

中国经济型酒店“面露菜色”

□ 冯叶

曾经无限风光的中国经济型酒店,似乎正变得后继乏力。作为控有中国同类市场 236%份额且一度名列全球快公司十强的如家,日前发布其 2012 第一财报:营业收入同比增长 66%至 12.55 亿人民币。先别高兴,该季归属于股东的利润为 1032 亿,可惜是负的。而在上两个财年的同一季度,如家还分别录得 4605 万和 3252 万的净利。

此前,凭借商务旅客定位拥有同业最高消费者忠诚度的汉庭,亦公布了当季财务数据:亏损 943 万,且还是营收同比上升 52.9%的情况下。个个面露菜色,病灶却未必相同。以如家为例,就将本次史无前例的亏损,部分归结于对昔日业内老五莫泰的收购。想想 2011 年,莫泰大股东摩根士丹利 10 亿美元的放盘价被拦腰砍至 4.7 亿美元成交,同行中一片喝彩。可是,从银行专项贷款 2.4 亿美元所产生的每季 2830 万人民币本息还款,却是一文都不能少的。

原本为确保业内份额领先进行收购产生一定财务费用不足为奇,但真正令投资者忐忑的却是别的数据。首



先是入住率,首季仅 80.7%,同比下降 44%,就算撇去世博期间 93.5%的峰值不算,与 2010 年一季度的 90.5%相较,落差一目了然。

独如家不堪?当然不!一直自诩经济连锁酒店“LV”的汉庭,虽然其一直强调自己超过 18 个月的成熟门店 RevPar 为 172 元,但如若将所有门店一平均,则为 156 元,距昔日令季氏颇为骄傲的 195 元,已有两成的差距。

至于七天,其首季盈利的最大贡献来自业内最快的加盟店增长数。专注于更低收入人群的定位,注定其 RevPar 在前三甲中敬陪末座,而其入

住率比汉庭低了 13 个百分点。

现在就不难理解,为何仅仅相隔 6 个月,如家、汉庭、七天的市值会分别缩水 21 亿、0.57 亿和 3 亿美元,而汉庭甚至一度跌破发行价。有些数字,一旦置于更长的时间轴便能显出真章,一句“传统淡季”不可能解释和打发所有的疑虑。

或许意识到什么,除如家外,汉庭和七天近期均出现人事异动。如果说郑南雁提拔同门师弟林粤丹出任首席运营官尚有迹可循,那么汉庭方面就多少有些吊诡,先是为公司上市立下汗马功劳的原 CEO 张拓转任并无实

权的非执行董事,而从携程过来的执行副总裁王海军挂冠而去,入职才 10 个月的首席运营官苏畅也同时走人,而该要职竟空缺长达半年,直至原神州数码总经理解云航接手。

人换了,穿惯规模扩张魔力鞋的企业发展思路,却未必能在短期内改弦更张。同样在第一季度,中国经济连锁酒店三巨头均豪气干云地发表了大计:如家 CEO 孙坚放言十年内扩张酒店数目至 5000 家,跻身全球酒店三强;七天的郑南雁则强调两年内 2000 家门店见,未来 6000 家店起;而汉庭 CEO 季琦虽没给出具体数目,不过也贡献了一个很感性也更野性的说法:2026 年和洲际雅高等集团平起平坐,成为世界级全系列酒店品牌。

于是,仅一季,如家,汉庭,7 天,便一共新增了 195 家新店。当然,鉴于需要掏出大笔真金白银,所以如家和七天的新增直营店数目只占新增总量的 8%和 6%。

若要达成上述目标,加大加盟店权重是一个不错的轻资产手段,但后者收入中 5%至 8%的加盟费上缴,并不能在营收额上对上市公司有太大帮助。而一旦选择重资产的直营店模式,营收增长固然好看,又必须忍受短期

利润率大幅下滑直至亏损的尴尬。是轻是重?在三家企业先后进军更高端酒店市场后,这个题目势必愈发难解。

此外,随着经济型酒店利润率逐步回归 10%以下,已有不少民间资金和物业持有者退出这个市场。加盟生意,毕竟求的是大家发财而非一人独食。

最不好的还是经济大环境。一季度中国规模以上工业企业利润同比下降 13%,一度被学界指为见底信号,却不想到了 4 月,进出口同比增幅又分别从 5.3%和 8.9%降至 0.3%和 4.9%,与 GDP 呈正相关的发电量及钢铁水泥产量则继续大幅下滑。原先指望二季度反弹已不现实,甚而有不少著名企业家表示:“现在的日子比 2008 年金融危机刚爆发时更难过。”

作为经济景气另类指标,尤其是在经济最发达的华东、华南拥有最多门店的三大家自然也深受其累,如家方面就表示,其二季度总营收预计为 104 至 106 亿人民币,较首季还有两成降幅。

