

朱荣斌:速调阳光城结构 土储运营资金均动“小手术”

■ 吴若凡

“阳光城今年只是一家几百亿的企业,我们的志向肯定是跨入千亿、两千亿,甚至更多。不管我的业务现在是什么规模,但是我的人才团队要匹配一个千亿企业。人的数量、组织架构、对管理层的要求,都按照千亿企业去布置。”履新阳光城,朱荣斌担任执行董事后的第一次露面,透露的志向便颇为惊人。

要知道,阳光城今年上半年其实现的销售额为 395 亿元。虽然销售金额增长率达 127%,涨势强盛,但要实现向千亿的跨越,无疑,未来的阳光城将进入快速发展阶段。

在朱荣斌 8 月 24 日媒体见面会上的发言中,也印证了阳光城继续快攻快打的发展,大方向没有改变,但朱荣斌依然会给阳光城上一台小手术——为了保证在快马加鞭的同时步子能稳,阳光城的资产结构、运营系统、土地扩展方式、金融能力、人才建设等,都将面临一场调整。

全方式拿地开辟新区域 大幅提增货值

2017 年上半年,阳光城无论是在经营层面还是规模扩张,依然保持“快”的打法。

阳光城在今年上半年实现营收 75.25 亿元,同比增长 84%;经营性现金流为正,达 59.11 亿元,同比增长 574.93%。同时,归属母公司股东净利 3.28 亿元,则同比增长 91.8%,业绩增速整体较快。

但阳光城的规模扩张明显更快。统计显示,2017 年上半年,阳光城公司通过权益和公开市场招拍挂获得 64 块地块,其中通过收购共计获得 52 宗地块,并购价款为 211.56 亿元,计容建面 552.44 万平方米。若计算前 7 个月数据,收购项目总地价则为 236 亿元,占到拿地总量的 76%,较 2016 年底提升了 23%。而前 7 个月新增项目规划建面 758 万平方米,总地价 311.8 亿元,照此计算,阳光城的拿地



金额占销售额比下降了 7 个百分点至 69%。

值得一提的是,目前阳光城在手未结算的总货值 3086 亿元,完成 2017-2018 年冲刺的目标有一定支撑,但从货值和实际结算销售的比例看,若想保证大幅增长,整体货值量仍需快涨。

无疑朱荣斌已深有感触,其直言,“阳光城下半年的主要工作之一就是积极拓展土地,我会开辟很多新区域。”

“新区域”一说建立在阳光城既有的“3+1+X”上,以此为根据地,按“环辐射”状布局新区域,如以上海为据点启动嘉兴、余姚等二三线城市的布局。朱荣斌直言,在目前一二线调控的情况下,三四线有很多机会,但阳光城的优势不在三四线,所以不会满天星铺开,而是选择性地进入。

实际上,前 7 月阳光城的土储中,中西

部、长三角新增项目建面占比分别为 50%、28%,二三线的土地投资额已占比 85.5%。业内认为,以核心城市为轴辐射布局,一定程度上能创造更优的土地预估值,对企业资产价值有利。

另值得注意的是,在拿地方式上,阳光城将做“全方式拿地”,即除了招拍挂,还做一级整理、三旧改造、特色小镇。朱荣斌表示,对阳光城倾重的收并购,作为优势其也将继续巩固和发扬,只不过因为形势变化会跟随产业的引导,通过产城融合获取土地。

项目 8 个月“正周转” 从金控共享资源

在快速储蓄土地的同时,阳光城的周转速度将更快。

在见面会上,朱荣斌就透露,接下来阳

光城会通过拿一些快周转的项目解决现金流问题。对于能够快速产生现金流的项目会开一些绿灯,而这些项目从拿地的第一天开始,就将同步推进设计等各方面的进程。争取买完地之后,三四个月就要开工,五个月就要卖出去,八九个月就要进入正周转。

无疑,这不能缺少高度成熟的运营。朱荣斌就指出,接下来阳光城的一项重要重点是提升运营能力,持续管理改进,实现三升一降,即夯实基础开发能力、提升产品研发能力、营销推广能力、合约管理能力、工程管理能力等基本功能。

