

6 公司调查 Investigations

乐视“搅局”汽车制造业 硅谷建研发团队

■ 李儒超 报道

12月10日,乐视宣布今年1月到10月超级电视销量为142万台,并表示将会深度参与广电主导的TVOS系统中。

在海外战略上,乐视宣称其云平台已在北美、欧洲等多个地区落地,未来乐视网将全面开启全球化。而对于外界关心的乐视See计划,乐视方面称,将通过完全自主研发打造中国人自己的互联网智能电动汽车,并且已在硅谷建立了阵容“豪华”的研发团队,与谷歌也有人才和技术交流。

此外,乐视还表示,未来将会把超级汽车方面的研究成果与国内民族企业共享,而近期其旗下车联网公司的Leui Auto系统将会面世。

2014 年电视销量将达 150 万 拟深度参与 TVOS

据乐视公布的数据,今年1月到10月乐视超级电视销量达142万台。此前919乐迷节,超级电视单日销量据称为10万台;而乐视双十一在天猫的销售额达1.58亿元,位居天猫同类品牌第一。

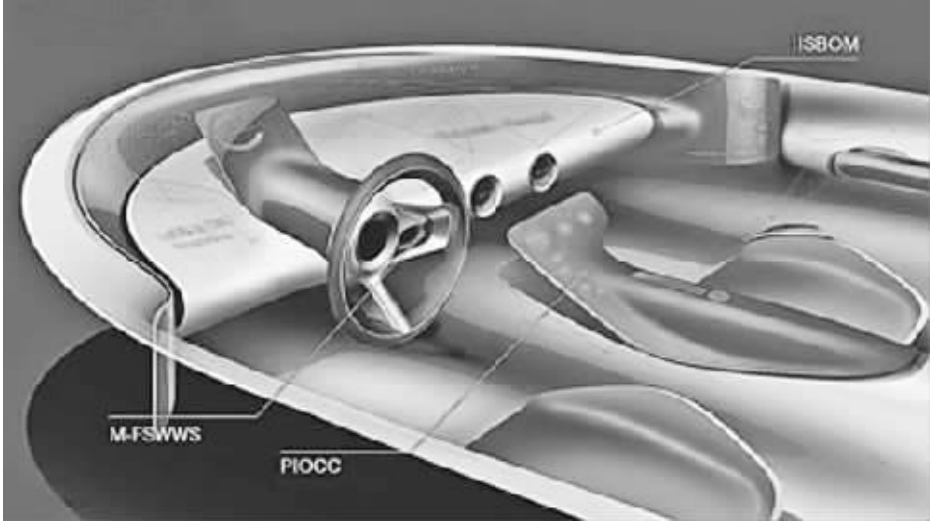
乐视TV高级副总裁梁军表示,目前网民每网购三台电视就有一台超级电视,到2014年年底,乐视超级电视的全年销量预计将超150万台。

不过乐视TV副总裁表示,鉴于今年将提早达到150万的销售目标,双十二期间乐视将不会参加天猫、京东任何一家的大促,即便是在乐视商城,也不会用降低价格的方式进行营销,而是力争去提供额外的服务。他透露,双十二时,乐视将进行一定量的现货回馈,但不会降价。

对于超级电视接下来的走向,梁军用“新产品,新技术,新尺寸”来概括,他还认为,明年将迎来智能电视领域的决战,智能电视的渗透率将达到85%,而乐视的保有量将会是500万台。

同时,摆在乐视面前的机会是,在语音、体感等技术上发力,“将超级电视的成功复制到更多智能硬件”。而在尺寸上,梁军称,“乐视从未用高中低端来区分产品,而是依照场景来划分尺寸”,明年在新尺寸的拓展即在使用场景上的扩展。

除了超级电视,今年一度被禁的乐视盒



子能否重新上线同样令人关注。事实上,在被广电点名批评并勒令下架后,在今年七月,乐视即与重庆广电及重庆有线签订战略合作协议,积极申请互联网电视内容服务牌照。

然而该牌照的申请进度,乐视方面只表示一直在争取,什么时候能发下来得看广电一方。

梁军进一步表示,事实上,乐视目前“已经学会了如何与广电系进行合作,也认识到只有竞合而非竞争公司才能发展”。对于接下来与广电的合作,梁军称乐视将深度参与广电系主导的TVOS,而不仅仅是一个旁观者。但具体合作详情,会在接下来一个合适的时机公布。

