

策划词 | CEHUACI

房价下跌三四成,再加上利息等财务成本,大多炒房者已资不抵债。所谓温州炒房者卷土重来只是传说。

▶▶▶▶▶ [上接 A1 版]

国美:5折甩卖地产输血电子商务

说到底,“很难盘活是影响作价的重要原因。”曾给国美商都做过商业咨询的知情人士杨依(化名)透露,“当时,这个项目的奥特莱斯部分已经找了原北京燕莎商城总经理万文英过来操盘,北京雅宝路服装市场也基本谈好要进驻,但还是因为黄光裕被捕,所处地段商业气氛不足等原因而搁浅。”

地产变现输血电子商务

“国美商都这一项目搁置了三四年,早就有传闻要转卖给海航集团,现在总算尘埃落定。”有熟悉国美商都的人士向记者表示,虽然最终售价与预期有较大差距,但目前经济不景气、房地产市场低迷,这个收购金额也是双方综合考虑后达成的共识。

国美电器日前发出盈利预警,预计截至今年6月底期间将获得净亏损。这也是国美电器2004年在香港上市以来,首次出现中期业绩亏损。

国美称,由于国内外经济形势严峻,消费者信心严重不足,国内一线城市传统家电销售低于预期。另由于集团门店的物业成本属于固定成本,因销售未达到预期导致租售比大幅攀升,从而侵蚀了利润。

更重要的是,国美旗下国美网上商城、库巴网最近和京东、天猫、苏宁易购等大打价格战,目前还看不到盈利前景,亟须输血。

中国电子商会副秘书长陆刃波认为,国美终于放手国美商都项目,虽然导致国美鹏润地产业务短期收缩,但未必是件坏事,“国美可以利用这笔资金,集中精力开展电子商务,回归主业。”

陆刃波说,电子商务是国美目前发展中的一块短板,但又是朝阳产业,从长远来看,这笔资金的投入将获得很好的回报,对于国美当下的发展战略来说也是举足轻重。

视界延伸 | Shijie Yanshen 海航的算盘

国美的“烫手山芋”,海航集团甘之若饴。

这几年,“海航集团疯狂地拿地项目,但很多项目拿了之后就‘冷藏’起来。原因很简单,海航打算集到几百亿资产之后,做成一个‘商业地产’资产包,整体出售给商业地产基金等机构。”接近海航集团的知情人士对记者说,仔细研究就会发现,海航做商业地产,更倾向于收购现成物业,而不是拿地自建,“短线投资”的意图由此可见。正因如此,“海航内部有一个机制,‘无论年龄、资质,谁能拿下项目,项目就归谁’,不用考虑操作者的商业地产运营经验。”

“只要拿下国美商都之类的项目,海航就可以粉饰上市业绩报告,毕竟,重资产的投资总比‘购买飞机’更有‘钱途’。”邓国坚说,“位于广州大学城的海航YH城迄今已经更换了三批招商代理商,效果还是不尽如人意。为何?海航集团内部就没有组建商业地产运营团队,商业项目能否运作起来,这应该不是海航最关心的问题。”



“卷土重来”只是传说 温州炒房团几近“全军覆没”

□ 稿件撰写 陈周锡

◎最后的炒房团

“卖还是不卖?我现在骑虎难下,卖掉亏损更大,不卖血流不止。”望着这排华丽的房屋,有着七八年炒房经历的张鸣,在两年时间里有如从天堂坠入地狱。

在这轮被称为“史上最严厉”的房地产调控中,张鸣如今不但血本无归,甚至还要欠上一屁股的债务。

在周边朋友中,张鸣还算不错,至少还能撑着。他的几个炒房朋友,几千万资产一夜之间被银行、债权人瓜分,如今身无分文,有些不得不“跑路”。

多位温州炒房者、房产人士近日在接受记者采访时认为,之前十多年叱咤全国市场的“温州炒房团”,在本轮房地产调控中有可能全军覆没。

以温州为例,新建商品房比高价时已下跌百分之三四十,再加上过高比例融资的财务成本,温州炒房者即便现在把房子卖出去,也已经资不抵债。

◎八成炒房者资不抵债

2010年4月,张鸣以单价8.1万多元/平方米,总价近3800万元,一次性付款方式,预订了温州某楼盘一个建筑面积达400多平方米的1-4层排屋,并付了500万元购房定金。