并且今年下半年在土地市场上,据透露,阳光城也会对中长期的地放缓,增持短期项目,以土地储备结构的调整,带动财务结构的优化。

“另外,我们会把抓回款放在首位。”朱荣斌强调,而这句话背后,其要做的实际上是优化公司的资产结构。

数据显示,阳光城上半年净负债率 195%,依然是高杠杆路线。不过这较去年底已下降 62 个百分点,且其中有息负债中低成本银行贷款和债券比重占到 58%。

朱荣斌希望进一步优化财务结构,其表示,阳光城接下来还将采取更多创新方式,如资产证券化。

此外,其透露,此前阳光城基本没怎么做供应链和金融方面的事,而这个业务做起来会立竿见影改善财务状况。

媒体注意到,在朱荣斌构建金融平台的意图背后,兴业银行的第一大民营股东即是阳光控股,阳光控股也是福建华通银行、海峡人寿的发起人。

“有金控企业作为背景,阳光城将有很好的财务资源,不过重点也在于财务资源的共享。”这则考验阳光城在阳光控股内部的资源空间和整合能力。

可见,由朱荣斌掌舵的阳光城,依然会在

高杠杆的路上前行,不过有分析师指出,只要高成长产生的现金流入能够覆盖高杠杆对应的现金流出,则财务风险相对可控。杠杆是把双刃剑,驾驭杠杆的关键在于能否维持高周转模式。

因而未来更加快速的周转率,无疑是阳光城打开局面的重点。

推人才双赢制度 欲树品质标杆

朱荣斌想要的局面,无疑是千亿乃至两千亿的企业规模,但其也指出,第二个目标是品质上做标杆。

讲述其近两个月的观察,朱荣斌认为阳光城在上海、福州、厦门、福山等地的产品还是可圈可点的。“作为一个有责任感的公司,我希望不管规模、利润怎么样,在品质方面都要能在行业里树立起标杆。”

而在高周转、快扩张的同时,保证品质,强有力的团队和体系必不可少。对此,朱荣斌表示,“第一个就是人,把打造优秀精干的管理队伍摆在首位。在内部开启‘光之翼’等一系列的人才培养计划。”

据了解,接下来阳光城也将原有的激励机制的基础上,推出合作共赢的双赢制度——双享制度的升级版,企业业绩将直接与员工收入挂钩。

“我觉得一个地产公司发展,无外乎就是这三个要素,人才、土地、资金。”

朱荣斌直言,当这三个要素都有了,那么接下来,“怎么把它发挥得很好,就是要靠我们的一个良好的运营管理体系。”阳光城对下一阶段的发展则提出了“五圆模型”——首先是内环三个小圆,要充分保障人才的培养及引进、充足的土地储备和稳健的财务政策;其次,是内环中间的圆,运营体系是神经中枢,运营的综合整合,能保障人、财、地三要素的有机结合和高效发挥;最终,将形成一个外环,以上的人、土地、资金等几要素朝着一个良性方向在快车道上循环发展。



■ 周科 王晓丹

在世界上首次利用全基因组“霰弹法”策略对大型植物基因组进行测序,独立完成超级杂交水稻父本籼稻“9311”基因组的“工作框架图”;在抗击非典行动中研制了 SARS 的诊断用抗原、抗体和相关标记物,并在全球首个公布 SARS 诊断试剂……

他,就是中国科学院院士、深圳华大基因研究院研究员杨焕明,一名从砍柴割草、捕鱼捉虾到“编写生命密码”的基因组学达人。

儿时经历探索科学动力

出生于浙江省乐清市一个山村的杨焕明,小时候一放学就得去砍柴割草,每逢周日

还得冒着被淹死的危险,到海边捉鱼蟹。右手一道几厘米长的刀疤,是他儿时翻山越岭辛苦劳作的见证。

“哪个农村孩子,不希望‘不劳而获’呢?”小时候的杨焕明,心中有个“拔苗助长”的梦想,他恨不得秧苗能一夜长成稻谷,谷子能像蚕豆那么大。

一次,杨焕明从邻居沾满泥巴的手中看到了一节莲藕,这种生长于淤泥之中、横切面巧妙排列数个小孔的植物,让他感觉到生物的神奇。“这是我第一次为神奇的大自然所造就的生物之美所感叹!”他说。

让杨焕明被科学力量所震惊的还有柴油机和农药。柴油机的出现,取代了龙骨水车,提高了父辈们灌溉农田的效率;农药的喷洒,

从砍柴割草到“编写生命密码” ——记基因组学家杨焕明

不仅没能灭绝害虫,还污染了河田里的鱼虾。正是这些经历,让杨焕明开始爱上自然,产生了探索科学世界的动力。

在几十年前的“上山下乡”期间,杨焕明在当地一家酿造厂总技术员的帮助下,阅读了大量生物教材,还学习了微生物的基本知识。当吃苦耐劳的杨焕明被乡亲们认为以后能做生产队长时,他心里想的却是:“我一定不会在这里一直待下去。”