视频服务在海外落地 乐视网将全面开启全球化

除了国内市场,今年乐视在海外市场也动作频频。两个月前,乐视在香港正式售卖超级电视,并宣称1000台X50Air用了9分38秒就全部售罄。

在张志伟看来,乐视的海外战略并不会仅仅局限于香港,而是一个全球策略;而海外扩张的业务线,也并不局限于乐视超级电视,明年乐视盒子也将开启海外之旅,更大层面上,包括乐视网在内的全部业务,都将陆续开启海外扩张战略。

据介绍,目前乐视云平台已经扩展到北美、欧洲,以及马来西亚、新加坡、台湾、香港等亚太地区,这也就意味着,乐视的互联网视

频服务将会在这些地区落地,海外用户将随之增长。

然而,乐视方面也坦言,由于乐视网目前的内容仍以华语为主,所以其海外用户依旧主要为华人。这也是目前乐视海外战略的一大局限。

除了全球扩张战略,乐视还表示公司还有多个层面的计划,诸如增加智能硬件品类。据了解,乐视近日发布了旗下既超级电视后的首款智能硬件乐小宝,并宣布进军亲子服务领域;而乐视手机、空气净化器的传闻早已满城风雨。

不过,对此乐视方面仍旧三缄其口,只表示会在合适的时间推出这些产品。不过对于体感配件此前在乐视商城的热卖,乐视方面回应称,对于这项销售排行第一的配件,乐视已经在研发第二代,同时该项配件将成为乐视体系更加重要的部分。

此外,梁军还表示,未来将在超级电视的更多产品线引入4K;而进军游戏市场、发力更精准的商业广告以及打造配件+应用的新生态都已提在日程上。

要做中国人自己的汽车 团队与谷歌有技术交流

然而,目前最受瞩目的乐视动态,或许并不是超级电视,也并非其新推的智能硬件,而是近日贾跃亭正式宣布的乐视“See计划”。据介绍,See计划即乐视的超级汽车计划,乐视方面声称,将通过完全自主研发打造中国

人自己的互联网智能电动汽车。

乐视总裁助理姜东阁向凤凰科技坦言,此前贾跃亭在海外名义上是进行海外扩展,其实其60%的精力都花在超级汽车的布局上。这也是乐视既超级电视之后最大的布局。

据介绍,超级汽车的硅谷研发团队十分“豪华”,成员主要来自传统汽车制造业、智能硬件、电动车、互联网等四个领域,并包括宝马、奔驰、特斯拉等多家公司的专家。乐视车联网CEO何毅还透露,超级电视还与谷歌有不少人才和技术上的交流。

谈及乐视为何要跨界去做汽车,何毅称,很大程度上还是因为行业内尚没有一家成功的车联网公司。乐视布局车联网,一方面是希望给自家的超级电视做软件上的支持;另一方面,乐视瞄准的是全行业,希望像超级电视一样,建立一个类似的汽车生态系统,而这个生态系统,何毅称,将会是一个“面向全球的汽车互联网生态”。

具体来讲,何毅表示乐视将会在近期发布Leui Auto版本,在硬件出来前软件先行。在这个车联网软件服务上,乐视不会完全沿袭超级电视的做法,而是在做资讯外还会提供一些特别的服务。何毅同时认为,乐视的汽车计划将会让显示屏不仅仅是显示,而是成为一个承载互联网数据的交互系统。

而对超级汽车硬件的现状,姜东阁则表示,乐视现在已经有了多项知识产权,这些知识产权完全是自主研发;并且将来乐视还会像特斯拉那样,将与国内的民族企业分享研发成果,立志打造中国人自己的汽车。此外,他还透露,超级汽车的相关许可证申请已经在进行中当了。

而被问及一手打造出超级汽车的贾跃亭,姜东阁表示,贾跃亭在超级汽车的事情上下了很大决心。据介绍,在提出超级汽车方案后,董事会的大部分人都持反对态度,但最终超级汽车还是顺利进行,十分不易。

