

C2 微博抢食短信拜年市场

尽管逾300亿条发送量让短信继续稳坐拜年市场头把交椅,但以微博为代表的互联网新媒体扮演抢镜角色。数据显示,春节假期期间,腾讯、新浪等微博运营商拜年信息量均过千万条,覆盖数亿网民。

C3 长假未冲击服务类电商

物流停运让春节期间实物类网购遭遇尴尬,但却并不影响“吃喝玩乐”这些本地化服务网购的发展。日前,淘宝网公布的数据显示,有近10万人通过团购享受到龙年年夜饭,帮助网民节省了965万元。

C4 视频网站争夺春节档尚缺奇招

春节经济一直是所有产业追逐的重点,视频行业也不例外,但除了转播电视台春晚和套餐性影视剧营销,视频网站对春节档的争夺乏善可陈,想在春节圈钱,它们需要做的还有很多。

Facebook冲击互联网IPO神话

社交霸主上市或带动行业回春

上市并非检验公司成功与否的唯一标准,但作为资本市场的试金石,Facebook即将迎来这场大考。近日,有关Facebook将很快提交IPO申请的消息不断,其登陆地点,100亿美元融资金额,1000亿美元市值估算,主承销商地位争夺均成为互联网行业讨论热点。无论如何,全球社交霸主上市搅动互联网特别是社交网络变动已成定局。

观点碰撞

Facebook上市效应待解

大批员工将会流失

很多员工可能还是想上市后会大涨,而且希望体验一次上市(然后离开)。谷歌上市后人才流失严重,硅谷VC最追捧的创业者很快就会从谷歌人变成Facebook人。——创新工场董事长 李开复

新浪微博不会很快跟风

Facebook IPO, 新浪微博不可能那么快跟风上市。新浪微博和人人等社交媒体能否继续被看好,还是要看公司未来能否抓住用户需求核心,以及技术创新变革等因素。——i美股分析师 李妍

中国社交网站受惠有限

从产业层面来说,Facebook上市对微博、人人基本没有影响。从资本层面来说,会恢复一些资本市场对SNS概念的信心,但是提升效果有限。——易观国际分析师 黄萌



Facebook营收能力能否支撑其千亿美元市值?

迟来的IPO

事实上,Facebook上市的任何一项具体事宜都未确定,但知情人士透露,细节尚在商榷,时间也会很快确定。在外界对这宗互联网史上又一大型IPO啧啧称奇的时候,Facebook掌舵人扎克伯格及其管理层的态度仍未明朗。

有意思的是,坊间一直清楚,年轻的扎克伯格一直不愿意Facebook上市,他担心那样会影响公司文化。另一层面,互联网公司上市后大批员工套现离开导致人才流失不乏先例,谷歌当年也不例外。

不过,Facebook已经拥有的500个股东,年收入数十亿美元,发展了丰富且复杂的业务体系,加上投资者的期望以及大公司需要公开财务状况的监管要求,上市看起来势在必行。而从今年全球互联网公司IPO时间表来看,创办接近8年的Facebook上市已经显得姗姗来迟。

业内人士指出,作为如今互联网霸主谷歌的最有力竞争对手,Facebook在业务层面引领了Web2.0暨社交网络概念,其开放平台策略与苹果的应用商店一样并驾齐驱。“不上市的Facebook已经是成功的,不管上市后股价如何,它需要面临

资本市场的最终检验。”

相关消息显示,Facebook最有可能选择登陆纽交所,股票代码FB,拟融资100亿美元,市值估算在750亿-1000亿美元,相当于麦当劳的市值,一上市即有谷歌市值的一半左右,成为全球第二大市值互联网企业。

强势IPO

值得注意的是,Facebook上市甚至诱发了两个有意思的插曲。

有消息称,美国两大证券交易市场纽交所和纳斯达克均向Facebook递出了橄榄枝,在过去几个月中不遗余力地拉拢Facebook登陆自己的交易平台。而Facebook尚未做出最终决定。而在通常企业IPO过程中,登陆上述任何一个交易平台都是企业方面要积极主动。

另一方面,Facebook上市自然引起了华尔街投行们的激烈争夺。摩根士丹利和高盛成为其主承销商的最有力两大争夺者,不过两家投行提出的承销佣金比例只有1%,创下历史新低。但按照百亿美元融资规模,即使是只有1%的佣金,收入也将达到1亿美元。因此,两者争夺主承销商的激烈程度不亚于Facebook上市本身。有消

息称,高盛本来占据主动,但遭摩根士丹利截杀,而后,摩根士丹利又陷入泄露信息传闻,主承销商地位存疑。

作为企业IPO的重要伙伴,股票承销商地位至关重要。在中国概念股奔赴美国市场的历次实践中,被大的投行看中,担任承销商甚至是彰显企业实力的“炫耀资本”。然而在面对丰厚回报的巨无霸级Facebook IPO时,一贯强势的承销商们乖乖当起了配角,这曾经在谷歌的上市进程中出现的场景再度上演。

“回春良药”IPO

然而,在多数人看好Facebook上市时,也有人士提醒投资者小心由此引发互联网泡沫破裂。这部分悲观者认为Facebook估值太高,稀释资本市场的能力太强。不过,有中立人士认为,相当一段时期以来,受欧债危机影响,美股市场不太景气,Facebook成功保住估值能够提振股市士气,即便不能保住,也迎来检验是否存在互联网泡沫的机会,对市场发展均是有利的。

上述两方面人士的判断均认为Facebook已经有成熟的运营和盈利模式,能够抵挡股市风险。资料显示,Facebook

创办时只有50万美元启动资金,而后引入多方投资者,估值也从500万美元、1亿美元、5亿美元……一路攀升到今天的1000亿美元。而从其营收能力看,去年Facebook营收在38亿美元左右,利润达15亿美元,今年这一业绩有望翻番增长,投资者对此信心十足。按照上述IPO估值,不少Facebook的投资者回报率高达1000倍,Facebook上市也将催生1000余个百万富翁。

不但是美股市场和Facebook体系内人员受益,其他社交概念股甚至远在大洋彼岸的中国社交企业股价也受拉动上涨。股市信息显示,Facebook即将IPO消息曝出后,与其业务紧密相关的社交游戏商Zynga股价走高,连续两个交易日分别上涨5.6%和3.4%,另一商务社交网站LinkedIn也上涨6%。而中国微博运营商新浪股价上涨12.13%,中国社交网站人人网更是两个交易日连续暴涨27%和20%。

分析者认为,就社交网络而言,老牌MySpace已经完全没落,Facebook有一枝独秀的感觉,其他社交网络业务要么士气不振要么还未产生业绩,Facebook上市一定程度刺激行业回暖。 商报记者 张绪旺/文 宋媛媛/制图