

# 文化地产推进迟缓 中凯文化佛山项目拿地9年后拆除重建

本报记者 许永红 广州报道

佛山南海区千灯湖板块,是当地近年迅速崛起的区域。随着多栋大楼拔地而起,位于千灯湖板块的广东金融高新技术服务区也已现雏形。不过,在这片繁华之地,

## 佛山项目拆除重建

“因为项目的设计方案更改了,项目已建物业现在正在拆除,预计建设时间要4年,物业属性还是商业办公。”

近日,记者走访广东金融高新技术服务区了解到,中凯文化商务港项目拿地多年仍未建设完毕,仅是盖起了低矮的、水泥墙的商业裙楼。近期,该项目也正在进行拆除工作,昔日被当地居民视为“烂尾楼”的地上部分已被完全推平,几台大型机器正在开展碎石的工作。而在一个巨坑之下的地下建筑,墙面颜色灰暗,多处生锈钢筋裸露出来,周边杂草丛生,俨然一处荒弃的工地。

资料显示,项目所处位置为佛山南海区桂城金融高新技术服务区B区A-02宗地。2010年5月底,中凯文化竞得该地块,土地用途是商务金融兼容批发零售用地、

## 项目推进缓慢

中凯文化官网显示,文化地产是中凯文化的重要业务之一,目前在广州和佛山拥有三个项目。

涉足文化地产领域近十年,中凯文化的收获并不多,旗下重要项目的推进相对缓慢。

2010年,中凯文化正式进军文化地产,首个项目便是当年拿下的中凯文化商务港,而这个项目现在正在拆除重建,入市时间仍要在4年之后。

中凯文化官网显示,文化地产是中凯文化的重要业务之一,目前在广州和佛山拥有三个项目,除了上述佛山项目,还有中凯文化创意园(广州番禺区)、中凯文化创意园(广州白云区)。广州项目中,番禺区别项目已经在2017年完成所有单元的招商,白云区项目却与佛山项目一样也是在建设中。

自称为“佛山千灯湖上的新地标”的中凯文化商务港项目此时却正在拆除重建。

一位在当地工作的居民告诉《中国经营报》记者:“原本盖了几层楼,荒置好几年了,很显眼,也就是最近这几天才开始拆除的。”

其他商服用地,总用地面积达3.4万平方米,容积率为4.2,而成交总价仅为6456万元,折合楼面地价约457元/平方米。

拿下地块的2010年,中凯文化也在佛山南海区成立了广东中凯文化商务港投资开发有限公司,用于投资建设中凯文化商务港,总投资金额为12亿元,建筑面积共13.8万平方米,项目是由大型商业楼及写字楼裙楼两部分组成的大型综合商业体,将打造成为集广告影视、动漫网游、文化产权交易、文化创意产业投融资服务于一身的文化总部基地。

2011年7月,中凯文化商务港

上述佛山项目是广东中凯文化发展有限公司(以下简称“中凯文化”)开拓文化地产的首个项目,但拿地9年后,却处于拆除重建的尴尬局面。中凯文化相关项目公司工作人员告诉记者,拆除原有物业是因为项目设计方案更改,建设时间预

项目正式开工建设。相关报道显示,中凯文化董事长郭子龙彼时对外表示,该项目的写字楼部分高达160米,定位为超甲级新型写字楼,未来将成为国内首屈一指的动漫、创意产业商务基地。

按照当时的计划,中凯文化商务港分两期建设,首期商业建筑设有摄影棚、演播厅、电影城、动漫衍生品主题商场和文化产权交易场所等设施,预计2012年完成。

彼时,中凯文化也对中凯文化商务港的未来发展充满期待。据《珠江时报》的报道,2011年4月,郭子龙透露,当时公司已与香港不少金融机构进行了沟通,将借助香港

计需要4年。

佛山项目建设进展不甚理想,是中凯文化在文化地产领域发展迟缓的一个缩影。作为公司主要业务之一,文化地产至今未能取得较大突破。对于相关布局和规划,中凯文化方面并未回应记者。