2010年下半年,“限购令”等政策出台,但温州房地产依然狂热,并于11月底出现楼面价高达37万元/平方米的全国地王。

其间,张鸣预感政策极大转向,立即向开发商提出退房,并希望退回500万元的购房定金,但并未得到开发商允许。由于未一次性付清购房款,开发商把张鸣告到法院。经法院调解,开发商愿降价近700万出售给张鸣。在择选中,张鸣以3100多万元买下这排屋。

“这3100万全部来自周边亲戚



朋友。”张鸣说,亲戚朋友多以房产、企业等作抵押从银行融资而来,也有从民间融资而来,“他们给我月息一两分,赚取一点利率差价。”

房地产宏观调控,以及去年温州发生的民间借贷危机,使得温州房价大幅下滑。据温州多位中介人士反映,目前温州新房价格比2010年下半年房价最高位时,大幅下降了百分之三四十,有的甚至已对折。张鸣该排屋价格,也下降了三成以上。

张鸣该排屋为期房,三证不齐,且为3个产权组合,再加上市场成交萎靡,2000万都难以成交。张鸣说,就算2000万元卖掉,也完全不够“连本带息”4000万的购房成本。“我现在不想卖房,卖掉也抵不上债务,反而大家涌过来要我还贷,不卖还有个房子。”“如果当时500万定金不要了,我也就亏个500万元,最起码比现在亏损2000万元要好很多。”

张鸣说,他们所用的炒房资金,70%来自银行或社会融资,现在下跌百分之三四十,再加上融资利息成本百分之二十,即便现在把房子卖掉,还有百分之二十的资金缺口。

“亏的多,赚的少。现在,80%的人(炒房者)还套在里面,资产被掏空且已经资不抵债,只有两成温州炒房者全身而退。”温州资深炒房者陈先生认为,融资比重过大,财务成本很高,尽管之前房价翻番,但炒房者

在频繁交易中,所得利润比较有限。

一旦套牢,房价下跌三四成,再加上利息等财务成本,炒房者大多资不抵债。2010年,陈先生卖掉除杭州、温州共两套自住外的所有房产,带上孩子、老婆移居杭州。

◎七成炒房资金来自借款

据记者调查,2009年初,在通货膨胀气氛中,温州房价先于全国开始飙涨,且一直持续到2010年底。其间,温州炒房者几乎陷入疯狂状态,期房外加价几百万元司空见惯。

在2009-2010年这轮房价高涨中,温州炒房客主要由50%的企业主、20%的专业炒家,还有30%的官员和跟风者组成。温州某中介部门主管谢先生认为,企业主占比百分之三四十,专业炒家占比百分之二十,其他为官员和跟风者。

对此,多数炒家和中介人士说法不一,也难以给出详细数据及比例,但有一点可以确定,企业主、专业炒家无疑是这轮炒房的“主力军”。

高峰时,有些炒房者一年至少交易几十套。七八年来,尽管经历多次房地产调控,但对温州炒房者影响不是很大。张鸣说,以前房价比较低,一套房子交易少的赚一二十万,多的赚三五十万。

这与本世纪初,由媒体、中介等组织的“温州炒房团”,其成员组成已经发生很大的变化。当时,房价基数比较低,又加上银行贷款比较宽

松,大多握有几十万、上百万元的温州人,都会去全国各地买几套房子,出现了“全民炒房”的盛况。

但真正的“分水岭”出现在2010-2011年期间,“限购令”等房地产调控政策迭出,张鸣等众多高位介入的温州炒房者开始套牢。

由于房价快速上涨,炒房动用资金量大,一般投资人已经难以撬动。记者调查发现,之前温州高利率的民间借贷资金,一部分通过企业、炒房者流入房地产市场。一位房产中介人士说,开发商高息融资建房,炒家高息借款炒房,已经成为业界公开的秘密。

去年7月,一份中国人民银行温州市支行监测报告显示:温州约20%的民间借贷资金最终流向房地产市场。据保守估计,温州直接或间接进入房地产市场的信贷资金至少占贷款总量的1/3,而且50%以上的贷款以房地产作为抵押保全品。

