

万科 2013 拿地金额 700 亿创新高

■ 张晓玲 报道

虽然 9 月以来,万科董事会主席王石不停警示楼市的风险,但无论是在土地市场还是在销售市场,万科自己都用迭创纪录的数字来呈现公司的高歌猛进。

10 月份,几乎所有的地产分析师都上调了万科 2013 年销售业绩的预测,普遍在 1800 亿左右,乐观者更预判万科今年销售将达 2000 亿。同时,万科的拿地金额也创下历史新高,目前权益买地额已达 700 亿。

“今年的市场明显好于前两年,相对于碧桂园等公司,万科的表现并不是最出彩的,业绩增长也只是市场的正常反映。”接近万科的知情人士称。面对保利、绿地、恒大等新晋千亿级房企的夹击,万科要持续保持业内“老大”的地位,仍然需要在快速增长和提升效益间保持平衡。

市场带来的“礼物”

尽管后来者来势凶猛,但万科仍然用自己的业绩坐实“老大”之位。

相对于恒大、碧桂园今年可能新晋千亿阵营,保利、中海外、绿地冲击 1500 亿,万科已向 2000 亿靠拢。

安信证券分析师万知认为,保守估计万科全年将完成 1800 亿的销售规模,若公司在四季度加大推盘力度则有可能达到 2000 亿。

若真如此,则万科从 1000 亿增长到 2000 亿,只用 3 年时间,年均增速超过 30%。而过去 3 年房地产一直保持调控不变。

高速增长的销售更多是市场带来的礼物。CRIC 数据显示,前三季度,龙头房企普遍完成年度销售目标的 70%以上,万科完成约 76%,中海外、碧桂园已提前完成 100%。在一些万科内部人士看来,公司的业绩表现“还不够好”。

分市场来看,火爆的北京、广深区域贡献良多。截至 9 月底,万科北京公司已完成 100 亿销售,刷新历史记录;广深区域预计销售金额接近 400 亿元。

手里有粮心中不慌。万科不断地加大拿地力度。数据显示,1-9 月,万科累计新



增项目 77 个,权益地价款 629.5 亿元,已为 2012 年全年权益地价款 430.3 亿元的 1.46 倍;若加上 10 月份新增的佛山和北京地块,则年内拿地金额已超过 700 亿。

对于拿地金额创下历史新高,万科内部人士认为,公司的经营策略实际上一直没有变化,认为价格合理及风险可控就会去拿地;事实上,在 2012 年,万科的拿地策略曾被认为“保守”,错失了一些发展机会。

相对于 1-9 月份近 1300 亿的销售额,按照万科董秘谭华杰的观点,公司拿地金额占当期销售额的 60%以内可谓安全。

从拿地分布来看,万科目前已进入近 60 个城市,是一线房企中区域分布最为均衡的公司。针对一线城市地价、房价高企的现状,王石最近警示了其中的风险。从万科的举动来看,其在一线城市的动作并不多,且以郊区拿地为主。

“北京地区接下来仍然有拿地意向,主要是把量做上去,预期利润并不高。”一位接近万科的银行人士透露,北京万科正通过其所在的银行融资,为拿地做准备。

不过,有长期关注万科的投资者认为,截至目前万科新增项目平均楼面地价 3233 元,较 2012 年平均拿地成本高 100%,相对于 1-9 月的销售均价 117 万 / 平方米,地价成本占到 276%,如果未来市场调整,房价下跌,将蚕食公司的利润空间。

为何周转率越来越慢？

万科总裁郁亮认为,从长期趋势上看,房地产行业的毛利率下滑不可避免,公司也不仅仅采用利润率指标来考核,而更看重 ROE(净资产收益率)等指标。

经历 2008-2010 的下滑后,万科全面摊薄的 ROE 在 2011 年回升至 18.17%的水平,2012 年 ROE 增至 19.66%,为 1993 年以来的最高水平。在 2013 年中期业绩会上,万科管理层表示,预计年内 ROE 仍将保持增长。

ROE 指标很大程度上取决于资产周转率,但记者查询发现,万科 2007 — 2013 年中期的资产周转率持续走低,均低于 0.5,其对资金的利用率呈下降趋势,2013 年一季度大幅下降至 0.04,中报回升到 0.10,按照万科往年资产周转率表现来看,半年周转率通常是全年的 1/3,则今年万科资产周转率可能在 0.3 左右,这仍然显著低于过去 7 年的平均水平 0.37。

资产周转率反映的是一家公司对于资本的利用效率。2003 年万科的资产周转率曾达到 0.57,意味着当时万科大约投入 2 元钱能做 1 元的生意。而在过去的 10 年中,“均好中加速”成万科的一个重要战略主题。但为什么万科的资产周转率反而越来越慢?

