



林幸昌 报道

亚洲商网

进军电子付款服务

继成功推出世界版的“商至商搜索引擎”(B2B ITAH)之后,亚洲商网(AsiaEP, 0039, 自动报价股)积极部署进军大马上网电子付款服务市场,并计划在未来12个月内将这服务扩大至邻国,包括印尼和泰国。



亚洲商网主席丹斯里阿兹表示:“目前我们已经对 General Perfect (GP) 公司进行精密审核的工作,如果一切进展顺利的话,我们将会收购这家公司,然后进军网上电子付款服务市场。”

他本身非常看好这个市场,因为我国和本区域部分国家,还没有完全开发这个市场。

他说:“相信随着时代的不断进步,网上电子付款服务是一个必然发展的趋势,因此这方面发展具有庞大的潜能。”

“一旦完成收购 GP 公司之后,我们将会积极发展这一市场,让消费者通过网上缴付他们的电费单、水费单、电话费单,或者甚至是地税单等。”

阿兹表示,这个市场除了城市之外,也可能发展到乡区,甚至到海外去,比如还没有这方面服务的泰国和印尼市场。

不过,对于 GP 将对未来公司营业额的贡献时,阿兹表示,由于有关收购还没有完成,所以不便给予发表评论。

阿兹是在向《南洋商报》和南方银行证券行资深分析员吴俊声汇报公司进展时,发表这项谈话。亚洲商网董事经理陈文岳也在场。

亚洲商网是在今年7月份建议以2千230万令吉收购 GP 的80%股权,而卖主将提供2年高达2千500万令吉的盈利担保。

GP 主要业务为电子商务系统研究以及发展、电子市场部署、网上电子商务、付款机电子商务、经营付款机器系统及贩卖机软件服务及维修供应商。

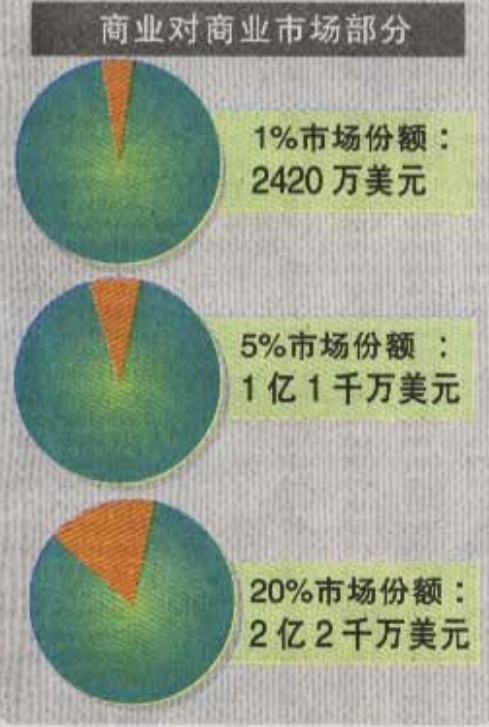
阿兹表示:“如果这项收购计划成功,这家公司的服务将与我们的搜索引擎可以相辅相成。”

此外,他也说:“在有关收购建议下,虽然我们是通过银行贷款融资,不过有关款项是放在相关利益者(Stakeholder)那里,直到有关盈利担保实现之后,有关款项才可以提出支付给卖主。”

“所以,基本上我们的这项收购风险是非常低的,而在获得盈利担保之后,我们便可以用来摊还银行贷款。”

财年截至2月28日	2005	2006	2007	2008 估计	2009 估计*
营业额(百万令吉)	10.3	10.7	11.1	19.0	30.0
增长率(%)	22.2	4.3	3.0	71.7	57.9
净利(百万令吉)	2.5	2.9	5.1	10.6	16.3
增长率(%)	-6.2	19.6	72.9	107.2	54.4
每股盈利(仙)	1.0	1.2	2.1	4.3	6.7
市盈率(倍)	40.3	33.7	19.5	9.4	6.1

* 不包括 GP 收购的因素在内。



亚洲商网成立于1996年,为全球其中一家最久的电子市场(e-Marketplaces),并在国际购买价值高达1千300亿美元(4千550亿令吉)中,占一席之地。

陈文岳表示:“在过去10年来,我们一直努力在商至商搜索引擎的研发上,目前成功推出世界级的商对商搜索引擎服务,因此,我相信2007年对我们而言,将是卓越的一个年度。”

