	81
所得税	8	12	17	21
净利润	26	37	48	60
少数股东损益	0	0	0	0
归属母公司净利润	26	36	48	60
EPS（元）	0.49	0.69	0.92	1.15

数据来源：国联证券研究所

无锡

国联证券股份有限公司 研究所

江苏省无锡市县前东街 168 号国联大厦 7 层

电话: 0510-82833507

传真: 0510-82833217

上海

国联证券股份有限公司 研究所

上海市浦东新区源深路 1088 号葛洲坝大厦 22F

电话: 021-38991500

传真: 021-38571373

深圳

国联证券股份有限公司 研究所

广东省深圳市福华一路卓越大厦 16 层

电话: 0755-82878221

传真: 0755-82878221

国联证券投资评级:

类别	级别	定义
股票 投资评级	强烈推荐	股票价格在未来 6 个月内超越大盘 20%以上
	推荐	股票价格在未来 6 个月内超越大盘 10%以上
	谨慎推荐	股票价格在未来 6 个月内超越大盘 5%以上
	观望	股票价格在未来 6 个月内相对大盘变动幅度为 -10% ~ 10%
	卖出	股票价格在未来 6 个月内相对大盘下跌 10%以上
行业 投资评级	优异	行业指数在未来 6 个月内强于大盘
	中性	行业指数在未来 6 个月内与大盘持平
	落后	行业指数在未来 6 个月内弱于大盘

免责声明:

本报告信息均来源于公开资料, 我公司对这些信息的准确性和完整性不作任何保证。报告中的内容和意见仅供参考, 并不构成对所述证券买卖的出价和询价。我公司及其雇员对使用本报告及其内容所引发的任何直接或间接损失概不负责。我公司或关联机构可能会持有报告中所提到的公司所发行的证券头寸并进行交易, 还可能为这些公司提供或争取提供投资银行业务服务。本报告版权归国联证券所有, 未经书面许可任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、刊登。