万科有关人士指出,首先是精装修业

务的大幅增长,在整个业务结构中精装房已经占到 90%左右,这虽然使得现金回款提前,但延长了结算周期,拖慢了资产周转率。

还有分析人士将之归结为万科不断增持的商业地产。从去年到现在,万科各大区域公司旗下诸多商业地产项目试水进入建设期,而商业地产在建设阶段,需要占压大量现金,导致资金周转率变慢。

此外,今年上半年各大城市的限价政策导致万科推盘放缓,从拿地、开工到销售变现的周期拉长,也是资产周转率变慢的原因。

根据万科内部“净资产回报率×净利润率×周转率×(财务杠杆+合作杠杆)”这一公式,万科不得不用更多的合作来提升财务杠杆,促使 ROE 的提升。

这已反映到财务报表中。截至中报,万科资产项目中“其他应收款”余额为 330.72 亿元,比年初增加 64.88%,主要原因是合作方往来款项增加。

“我们在资本的运用能力上与海外公司仍然存在明显差距。”万科公司内部人士坦言,这也是万科走出海外与新鸿基、铁狮门等公司合作的原因:向对方学习如何提高资金利用效率,如何用一块钱做更多的生意。

王石更指出,未来的房地产行业就是融资和资本运作能力的竞争,没有几千亿的融资平台很难继续保持领先。

中投证券分析师李少明指出,在房企融资放开有条件向建设安居房、普通性住房的房企倾斜背景下,万科具有较强的融资优势。如果万科 B 转 H 完成,则对公司估值有很大提升,更有助于资产周转率加快。

瑞银证券分析师李宗彬预计,万科 2013 年新开工面积将达到 1,750 万平米,同比增长 22%,2014 年可售资源将快速增长,业绩持续高增长可期。

过去两三年来,万科的角色定位已经悄然转向,从住宅开发商转为城市配套商。多位分析人士认为,万科未来要保持行业持续领先的地位,除了销售额的增长之外,还要看其商业地产方面的运营能力,以及在住宅开发与商业地产之间的资金协调能力,这对万科是极大的挑战。

曝陈年被投资方下最后通牒

■ 南鸢 报道

一条“拖欠供应商货款”的消息近日将凡客诚品再次推到了风口浪尖,这已经是该公司第 N 次陷入“资金链”危机传闻之中。对此,凡客 CEO 陈年通过微博紧急回应传闻不实,称存在一些误会。尽管极力澄清,但此次拖欠供应商货款风波并未彻底平息。

据市场最新传言称,凡客正在进行第七轮约 2 亿美元的融资,小米科技的雷军或接盘凡客。此外,有凡客离职员工向记者爆料,投资方已对陈年下了“最后通牒”,不排除更换 CEO 的可能。对凡客而言,如何缓解钱荒,如何实现盈利,似乎已成两大挥之不去的魔咒。

多舛凡客再闹“钱荒”？

自电商经理人王泽旭爆料,有凡客供应商声称如果 14 日前凡客再不结账,将采取过激行为之后,这家公司的负面消息便接连不断。有媒体报道称,一家今年与凡客签约企业今年 6 月产品上线后,原先约定账款每月一结,但截至 9 月 30 日没收到任何一笔结款。国庆期间,七八个商家一起去找凡客催款,但都无功而返。此外,还有消息称,凡客拖欠李宁公司上千万货款,拖欠部分网店的货款也有五六百万,有客户甚至在办公室围堵陈年……

一名皮具供应商也向南都记者透露,其押给凡客的 5 万元“质保金”如同石沉大海,追不回来了。“原来跟你们对接的财务专员手机停机,负责箱包品类的营运专员也走了。我们在广州,不可能总飞去北京追款吧。”

除了“钱荒”传闻,凡客还陷入大裁员风波。“这一次凡客内部整合的‘手术’太大了,时尚女装、箱包皮具等非核心的品类部门,做手机客户端的平台事业部等全都端掉了,最近这 1-2 个月,凡客走的人特别多。”从凡客离职的管理层周正(化名)告诉记者,每次运营策略调整之后,都是人事剧变。“根据最新计划,从这个月开始,凡客所有合作品牌商的扣点从原来的 5%调整为 10%,合同重签。第三方品牌的招商全部归属到 V+ 事业部,品牌商原来在凡客平台开出的店全都要关掉。”