1975 年,杨焕明进入杭州大学生命科学院就读,自此,他正式踏进生物学的世界。

如今,杨焕明不仅走出了山村,还走向了世界,成了生命密码的破解者,在基因组学研究的国际舞台发声。

“只有吃苦,才能懂得珍惜”

在杨焕明的少年朋友和青年工友的印象里,他永远是一个“读书狂”形象,书包里总是放着要看的书。至今,他仍然坚持每天看书、看文献,在很长一段时间内保持每天读 30 篇以上的文献资料。

回顾自己的人生历程,杨焕明说:“只有吃苦,才能懂得珍惜,才会更加热爱学习。”

念小学时,杨焕明凭借大量的阅读,作文成绩一直名列前茅。老师将优秀作文贴在墙上,那个时候,他的作品几乎霸占了一整面墙。

小学毕业后,杨焕明考上了县里的中学。

然而,中学上到一半,他就参与到“上山下乡”中。那个年代盛行“读书无用论”,而杨焕明把夜晚在煤油灯下读书看成是最大的享受。

“书都被烧了,只剩下 3 本我偷偷藏着的英语书。”直到现在,杨焕明还能清晰流利地背出英语书里几乎所有的课文及后面的补充阅读,还有所有的英文诗歌。

当年与他同住一室的工友感慨:“杨焕明这个人说好每天背 30 个英语单词,就一定做到!”

正是凭着这股认真劲,杨焕明后来出国深造,在丹麦哥本哈根大学获得博士学位,随后在法国、美国从事博士后研究。上世纪 90 年代初,杨焕明决定回国报效祖国。

带领中国基因组学研究走向世界

归国后,杨焕明一直从事基因组学研究,带领团队为“人类基因组计划”“人类单体型图计划”等国际合作的基因组计划,以及水稻(籼稻)基因组、SARS 冠状病毒的基因组研究等作出了重大贡献。他们所承担的人类基因组、水稻基因组以及家猪、家鸡、家蚕基因组等重大项目使我国的基因组研究得以跻身于世界前沿。

2000 年 6 月 26 日,杨焕明终生难忘。北京时间 18 时整,包括中国在内的 6 个国家同时宣布,号称“生命天书”的人类基因组工作草图绘制完毕,其中的 1%由中国完成。

1%得来并不容易。1998 年,人类基因组计划的工作几乎已被 5 个发达国家瓜分完毕,最迟加入计划的德国只分到约 2%。此时,中国决定迎难而上。

资金不足,杨焕明捐出了 100 多万元,一些同事也主动掏钱自助,甚至还向家属借钱,供团队共渡难关。时间紧迫,杨焕明与同事们铆足劲,在不到半年的时间里,创造了奇迹。

——通过网络递交的一个测序片断,其误差率仅为百万分之六,创造了世界纪录;

——每天测序量达到 200 万对碱基,中国的基因组测序能力被证明仅次于美国、英国和日本。

“加入国际人类基因组计划,使中国平等分享该计划所建立的所有技术、资源和数据,并使我国成为世界上少数几个能独立完成大型基因组分析的国家,意义重大且深远。”杨焕明说,因为只有拥有了自己的数据和参考样本,才能全面筛选特异性疾病基因,为后期预防医学研究做铺垫。

杨焕明说,基因组学正处于科学发现的“黄金时代”,很多未知的科学现象和未解的科学问题正等待着在这一领域奋斗的科研人员、教师和学生去探索,去发现,去解释。

“爱上科学是最大的幸运,希望更多对生命科学感兴趣的年轻人,选择生命科学研究作为自己的工作和事业,并让研究成果造福人类和大自然。”杨焕明期待。



慧连接,可叠加出更多的产业价值。

比如,在百视通的大屏端,每月少儿节目《小猪佩奇》的付费用户访问量达到 1.2 亿次,这是一个非常可观的数字。于是百视通将小猪佩奇的衍生品购物与观看场景连接起来,看佩奇,买佩奇,同时可以参加线下佩奇活动,视频衍生出购物。

再比如,7 月《权力的游戏》第七季正在百视通大屏端火热播出,作为极受欢迎的美剧,《权力的游戏》话题众多。百视通通过精准的受众分析,着手定制“权力的旅游”专属旅游,从用户需求出发,实现服务叠加。

视听媒体的发展,就是智慧升级的过程。智慧的大屏源自智慧的大脑,相信百视通构建的智慧之光,一定会照亮大屏智能生态的未来。(据中国网)

百视通史支焱畅谈“聪明的娱乐 智慧的大屏”