此外,对于贾跃亭的回归时间表,乐视方面称,此前在香港手术的贾跃亭已经完成了第一疗程的治疗,但具体何时回归现在不好说,还是得看其治疗和恢复状况。

然而,姜东阁向记者坦言,“事实上,贾总何时回归已经完全不重要了”。他表示,目前乐视的高管团队已然成型,各个业务线已决策委员会化,已经不再需要贾跃亭亲自来拍板。

万达上市之后:文化和电商将成新引擎

■ 荆宝洁 报道

“首富”眼中的未来,与大众看到的景象间横着一道时间墙。墙的这一侧,人们津津乐道于王健林(万达集团董事长)和马云(阿里巴巴创始人和CEO)谁会站在财富榜的最顶端;墙的另一侧,王健林看到的是,未来5至8年,将出现一家年收入或达6000亿至7000亿以上的国际化、智慧的庞大公司。但是,为了到达那一天,必须先以独特的姿势成长。

12月10日,大连万达商业在香港公开发售,并计划于12月23日在香港联交所主板挂牌交易。瑞信、中金和汇丰等机构预测万达总市值可能超过3000亿元人民币。

万达商业上周一举办的路演投资者午餐推介会上,万达商业创始人、实际控制人王健林亲自出席撑场,据称,会场内一席难求,不得不用“发筹”的方式限制人流。

从路演现场传出的消息显示,万达商业地产的招股价格介乎41.8-49.6港元/股之间,集资额250.8-297.6亿港元,低于此前投行60亿美元融资额的预期。

值得关注的是两处变化。最新的招股说明书显示,万达在上市资产包中纳入广州万达城、剥离包括西双版纳旅游项目等三个旅游项目。另外,万达电商35%股份注入上市公司。

加法与减法

万达商业地产招股说明书显示,为入股拟成立的万达电商,万达商业地产与Wanda Investment Holding Co. Limited成立了一家名为Wanda Information的企业,以持有万达集团及关联公司在万达电商中所占的70%股权。Wanda Investment Holding是王健林名下全资公司,与万达商业地产各持有Wanda Information 50%的股份。借助万达商业地产IPO,全新的万达电商也将迈进香港资本市场。

今年8月23日,大连万达集团与腾讯、百度订立战略合作协议成立电商公司,三者分别持股70%、15%及15%股权,总投资50亿元,其中10亿元为股本,剩余40亿元将在3年内注资。“腾百万”的电子商务合营企业,意在建立一个从网上到网下,即O2O(线上到线下)的电子商务业务模式,预期主要实现整合腾讯、百度及其关联公司经营的若干网上业务和服务,及大连万达集团与其关联公司从事的网下业务和服务,还有基于大数据的合作等。

万达商业以41.35亿元的价格,剥离其



持有的西双版纳国际旅游度假区、青岛万达游艇产业园及大连金石国际度假区三个旅游地产巨无霸项目。收购方是万达控股公司。

据万达商业最新招股书显示,2014年万达的公司拥有人应占预测综合溢利,从9月版万达招股书提出的不少于199.33亿元,大幅提至240.27亿元;投资物业预测公允价值收益也从此前的66.98亿元上升为97.25亿元;公司拥有人应占预测综合溢利从原先的132.35亿元提升到143.02亿元。

这意味着,万达商业的核心净利润提高了10.67亿元。西双版纳等三个项目总土地面积493万平方米,建筑面积889万平方米,其中绝大部分还有待开发。除了青岛万达游艇产业园在今年上半年有些许盈利之外,其余两个项目都在亏损,其中西双版纳项目因为还未开盘,尚处于亏损期。不止一位分析师提到,万达的腾挪是出于估值的考虑。旅游地产项目投资周期长、投资金额大,但目前的资本市场接受程度有限。

尽管如此,万达商业地产的上市,仍将是香港今年以来最大的IPO,超过此前中国广核集团31.6亿美元的规模。

现实与未来

近几年,万达广场建设速度有加快的迹

象。截至2014年9月30日,万达商业已在中国29个省份的114个城市拥有超过170个物业项目。有投行分析师认为,这些物业将在2015年以后为万达带来稳定的租金增长。

