

企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 24 版

第 149 期 总第 8307 期
统一刊号:CN51—0098
邮发代号:61—85
全年定价:450 元
零售价:2.50 元

2015.6.8

星期一
乙未年 四月二十二
热线电话:400 990 3393
官方微博:weibo.com/jrwb
weibo.com/jlrbs

安徽全面取消限购限价 楼市利好频传

◎6月2日晚,安徽省住建厅发布《我省出台促进房地产市场平稳健康发展的意见》,提出全省取消限购和限价。

« [P11]

本期导读 Highlights

工业和信息化部强基工程 4980 万元支持资金落户北重集团
北重集团特殊钢产业再获国家支持

6月1日上午,在工业和信息化部举行的 2014 年工业转型升级强基工程签约仪式上,北重集团董事长、党委书记李建平与工信部规划司司长肖华正式签订国家强基工程《超越临界火电机组 P92 大口径厚壁无缝钢管工程项目》合同书,获国家支持资金 4980 万元。

« P2

工商助力微企
保护涪陵桫欏自然生态环境

工商多年来教育黄诚微型企业户,不忘保护桫欏自然保护区外的生态环境,不能发生林果木、农业大面积虫害,断水源、泥石流等严重威胁桫欏自然保护区生态环境安全的事件。

« P3

铁建劳模周宏
打拼路上的领头人

周宏团结和带领广大干部职工披荆斩棘、砥砺前行,一路打拼,硬是让这家濒临倒闭的企业实现了转型、产业升级、规模扩大、效益提升、职工幸福的跨越发展。

« P4

央行推大额存单产品
推进利率市场化

央行 6 月 2 日发布公告:为规范大额存单业务发展,拓宽存款类金融机构负债产品市场化定价范围,有序推进利率市场化改革,中国人民银行制定了《大额存单管理暂行办法》,现予公布,自公布之日起施行。

« P9

身份未确定 “专车”被异化

6月2日,北京市交通委运输管理局等三部门约谈滴滴,明确指出该公司的“滴滴专车”及“滴滴快车”业务,使用私家车和租赁车配备驾驶员,从事客运服务,违反了现行法律法规的规定。

« P12

滦平:
守着金饭碗却只能要饭吃

守着 8.98 亿吨已探明的矿产资源,却被戴上了国家贫困县的帽子,这让河北省承德市下辖的滦平县感到很无奈。

« P15

王健林的投资逻辑: 撒一张遍及全国的商网



对于战胜竞争对手,王健林很有自信:“我们需要通过轻资产运营,尽快地屏蔽竞争者,争取五年之内把中国的地级市和主要县城扫一圈。一个四五十万人口的城市,万达建在中心,别人就算有胆量去,那肯定也会活得极其艰难的。”



■ 杨旭然 报道

在这个传统经济秩序松动、新兴产业涌动的时代,万达集团自我更新与颠覆的速度,就像万达广场的建造速度一样迅猛。

以往重金投入不动产的万达集团,近两年开始着力投资相对较轻的、但影响大、附加值较高的文化、体育产业,并在互联网方面进行了一系列布局。收购西班牙马德里竞技队股权,买下世界体育营销龙头企业盈方,组建“腾百万”收购快钱支付,王健林不拖泥带水的行事风格一如既往。

今年 1 月 14 日,万达商业地产宣布,与光大安石、嘉实基金、四川信托和快钱公司签署框架协议,四机构将出资 240 亿元人民币,建设约 20 座万达广场,万达“机构出资、我建广场”的轻资产运营模式正式启动。

“万达做轻资产模式,不是因为中国房地产市场卖不出去,也不是我对中国的房地产市场长期不看好。核心的问题是,我想尽快扩大规模,只有通过轻资产的途径,才能帮助我走的更快。”王健林坦言万达的轻资产模式,远非“去房地产化”那般简单。

109 座已建成的万达广场,2156.6 万平方米的累计持有物业,6586.2 万平方米的施工面积,5341 亿总资产——如果说这些庞大的数字代表了重万达时代的积累,那么如今万达已更加注重体育带来的影响力、文化产品的独特体验和 O2O 消费的线下垄断式入口。这些难以复制、稀缺的资源,是万达未来真正看重的投资方向。王健林的独到投资逻辑或许是万达过去 20 多年总能提早转型的重要原因。

为何要在此时选择
推进轻资产模式加速逆势扩张

与很多人的第一印象不同,万达借力机构资金做轻资产运营,并非因为看淡房地产市

场,反而是希望能够灵活运用社会资金,用更快的速度,完成对三、四线城市的广场布局。

这种类似“借鸡生蛋”的运作,实际是一种准金融投资行为,在整个地产项目投资的过程中,万达改变了先前拿地、投资、建设广场和配建公寓、写字楼和商铺的固定模式,转而靠投资方的净租金和商铺的分成盈利。

从租金收益的角度来说,这些建在三、四线城市的万达广场和大城市看起来相差甚远。但如果从回报率方面来看,这些广场拿地成本较低、投资额相对较少,与大城市相比不一定差得太多。据悉,北京通州的万达广场开业租金回报率就达到了 10%,而在王府井这样寸土寸金的地块,由于项目之后的成本极高(每平米七万元左右),回报率和通州的项目差的很远。

而资本最看重的,恰恰就是回报率,双方一拍即合。

方圆地产首席市场分析师邓浩志对记者表示,万达在选择地段方面有独到的眼光,但如今在三、四线、甚至四、五线城市进行布局,在如今房地产市场难言火热的情况下,也存在一定风险。

2015 年中国统计局的最新数据显示,中、西部城市的商品房销售数据分别下降了 10.4% 和 3.9%。数据支撑之下,对万达加速下沉持怀疑态度的人不在少数,那么万达为何要在此时选择推进轻资产模式,加速逆势扩张?