发达的金融平台,促进佛山南海区的文化产业发展,而中凯文化商务港项目投入使用后,将在运作中寻找一些优秀的南海区文化企业推动其到香港上市,为文化产业插上资本的“翅膀”。

不过,中凯文化商务港的建设随后搁浅了下来,当时所建物业目前也将被拆除。对此,记者致电项目公司广东中凯文化商务港投资开发有限公司了解相关情况,其工作人员表示:“因为项目的设计方案更改了,项目已建物业现在正在拆除,预计建设时间要4年,物业属性还是商业办公。我们要准备重新动工了,现在相关审批工作正在进行。”

区的快速发展。广东金融高新区坐落在千灯湖片区,规划面积18平方公里。目前,广东金融高新区已建起多栋高楼,不少物业已对外营业。即使是与中凯文化同期拿地的智富大厦、荣耀国际等多个项目,也已相继建成使用。

官方数据显示,2018年,广东金融高新区引入欧时集团商务服务中心、佛山市金融投资控股有限公司等157个项目,增幅较去年同期增长超1.6倍,新增投资规模超316亿元。截至2018年底,广东金融高新区核心区共引进项目523个,总投资规模超1010亿元,资产管理规模超7800亿元。

## 市场竞争升温

随着旅游业的快速发展,多家房企将眼光瞄准了缺口较大的文旅地产。

前瞻产业研究院指出,文化地产是一个复合地产概念,它是以文化产业为内容,房地产为载体的地产形态。从广义上讲,文化地产应当包括商业地产、住宅、宗教地产、博物馆、旅游地产、教育地产等一系列具有鲜明文化特色和文化主题的地产形态。

相比9年前,文化地产的发展已经发生明显变化,市场竞争日益升温,除了产业园和创意办公空间,文旅领域目前也是众多实力房企发力深入布局的方向。

据观点指数研究院的统计数据,2019年上半年,以特色小镇、文旅综合体、度假区、景区、主题乐园为目的建设的文旅地产投资,新签约、开工项目104个,项目涉及的总投资金额8301.95亿元。当中,新签约项目83起,涉及投资金额6507.15亿元;新启动开工项目21个,涉及投资总金额1794.8亿元。

房地产第三方研究机构克而瑞在相关报告中分析,随着旅游业的快速发展,原有基础的旅游设施已经无法满足产业需求,多家房企将眼光瞄准了缺口较大的文旅地产。

克而瑞指出,旅游行业的快速发展使得相关配套缺口逐步扩大,对房企而言是优质的投资机会,“房企可以依托地方文化软实力和旅游资源,结合地产开发打造文旅项目,经测算,文旅项目的利润率可达30%到40%。2018年底,销售TOP30强房企中已有17家企业参与。”

在这场逐鹿文旅地产的竞

赛中,融创中国的表现强劲。其先是在2017年7月以438.44亿元收购万达文旅91%的权益,随后在2018年10月,又以62.81亿元获得万达文化管理100%股权,从而将万达的文旅和商业运营管理团队收之麾下。

另外,恒大、万科、雅居乐、华夏幸福等房企也在文旅地产方面有所布局。其中,经过近年的多元化探索,恒大已形成了以民生地产为基础,文旅、健康养生为两翼,新能源汽车为龙头的产业格局。2019年3月,雅居乐副总裁王海洋在业绩会上表示,将重点聚焦文旅、康养和休闲体育三大核心产业。

中国城市经济专家委员会副主任宋丁对记者表示:“传统的房地产发展路线已经不太好了,受到政策方面的诸多阻碍,为了谋取新的发展,房企就会寻求新的发展通道。文旅是一个国家大力支持的方向,房企可以从中找到一些发展机会,这也是很多房企介入文旅地产的一个重要原因。”

资深地产专家刘忠岭也向记者称,文旅地产符合政府支持旅游业发展的产业政策,中央及地方政府对文旅地产是支持态度,并且不少地方政府对文旅地产的支持力度较大,“做文旅地产,对于房企来说,融资较容易,拿地成本也比较低。”

同时,宋丁指出,要做好文旅地产,房企要改变观念,改变经营模式,必须认真对待文旅地产,以产业为主导,把旅游资源利用起来,其中也要平衡文旅和地产的关系,兼顾产业和经济。

