

8 企业联盟 Cooperation

家电厂商缘何纷纷联姻房产巨头？

■ 姚翀

近日，两宗跨界大合作闯入众多人的眼帘。美的和碧桂园、苏宁和恒大，四家 500 强企业，正在卷起家电厂商跨界联姻房产巨企的浪潮。

“千亿市值们”的合作

11 月 2 日上午，美的集团与碧桂园集团在碧桂园总部签署了《美的碧桂园战略合作协议》，标志着双方建立了全面战略优先合作伙伴关系，将在产城融合、科技小镇、智能家电、智慧家居、海外项目等细分领域进行多维度的合作。

11 月 6 日，中国恒大发布公告，其间接附属公司恒大地产，与 6 家战略投资者签订增资协议，共引入投资 600 亿元。其中，苏宁作为“新面孔”——苏宁控股集团旗下苏宁电器集团之全资子公司南京润恒将向恒大地产战略投资 200 亿元，将持有恒大 4.7% 股份。

美的市值 3455 亿、碧桂园 2640 亿、苏宁 1370 亿、恒大 4071 亿，毫无疑问，无论是美的苏宁，还是恒大碧桂园，其市值相加都在所属行业资本市场上占据着举足轻重的地位。巧合的是，在一周之内，他们纷纷实现跨界的握手，虽然形式不同，但所受到的关注度同样水涨船高。

智能家居推广是重要基础

美的与碧桂园的战略合作中，智慧家居、智能家电仍是双方重点之一。双方将通过集采合作、零售家装、数据平台共享、合作技术及成果展示、产品方案联合研发优化等，巩固和建立双方的市场优势地位。而苏宁入股恒大后，双方在智能家居与智慧物业服务也将展开合作。



近年来，美的大打科技牌，高调对外展示自己的转型历程。在此次合作中，美的就表示，目前，美的集团为全球提供多元化的产品和服务，依托于 KUKA、安川等合资公司、安得智联公司，美的集团的产业版图覆盖到机器人及智慧物流领域，而凭借多年的积累，美的集团拥有强大而后劲十足的研发实力，在智能硬件、智慧家居等方面拥有独特优势。美的通过转型升级和持续不断的创新，已经转变为轻资产、重科研、多产业的科技集团。

而从电器卖场起家的苏宁，近年来也积极进行转型，其线下商店从苏宁电器向苏宁易购的命名转换，就可见一斑。目前，苏宁正越来越强调高端智能家电销售以及线上线下的智慧体验，近两个月来，苏宁就与全球领先的 OLED 大面板制造企业 LGD 合作，在北京广州开设 OLED 体验馆，发力高端、智能家电销售渠道。

对于这方面的合作，知名分析师梁振鹏表示，家电巨头跨界联合，其实是家电企业需要借助外部资源，提升智能家居推广速度。“家电业步入智能化、互联网时代之后，行业范畴与其他产业交叉渗透，可以延伸到互联网、大数据、云计算、物联网、智能家庭、智慧

社区等领域。因此，企业必须发展外延式的生长模式，借助外部资源联合、整合发展。跨界联合是种松散的、非排他性的合作方式，相对其他并购等方式，效率更高、风险更小，企业双方各取所需，更容易达成协定。”

场景融合建智慧社区成新方向

毫无疑问，这样的合作肯定有利于销售。艾媒咨询创始人张毅就指出，这样的合作有利于家电厂商渠道铺设，告别单打独斗的内生型增长，有利于家电产销、品牌通路的打通和扩大，房企的项目可以嵌入家电厂商的产品，从而实现共赢。

广东省房地产研究会副会长韩世同则表示，对于房企而言，与家电企业达成合作是市场选择的结果，房企能以用批发价格批量采购家电设备，这会比购房者自行购买更加实惠，在这种情况下，房企在装修时可直接按照家电布局预埋线路，从而减少住户因安装空调等重新走线所带来的安全隐患。

不过，与以往不同，这个秋天的这两宗跨界合作，显露出未来的一个新趋势，家电厂商与房地产企业加速实现场景融合，共同打造

智慧社区，甚至智慧城市，这就意味着，合作的目标范围已经从简单的一户一楼，迈向一城一社。不仅仅是智能家电的销售和布置，更是不同场景解决方案的碰撞融合。

对于此次与碧桂园的合作，美的就向南方日报记者表示，除了智能家居，双方另一个重点就在于产城融合，将就产城融合项目开发运营、产业资源导入、推动资产优化配置等展开合作，除了为像潼湖科技小镇等各自己有的产城融合项目提供配套资源外，双方也将联合拓展新的产城融合项目，打造宜居、宜商、宜业、宜游的产城融合示范标杆。此外，双方还将共同探讨推进智慧社区战略加快落地，这也是未来社区的发展方向。