“我们通过最近的三年发现一个现象,来自一线城市的增长在放缓,不管是消费还是文化都在放缓,恰恰来自三、四线城市的增长在急速提升。”王健林认为,大城市消费增长的放缓,和三、四线城市快速的发展状态形成了鲜明的对比。

面对这种去中心化的增长局面,尽快全方位布局,利用品牌优势和规模优势占领三、四线城市市场,就成为了万达的核心目标。

王健林告诉记者,万达在全国所有的省、主要的三、四线城市,甚至已基本齐备,100 多座

骨干广场已经建成。如果要尽快把中国地级市和主要县城全部占领,依靠自有资金就显然无法完成速度上的提升,需要更好的利用外部机构资金。虽然这会导出部分利润,但万达显然对于布局速度更加看重。

中国商业地产联盟秘书长王永平说,万达在行业内嗅觉最灵敏的善于转型。如今开始轻资产化运营策略,除了降低企业负债比率之外,实际上更重要的是看到了中国商业地产行业的一个重要拐点正在形成:市场竞争核心由开发层面转向运营层面。这意味着万达在三、四线城市,面对当地传统购物中心将显示出强大的竞争优势。

另外,王永平认为,目前短期来看商业的供应量很大,但其有一个最重要的规律,就是具备商业替代性,永远有机会。做的比别人好,就有取而代之的机会。这时资本只要依附于一个最专业、运营能力最强的公司,就仍会有下一步机会,这也是为何金融机构会与万达合作的原因。

对于战胜竞争对手,王健林很有自信:“我们需要通过轻资产运营,尽快地屏蔽竞争者,争取五年之内把中国的地级市和主要县城扫一圈。一个四五十万人口的城市,万达建在中心,别人就算有胆量去,那肯定也会活得极其艰难的。”

如今,万达在已有的运营优势之外,还在努力开拓着下一个差异化竞争利器。

遍及中等规模城市的
商贸网络正在形成

未来,在万达的布局计划完成之后,一张遍及中国中等规模以上城市的商贸网络将会形成。这个线下实体网络的规模是空前的。

由一线城市沉淀而来的中高端商品流通体系、先进的体验式消费体系,将第一次覆盖到数量众多的三、四线城市,乃至大型县城。大量中高端消费品牌、新奇的体验式消

费项目,将跟随万达广场一起,从“骨干城市”向下迁移。在这个过程中,万达的物流体系、O2O 网络建设、互联网金融业务同步推进,将在一定程度上释放三、四线城市中高端消费潜力,改变其商贸体系相对的落后现状。

王健林坦言,这种新的商业地产运作模式出现的根源,在于电商对传统商贸体系的冲击。在电商兴起之前,万达并没有这种扩张的迫切性。当面对电商竞争,决定要自己做电子商务的时候,就发现了规模的重要性,也就是要有足够的商家,足够的客流与会员。

但线上电商的竞争格局已经基本确定,贸然进入抢夺用户,无疑将面临更为艰难的局面。因此,他最终决定充分利用自身优势,走出一条与传统电商不一样的扩充规模道路:线下扩张。打造与互联网企业的线上入口不同的“线下入口”模式,并以 O2O 方式实现线上、线下协同。

更具想象空间的是,万达通过其本身的商业地产资源,应用到体育、文旅、影视等产业中,有机结合起来,可以形成一个庞大的生态系统。实际上,这个布局正是以商业地产为基础的、以 O2O 为线上粘合剂的、可以接入各类商业、文化类服务项目的线下服务入口网络。

在这样的谋篇之下,一个具有服务入口性质的消费体验终端将在各个城市遍地开花,成为一种和水、电、网络一样的基础设施。正如《从零到一》的作者彼得·蒂尔所言,“竞争”是留给失败者准备的。眼下的万达似乎正在逐渐成为线下消费体验王国的不二入口,离竞争者越来越远。

王健林在 2014 年公司年度工作总结大会上强调,“万达将进入用企业品牌、商业资源、专业能力赚钱的阶段”。可以预见,万达意图把多年积累的庞大商贸网络和业务体系,在网络的黏合下形成一个有机整体,以形成一个线上、线下并重、物质文化消费协同发展的产业体系。

伊贝实业
—中国高端鞋靴领跑者
http://www.js-yb.cn

双汇 **火腿肠** 肉松融合 美味之选

iPhone, android 手机扫描二维码下载安装

企业日报微信公共平台二维码
企业日报社手机客户端 APP—太阳岛二维码

本报常年法律顾问为闫永宁律师
手机:13609110893

上海红岩汽车 红岩汽车 商用车领导者

向步欧洲科技 引领重卡动力

热烈祝贺
红岩杰狮扬途版牵引车隆重上市

客服热线:400-811-7768

精品小酒

好兄弟 干一杯

强势打造中国小酒领导品牌

宜宾五粮液股份有限公司 WULIANGYE YIBIN CO., LTD. 400-6363-699