

新三板点将台

亿玛在线(836346):电商行业效果营销领导者

广证恒生 新三板研究极客（新三板团队）

肖超、温朝会

2016年03月02

公司简介

亿玛在线是中国大数据营销平台创新者和领导者，是除淘宝和京东之外最大的电商交易整合者。亿玛在线旗下拥有导购门户—易购网、效果联盟—亿起发和跨屏 DSP—易博三大拳头产品，主要服务于大型 B2C 电商、在线品牌商家以及互联网金融、游戏等泛电商企业，以满足商家“效果”为目标，向百万网络媒体、千万在线商家和亿万网络用户提供优质服务。

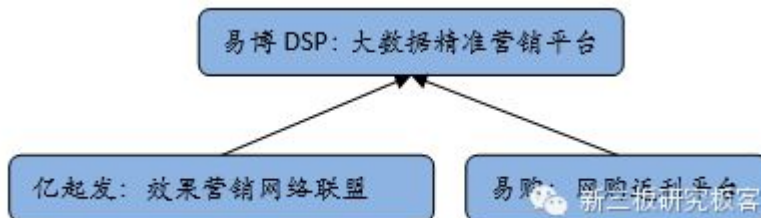
2016 年 2 月 18 日，公司收到股转系统同意挂牌函，目前最新总股本为 7184 万



股。

公司亮点

1、三大业务板块飞轮驱动，电商营销领导者



亿玛在线拥有亿起发、易购和易博三大业务板块，包括业内领先的“导购+效果联盟”电商销售平台亿起发与易购，以及精准销售平台易博 DSP，两者互相促进，相辅相成，电商销售平台为精准销售平台 DSP 提供数据来源与市场基础，精准销售平台 DSP 为电商销售平台提供专业的技术支持，为公司成为大数据营销的领导者奠定了基础。

亿起发:

公司根据广告主的营销需求制定互联网广告投放策略，进行广告投放。有别于一般的展示广告运营商，亿起发联盟内主要站点（即投放媒体）为效果类媒体，如购物信息类、货品展示类网站，具体包括购物论坛、导购网站、优惠券网站和返点站等。用户看到由亿起发推送的广告并点击后，会被链接定向到广告主（如某电商）网站。当用户完成购买后，广告主会以 CPS 的方式与亿起发结算。

易购:

易购构筑了以超级返为核心的特色商品导购组合，向消费者提供品牌商家的高性价比商品。易购网成立于 2004 年，是中国最早的、规模最大的返利、导购网站之一，国内返利模式的主要发起者之一。易购网依托庞大的网购精准用户群，为

上千家电子商务网站、品牌商家等客户提供了全方位深度营销服务，培养了大量忠实用户。

易博：

易博 DSP 是亿玛在线的精准营销平台。易博从广告主的效果需求出发，利用强大的亿玛 DMP（大数据管理平台），凭借先进的智能营销分析系统、实时竞价系统、动态创意系统以及自主研发的多项核心技术，全面对接各大公开媒体交易网络和 SSP，实现精准程序化购买，帮助广告主精确锁定用户，帮广告主从预算分配、广告投放到数据监测一站式完成，使受众购买更加精准，广告投放更加有效。易博 DSP 自正式上线以来，已成为国内最知名的精准营销服务商之一，特别是在电商和互联网金融领域已积累了良好的口碑，是国内泛电商企业的营销主流渠道之一。

2、规模领先，占据行业有利地位

2016年1月21日，我们发布《精准营销并购专题：“内生+外延”锻造核心竞争力》报告，我们认为“精准营销行业核心竞争力是以“创意+技术”为核心的综合服务能力，未来企业的竞争是以核心能力为基础的资源整合能力的竞争”，行业并购整合趋势明显。根据公开资料显示，2015年1-11月，公司实现营业收入59,251.13万元，处于行业一流水平，在市场竞争中处于主导地位。

亿起发是中国最大的独立第三方效果营销联盟。成立于2004年，目前已占据了网络联盟市场近60%的市场份额，为包含国内Top500电商在内的众多客户提供了卓有成效的全网网络效果营销推广服务，同时为60万联盟站长提供了一个长期、诚信、安全的营收平台，日广告点击峰值超2000万，日订单数最高超过200万单，多次被第三方机构评选为国内最佳网络联盟。2014年，亿玛电商销售平台创造的GMV为293.1亿元，在中国电商销售服务行业处于第一名的位置。

