



暴风科技：弄潮资本深水区

不胜枚举的弄潮儿早已忘记了“正果”是什么，当他们如痴如醉地迷恋于用各种模式、概念、战略搅乱市场之时，目的就是贪，手段极其狠。而种种迹象表明，过去一年中中国股市上的第一妖股暴风科技，正是这些弄潮儿中的一员。

文 | 本刊特约记者 纪一宁

一般人都想不到，《西游记》里大大小小的各种妖怪中，最与众不同的是那头被观音收去看大门的黑熊精。

书中有载，黑熊精在观音院正东南二十里黑风山黑风洞修行，“精于文墨，关心国家大事”，平日里有两个好伙伴苍狼和白花蛇，并且经常与观音院快三百岁的老主持坐而论道。

黑熊精长相十分威猛，使一柄黑缨长枪，武艺高强，跟孙悟空打斗多次都不分胜负。

《西游记》里的妖怪有两种：一种是出身名门有后台的——这种妖怪惹了唐僧或者孙猴子之后，一般立马就会被后台老板带走；另一种是草根出身没有后台的，下场就是被金箍棒一棍子敲死——显然，黑熊精是属于没有后

台却被接走了的，最后被观音收到了南海紫竹林，成了守山大神，也算是修成正果。

在黑熊精的故事里，有三个不可或缺的人物：金池长老、苍狼道士，以及花蛇秀士——考据派的学问们一向认为，吴承恩是佛教徒，而其笔下金池贪财、苍狼狂妄、花蛇阴狠，正是贪、痴、嗔的“三毒心”。随着金猴奋起千钧棒，一举灭杀“三毒心”，黑熊精才真正找到了一条好出路。其实作者想要告诉读者也正在于此：欲成正果，先灭毒心。

毒心固然可畏，欲望却永无止境。在中国资本市场上，不胜枚举的弄潮儿早已忘记了“正果”是什么，他们如痴如醉地迷恋于用各种模式、概念、战略搅乱市场。而种种迹象表明，去年中国股市上的“第一妖股”暴风科技，正是这些弄潮儿中的一员。

卖惯“注水肉”，拿什么讲商誉

在过去几个月中，暴风先后出台的 2015 财年和 2016 第一财季的财报数字足以让对手颤栗、被拥趸热捧。

在 2016 年 Q1 财报中，暴风科技实现营业收入 1.9 亿元，同比增长 106%；净利润 339.55 万元，去年同期亏损 320.9 万元，同比扭亏。事实上，今年 Q1 暴风处理非流动资产获益 567 万元，这一项几乎是此次盈利的关键。因为在扣除非经常性损益后，暴风科技一季度亏损 141 万元。

而 2015 财年的数字更为夸张。财报显示，暴风科技 2015 年前三季度实现营业收入 34889.01 万元，第四季度实现营业收入 30322 万元；前三季度实现扣除非经常性损益后的净利润 1747.78 万元，第四季度实现扣除非经常性损益后的净利润 3661.32 万元——几乎差不多的收入，完全不同的获利能力，其真实性颇为令人怀疑。

非经营性损益要么是偶然所得，要么就是不务正业所得。更有好事者算出，按照扣除非经常性损益后的净利润计算的净利润率，暴风科技已经从 2013 年的 9.75% 逐年下降到 2014 年的 9.66% 直至 2015 年的 8.29%！下坡路上走三年，暴风掌门人冯鑫居然还有勇气要称雄十年之后，不得不给暴风管理层的勇气点个赞。

但七成利润来自“不务正业”却是不争的事实。暴风科技标榜的归属于母公司的净利润增长 313.23% 的骄人业绩主要来源“非经营性损益”。并且从关联交易与巨额商誉增值来看，水分也是相当之大：从资产负债表上可以看出，2015 年度暴风科技的商誉从期初的 291.06 万元猛增到期末的 1.62 亿元，增加幅度之大主要是由并购深圳暴风统帅科技有限公司项目而来——这家暴风统帅科技，本来就是暴风科技的关联方之一，换个通俗点的说法，某人把一块一文不值的破石头放到拍卖行拍卖，然后自己用天价买回，这块石头就成了天价石头了么？

中国有句俗语叫做“一个山上的狐狸，你跟我讲什么聊斋！”当暴风在不要钱一样的向市场扔出强强联合、扭亏为盈、同比增长等概念的时候，投资者尤为需要提高警惕，因为把财务报表变成实打实的“注水肉”，不仅是其能做的，更是其乐于做的。

想要飞上天，先买“吹风机”

