



投资未来时刻 网红经济再下一城

——华斯股份（002494）事件点评

2016年08月17日

强烈推荐/维持

华斯股份

事件点评

事件：

华斯控股股份有限公司拟通过子公司沧州市华卓投资管理中心收购萍乡明月夏天科技合伙企业(有限合伙)持有深圳未来时刻电子商务有限公司(未来时刻)10%股权，转让价款500万元人民币。

主要观点：

1. 华斯进一步挖掘网红经济价值

公司拟通过子公司华卓投资收购明月夏天持有未来时刻10%的股权，转让价款为500万元，进一步完善网红电商产业链。未来时刻是一家网红运营经纪公司，着力美妆类社交电商孵化，现已签约“王岳鹏Niko”等20个具有较强电商变现能力的网红，核心团队具备多年社交媒体等相关经验。王岳鹏Niko是90后美妆视频男网红，在微博上发布各种美妆常识与教学视频吸引粉丝，并通过淘宝店(NIKO BRAVO)销售以日韩品牌居多的美妆产品进行粉丝变现。目前微博粉丝数达到111万，利用其粉丝影响力对商品进行宣传，并带动粉丝进行商品的二次传播或直接购买，利用粉丝信赖可以实现低成本、高复购率、高效率的精准营销。华斯股份将借助未来时刻打通粉丝营销和电商运营，并对网红孵化、社交平台、供应链等资源进行有效链接及整合。预计未来公司会在移动社交电商产业链上继续延伸与布局。

2. 借微卖战略率先卡位社交电商

2015年5月，华斯股份以8253万元入股优舍科技(“微卖”的运营主体)，持股30%；2015年7月，微卖母公司优舍科技与新浪微博成为合作伙伴，并签订《微博与微卖战略合作协议》，为期三年，双方将在社交电商平台的搭建和运营、平台API、大数据分析等方面展开合作。新浪微博凭借其庞大的用户规模和平台的媒体属性，已成为网红的最大社交媒体和主要聚集地。现联合阿里、微卖等共建移动社交电商体系，从社交平台向社交电商平台转型，而微卖无论从技术还是卡位上都是最早切入社交电商的。

新浪微博上活跃着2000多万各行业达人，其裂变式传播优势使商品信息在各兴趣圈更好地传播。微卖的主要流量即来自新浪微博，微卖采取B2C2c的移动电商模式，利用其庞大粉丝群体的微博达

徐昊

010-66554017

xuhao@dxzq.net.cn

执业证书编号：S1480514070003

史琨

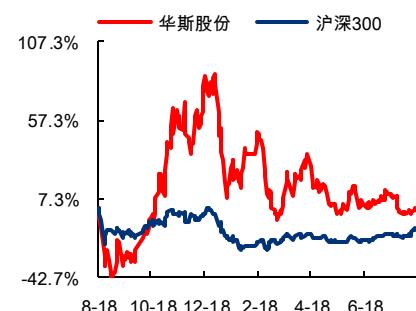
010-66554063

shikun@dxzq.net.cn

交易数据

52周股价区间(元)	14.98-16.3
总市值(亿元)	52.2
流通市值(亿元)	37.02
总股本/流通A股(万股)	34848/24713
流通B股H股(万股)	/
52周日均换手率	5.78

52周股价走势图



资料来源：东兴证券研究所

相关研究报告

1、《华斯股份(002494)：苦尽甘来梦终甜》

2016-07-06

人来分销。2015 年全年微卖日均交易额 328 万，日均活跃人数 150 万。分季度看，日均交易额由 Q1 的 120 万增至 Q4 的 1000 万，日均活跃人数由 25 万增至 280 万。Q4 爆发式增长，日均交易额 1000 万远超微卖管理层承诺的 300 万。我们认为，新浪微博作为全国最大的开放式社交媒体，未来有望继续为微卖的业务爆发式增长提供强大的支持和空间。