由此看来,习惯于快马加鞭一骑绝尘的经济连锁酒店巨头们需要重新思量“速度与激情”的大戏该如何继续演绎。

中日电动车联盟 胜出萨博收购战

持续了一年多时间的萨博汽车收购战终于落下了帷幕。据瑞典当地媒体的最新报道,中日电动车联盟最终胜出对萨博汽车的收购战。这一联盟成立的瑞典国家电动车公司 NEVS 将向萨博汽车支付 15 亿 -18 亿瑞典克朗(约合 2.1 亿 -2.5 亿美元),但收购不包括萨博旗下零部件公司 Saab Parts。

据悉,中日电动车联盟的成員之一为国家现代能源控股有限公司,该公司创立于中国香港,经营和建设发电厂业务;另一家成员为日本阳光投资公司,是一家专门经营高科技环境工程的公司。而双方成立瑞典国家电动车公司 NEVS 的目的,便是收购萨博汽车相关资产,此外该公司的宗旨是开发电动车、电动车零部件以及混合动力车型。

中日电动车联盟赢得这场收购战颇具戏剧性。就在此前几天,业界还普遍认为浙江青年汽车集团(以下简称“青年汽车”)将是最终的胜利者。青年汽车给出了超过竞争对手 4 亿美元的收购价。

“这个结果对青年汽车而言,是一个打击。自去年 5 月开始,青年汽车对萨博汽车的收购已经持续了一年多的时间,人力、物力投入巨大。”有分析认为,中日电动车联盟最终胜出的最大原因就是其未来专注于电动车的规划。

据记者了解,虽然通用汽车在 2010 年将萨博汽车售出,但通用对萨博汽车的资产有优先回购权,对于曾掌握其核心技术的萨博汽车,通用的想法是将其关闭,避免核心技术外泄。青年汽车一直希望整体收购萨博汽车,这就将涉及到很多核心技术的泄露。而中日电动车联盟除了不收购萨博汽车旗下的零部件公司,还专门制定了未来发展电动车的规划,这让其在收购战中占据了有利的位置。

按照中日电动车联盟的规划,收购完成后,公司首先以现有萨博 9-3 车型为基础,打造一款电动车,随后将在萨博工厂生产一款规格较小的电动车。中日电动车联盟承诺,所有的车型都将使用萨博汽车品牌销售。

虽然收购成功,但有业内人士提出质疑,因为从中日电动车联盟的组成来看,没有任何汽车生产和销售的经验,能否将萨博汽车救活,还有待时间的检验。

(钱瑜)

七成上市房企 资金入不敷出 寻求海外融资 意愿强

□ 李羊

“目前近 70%的房地产上市公司经营现金流为负值,行业整体运行风险加速累积,”中国指数研究院企业研究总监蒋云峰日前在《2012 中国房地产上市公司 TOPIO 研究报告》发布会上表示。

这份报告由国务院发展研究中心企业研究所、清华大学房地产研究所、中国指数研究院共同发布,以 125 家沪深上市房地产公司和 35 家内地在港上市房地产公司为研究对象。报告指出,2011 年上市开发企业销售业绩欠佳,除资产总额、房地产业务收入小幅上升外,运营规模类等其他指标均出现小幅下滑。同时,房地产上市企业仍然处于较高的负债水平,去化周期变长,资金回笼速度变缓,使企业面临较大的偿债压力。

从资金流状况看,尽管 2011 年几乎所有上市房企均采用“过冬”策略,通过控制拿地 and 工程款的支出,积极维持现金流的平衡。但销售回款的减缓仍在较大程度上影响了现金的整体流入,上市房企的每股经营现金流仍为负值。

数据显示,截至 2011 年末,沪深上市房地产公司的资产负债率均值为 63.43%,较 2010 年提高 0.24 个百分点;内地在港上市房地产公司的资产负债率均值为 67.43%,较上年提高 1.12 个百分点,企业负债水平仍处于历史高位。而在沪深与内地在港上市公司中,2011 年末已有 15 家企业的资产负债率超过 80%,其财务杠杆的应用空间已十分有限。

库存方面,2011 年下半年以来,上市房企的存货达 2 万亿元,同比增速超过 30%,达到近 3 年的高点。而与之对应的是,楼市成交冷清,销售回款速度变慢,现金回流压力倍增,企业资金链风险不断上升。上月,招商、万科先后收购在 H 股市场上市公司,“借壳”寻求海外融资的意愿强烈。

蒋云峰认为,在这近七成经营现金流为负值的上市公司中,有两类企业的现金流风险需警惕:一类企业产品结构单一、区域布局狭窄,对市场的反应慢,在调控下难以实现快速销售和资金回笼;另一类企业盲目扩张,市好时高价拿地、大规模开工,却没有稳定融资通道的支持,目前资金困局较难破解。