7 月 28 日,2017 天翼智能生态博览会在广州举行。在主题为“智慧家庭与人工智能”高峰论坛上,东方明珠副总裁、百视通总裁史支焱先生做了题为《聪明的娱乐,智慧的大屏》的演讲,与大家分享了智慧家庭的未来之路。

长久以来大家对于大屏电视的传统印象可谓都为“笨重”。小屏用拇指,大屏用遥控器。小屏全天不关机,大屏开机可数。小屏各类点赞分享,大屏老死不相往来。小屏衣食住行各种有用,大屏基本只是看。这说明笨重的、交互体验不佳的大屏像是客厅里的一件家具,但另一方面也说明,大屏有着很大的成长空间。

如何让大屏变得聪明,值得我们思考。正像人工智能的任务目标:感知、洞察、理解用户。能做到这一点,大屏就可以转变为以客户为驱动,以需求做引领,从而产生各种新商业、新运营、新服务、新价值。

百视通探索多年,试图通过构建大屏智能生态,介入不同维度的感知,消除用户画像的马赛克,以求精准构建聪明的娱乐体验。

创造智慧的大屏人机体验

回顾互联网在中国发展的这 20 多年,经历了三次浪潮。第一次浪潮:PC 互联网时代,以三大门户为标志。在那个时代,上网是连接动作,海量资讯是接入场景。

第二次浪潮是 10 年前以 iPhone 上市为标志的移动互联网革命时代。全天不关机,时刻都在线。海量不稀奇,头部更重要。

而第三次浪潮就是目前正在到来的连接 3.0 时代,也被称为物联网时代。这个时代是虚拟对接现实,技术连接万物,屏幕成为了万物的眼睛,而人们发现首先最该连接的,就是每个家庭最古老的那块大屏。作为家庭的视觉中心,大屏提供了大场景,它理应成为家庭娱乐中心,家庭应用广场,家庭互动平台,所以有人认为在 PC 互联网、移动互联网之后,接下来将迎来电视互联网浪潮。

在百视通走过的 12 年中,先后用了“电视新看法——电视新用法——百变新视界”三句 SLOGAN。而这三句话正体现了电视互联网浪潮的进化。

大屏要全面改革,首先要从屏幕体验着手,以开放共享的互联网精神,携手同道,拥抱伙伴,一起前进。

为此百视通联合合作伙伴江西电信、江

西广电、华为,投入 600 多名技术人员,共同开发了 IPTV 视频 3.0 项目,这也是迄今为止大屏端最俊俏的一张面孔。

IPTV 视频 3.0 用跨屏让大屏灵动,用语音带动遥控器革命,用扫码改变抵达方式,用手机预约提醒带来互动,用行为数据实现投你所好,千屏千面,大量互联网应用,打开了大屏的脑洞。

大屏要实现精准营销和场景运营

新商业和旧商业的差别在“精准”一词上。精准决定了新旧两个物种本质的差别。

5 月 NBA 季后赛开赛,百视通在上海地区做了一个精准营销的试验。经数据分析,百视通发现超过 1/4 的上海家庭对 NBA 赛事感兴趣。而 80 后、90 后的青年人因大屏收看时间、地点等条件的限制,在大屏端愿意为 NBA 相关产品付费的粉丝用户约占大约 19%。

百视通对这 19%的粉丝群再进行二次细分,有针对性的推出了几套不同销售策略的分组,进行精准推荐广告投放,短短的两周试验期内,没有匹配任何促销资源的投入,订购金额同比提高了 142%。虽然主推的是季后赛

包,但是年包产品的销售也被拉动,单日订购数量最高达活动前周均值的 2.6 倍。

除精准营销之外,基于数据的场景化运营也是智慧娱乐的捷径。进行分时运营、分人群运营等等。场景化运营,正如在下暴雨的地铁口卖伞,在广场上卖冰淇淋,其转化率都一定会是最高的。未来百视通将打通视频与购物,致力于数据带来的精准营销。

大屏要通过跨界连接打造开放应用

要打造智慧大屏,实现聪明娱乐。首先要颠覆电视单一的功能,树立屏的思维。打破从前大屏只是用来观看视频的概念。

今年 5 月 18 日,百视通召开未来合伙人大会,提出 360 行跨界,360 度连接,全面开放平台,共同分享价值。此次发布会一个重要的目的就是要连接各方资源,打造“可以用的大屏”。

旅游是 5 万亿的产业,健康是 4 万亿的产业,教育是 3 万亿的产业,而视频全产业只不过万亿。连接应用一方面是连接用户的需求,另一方面就是要连接资金。今年百视通的旅游、母婴、教育、游戏、健康、汽车等应用专区已陆续推出,通过和各异业产业横向的智