3、社交电商成为零售的重要通路

传统电商 PC 端流量红利结束，移动端渗透率已超过 50%，移动社交电商的本质在于：移动互联背景下流量的碎片化与去中心化。随着移动智能手机的普及、移动购物场景的完善以及移动支付应用的推广，移动电商将长期占据电商渠道的主导地位。移动互联网爆发使社交平台用户增长，微信、微博等社交 APP 快速圈走大量粉丝，社交媒体带来庞大的流量基础亟待进一步货币化，二者结合使移动社交电商应运而生。电商的本质是流量和转化率，传统电商间竞争越来越大，流量获取成本越来越高。传统电商的生态基础是商流，并以此为基础实现用户流，是以实体店/传统电商为主导的中心化模式；而社交电商则是以用户为中心，在用户流、咨询流的基础上实现商流。因此“以用户为中心”是社交电商和传统电商的核心差异。移动社交电商的本质是“移动+社交网络+电子商务”的深度融合，具备碎片化、去中心化、成本低、转化率高等多重优势，将有效解决传统电商的痛点。

结论：

公司拥有裘皮全产业链布局的行业龙头优势，看好移动社交电商的发展前景以及公司借助微卖的战略布局，期待公司在移动社交电商产业链上的继续延伸与布局。目前公司定增项目已过会，拟以 14.31 元/股募资 6 亿元深化产业链布局，大股东承诺认购 6000 万元，大股东认购彰显信心、提供安全边际。暂不考虑定增、微卖社交电商业务，预计公司 2016-2018 年 EPS 分别为 0.18、0.23、0.28 元，当前股价对应的 PE 分别是 85.9、67.3 和 55.6 倍，维持“强烈推荐”评级。

风险提示：

社交电商转型不及预期，主营业务持续低迷

分析师简介

徐昊

会计学硕士，2008 年加入国都证券从事农业和食品饮料行业研究、2011 年加入安信证券从事食品饮料行业研究、2013 年加入东兴证券从事食品饮料行业研究，8 年食品饮料行业研究经验。

联系人简介

史琨

投资银行与金融学硕士，2015 年加入东兴证券从事商贸零售行业研究，获 2015 年度“今日投资”商贸零售行业最佳选股分析师第三名

分析师承诺

负责本研究报告全部或部分内容的每一位证券分析师，在此申明，本报告的观点、逻辑和论据均为分析师本人研究成果，引用的相关信息和文字均已注明出处。本报告依据公开的信息来源，力求清晰、准确地反映分析师本人的研究观点。本人薪酬的任何部分过去不曾与、现在不与，未来也将不会与本报告中的具体推荐或观点直接或间接相关。

单击此处输入文字。

免责声明

本研究报告由东兴证券股份有限公司研究所撰写，东兴证券股份有限公司是具有合法证券投资咨询业务资格的机构。本研究报告中所引用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，也不保证所包含的信息和建议不会发生任何变更。我们已力求报告内容的客观、公正，但文中的观点、结论和建议仅供参考，报告中的信息或意见并不构成所述证券的买卖出价或征价，投资者据此做出的任何投资决策与本公司和作者无关。

我公司及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券头寸并进行交易，也可能为这些公司提供或者争取提供投资银行、财务顾问或者金融产品等相关服务。本报告版权仅为我公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如引用、刊发，需注明出处为东兴证券研究所，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。

本研究报告仅供东兴证券股份有限公司客户和经本公司授权刊载机构的客户使用，未经授权私自刊载研究报告的机构以及其阅读和使用者应慎重使用报告、防止被误导，本公司不承担由于非授权机构私自刊发和非授权客户使用该报告所产生的相关风险和责任。

行业评级体系

公司投资评级（以沪深300指数为基准指数）：

以报告日后的6个月内，公司股价相对于同期市场基准指数的表现为标准定义：

强烈推荐：相对强于市场基准指数收益率15%以上；

推荐：相对强于市场基准指数收益率5%~15%之间；

中性：相对于市场基准指数收益率介于-5%~+5%之间；

回避：相对弱于市场基准指数收益率5%以上。

行业投资评级（以沪深300指数为基准指数）：

以报告日后的6个月内，行业指数相对于同期市场基准指数的表现为标准定义：

看涨：相对强于市场基准指数收益率5%以上；

中性：相对于市场基准指数收益率介于-5%~+5%之间；

看淡：相对弱于市场基准指数收益率5%以上。