“里程忧虑”“标准空白” 中国新能源汽车推广“一冷一热”

□ 郑天虹 张琴

在中国许多一线城市,越来越多的公交车、公务用车、出租车上贴着“纯电动”、“混合动力”等字样。然而,中国拥有私家车的家庭却鲜少购买新能源汽车。这“一热一冷”的局面正是当前中国新能源汽车发展现状的写照。

自 2010 年 6 月,国家四部委联合发文推广新能源汽车示范城市,深圳、上海、杭州、合肥、长春等 5 个城市购买新能源汽车可获补贴,这在当时被业界视为新能源汽车发展“春天”的标志事件。

按照规定,25 个“十城千辆”示范城市,必须在 2012 年底之前达到 1100 辆新能源汽车。然而,截至 2011 年底,仅有上海、杭州、深圳、合肥、长沙潭地区完成了 1100 辆新能源汽车的推广工作。

另一方面,众多车企看好新能源汽车市场,但市场现状并不乐观。来自工信部的数据表明,截至 2011 年底,有 75 家车企的 361 个新能源车



型登上产品公告,但 2011 年全年实现新能源汽车产销仅 8000 多辆,与 2009 年《汽车产业调整和振兴规划》规定的 50 万辆以上的产销目标相去甚远。

广汽集团副总经理、广汽研究院院长黄向东指出,国家的规划是在 2015 年达到 50 万辆,到目前完成率很低。例如,能够享受国家给予新能源汽车私人购买相关补贴的 5 个城市销售量都非常少,最多的合肥去年是 2000 多辆。深圳是 5 个城市中力度最大的,去年销售量也仅 550 辆左右。

国家重视、企业积极,同时又是节能减排的良策,新能源汽车在油价高涨的当下理当具有更为广阔的发展空间。那么,究竟是什么原因令新

能源汽车发展陷入泥潭?

杭州一位开纯电动出租车的司机告诉记者,顾客如果要去远一点的地方他都不敢拉,因为汽车充一次电只能跑 80 公里,怕还没送到就没电了。

这实际上部分道出了新能源汽车中纯电动车的使用尴尬。黄向东说,从消费者的角度而言,首要难点是“里程忧虑”。这种车需要充电,得去充电站,如果是快充,可能半个小时才只能充 80%,还要停半个小时才能走。而且目前充电站点还很少。

前不久,深圳一辆纯电动出租车遭遇爆炸起火事件,又让很多人对中国电动汽车技术成熟度产生质疑。黄向东分析说,消费者认为电动汽车技术不成熟,因此持观望态度的多,真正动心购买的少。而新能源汽车的售价贵也是市场遇冷的重要原因之一。

目前,新能源汽车行业技术标准仍然空白,电喷系统和自动变速箱技术被外国企业垄断,阻碍产业发展。

长安新能源汽车公司总经理任勇认为,国内自动变速箱技术很弱,控制方面的技术基本为零,影响新能源汽

车的研发和推广。此外,很多发达国家都有新能源汽车标准,以规范市场和确保安全,中国尚未有相关标准。

更为关键的是,目前充电等配套设施和政策的欠缺已经成为新能源汽车推广的瓶颈。

专家建议,要真正激活新能源汽车产业发展,必须突破市场与政策困局。中国应尽快出台行业技术标准,同时出台鼓励新能源汽车产业发展的扶持和补贴政策,扩大示范城市和补贴城市的范围及力度。对于企业而言,应多注重自主核心技术研发,创新市场推广和商业模式。

5 月召开的国务院常务会议,讨论通过了《国家基本公共服务体系“十二五”规划》,其中将“安排 60 亿元支持推广 1.6 升及以下排量节能汽车”备受关注。

华南理工大学汽车工程研究所教授姜立标表示,政策看好,还需配套落实,新能源汽车的推广与发展取决于多方因素,此番利好政策能否带来“春天”,企业仍在期盼。

上山下水 地产商爱上旅游地产

□ 证时

受国家房地产调控政策的影响和旅游地产“钱景”的诱惑,继住宅地产、商业地产之后,神州大地正在掀起新一轮旅游地产的圈地运动。

有数据为证:一季度,全国旅游地产投资上亿元的签约项目近 70 个,总规模达 2600 多亿元;1~4 月份,全国房地产总投资为 15835 亿元,而旅游地产将近 1/5;百强房企中至少有 1/3 涉足旅游地产。

旅游地产并不新鲜,但最近两年房企“跃进式”地进行旅游地产开发,颇成“蔚为大观”之势,这到底是一次房地产企业的成功转型,还是又一场资产泡沫运动?