在张鸣看来,企业主炒房,与“产业不景气”有极大关系。他说,自己以前办企业,亏空得很厉害,“反正是搞什么企业都亏钱”。其中,高利率让企业难以承受,某商业银行甚至出现最高月息12分多,民间借贷月息三四分也颇为平常,企业不可能把这个融资金投入生产。

于是,把企业作为融资平台,以此获得大量银行贷款,转而投资房地产、高利贷等领域,温州甚至出现“大企业造楼、小企业炒房”等比较普遍的现象。

据统计,在“2010温州市百强企业”中,40多家制造业企业,无一不涉足了房地产开发,包括鞋革、服装等知名企业。

参与人员之多,且融资比例之高,是近几年温州炒房者的主要特点。其中一些社会融资,来自房产抵押贷款等,现在炒家无力还本付息,房东只能背负沉重债务。

高比例融资,过度房产炒作,在房产调控、民间借贷危机中,温州炒房者的恐惧随之而来。

除了炒作本地楼市外,之前温州炒房者还在全国各地买房,其中以杭州、上海等地为重点,其房源占比较大。张鸣说,一线城市房产调控,房产“刹车”,30%的温州炒房者已经退出市场;剩下的一半炒房者,在房价下跌、融资成本重负下,变卖房产也已经资不抵债。最后百分之二三十的炒房者,资金链估计也只能撑到今年年底。

◎“卷土重来”只是传说

最近有传言说,温州炒房客卷土重来,深圳等沿海城市看房热门。“现在问题都解决不了,不可能去买房。”对此,张鸣、陈先生均认为,这极有可能是开发商,借用温州炒房客名义,人为炒作提振楼盘销售信心。

对此,泰和房产总经理林育、平安易居总经理姜毅、哥伦布房产总经理陈平等温州营销机构负责人在接受记者采访时也认为,这一轮房地产调控及温州民间借贷危机等,对温州炒房客打击很大,所谓其卷土重来“炒作成分过大”。



王老吉“加时赛”:醉翁之意在“地盘”

□ 王一士

原本硝烟散去的王老吉商标仲裁案,看似已经以广药胜出结束,却在上周“意外”进入加时赛:加多宝凭借一份10年前的《商标许可协议》,申请商标仲裁。

7月13日,北京市第一中级人民法院做出终审判决,广药商标保卫战成功。加多宝随即拿出一份自称“从未公布过的《商标许可协议》”,有关王老吉的加时赛,由此开始。

这场已让公众审美疲劳的商标争夺战,“加时赛”阶段足以让人疲惫:投资者、消费者,对这场没完没了的口水战,失去了耐心。

从消费者的角度来讲,换什么样的包装,这个产品都是“糖水”。从投资者的角度来讲,商标固然重要,但是更重要的是地盘:广药夺回商标只是表面上的重要,夺得地盘才是真正的重要点。

那么,广药能够尽快夺得已经被加多宝掌控的凉茶江山吗?

这要看怎么夺,目前来看,主要还是口水战层面。这对于争夺市场来讲,不仅作用不大,而且会牵扯精力。因为市场不相信说教。对于凉茶这样一种快速消费品来讲,市场相信的是产品、渠道、策略。有好的产品、完善的渠道、恰当的策略,再加上广告推广,好产品不愁卖不出去。

商标战爆发以来,广药在努力保住商标的同时,似乎更多强调自己的“正统地位”,而对于占领市场,却没有拿出有效的办法。之所以没有拿出办法,要么是没来得及重视市场,要么是虽然重视了,但没有好办法。