好好的神仙不当，为什么非要当挂在风口的“注水肉？”

以近日暴风刚刚被证监会叫停的收购案为例，据证监会相关文件披露，暴风科技拟收购的稻草熊影业账面资产仅为 3835 万元，评估价值却高达 15.2 亿，增值率高达 38 倍。按照 2016 年不低于 1 亿的业绩承诺，暴风科技是

当暴风在不要钱一样的向市场扔出强强联合、扭亏为盈、同比增长等概念的时候，投资者尤为需要提高警惕。

以按照超过 15 倍的溢价在收购稻草熊。此外，甘普科技增值率为 10658.60%、立动科技增值率为 6024.52%。31 亿大手笔的重组收购公告让市场质疑，三家标的公司凭什么有如此高的溢价。标的公司盈利能力具有较大不确定性，不符合相关规定。

显然，如此高的溢价收购计划，已经完全脱离了企业正常运营的范畴。

从一家只有一款主打产品的软件公司（暴风影音播放器）到覆盖软硬件、线上线下甚至虚拟与现实的全能生态公司，暴风科技的崛起速度不可谓不快。自从美股回归创业板之后，暴风有了足够的资本，但被挥霍掉的资本同样是嗜血的——如果没有足够回报，反噬暴风的风险随时可能会被激发。

所以，掌门人冯鑫不得不对暴风的战略大动手术：之前那个以软件服务为产品、以互联网广告收入为利润来源的暴风科技不见了，取而代之的是一个“联邦生态”概念、报表扑朔迷离的全新企业。这使人不得不由衷佩服暴风科技管理者的务虚能力和水平，一个主营业务盈利能力逐年下降的企业，竟然站在了风口，被吹成一只能飞的猪。

2015 年，通过收购加增资，暴风半路出家，进入互联网电视行业，凭借 VR 电视、联邦生态等非常吸睛的概念，暴风瞬间成为行业内最热门的企业，事实证明，这样的概念性话题用来炒作是相当有效的。暴风通过及时推出四款魔镜产品来满足资本市场的投资需求，以致暴风科技股价暴涨。因此在上市的 124 个交易日经历了 55 个涨停板。

目前来看，暴风科技的“生态联邦”由四个组成部分，即暴风魔镜、暴风秀场、在线视频和暴风 TV，在其战略规划中，暴风科技为暴风魔镜提供品牌价值，为暴风秀场提供用户，为在线视频提供资金支持，为暴风 TV 提供互

联网流量。

暴风 TV 制造了 VR 电视、联邦生态等非常吸睛的概念，通过生态盈利模式来补贴硬件，暴风电视确实收到了一定成效。但当人们真正看到暴风超体电视之后，确实让人大跌眼镜，暴风所主推的电视产品完全符合山寨电视所具备的配置低、设计粗糙、体验效果差、价格跟风的特征。而之后的大屏娱乐、暴风文化与虚无缥缈的暴风体育，同样多是手法拙劣的复制于友商，纯粹为了炒作而制造概念。有分析人士指出，硬件亏损、内容无望、体育没影，是暴风生态圈的真实现状。

但如果暴风真的任由这样的悲观情绪蔓延，势必带来股价的一落千丈——失去了用脚投票的资本市场的青睐，等待几乎完全没有营收能力的暴风科技的，将是一场灾难性的大风暴。所以，无论如，概念不能少、吹风机不能听、股价不能跌，暴风实际上已经开上了一条禁止刹车的险路。

