

【联讯证券】亿玛在线（836346）：三位一体，深耕 电商营销领域-联讯新三板传媒行业研究组之大营销 行业深度调研纪要

2016-06-07联讯证券 付立春

“酒香也怕巷子深”，在这个网红当道，人人都是自媒体的互联网时代，在这个BAT看似垄断互联网流量，但是依然有星星之火可成燎原之势的时代，传播渠道，营销方式和技术都在发生着巨大的变化，联讯证券新三板研究院传媒互联网行业组2016年第二季度展开新三板大营销行业的深度调研和研究，为大家带来行业一手资料，并且提供公司和行业深度分析，欢迎各位投资者和企业与我们联系交流。

2016年5月24日下午我们对亿玛在线董秘张荣先生进行了独家调研。

（亿玛在线 CFO 兼董秘 张荣）

公司介绍：

2004年公司的广告效果联盟亿起发创立，2007年并购易购网，易购网是电商导购网站，在B2C商家导购领域比较成熟，从2015年起开始发力面向淘宝商家的业务，成长较快。

2012年推出易博精准营销平台。

公司多年来将重点放在电商和互联网金融营销领域，通过亿起发，易购网和易博DSP三大平台为众多B2C电商卖家，中小电商卖家，品牌电商以及互联网金融广告主提供优质服务，

目前中国 TOP 500 电商和 TOP 100 的互联网金融企业几乎都是亿玛的客户，公司在电商营销行业的市场占有率达到 72%，在互联网金融营销行业的市场占有率达到 45%。

公司在不断的积累过程中，形成了自己独有的第三方 DMP，亿起发的订单数据，易购会员数据和广告交易平台数据构成了公司的数据来源之一，数据量比较庞大，每日新增 100 万+订单数据，拥有 90 亿+网购人群标签。

Q&A:

1.今年整体业绩亏损的原因是什么？

今年亏损是因为一笔股权支付，之前有一笔占比 15% 的股权激励。如果扣除非经常性损益费用 6,448.77 万元，报告期内营业利润为 1,632.21 万元元人民币，同比增加 183.46%。同样如果扣除非经常性损益，则报告期内净利润为 1537.46 万元人民币，同比增长 197.53%。

2.公司广告主的账期一般多长？

目前平均帐期 1-2 个月。

3.亿起发和易博 DSP 的收费模式？

PC 端亿起发能够做到按照 CPS 收费，易博精准 DSP 是按照 CPC 计价收费的。但是亿玛的客户以电商居多，收费实际上还是按照成交效果的原则来算。

4.易购网的营业收入确认方式？

易购网按照商家付费全额计收入。

5.公司 2007 年收购了易购网，为什么易购网直到近两年才有了较大发展？

易购网 2007 年进入亿玛，发展比较快速。易购网从 2015 年起开始发力面向淘宝商家的业务，成长较快。

6. 易购网和亿起发的盈利能力？

亿起发按照 *CPS* 计费，市场占有率高，毛利比较可观。易购网业务同时涉及 *B2B* 和 *B2C*，处于高速上升阶段，毛利相对亿起发要低。

7. 用户在通过易购网购买商品时，返利的周期大概多长？

普通返利周期半个月，高端用户闪电返基本可以实时到帐。

8. 易购网现在一天的单数有多少？

2015 年 7 月正式上线天猫超级返时，现在一天已经达到几万单级。目前下单量超过 70% 在移动端。

9. 亿起发联盟的客户续费率是多少？

大客续费率都在 90% 以上。

10. 亿起发联盟的瓶颈可能在哪里？

亿起发联盟 *PC* 端占比 90%，移动端目前占比 10%。在 *PC* 端发展的同时拓展移动端。*PC* 端流量优质，处于平稳发展阶段，亿起发未来在移动端有爆发的机会。

11. 易购网和亿起发对于公司做电商精准营销的大数据意义？

用户在通过易购网和亿起发产生的下单数据持续不断的积累为公司的 *DMP* 提供了巨大的数据基础，这为程序化实时竞价、采买、精准投放提供了数据基础。

12. 易博 *DSP* 亏损的原因？

2016 年，易博 *DSP* 已经基本不亏损。2014 年易博 *DSP* 实现 1.1 亿的营业收入，毛利率 20%，2015 年易博 *DSP* 营收大幅增长，实现 2.16 亿收入，今年仍将高速增长，而易博 *DSP* 的团队人数未变，规模做大就能盈利。

13. 易博 *DSP* 目前对接的流量方主要有哪些？

目前易博 *DSP* 已经接入所有主流媒体广告交易网络，包括腾讯广点通等公司也同过包段方式获取优质媒体流量。

14. 易博 *DSP* 的业务未来可能面临哪些挑战？

易博 DSP 需要不断壮大自己的 DMP 来扩大自己的流量采买和精准投放能力。DMP 越大，DSP 的业务就越能够扩张。另外，对于发现和获取优质媒体的流量是业务扩张的另一个重要方面。

15.公司未来发展方向？

向行业上游延伸，获取一些优质的媒体资源。同时不排除在行业内横向扩张的打算。