凡客回应难消市场怀疑

自 2011 年冲刺 IPO 失败以来,凡客每况愈下:除亏损让资金链一直紧张外,接连不断的高管辞职也让管理团队处于动荡之中。如今,凡客再次陷入“钱荒”传闻。

对于种种传言,陈年在微博上回应称,“没被堵,也没被围。有合作伙伴来,握手聊天也很善意平和。凡客运转正常,主要在围绕六周年庆和 2014 年春夏规划忙。有一些改变,这个说来话长。也有一些误会,主要因为部门调整沟通不畅。”在接受记者采访时,陈年表示,凡客之所以最近部门调整,在于一些部门人员太多,需要进行优化。“今日已与一些供货商进行沟通,说明为何会出现拖欠货款情况,问题很快会得到解决。”

凡客公关部一位人员告诉记者,凡客的确存在供应商要账款的事情,这是由于内部架构调整,加上 9 月公司搬家造成部分供应商货款支付迟滞。不过,国庆过后,公司开始向一些商家付款,本周以来,付款力度更大了。

而对于大裁员的说法,凡客诚品副总裁刘开宇给记者的回应证实了这种说法。“从 10 月份开始,我们上调了扣点,希望借此整合掉一批不适合凡客平台销售的品类,给其他品牌让出更多的资源空间。也因为上述整合,我们需要把所有供应商的店铺整合到 V+ 的后台系统中去,以方便统一管理。”

“一直亏损没有造血能力”

不过,凡客的回应还是很难打消市场的怀疑。互联网业内知名人士、著名 IT 评论家贾敬华告诉南都记者,“凡客一直在亏损,没有造血能力,资金紧张是必然的。从凡客的运营情况来看,搬离市区,也是资金紧张、压缩经营成本的表现。”贾敬华告诉记者,拖欠货款,意味着凡客的运营出现问题。“凡客一直存在重视营销,轻视产品体验的格局。好声音学员的广告的确响亮,但无法帮助凡客摆脱低价的品牌形象。对于此次欠款危机,尽管凡客发表声明是人员调整和办公室搬迁导致的拖延,但这一解释太勉强,说服力不足。”



苹果将迎首位女高管

■ 杨可瞻 报道

顶级奢侈品巴宝莉的 CEO 阿伦德茨将于明年加盟苹果零售部,这不仅足后者历史上首位女高管,更标志着这家硅谷巨人将专注于全球渠道扩张以及差异化的客户体验。

据外电报道,巴宝莉确认,其首席执行官安吉拉·阿伦德茨将离开公司,并于 2014 年前往苹果担任零售和线上商店的高级副总裁,这意味着阿伦德茨将直接向苹果首席执行官库克汇报工作。

据记者了解,阿伦德茨空出的职位将由 Christopher Bailey 在 2014 年年中接替,后者从 2001 年开始一直是巴宝莉的首席创意官。

资料显示,阿伦德茨自 2006 年开始在巴宝莉担任首席执行官,在此之前就已经积累了出色的管理经验,先后担任过唐纳·卡兰总裁、丽兹·克莱本执行副总裁以及 Limited Brands (维多利亚秘密内衣的母公司)的执行副总裁,无一例外,三家公司都以做女装闻名。

阿伦德茨的到来,对苹果这家硅谷公司到底意味着什么?

事实上,阿伦德茨既不是巴宝莉的家族成员,亦不是创始人,却通过惊人的数字化营销方式带领巴宝莉在短短数年期间,跨入顶级奢侈品之列。

她是怎么做到的?答案就是将此前的许可销售模式转变为垂直一体化的管理模式,从而全面提升供应链和 IT 链的效率,比如将公司所有团队集中在一起办公;推出覆盖全球的卫星自动控制系统;稳定公司与供应商的关系等。

Enders Analysis 驻伦敦的一位分析师本尼迪克·埃文斯表示,“阿伦德茨的到来,将为苹果带来零售方面的管理能力,特别是在奢侈品方面的经验;相比之下,此前的零售部老总 John Browett 更专注于成本控制,这与苹果的期望不太符合。”