苏宁向南方日报记者透露，明年苏宁计划在全国新增布局 5000 家不同业态的互联网门店。在全国的核心商圈，苏宁将云店升级为苏宁生活广场，为用户提供有别于传统购物中心的、以互联网应用为支撑、以用户和商品为核心的新型数字化购物中心。

对于这样数字化购物场景的布设，与房企的合作就有着重要的意义。苏宁表示，其正通过租、建、购、并多种形式并举的方式，快速拓展与获取符合其经营需求的商业物业，与大型地产商合作就是重要方式之一。而恒大作为中国最大的房地产开发商，拥有大量的住宅与商业物业，可以提供大量可供苏宁小店进驻的小区场景，供苏宁生活广场入驻的大型社区场景等。

“双方的合作，不仅能对苏宁的 O2O 全渠道经营提供有力帮助，降低其物业成本，提升其经营效率和用户体验，加快苏宁 O2O 战略的执行和落地；同时，苏宁多年来形成的供应链能力、互联网电商服务能力、物流服务能力、IT 服务能力也可以通过各种形式输出。而对于恒大来说，与苏宁的合作也能借助其遍布全国的互联网零售商业运营优势，完善社区布局，提升社区品质，而在重要城市的核心商圈，双方也可以共同开发和运营。

从事外汇等杠杆交易的网络平台属非法设立 投资人注意：全国仅八家正规交易所

近日，中国互联网金融协会发布了关于防范通过网络平台从事非法金融交易活动的风险提示，称目前从事外汇、贵金属等杠杆交易的网络平台（含跨境）在我国无法设立依据，金融监管部门从未批准，开展上述交易业务的网络平台属于非法设立，参与此类平台

交易的双方权益均不受法律保护。业内人士称，“中国互联网金融协会”发布的上述风险提示，是“金融稳定发展委员会”成立之后的第一个大动作。这意味着，国家对互联网金融的乱象，将开始全面整治。近年来，一些机构通过网站、APP 等方式，提供外汇、贵金属、期

货、指数等杠杆交易。有些号称是国内交易平台，有些号称是境外平台。事实上，上述交易基本上都属于非法，投资者对此应该提高警惕。当前，全国性的正规交易所一共只有八家，三个证券四个期货一个贵金属。这八个交易所分别是：深圳证券交易所；

股票交易；上海证券交易所；股票交易；全国中小企业股份转让系统；股转平台，新三板；中国金融期货交易所；金融期货；上海期货交易所；商品期货交易；大连商品交易所；商品期货交易；郑州商品交易所；商品期货交易；上海黄金交易所；黄金交易。（李冲）

洗牌信号！重庆、宁波金融办“亮剑”现金贷

■ 老盈盈

近期，趣店赴美上市一事将现金贷推到了舆论的风口浪尖上，引起了监管层的注意。央行金融市场司司长纪志宏公开表示称，包括“现金贷”在内的所有金融业务都要纳入监管。

未等金融监管层的统一部署，各地金融办已经向现金贷“亮剑”。重庆、宁波等地区金融办开始对辖区内的小额贷款公司现金贷业务或者现金贷平台进行摸底调查，防范行业风险，让行业更有序发展。

事实上，深圳对现金贷平台的排查走的更早。今年 5 月初深圳互联网金融协会对辖区内的 50 多家现金贷平台进行排查，利率高、风控缺失、催收不规范等问题犹如“三座大山”制约着行业进一步有序发展。

地方金融办在行动

11 月 6 日，重庆市金融办下发了《关于开展小额贷款公司现金贷业务自查的通知》。《通知》指出，此次自查对象针对重庆市金融办批准设立的网络小贷公司，各公司要对自设立以来开展的现金贷业务情况进行自查。自查内容包括但不限于现金贷业务名称、额度、期限、利率、放贷对象、获客方式、有无场景、贷款用途、资金来源、收贷方式以及是否存在负面舆情、举报投诉等。重庆市金融办向记者确认，的确是正在开展这一项工作，目的是为了摸清该市小贷公司开展的现金贷业务情况。

重庆是全国出台网络小贷牌照申请相关政策较早的城市，目前已经发放了 42 张网络小贷牌照，其中不乏阿里及蚂蚁金服、百度、小米、海尔等大企业在重庆申请网络小贷牌照。

一位在汕头注册的网络小贷公司负责人对经济观察报表示，这是一个很强的信号，洗牌已经开始了，监管的加强将淘汰掉一部分不合规的平台，对于真正想做事的平台来说是好事，同时更能规范现金贷行业，让这个行业更为有序。