图表1 亿玛电商销售额贡献情况



数据来源：亿玛、广证恒生

易购是国内领先的导购平台。合作伙伴几乎涵盖所有知名电商，包括天猫、淘宝、京东、苏宁易购、携程、1 号店、亚马逊、聚美优品等 400 多家 B2C 电商网站以及 5,000 多个知名品牌商家。

易博 DSP 为商家营销解决“精准”的升维需求，以重效果为特色，专注电商和互联网金融客户。75%的 TOP500 电商企业和 45%的 TOP100 互联网金融公司都是易博 DSP 的合作伙伴。作为着重效果的跨屏 DSP 平台，易博 DSP 在 PC 端和移动端对接了海量媒体，易博 DSP 目前已完成对接包含腾讯广点通、Google Adx、淘宝 TANX、百度、搜狗等国内主流流量平台，日均曝光机会可达 130 亿次以上。

3、大数据技术占领未来高地

技术是精准营销行业的生命线，是未来获得高速成长的源泉。2013 年以来，亿玛在线重点投入建设易博 DSP。围绕大数据营销技术，公司自主研发了三大技术平台，包括大数据管理平台、广告管理平台和精准投放平台，形成了一整套成熟的跨终端、跨平台、满足全产业链营销运营需求的技术解决方案，掌握了竞价引擎、动态创意、统一用户识别等多项核心技术，从而为公司倡导和追求的“智慧营销”奠定了雄厚的技术基础，提供了强大的技术支持。

在大数据管理平台方面，公司拥有中国最大的第三方网络购物数据中心。每日新增订单数据 100 万以上，DMP 服务器集群规模庞大，包括 5 个数据中心和 600 多台服务器，拥有强大的数据处理能力，每秒处理广告请求 30 万以上。通过 thor 日志调度系统、大数据智能感知反馈系统、Storm、NoSQL 等大数据转储体系、统一用户识别等核心技术，实现了对大数据的实时处理和深度挖掘，提供了全面深入的大数据消费者洞察，释放了大数据的真正价值，是公司各项业务开展的数据引擎。

在广告管理平台方面，公司拥有高效的系统对接服务能力。日覆盖流量 130 亿以上，掌握多维定向广告发布技术，支持 PC 和移动端主流广告形式，拥有成熟的媒体质量评估和反作弊体系。

在精准投放平台方面，公司自主研发了业内领先的 NBT 算法系统、Bidding 竞价引擎、广告推荐系统和动态创意系统。有效实现了对用户的精准估值和投放。整体来看，亿玛以技术驱动和数据算法为核心，专注于数据仓储和挖掘、管理和分析，运用 RTB 技术和大数据精准算法使得广告投放受众更精准，效果更优，拥有较为明显的技术优势。

机构持股截至 2016 年 2 月 16 日，兰馨投资持有 19,415,221 股，占比 27.02%；科理资本持有 9,670,855 股，占比 13.46%；北京亿合持有 7,064,502 股，占比 9.83%；尚瑞投资持有 5,006,107 股，占比 6.97%。**主板相关概念股**

利欧股份 (002131.SZ)：公司主要从事微型小型水泵和园林机械的研发、设计、制造、销售。2014 年公司进行重组，进入数字营销领域，现在公司主营业务包含机械制造和互联网服务。2014 年以来，公司陆续并购了漫酷广告(含 Media V)、上海氩氩、琥珀传播、碧橙网络、益家互动、万圣伟业、微创时代、异乡好居、热源网络、智趣广告等 10 余家数字营销广告企业，覆盖了电商、游戏、医疗、