苹果目前正在经历一场海外开店潮,特别是在中国,今年第三财季,这家硅谷公司有 41 亿美元的收入来自零售渠道,有意思的是,阿伦德茨与苹果并非第一次合作,就在上月,巴宝莉才用 iPhone 5S 作为伦敦时装周拍摄工具。

“这一独立标志着苹果正在加强其品牌和零售体验”,独立分析师 Richard Windsor 称,“苹果希望做出差异化,并给予消费者不同的购物体验。”

海南企业家协会冷明权作品《远古大帝》电影北京开机 邀请好莱坞特效大师助阵 耗资 8000 万打造 3D 中国远古

■ 特约记者 王惠璋 报道

近日,由李智导演执导,根据海南省企业联合会、海南省企业家协会执行副会长兼秘书长,海南著名作家冷明权所著《远古大帝》改编,演员陈龙、蓝盈莹、顾又铭领衔主演的科幻题材电影《远古大帝·大舜传奇》在北京举办开机发布会。该片还特别邀请到好莱坞 3D 视觉特效大师——Keith Collea 担任影片的 3D 特效总监,力求能为观众呈现一场中国风式的 3D 视觉盛宴。

耗资 8 千万 打造 3D 版中国远古时代

《远古大帝·大舜传奇》电影讲述了上古时期尧的部落经历了洪水的袭击,舜带领的两位兄弟寻找一个适合族群生活之地的奇幻冒险故事。这是我国首次将尧舜时期的经典故事搬上大银幕,并且全程采用全 3D 技术拍摄,力求把观众带入电影中切身感受立体效果,体验一把上古原始人的生活。据悉,该片投资已超过 8 千万,并力主在包括置景、后期特效制作、服装造型设计等重要环节均精益求精。

为力求 3D 立体影视效果,投资集中体现在外景搭建这一环节上,由于其特殊故事背景,要还原上古时期的场景必须要多方考究。因此制作组耗时数月在北京郊区某影视基地挥金千万,搭建了数千平米的景地,只为更好的还原上古时期的生活场景,并向观众全方位的展现当时的文化气息。

此番邀请到 Keith Collea 担任 3D 特效总监,全权负责该片的后期特效制作,也是该片的亮点之一。这位远道而来的外国特技大师,不仅为包括《生化危机 5: 惩罚》、《加勒比海盗 4》、《异形 4》等多部家喻户晓的世界级大片担任特效制作工作,更是全球首批 3D 特效指导。发布会现场 Keith Collea 表示,能够参与到《远古大帝·大舜传奇》的制作中,对自己来说是一次特

殊的体验,他在采访中称:中国电影现在正在突飞猛进的发展,让自己感到十分欣喜。能够来到中国帮助导演完成他们对于 3D 电影的期望,还原一个中国远古大帝,也正是自己的愿望。

大银幕首次上演尧舜神话

导演李智本次构思的古老故事主题也是别出心裁,中国观众看惯了西方国家历史中的宙斯、阿克琉斯等神话电影,对于我国上古文化的故事相对比较陌生。对于导演为何选择要拍摄这样一部电影,也成为到场媒体最为关注的焦点。

对此,李智也在采访中答道:每个民族都有他们最为绚丽多彩的文化,而先贤时期的中华民族也一直是吸引我的,把这个题材搬上大银幕并不仅仅是为了能够满足我们对于上古时期的臆想,更是为了能够将多绚丽多姿的中国文化展现给观众,让观众通过大银幕感受到,原来我们自己的文化丝毫不逊于那些外国电影作品中臆想出来的世界。李智表示此次讲述大舜故事方式会与以往影视剧有所不同,将从一个全新的角度讲述大舜的故事。

因出演《甄子传》走红的青年女演员蓝盈莹,在《远古大帝·大舜传奇》中,将饰演一个英姿飒爽的古远侠女,蓝盈莹要完全颠覆在《甄嬛传》中愁眉苦脸的浣碧形象。蓝盈莹饰演的远古侠女秋果是一个虚构的人物,和大舜一样,为了自己族人的生命在寻找历山的过程中与大舜相遇。之所以会选择蓝盈莹出演这个重要的角色,是因为蓝盈莹眼神里会透露出一种坚定和信仰,蓝盈莹从形象上清纯温婉,骨子里却流露出一股劲头,这种气质和导演想象中的秋果很是贴切。演员陈龙、顾又铭身着戏装,以结实的肌肉、冷峻的眼神和神秘的图腾妆容,亮相发布会,看起来相当霸气威猛,气场十足。

在谈到本片的投资问题时,该片总