

CKB快照

中国营销传播行业并购三方式活动[M&A3] (2011年)

并购三方式活动 = 并购, 联盟和其他选择

Agency Group 代理商集团	Activation 活动营销	Digital 数码			Events 会展	Healthcare 医学与健康营销	Integrated Marketing 整合营销	Media 媒体/传媒	Outdoor 户外	PR 公关	Sports Marketing 体育营销
WPP		代理商·智威汤逊 并购100%	数码媒体检测·WPP数码 第二轮投资	互联网口碑 并购中	网络游戏广告 第二轮投资Minority	网上游戏中广告 群邑游戏广告 战略联盟	奥美 并购49%	代理商[房地产行业] 黑弧奥美 并购100%		凯维公关 并购100%	
PUBLICIS GROUPE		代理商·阳狮脉达 并购100%	代理商·阳狮脉达 并购100%			阳狮医疗健康传播集团 并购100%				明思力集团 并购100%	
HAVAS						战略联盟					
Racepoint Group										PPR 并购100%	
RUDER FINN										并购100%	
Ybrant DIGITAL		搜索引擎营销/优化 并购中									
AEGIS		请看昌荣传播									
Omnicom Group									并购 从小数到多数股权率	福莱国际 战略联盟	
IPG											
BlueFocus 蓝色光标	并购16% (全收股份率84%)	代理商 并购51%	数字时代洞察专家 代理商 并购51%	代理商 并购24.5%	M&A 51%	并购100%		并购51%	金融/投资者关系 并购40%		
GDAD								并购51%	并购50.98%	合资企业51%	
charm 昌荣传播		搜索引擎营销/优化 并购60%									
勤十缘 Qi Jia Yuan Media 安吉斯集团中国伙伴								并购55%			
SPEARHEAD								并购51%			
Simei 思美传媒		二维码业务 并购100%									

关键点

- 2011年主要针对领域: 数码, 医疗健康与公关.
- 中国国内代理商集团现在追求无机拓展机会.
- 蓝色光标利用上市募资金为扩张超过公关服务核心变成全服务整合营销代理商; 而且利用在香港和新加坡的投资为了扩张到中国大陸之外.
- 阳狮集团继续利用并购执行它从2010年到2012年两倍中国收入的中国扩张计划目标.
- WPP集团继续在数码领域中通过多数投资活动.

-
-
-
-
-
-
-
-