

融创 150 亿救急 乐视资金困局暂解



贾跃亭和孙宏斌(右)

■ 刘钊

拿到 150 亿元“救命钱”的贾跃亭又办了一场声势浩大的发布会，发布会上的贾跃亭明显没有了此前几个月脸色的暗沉，完全恢复了乐视资金问题爆发前的轻松自然，数度微笑卖萌，甚至来了兴致还与发问的记者逗乐。这份情绪的放松源于终于落地的 168 亿元融资计划，其中融创中国就拿出了 150 亿元救急。

贾跃亭一唱，称“这是乐视历史上第一次引入真正意义上的战略投资者，真正意义上的二股东。融创的投资一次性解决了乐视的资金问题。乐视目前‘万事俱备，只欠资金’，这笔钱对乐视生态第二阶段发展有巨大推动作用。”

孙宏斌一和，表示“乐视别的都不缺，就是缺钱。这次的投资资金，能够解决乐视体系除汽车业务以外的所有资金问题。”

看上去，双方的合作发布会宾主尽欢，各路媒体的刁难都不能消除彼此结合初始的那份“坚贞”。

贾跃亭: 乐视营收有望千亿美元

1 月 13 日，乐视网公告称，乐视网、乐视致新与乐视影业将引入战略投资者及其他投资人合计资金约 168 亿元，其中 150.41 亿元来自融创中国。

当时的公告并没有解释这笔钱怎么用的疑问，在 15 日的发布会现场，贾跃亭终于说出了对于这笔“救命款”的详细安排，“这 168 亿中大约有 70 亿会在上市公司体系内运转，剩下的 100 亿将全部投入到非上市公司体系中，如全球化、手机等的非上市子体系内。”

也就是说，虽然乐视手机、乐视体育等业务表面上没有获得融资，但是仍然会在这笔难得的“救命钱”中分一杯羹。

至于这笔钱到底能给深处资金问题泥沼中的乐视带来什么，贾跃亭称，“引入融创的战略投资，会帮助我们改善公司经营、完善治

理机制。150 亿资金到位，有助于我们一次性系统解决资金短板”。

不过他也没有忘记像往常的发布会一样，作出梦想家的姿态喊口号，“希望通过我们的努力，为融创及全体股东创造十倍、甚至是百倍的回报，让乐视网能够成为 A 股市场上第一个营收超过千亿美元的民营企业。”（2015 年乐视网营收为 130.17 亿元人民币）

对于目前乐视体系下各项业务的状况与未来，贾跃亭分成了不同板块加以解释。

在乐视手机、乐视电视等智能硬件业务上，贾跃亭表示，乐视进入第二阶段，不会再对智能硬件进行补贴，会要求智能硬件销售快速走向正毛利与正向现金流。

面对乐视业务上最为烧钱的汽车部分，贾跃亭显得还是有些底气不足。贾跃亭在此前接受媒体采访时已经说过 FF91 量产还需 100 亿元，而根据证券时报·e 公司记者粗略估算，乐视造车的资金缺口大概在 250 亿元到 350 亿元之间。

贾跃亭则称，“乐视汽车的 Pre-A 轮融资已经结束，A 轮融资很快正式启动，已经有前瞻性投资者关注乐视汽车，希望未来几个月内有融资方面进展。”

此前乐视体育曾因为欠款问题被传出被停播英超比赛的传闻，不过贾跃亭显然对旗下的乐视体育还是相当有自信。他表示，乐视体育也很快会开始下一轮的股权融资，甚至有乐视体育的上市计划。乐视体育在行业已经是遥遥领先，乐视体育的资本规划，在未来合适的时间内也会逐步公布。

至于此次折价较多出售的乐视影业股权，虽然乐视影业 CEO 张昭认为是行业遇冷情况下的正常价格，但是贾跃亭则不以为然地回应称，“乐视影业目前已经做到全行业第二，并且是 2016 年影视行业增速最快的公司。如果拿乐视影业和同行上市公司做对比的话，乐视影业的估值岂止 90 多亿，300、400 亿都不够。乐视影业估值的前后变动是因为估值标准的不同。”

孙宏斌: 交易价格都是老贾定

与贾跃亭的欢欣鼓舞不同，孙宏斌的表述虽然幽默，但是也句句透露出生意人做生意的精明。

在此次投资乐视的交易价格上，孙宏斌说，“我们谈价格特别简单，都是老贾定的。一开始打算投资 110 亿元，60 亿元认购老股、50 亿元定增新股，后来乐视那边觉得 110 亿元不够，并且由于定增有不确定性，乐视现在缺钱需要现在解决，所以最后敲定了 150 亿元，并把定增新股放进乐视致新。”