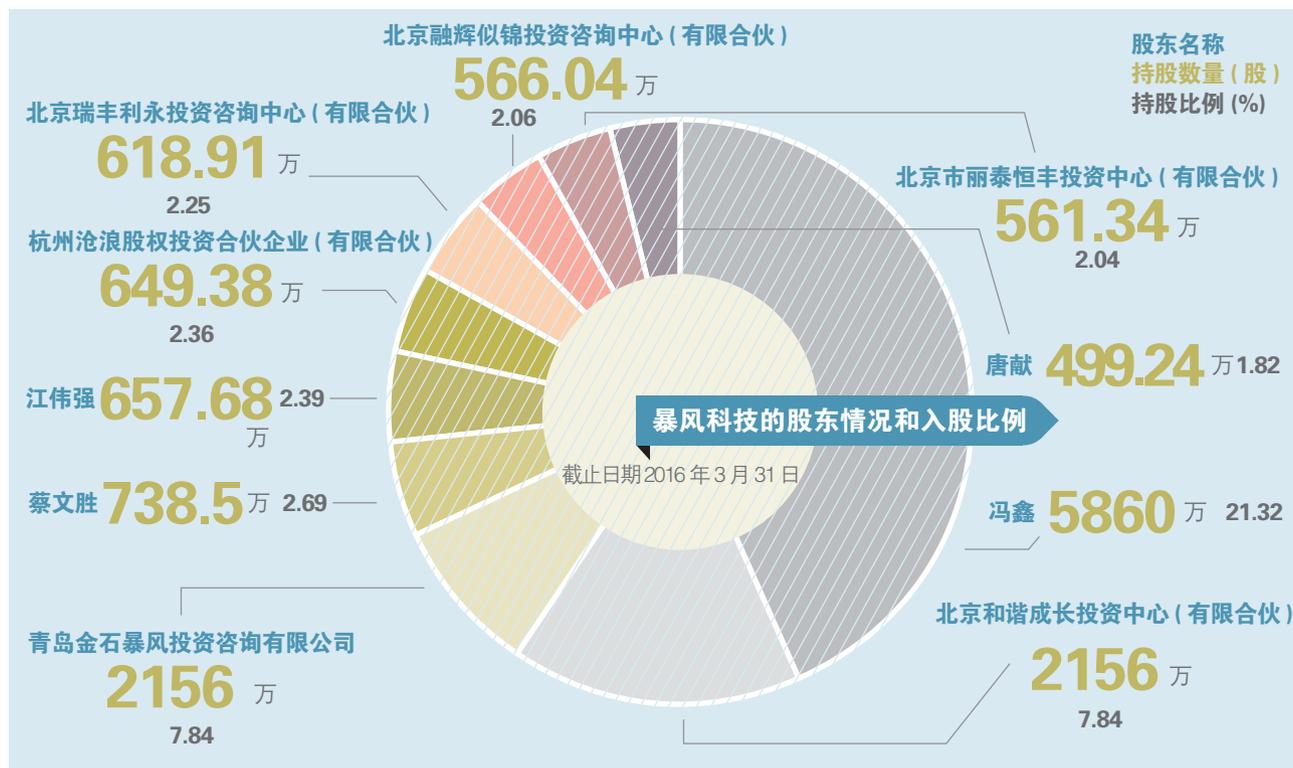
与其骑虎难下，不如立地成佛

2014 年，Facebook 20 亿美元收购虚拟现实技术厂商 Oculus、宣告 VR 技术将风起云涌之后，暴风也迅速宣布跨界 VR，随后连续推出了四款魔镜产品。初期的 VR，还不为人所知，却是资本市场最为喜欢的未来概念，所以暴风科技登陆创业板后的短短两个月内便迎来了连续 37 个涨停。

但实际上，暴风推出的这四款魔镜产品，充其量就是“谷歌盒子”的升级版，没有太多的技术含量，更遑论创新。

从成立到剥离短短一年的时间里，暴风魔镜完成了它的“使命”，顺利让上市公司套上了最纯正的 VR 概念。但是要说真正的 VR 带来的收入，却是寥寥无几。

数据显示，暴风魔镜 2015 年收入为 1.24



数据来源：根据公开资料整理

亿，净利润却亏损高达2273万，净利率为-18%。虽然2015年冯鑫通过技术手段将暴风魔镜从上市公司剥离，并且还“漂亮”地通过出售股权把财务报表变得华丽，但没有从根本上改变其窘境。

资本市场需要概念与炒作，这符合投机者的资产增值需求。对于这种需求，企业适当迎合，可以借力资本为未来谋得资金支撑进行一些大动作，提升自身营收能力与行业地位，抵御风险，这本无可厚非。这就如同摸着石头过河一般，目的是为了过河，摸石头只是手段。

但现在，像暴风这样的企业，已经完全沉浸于“非经常性损益”的巨大纸面财富之中，

战略布局的每一步都向资本市场看齐——在这些企业看来，资本市场能够提供的回报率远胜于主营业务，炒作一个概念拉升股价的付出远小于进行研发、创新、内控与营销，摸石头比过河，更符合自身对于财富的需求。既然如此，为什么还要过河呢？摸摸石头，就挺好。

时至今日，资本热潮日渐退去，无数企业前景堪忧。暴风科技现如今已经想要迅速回归主流、觅得安身立命的主营发展之路难度极大。相对于其目前仍极为热衷的概念炒作、生态打造以及资本布局，倒不如趁着资本热潮未退之时，合理规划未来，收购一些真正有价值的优良资产，逐步实现良性转型才更为靠谱。■