无独有偶，一条有关宁波市鄞州区关闭全部现金贷机构的消息在网络上传播开来。该消息称，11 月 8 日，宁波市鄞州区处置非法集资联席会议办公室下发了《关于进一步做好互联网金融风险专项整治清理整顿工作的通知》（以下简称“通知”）。该通知显示，为贯

彻中国人民银行等国家 17 部门联合印发的《关于进一步做好互联网金融风险专项整治清理整顿工作的通知》，开展专项整治清理整顿工作。此次整顿清理对象包括网贷（P2P）、非银行支付等等，目标要实现机构数和业务量“双降”，提出所有经营现金贷的机构必须全部关闭，整顿时间为 2018 年 6 月底前。

记者向宁波市鄞州区金融办核实上述信息。该金融办相关负责人回应称，这份通知下发于今年 9 月 8 日，事实上是因为鄞州有两家现金贷机构因为暴力催讨、利率畸高，遭到举报，根据国家相关法律法规予以关停。不过在宁波市范围内对现金贷的清理整顿也在进一步推进。宁波市金融办相关负责人对记者表示，宁波市辖区内包括现金贷在内的互联网金融业务摸查工作均由宁波市互联网金融清理整顿办公室承担，而对现金贷机构一直在全面摸查当中。

现金贷问题出在哪？

“那次主要是从利率、风控和催收三个方面进行摸底的，具体而言就是摸查一下深圳现金贷企业是否存在收头息、利率是否过高、风控指标是否过硬、催收是否规范等问题。结果发现挺多的现金贷平台实际利率偏高和不透明，除了借款利率以外，还要加上其他服务费用，综合的借贷成本比本来利率要高很多。”业内人士告诉记者，不过摸查的结果总体是可控的。

至于整个行业存在的风控缺陷，一位北京不愿具名的现金贷人士表示，现在这个行业之所以这么乱，是因为很多小平台根本不做风控。在她看来，首先现金贷需要很强的风控支撑，从建模、跟各种数据公司合作到拥有自己的一套数据库，这一系列的过程需要投入的成本是非常高昂的，但对于小平台只是想在这个被炒热的行业里火速“捞一把”就撤，根本没有长期想扎根于这个行业发展的决心和信心。“这跟风控人员的出身背景有何大的关系。”上述汕头网络小贷公司的负责人表示，如果是金融出身可能对风控更加“敬畏”，互联网背景出身的人更看重的是规模。整个市场竞争不充分导致大家觉得只要规模做起来就都能盈利，风险是明显滞后的，随着规模做大，风险也在累积，所以即便是现在做大实现盈利了的平台也未必能笑到最后。除此之外，现金贷行业还存在罚息成本



高昂的问题。“如果出现逾期，罚息可能是借贷成本的几倍，很容易超过本金。例如你借了三千块，年化是 120%，每个月大概是 10% 左右，约定好一个月偿还，利息也就是三百块，但是如果你一个月到期后不还钱，罚息可能是高于三百甚至上千。”中关村互联网金融研究院研究总监郭大治说。

在郭大治看来，整个行业的无序发展更深层次的原因来自制度和金融基础设施的缺失。

业内对现金贷的定义是小额现金贷款业务，是消费金融领域产品，主要指无场景、期限短、金额小、没有明确用途的信用贷款产品。现金贷与传统的消费金融业务有所不同，具有在线申请、实时审批、快速到账、额度偏小、借款期短等特点。现金贷借款用途不明确，不需要抵押物，不需要证明还款来源。

但从监管的层面并没有给现金贷下一个明确的定义。曾光认为，例如就额度而言，目前行业普遍认为现金贷的额度是一万五左右，这个数目属于大额小额，不同的区域也会有不同的定义，没有统一标准就意味着不知道应该把哪些企业纳入监管范围之内。

同样缺失的还有催收标准。郭大治表示，如何界定合法收贷和非法收贷目前还是空白。“催收是允许的，借了钱肯定是还的，但是否规范、是否存在越界的问题也没有明确的规则。”

更重要的是，综合借贷成本的上限也比较模糊。最高法发布的《关于审理民间借贷案件适用法律若干问题的规定》，明确：“借贷双方约定的利率未超过年利率 24%，出借人请求借款人按照约定的利率支付利息的，人民法院应予支持。借贷双方约定的利率超过年利率 36%，超过部分的利息约定无效。借款人请求出借人返还已支付的超过年利率 36% 部分的利息的，人民法院应予支持。”但是，该司法并没有明确解释借款利息是否包含服务费等中间费用，造成目前国内部分现金贷平台因为手续费收取导致利率偏高。