看起来增加几十亿元投资在孙宏斌那里并不算什么，融创中国的执行董事汪孟德的一段表述可以看出 150 亿元也确实“不费吹灰之力”。他是这样说的，“150 亿元是一笔不小的投资，但对融创现阶段现金流来说不是一个问题，我们到去年年底有 600 亿元现金在账上，150 亿元在财务上不是一个压力，也就是买一两个项目的钱。”

至于为何融创选择投资乐视的非汽车板块，孙宏斌反复强调了自己不懂汽车这一点。“这次我们先解决乐视体系类非汽车的资金问题。自己虽然看好中国汽车市场，但是这次交易时间太紧，并没有时间仔细研究”，孙宏斌如是解释不投乐视汽车的逻辑。

好话说完，孙宏斌还是表达了自己作为第二大股东的要求，“虽然没有强制的业绩对赌协议和业绩承诺要求，但是乐视要改变治理结构。比如当乐视汽车出问题时候，不能如此大幅度地影响乐视网的股份。”

资料显示，在这次交易完成后，乐视网将通过董事会新增投资决策委员会、管理委员会、增加战略投资者的董事会提名权、设置专职总裁或 COO 等方式进一步完善上市公司的法人治理结构。在乐视网，融创将提名非独立董事和独立董事各 1 名，重组后董事会总席位保持 5 名，增加投资决策委员会和管理委员会，融创分别提名 1 位成员。投资完成后，公司章程也将进行修改，对董事会审批的重大事项范围重新界定，并规定重大事项须超过董事会 2/3 成员同意方可批准。

而在乐视致新和乐视影业当中，融创也将分别提名 1 名董事，重组后的董事会总席位分别为 3 名和 7 名。

虽然明面上，孙宏斌反复说自己作为第二大股东不会对乐视产生什么影响。但是据行业人士分析，融创拿出如此庞大的资金在此时为乐视救急，未来极有可能谋求对乐视三大板块主体的经营、投资和财务决策产生影响。

乐视网将于 1 月 16 日复牌，这对于贾跃亭来说又是一场不得不应战的战斗。

而在融创注资乐视网的公告中有这样一项条款也能看到融创对于乐视网股价与贾跃亭股权质押的些许担忧。这一条款要求，贾跃亭需要在 12 个月内降低手中质押股份到 50%。

何顺根: 在市场竞争中升华个人价值

■ 徐真理

没有竞争，就没有市场，竞争越激烈，就越能升华一个人的价值。在当今杯壶市场这个竞争激烈、“拼杀”残酷的舞台上，浙江淳安临歧瑶山人、义乌市淳安商会常务副会长何顺根可谓是一个成功的商人。他从当初的三轮车送货工摇身一变成为现在的杯壶行业大老板。他在义乌国际商贸城精心打造的“贝佳亲”品牌玻璃杯专营店去年年销售额突破 1000 多万元。目前他经营的自主品牌“贝佳亲”太空杯、真空杯等系列产品已畅销国内外。同时已与国内多家金融机构和知名企业建立长期合作关系，成为他们指定的玻璃杯定制供应商。

何顺根告诉记者，他 1994 年来到义乌，起初仅靠打零工，踩着三轮车帮人送货维持生计，后来也许是上天对他的特意眷顾，于 1997 年在驻义乌的富光玻璃杯企业找到了一份包吃住的工作，主要是替老板送货。当时虽然每月工资很少，但至少有份安心稳定和解决温饱的工作。送货很艰辛，每天早上 7 点多就开始踩着三轮车送货，晚上临时加班到深夜也是常有的事，有时在高峰期，即使在凌晨一两点也得起床为客户送货。天气晴朗时还好，要是遇到雨天泥泞路滑送货更是吃力，叠在三轮车上的货物因路滑屡屡处于失控状态，好几次险些栽跟头。但无论何种情况下，他都会认真真真地去做好这项工作，按照客户的要求及时送到货运点和外贸公司指定的仓库，为客户交上一份满意的答卷。因此也深受老板的器重，他很快从基层晋升到了管理层。日复一日，年复一年，他在 13 年的送货生涯中，着实体会到了栉风沐雨、风餐露宿的辛劳，同时也激发了他的创业梦想。