10月31日,在第100座万达广场开业典礼上,王健林说,第100座万达广场的开业,代表着品牌的成熟。万达早已超越了早期发展阶段,他最大的追求是在国外也能看到万达的标志。规模、智慧(打通线上线下)、国际化是他看重的。

2013年,万达频繁增加在文化旅游领域的投资。王健林在接受媒体采访时指出,文化旅游是没有天花板的行业,而类似万达广场的综合体领域竞争已经十分激烈。危机感促使他不希望固守原来的领域。人流如织的长白山国际度假区,更让他相信复制这种商业模式并不困难。

但投资人看重的是触之可及的现在。分析师关注的细节是各种数据。譬如,每年还有多少个万达广场开业,投资多少资金,产生多少租金收益。一笔又一笔的投资,资金从何而来。王健林不止一次在专访场合回答相似的问题。

然而,这些都不是最关键的。十年前,无一人想到,万达会以今天的姿态出现在众人面前。其商业模式不同于任何一家房地产公司,全世界范围内也找不出相似者。与此同

时,外界的质疑声从来没有间断过。造成认知分歧的根本在于,对万达发展模式的理解,以及如何评估它的未来。

“快”和“规模”,在王健林看来是万达最大的优势。记者此前了解到,以万达厦门湖里项目为例,整个项目现金流入(不考虑贷款现金流,包括销售回款和政府补贴)48亿元,现金流出(不考虑贷款现金流,包括土地、建安、土地增值税、所得税、销售费用、管理费用、财务费用等)42.9亿元。前期建设借入11.3亿元开发贷,1年之后偿还,销售回款足以维持现金流平衡。现金流入扣除现金流出后,净取得5.1亿元。此外还有大量商业物业自持。

在获取土地、开发建设、银行贷款、商管招租、酒店管理方面,规模的优势显而易见。规模使得产品、品牌库等可以快速标准化复制,迅速扩张。规模优势进一步提升品牌效应,使万达的产品在各地受到地方政府欢迎,可以在战略性区域以具有竞争力的价格取得优质土地。融资方面,得益于规模和财务表现,银行融资成本较低,且可以获取无抵押的信用贷款。大规模使得万达员工基数大,人才储备充沛,可以保证人才供给。

第200个万达广场开业,在王健林看来也只是时间问题。“中国没有任何一个企业可以做到像万达一样,短时间内可以对一个区域达到这么高的投资强度。”王健林在昆明说。

在中国的城市化进程不会变,政治体制、经济体制都不会发生巨变的大背景下,这样的高速扩张模式仍有广大市场。而奔跑中的万达,并不最看重资产的收益率指标。在同行们迟疑、纠结、观望、准备之际,万达广场早以低成本进驻了全国最主要的城市。随着时间的推移,租金提升以及资产增值被视为不过是水到渠成的事。

在昆明,王健林还透露说,未来他自己将主攻文化产业、电子商务。“其他的产业不是不抓,(只有这两个项目)我亲自来搞,希望这两个产业成为未来万达新的支柱产业和利润增长点。”王健林说。

数据显示,2013年,万达广场客流量超过12亿人次,且增长迅速。此前,王健林曾对外勾勒一个轮廓,就是整合腾讯、百度的技术与万达集团及关联公司线下资源,包括百货公司、电影院、卡拉OK厅以及酒店业务,建立一个基于大数据运营的庞大的O2O平台。禁锢人们想象力的是,关于O2O,全世界范围内,还没有一个企业找到成熟的盈利模式。

为了更加贴近国际资本市场,进一步提高公司治理水平和透明度,成为一个国际性的百年企业,所有的取舍不过是策略性的,也终将成为未来的注脚。

出售资产重组团队 四川长虹进军智能手机

■ 岳琦 黄丽 报道

一度成为国产手机前三甲的长虹手机如今已黯然失色。而在四川长虹2011年提出的大智能战略中,智能手机是长虹的必争之地。

经历10年沉浮,如今四川长虹决心重整旗鼓再战智能手机市场。12月10日,四川长虹公告称,因与其他股东存在战略分歧,拟出售所持绵阳国虹通讯数码集团有限责任公司(以下简称国虹通讯)45%股权,并同意子公司出售另外两家涉及手机业务的公司股权。