许多消费者在餐馆消费的时候,明明要的是“王老吉”,但喝到的却是“加多宝”。王老吉固然“正统”,消费者固然认可,但是,奈何喝不到。

在这样的情况下,口水战、商标战,甚至是法律诉讼,对于加多宝来讲,即使失败了,但这个过程却是“成功”的。因为通过这样漫长的过程,更多的人知道了“加多宝”三个字。

如果每一团硝烟之上,都写有加多宝字样,那么,口水战的胜利,对于广药来讲,可能只是浮云。

如今,本来已经结束的商标战,似乎已经进入第二轮,再次将广药置于这样一个境地:在商标上是占主动地位,在市场上占被动地位。

广药的王老吉,为什么不能很快而且大量地出现在超市、小卖部、饭店、餐馆?这才是致命的问题。

这个问题产生的原因,就是广药缺乏王老吉的产能和渠道。尽管广药签约了一批厂商,但凉茶生产线甚至包装生产线,都不是短时间内能够解决的。在这样的情况下,口水战,更多地让加多宝钻了用时间换取空间的空子。

瑞煌光电,致力打造光文化产业

□ 通讯员 周来

本报华东首席记者 宗毅

安徽瑞煌光电科技有限公司创始人、董事长吴铜国先生,作为提出“光文化产业”概念全球第一人,将东方智慧与世界LED产业发展趋势紧密链接,更将LED高效节能照明作为创意产业,来打造民族的瑞煌、世界的瑞煌,这将不仅会改善我国LED产业的产业格局,更会影响整个人类照明进程的发展。

记者从董事长吴铜国、副董事长高立新2人名片反面读出:瑞煌做什么—LED高效照明产业、光文化产业、创意发光体。带着诸多惊异,本报记者走进了位于合肥国家高新区核心示范区的安徽瑞煌光电科技有限公司瑞煌大厦。瑞煌大厦总建筑面积10000平方米,注册资本6000万元。公司设有安徽省半导体照明检测检

验中心、合肥市半导体照明工程技术研究中心、合肥市企业技术中心、瑞煌LED照明演示体验中心、瑞煌生物生长光源实验室、瑞煌照明节能工程研究设计院、安徽大学电子信息学院硕士研究生培养基地等十二个研究院所。其中瑞煌LED照明演示体验中心,是安徽省LED行业唯一,华东地区最大产业主题展馆。

“瑞煌人”坚持以人为本 比德如玉 智造低碳生活

“瑞煌人”将东方智慧与现代LED高效节能照明产业进行完美结合,将中国文化的精髓和民族图腾“玉文化”比作自己,瑞煌即:“瑞玉之光、灿烂辉煌,瑞煌团队比德于玉,以天工之美促人工之美”。

瑞煌企业依托LED光效率的技术升级、光质量的监测监控、光环境的智能管理、光文化的广泛传播,创

造绿色光环境,为社会创造财富、为未来营造空间。

“瑞煌人”视打造“安徽的瑞煌、中国的瑞煌、民族的瑞煌”为己任,将品牌文化价值链,价值再造和冲击“世界LED百强为目标,作为安徽的LED龙头企业致力于把LED产业做成最受景仰的研发制造商”。

资本对接 缔造“责任瑞煌”核心竞争力

安徽瑞煌光电科技有限公司将2012年规划为上市元年以来,就陆续接触了近百家的各类资本机构,在与这些资本接触的过程中,瑞煌人越来越清晰地知道自己所需要的资本是什么了,归纳起来就是:瑞煌人需要的合作资本必须具备与瑞煌的企业文化接近,该资本还要具备一定的品牌影响力,更要具备一定相关联的产业资源,恰在此时,具有世界影响力

的联想弘毅资本看好瑞煌LED的发展优势,决定与瑞煌人进行资本对接,而瑞煌人也唯独看好联想弘毅资本,因为联想对瑞煌的影响非常深远,对瑞煌的核心团队的影响已经渗入了血液里,尤其是联想创始人柳传志先生的企业理念更是深深地激励着瑞煌人,可以毫不夸张地说瑞煌的企业文化里面具有联想企业文化诸多的基因!

瑞煌的企业文化同时也与其他民营企业一样,其企业文化具有很深的创始人痕迹,瑞煌的企业瑞煌更是显著地体现出了创始人吴铜国董事长自身对技术、对品质的苛刻要求所形成的工程师文化烙印,伴随着创始人的事业发展和视野的开阔,加之吴铜国董事长对LED产业和节能环保产业的独特理解,这种技术+文化+责任的底蕴叠加效应,更将瑞煌文化提升到了一个全新的高度即“责任瑞煌”精神!