2009 年，何顺根开始了人生的第一次转



何顺根(左)向客户介绍自家产品

群英汇聚 共谋鞋业未来 “新时代下鞋业变革之路”高峰论坛在温州举行



鼎力咨询创始人周剑东



浙江卓诗尼控股有限公司董事长吴显义



金佰川连锁董事长李秀业

■ 本报记者 许强

身处新时代，温州鞋企如何变革规划？发展有何机遇？鞋类零售业又该如何转变思维模式、拓展渠道？日前，由鼎力咨询主办的主题为“预见未来，新时代下鞋业变革之路”的高峰论坛在温州举行，国内业界群英汇聚，共谋鞋业未来发展格局。

2017 年是推进供给侧结构性改革的深化之年，互联网浪潮的兴起更将制造业推入了调整期，新的鞋业生态圈业重建已势不可挡。作为中国鞋都，这些为亟待转型升级的温州市传统鞋业转型带来明灯。当前，一方面是传统的鞋业实体专卖不断倒闭、关店，连锁专柜、鞋城销售业绩普遍下降，批发商大量出局，中国鞋业正面临巨大的挑战和变革；另一方面则是以优衣库、名创优品、海澜之家、热风、无印良品等为代表的快时尚品牌发展迅速，业绩不断提升。

面对新经济时代下的新零售、新消费、新商品、新途径、新模式，温州市传统鞋业品牌该何去何从？现场，不少嘉宾不约而同地提到“产品”、“匠心”、“转变”等关键词。记者就转型、零售和电子商务融合共赢等问题跟五位行业大咖进行面对面的问答。

▼ 嘉宾声音

鼎力咨询创始人周剑东 从正向思维向转向思维转变

当前经济、消费、生产的变化，这一切都促使我们思考鞋业的未来变更之路。时代变了，我们变了吗？我认为如今鞋企要一切从“消费者在哪里，需要什么”出发来思考，来倒逼店铺、商品、组织架构的改变，要从正向思维向转

向思维转变。未来消费者不再追求低价，低价的时代已经过去，他们更关注商品的价值。而作为销售商要去找最好的商品，就是找到拥有最优想法的生产厂商，而不是找款式；作为生产商，就要寻找最靠谱的销售商。

卓诗尼品牌董事长吴显义 制定适合自己的战略方针

预见未来，但无论未来如何，我们都应该积极应对。现在行业竞争激烈，大家都知道不好做。但越是在这样的格局下，企业更应该制定好自己的竞争和业务战略。无论是零售商还是生产商，都要制定适合本企业的方针政策，包括要分析自己有哪些长处和优势，应该做什么，决定放弃什么。我们还要对企业的未来进行思考，尤其是明确自己要塑造的核心能力和优势。但我觉得无论未来发生什么，商业的本质是产品，所以要回归本身。鞋业的未来在温州，我还是坚持把这双鞋做好。

金佰川连锁董事长李秀业 要生产也要会销售

现在各种平台很多，但最终还是要有好的产品，可以说产品不好，什么都百搭。好的产品需要考虑线条、做工、皮料、舒适度等等，各方面缺一不可。但现在我们可以看到，很多不错的产品销售业绩还是平平，为什么？因为好产品还需要懂得销售，因为鞋子不会说话，普通消费者并不能很快辨别。以前我们以生产为驱动力，但看国外许多知名企业，他们既做生产又会销售，同时拥有好的工厂、团队、经营模式、顶级设计师等，这些都值得我们借鉴。



鞋世界导刊-主力传媒董事长范玉杰 打造品牌才有竞争和引导力

2017 的发展趋势，我认为首先是鞋业需求端发生变革。需求增长、结构变化，消费者更注重审美，同时需求外溢，海淘兴起。鞋业驱动力也将发生转变，先是产品驱动代替渠道驱动，2007 年至 2012 年开始资本驱动，而从 2012 年开始已经进入设计驱动，消费者更追求时尚潮流。此外，品牌驱动能力增强。当前我们最大的问题在于“不能引导潮流”，产品有了品牌的驱动力才有竞争力和引导力。

杰豪集团总裁戴德利 新时代下鞋企要不断学习

过去叫做改革的福利，如今经济已经进入新常态。在这个时期我们说重走“长征之路”，强调“长征精神”；而对鞋企来说，新时代的变革之路怎么走最重要的是不断学习、不断创新，只有这样才能把握时代赋予的机会。我个人比较乐观，我们是时代的幸运儿，目前在温州的传统行业之中最好的还是鞋业，真正的“鞋都”仍在温州。



鞋世界导刊-主力传媒董事长范玉杰



杰豪集团总裁戴德利