旅游地产“大干快上”

较之一般的住宅,旅游地产的特点和优势在于它是旅游业和房地产业无缝嫁接,具有更好的自然景观、建筑景观,同时拥有完善的配套功能和极高的投资价值。目前国内开发的旅游地产,主题涵盖高尔夫、海景房、山地、湖景、温泉、湿地等,根据地理地貌及自然资源来差异化打造。比如别墅、高尚复合型社区、养老公

寓、升级版农家乐、运动型度假村、主题式小镇、体验式住宿设施、旅游新区、旅游商业中心等。

继前年圈下养马岛近 7000 亩土地后,去年 11 月 11 日,在烟台国土局的一场土地拍卖中,位于养马岛位置的 6 宗地均由龙润有限公司拿下,共涉资 17892 万美元,合计人民币约 11.3 亿元。据悉,龙润有限公司实为龙湖区产旗下一公司。如此一来,龙湖去年再次毫无悬念地圈得养马岛近 68 万平方米的住宅用地,成为养马岛头号地主。据悉,龙湖进入烟台的首个项目葡醍海湾去年一经面市就创造了当地多个销售第一。

万达集团计划在长白山、大连、武汉、西双版纳、琅岐、武夷山甚至俄罗斯等地投资,预计投资规模接近 1900 亿元。其中长白山项目计划投资 200 亿元,占地面积 1834 平方公里;琅岐岛计划投资 200 亿~300 亿元;大连领衔的金石国际旅游度假区项目计划总投资 500 亿元;西双版纳项目计划投资 150 亿元。万达集团董事长王健林曾公开表示,万达集团将加大在文化和旅游领域的投资,储存未来十年的竞争优势,并在 2020 年初底实现转型,商业地产的比重降至 50%以下。

此前名不见经传的中弘股份,也联合中铁开发海口市东海岸如意岛,预估人工岛面积约 61.2 平方公里;西双版纳约 10.12 万亩,其中建设用地约为 1.47 万亩,总投资额高达 150 亿元;北京御马坊项目,2012 年 3 月开工,预计投资 100 亿元;山东微山湖国际旅游岛项目总面积约为 10 平方公里,总投资额高达 100 亿元。

今年以来,万科、万达、中弘、雅居乐等一大批房地产企业在旅游地产上面动作明显加大,在养老地产、情景旅游、度假区集群等多个领域,这些地产企业也频频发力,期待着在地产行业新蓝海挖掘更多的机会。

“上山下水”背后的利益驱动

旅游地产大多依山傍水而建,地产商这番“上山下水”,深圳阳基地产拓展总监吕龙彦向记者表示,地产企业之所以蜂拥而上旅游地产项目,首先是因为经过上一轮经济周期的大发展之后,一线城市、甚至部分二线城市可供开发的土地有限,受国家房地产调控政策影响,房地产住宅领域近几年并不景气,尤其是随着政策的起起伏伏,患上了较为严重的政策依赖症。因此,为摆脱房地产调控政策带来的

压力,地产企业需要开发新的行业蓝海。而就地产行业本身来说,经历过这么多年的发展,行业自身的盈利模式、产品特征也需要多元化,以抵御政策紧缩带来的影响,同时把行业引向更加成熟的发展阶段。

从消费者的需求来说,随着中国经济由投资驱动转向内需驱动,老百姓的收入水平越来越高,旅游需求也由过去的观光转向度假和休闲,以求得身心放松,这也导致旅游度假地产吸引越来越多的开发商关注。

不过,旅游地产方兴未艾的最根本原因,还是开发商能够低价拿地。从地方政府的角度来说,住宅地产受政策打压景气度下降,商业地产也放缓发展脚步,泡沫隐现,政府土地收入减少,而旅游地产项目比较容易获批,又满足了地方政府对土地财政的依赖,更为关键的是,由于旅游地产项目大多离市区较远,开发商的拿地成本大大低于住宅项目的拿地成本。

国内一家券商一份研究报告显示,国内某知名地产企业在西南某城的拿地平均价为 80 万元/亩,但该地区当时的土地市场价为 130 万/亩至 150 万元/亩;在北京的项目拿地平均价约为 100 万元/亩,远低于当时周边商品房 200 万元/亩的土地

成本。今年 4 月 12 日开工的西双版纳国际旅游度假区项目,总投资额高达 150 亿元,但拿地成本仅为 20 万元/亩左右,而西双版纳多数土地价格在 50 万元/亩左右。

据介绍,地产商一般都是以便宜的价格拿到土地,然后通过卖房子回收成本,再通过土地增值获取巨大收益。实际上,一些地产商如此热衷于“上山下水”,最根本的动力还是圈地圈钱。在开发商这里,以旅游地产的名义圈地要容易得多,一旦获得廉价土地,开发商可以分批做项目,同时通过包装和宣传,提升区域地块品牌知名度,获取多方面的滚动收益。

协办单位:

海南亚洲制药有限公司

董事长: 楼金

总经理: 楼金

地址: 海口市国商大厦12层

电话: 0898-66775933

传真: 0898-66700763