在业内人士看来,四川长虹的一纸公告使其与“国产手机教父”万明坚的分歧公开化,长虹曾试图控股国虹通讯,但未能如愿。显然,四川长虹此番动作意在“另起炉灶”。

四川长虹方表示,长虹对于独立运作智能手机已有准备,甚至在研发团队、操作系统、核心应用、软件测试等层面均有布局。

决裂“国产手机教父”

历经多年的尝试,四川长虹对国虹通讯的控股计划终告落空。如今,四川长虹最终选择出售其持有的国虹通讯全部股权。

12月10日,四川长虹发布公告称,拟出售所持有的国虹通讯45%股权,公司全资子公司长虹(香港)贸易有限公司(以下简称香港长虹)出售所持有重庆国虹科技发展有限公司(以下简称重庆国虹)和深圳凯虹移动通信有限公司(以下简称深圳凯虹)各13.5%股权。

对于出售手机业务资产的原因,四川长虹在公告中明确表示,是由于“公司与国虹通讯的其他股东在手机发展战略和产品定位方面出现了较大分歧”。

在业内人士看来,自此,四川长虹与国虹通讯董事长万明坚之间的分歧走向了“公开化”。

早在2005年,四川长虹主导成立国虹通讯,进军手机市场。曾一手打造出TCL手机销售“神话”的万明坚加盟国虹通讯并出任董事长。此后,国虹通讯及其控股子公司重庆国虹和深圳凯虹一直负责经营“长虹”品牌手机。

值得注意的是,引进万明坚的同时,四川长虹将国虹通讯55%股权出让给FINEVIEWGROUPLIMITED等3家境外公司。但万明坚与上述3家公司的关系一直未被披露。

在数字功能手机时代,被业界称为“国产手机教父”的万明坚带领长虹手机取得不俗的销售业绩。消费电子产业观察家梁振鹏向记者称,“虽然现在长虹手机在国产手机中可能连前十都排不上,但长虹手机曾经在国产手机占比能排到前三。”

2011年,随着长虹提出大智能战略,手机业务也逐渐成为长虹战略布局的关键,但长虹和其他股东在国虹通讯控制权上却互不相让。2012年7月,四川长虹试图增持国虹通讯及其重要控股子公司的股权,改变国虹通讯2005年组建以来长虹一直无法实现控股的局面,但却遭到国虹通讯其他股东的拒绝。

四川长虹此次公开与万明坚方面存在分歧,在梁振鹏看来对四川长虹来说是好事,“分歧公开后,四川长虹就能建设自己的手机体系了。”

长虹“另起炉灶”早有准备

“虽然四川长虹一直强调国虹通讯是其子公司,但四川长虹与万明坚为代表的股东方面更像是合伙关系。”对于如今的僵局,家电行业观察人士刘步尘分析认为,因为各自发展诉求不同,国虹通讯的手机业务已经不能满足四川长虹的战略需求。

主打家电产品的四川长虹近年来一直试图构建起家庭互联生态链,智能手机显然是必不可少关键环节。因为一直无法实现对国虹通讯的控股,四川长虹似乎早有另起炉灶的准备。早在2012年5月,长虹集团就与富士康、百度、中国联通签订四方协议,共同打造智能手机,而这一系列关于手机产业的合作,均是以长虹集团为主导,并未出现万明坚团队及国虹通讯的身影。

梁振鹏亦向记者透露,对于今天这个局面,四川长虹是早有预见的。

10日,四川长虹方面向记者发来邮件称,四川长虹对于未来独立运作智能手机业务实际上已经开展了相应的准备工作。目前,长虹已经确定了长虹手机核心技术研发方向、价值定位和差异化特色,研发核心团队、操作系统、服务平台、手机安全、核心应用、软件测试等层面也均有布局。

虽然在软件、人才、品牌、分销渠道等方面具备传统优势,但四川长虹似乎已经错过了最佳时期。梁振鹏表示,四川长虹已经错过了2010年、2011年发展智能手机的好时机,现在进入这个领域不得不面对增速放缓、竞争加剧的局面。

梁振鹏认为,四川长虹可以借鉴其他国产手机的发展路径,先走中低端市场,“中低端市场还存在较大成长空间,而高端市场目前还没有办法与苹果、三星抗衡。”