他说,这搜索引擎主要是为商至商用户,提供一项更为简单、更深刻和相关的搜索引擎。为了配合搜索引擎服务的推

设Define Search公司 为用户提供更佳服务

出,亚洲商网已经设立 Define Search 私人有限公司,以便为用户提供更佳的服务

陈文岳说,随着推出这搜索引擎之后,亚洲商网如今已经放眼将带动商至商市场迈向全球化,进军全球商至商工业领域。

另一方面,依据实力传播的数据显示,全球的广告开销,最大的部分是贡献来自线上广告,

预计2007年的总值达140亿美元(490亿令吉)

全球的高至高广告开销占了其中的16%,拥有22亿4千万令吉(78亿4千万令吉)的潜在市场。假设亚洲商网能够夺取其中的0.5%市场份额,这意味着它将取得1千800万令吉的净利,较其2007财政年的510万令吉,暴涨258%!



●陈文岳:搜索引擎主要是为用户提供一项更简单深刻搜索引擎。

与董事经理对话录

推出商至商搜索引擎 改变模式增收入来源



●南方银行证券行资深分析员吴俊声

吴俊声简称吴 陈文岳简称陈

吴:随着在今年3月推出“商至商搜索引擎”之后,是否已经改变贵公司做生意的商业模式?

陈:是的。在这搜索引擎推出之前,我们是采用传统的销售和行销方式,这需要用到庞大的人力资源,而且很难将行销网络扩大至全球不同的角落,不过现在我们已经采纳“商至商搜索引擎”的“按点击次数付款模式”(PPCM),这使到我们可以透过网上销售和行销网络扩大至全球各地,以取得我们的市场的收入来源。

由于网上的电子商务解决方案的服务和行政成本低廉,所以预测在2008财政年和2009财政年,我们的成本效率将会显著改善。

改善成本效率

吴:除了成本效率的改善之外,推出“商至商搜索引擎”是否也使到贵公司客户群和收入方面出现极大的变化?

陈:不错。在过去,我们的传统电子市场商业模式是依赖实质的销售队伍招揽中小型企业,通过网上将他们介绍给外国买家,然后

每年收取固定的费用。

现在通过“商至商搜索引擎”使到我们不只可以做本地的生意,触角可以伸展至全世界各地。

特别是“按点击次数付款模式”,为我们带来新收入来源。

我们最近公布的2008财政年第一季度业绩已经证明了这一点。在这一季,我们的收入和净利较前期分别暴涨163%和48%。

续扩大产品范围

吴:你在未来将采取什么策略,以保持贵公司竞争优势?

陈:在未来,我们将把重点放在开发产品方面。对我们来说,扩大产品的范围和加强产品的特点是非常重要的。

我们将持续不断地在研究与开发方面投资,以使产品拥有最新的科技和能力。在2007年2月28日为止的财政年,我们在研发方面的投资额为546万令吉,这显示我们对开发和提升产品特点,以应付不同客户商业需求的决心。

满足商界需求

吴:目前全球最大的搜索引擎有多家,这包括谷歌和其中文版

的伙伴百度,因此贵公司的产品如何能够脱颖而出,而在全球搜索引擎市场占一席位?

陈:我们的产品优势是可以满足商界的需求,而谷歌则是提供包罗万有的服务。因此,我们与谷歌没有直接的竞争。

此外,我们在这一行业发展已经超过10年,对商业至商业的用户搜索习惯了如指掌,而且拥很强的执行技术,这也使到我们在电子市场占有一席位的因素。

合理价75仙

吴:在听汇有关贵公司的汇报后,我们(南方银行证券行)觉得贵公司拥有良好成长潜能,2007财政年和2009财政年的复合平均增长率将可达到78.9%,这主要是来自新商业模式的贡献。

此外,“按点击次数付款模式”也将带来新的收入来源。

这也是保守的预测,因为我们还没有加入还没有正式收购的General Perfect公司的贡献在内。

亚洲商网的优势是在于拥有创新和精明科技,在商业至商业的用户和广告商方面拥有良好定位。

目前,它是在本益比对每股盈利增长率0.09倍水平交易,较同业的0.54倍低84%。

在反映它缺乏机构投资者、零股息、资本小和产品较的因素之后,我们给予亚洲商网的合理价格为75仙,这相等于本益比对每股盈利增长率的0.16倍,较同业低70%。