对于现金贷企业这个初生事物，国内目前还缺乏各种统一的约束标准，反观外国已

迪士尼遭遇中年危机 八年来收入利润首次双降

■ 谢若琳

四大业务三项下滑

财报显示，2017 财年，在迪士尼的四大核心业务中，除了主题公园外，其余三项（媒体网络、电影工作室、消费品和互动媒体）的收入都在下滑，这样的成绩单远低华尔街预期。

其中，媒体网络业务收入 235.1 亿美元，同比下降 1%。主要原因是 Freeform、ESPN 等有线电视网络收视率、广告收入下滑。导致 ABC 广播收入大降 11%，营业利润下降 15%。而上年同期，ABC 的收入一部分来源于艾美奖颁奖典礼的广告。在这之中，Freeform 收视率的滑坡，更值得警惕。去年 1 月份，迪士尼将热播频道 Family 更名为 Freeform，节目定位 00 后人群，以校园题材的自制剧为主。但是，显然热衷于网络视频的年轻人，并没有买有线电视的账。

电影业务也是迪士尼业绩下降的重灾区，财报显示，2017 财年，电影工作室收入 83.79 亿元，同比下降 11%。主要原因是报告期内，迪士尼的主要作品是《汽车总动员 3》票房不理想，且预计于 2020 年上映的《Gi-gantic》推后了上映时间，这部影片带来近 9800 万美元的减记的冲击。同时，迪士尼电影制作业务收入还下降了 21%，营业利润下降 43%。报告将下滑的原因归结于，去年《星战》系列获利颇丰。

而在 2017 财年第四季度中，电影工作室业绩降幅尤为显著。财报显示，2017 财年第四季度，电影工作室收入 14.3 亿美元，同比下降 21%；营业利润 2.18 亿美元，同比暴降 43%。

消费品和互动媒体业务也不乐观，2017 财年收入 48.22 亿美元，同比下降 13%。消费品授权成绩一定程度上受到当年发行计划和影片成绩的影响，虽然今年上映的《蜘蛛侠：返校季》和《汽车总动员 3》带动了相关衍生品的销售，但《冰雪奇缘》、《海底总动员 2》、星战系列等 IP 的衍生品授权和销售都表现疲软。

直面回击流媒体

对于有线电视业务疲软的原因，有分析认为，迪士尼业务受到 Netflix 等流媒体的冲击。与迪士尼有线电视的惨淡相比，Netflix 的收入增长可谓迅猛。财报显示，2017 财年第三季度的营收达到 29.9 亿美元，同比增长 30.3%；净利润 1.30 亿美元，同比大涨 150%，股价突破 200 美元大关，今年以来累涨近 60%。

为应对流媒体冲击，迪士尼将停止向 Netflix 提供内容，同时打造自己的流媒体平台，这个平台将于 2019 年下半年推出，直接对标 Netflix。同时，迪士尼计划 2018 年就推出独立的 ESPN 体育流媒体频道。“迪士尼服务的价格将大幅低于 Netflix。”艾格表示。据了解，Netflix 目前的包月价格在 8 美元–12 美元之间。

此外，为了充实流媒体平台，有消息称，迪士尼正在与 21 世纪福克斯进行谈判，准备收购后者大部分业务。对这个消息，艾格的态度暧昧，没有肯定，也没有否定。

在电影方面，《星球大战》三部曲定于 2019 年完结。其中，《星球大战：最后的绝地武士》将于今年 12 月份播出。根据 BoxOfficeMojo 的过往数据，平均每部电影成本将达到 2.5 亿美元。同时迪士尼还将为未来的流媒体平台开发星球大战衍生电视节目。

而在电影江湖，迪士尼依然强势。据了解，在《最后的绝地武士》放映前，迪士尼与美国院线签订了一份协议，要求分院线 65% 的票房收入，另外还规定各大影院须在其最大的放映厅里放映这部电影至少四周，否则，迪士尼将把票房分账比例进一步提高至 70%。

事实上，一般情况下，根据电影本身的质量和档期时长，制片方只会分走票房的 40%–55%。而迪士尼素来强势，两年前，《星战：原力觉醒》上映时，迪士尼就要求分得总票房的 64%。

“优质内容和经典 IP，是迪士尼手中的王牌，也是其叫价的底气。”上述业内人士认为，随着中国电影水平日益增长，未来内容方强势的情况也将在国内上演。