互联网金融等垂直营销领域，可以为客户提供各种流量类型的数字营销整合方案。

天龙集团 (300063.SZ)：公司是全国大型的水性、溶剂及胶版油墨专业生产商，一直专注于水性油墨的研发、生产和销售。公司产品广泛应用于各类包装印刷。依托公司在国内领先的水性油墨研究技术和自主研发的合成树脂技术，形成了集水性油墨研发、生产、销售及售后服务于一体的完整产业链。2015 年公司经过重大资产重组，实现公司战略转型升级，转型至传统化工行业与新型互联网营销行业并驾齐驱的立体式布局。2014 年开始，公司陆续收购了北京智创、广州橙果、北京煜唐联创（品众互动）、优力互动等 4 家精准营销企业，在搜索引擎营销、移动营销、社交营销等领域完成了覆盖，重点服务汽车、快消品等行业客户。**财务数据透视**

亿玛在线收入主要由电商收入和精准营销收入两部分构成。电商收入主要是由导购门户易购网和效果营销联盟亿起发两部分组成。2014 年度**电商服务业务**收入 31,468.55 万元，占营业收入的比重为 68.89%。2014 年度该项业务收入比 2013 年增加 5,916.94 万元，**上升 23.16%**，主要是由于电商行业的快速发展增加了对电商服务业务的需求，使得公司电商服务业务收入增加。2014 年度**精准营销业务**收入分别为 11,614.24 万元，占营业收入的比重分别为 25.43%。2014 年该项收入比 2013 年增加 5,688.20 万元，**上升 95.99%**，且 2015 年 1-7 月份该业务收入已超过 2014 年全年收入，增长迅速，主要原因是公司 2013 年底加大了对精准营销业务的研发投入和市场推广，增加了 DSP 业务的技术能力和客户数量。

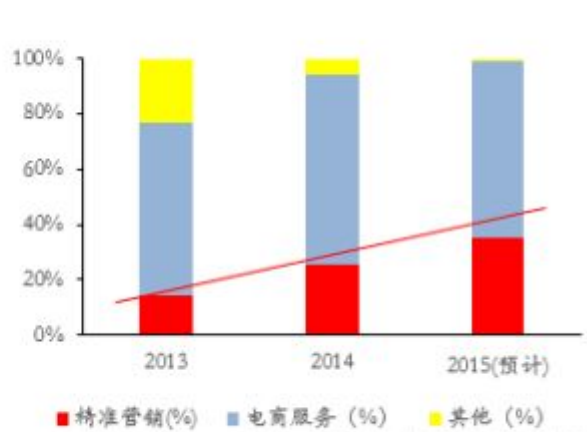
2015 年 1-11 月，公司实现营业收入 59,251.13 万元，净利润-4,826.05 万元，相比 2014 年度大幅下降，主要系公司 2015 年度对员工进行股权激励，相关股份支付的会计处理影响金额为 6,455.32 万元所致。剔除股份支付及其他非经营项目，**2015 年 1-11 月扣除非经常性损益后的净利润为 1,629.27 万元**。

图表 2 亿玛公司营业收入及增长情况



资料来源: wind, 广证恒生

图表 3 亿玛公司营业收入各部分占比情况



资料来源: wind, 广证恒生

点评

- **电商营销领域第一名，规模优势突出**
-

作为精准营销企业，亿玛在线聚焦电商领域，广泛对接媒体资源和电商客户等上下游资源，目前为 60 万联盟网站提供变现平台，占据了网络联盟市场近 60% 的市场份额，为 75% 的 TOP500 电商企业和 45% 的 TOP100 互联网金融公司提供营销服务。根据 GMV，已经成为电商营销第一名；

- **公司布局着眼未来，后劲十足**

- 随着程序化购买的逐步深入，未来网络营销的竞争将是精准营销的竞争，公司提前布局，2015 年精准营销收入占比已达 34.92%，其中移动端占比 60% 以上。同时，亿起发和易购作为精准营销数据来源，配合易博 DSP 形成了独有的飞轮效应；

- **市场成长空间广阔，增长可期**

- 根据艾瑞的研究，2015 年网购市场交易额占社会消费品零售总额的 13.5%，预计 2018 年将达到 20%，同时网购交易额将保持 20% 以上复合增长率，随着网购规模的扩张和亿玛作为优势企业市场份额的增长，公司在电商营销领域市场成长空间巨大。另外，公司是电商营销最大的提供方，看好公司未来通过并购整合继续做大做强。