# 阳光城朱荣斌:千亿规模后将品质打造为核心竞争力

文/顾望无

在2018年跨过千亿门槛之后,阳光城越走越稳。

2019年8月1日,阳光城集团股份有限公司(000671.SZ,以下简称“阳光城”)发布了2019年中期业绩报告。报告期内,公司当期实现营业收入225.11亿元,同比增幅48.03%,归母净利润14.49亿元,同比增长40.52%。

截至2019年6月末,阳光城实现合约销售金额900.73亿元,已经实现全年1800亿元销售目标的50%以上;其中权益销售额为577.12亿元。

## 踏准节奏半年销售逾900亿

半年报显示,2019年1~6月,阳光城录得合约销售金额达900.73亿元人民币,同比增长约28%,达成预定全年1800亿元销售目标的50%。数据显示,2019年上半年,阳光城福州区域、上海区域、浙江区域销售金额均突破百亿元。

在逐渐降温的市场环境下,阳光城取得这一成绩则得益于对政策调整和市场形势的判断。在一季度,阳光城提出了“开战即决战、月是年关、半年当一年、一年是两年”,实现开门红。此后,又在4月底及时发起了“51行动”,即把“5个月1千亿”作为目标。在此激励下,阳光城在6月份单月销售超200亿元。

在销售保持持续增长之时,阳光城利润同步提升。报告期内,公司实现结算营业收入225.11亿元,同比增长48.03%,合并归属于上市公司股东净利润14.49亿元,同比增长40.52%。

除踏准销售节奏之外,阳光城在补充土地储备方面也充分把

握住了机遇。对于2019年下半年,阳光城集团执行董事长兼总裁朱荣斌表示,坚持“规模上台阶、品质树标杆”的既定战略,有信心完成全年目标。事实上,朱荣斌透露,“加上认购未签约,实际上上半年阳光城已经过千亿。”并直言“希望三季度结束达到去年的业绩水平,这样在四季度做的都是增量”。

已经踏进了千亿俱乐部的阳光城,下一个目标是什么?朱荣斌在业绩沟通会上说:“公司现在‘有点大’,再过两年真正做到‘有点强’,把这个公司做成又大又强的一家企业,这是我未来的发展目标。”

握住了机遇。

2019年上半年,在“稳地价、稳房价、稳预期、防风险”的政策导向下,阳光城始终坚持“三收三支”策略,保障经营安全。

“在投资规模上,我们始终坚持以收定支,2019年上半年投资拿地金额近273亿元,占同期销售金额约30%。”朱荣斌介绍道,“在投资节奏上,我们精准把握市场窗口的小周期;在投资方式上,加大旧改和一二级联动项目拓展力度。”

2019年上半年,阳光城以权益对价273亿元合计补充土地储备约527万平方米,预计货值902亿元,新增土储权益比例由去年末的55%上升至80%,为日后提升权益销售额以及归母净利率打下了基础。

截至2019年上半年,阳光城土地储备总计4396万平方米,储备货值5467亿元,其中一二线城市可售货值占比86%,累计成本地价4322元/平方米。根据阳光城2019年6月公告的销售均价12829元/平方米,地售比良好。

## 品质增长坚持优化债务结构

在业绩冲高的同时,阳光城通过抓回款、降负债等方式,提高发展质量。

数据显示,2019年上半年,阳光城有效降低资产负债率至83.58%,较2018年底减少0.85个百分点;有息资产负债率降低至38.84%,较2018年底减少近4个百分点;净负债率降低至145.13%,较2018年底下降37.09个百分点。此外,阳光城的平均融资成本为7.72%,比2018年年末优化22个基点,降杠杆成效显著。

同时,阳光城继续加强现金流管控,上半年全口径销售回款725亿元,平均回款率超80%,比去年末继续提升。值得一提的是,报告期内,阳光城的经营性净现金流入86.98亿元,继续保持正值;账面货币资金433.08亿元,占比总资产15%,达到历史最高水平。

除了在经营层面上实现健康增长外,阳光城也在持续打造产品力,为客户提供高品质住宅。

自去年开始,品质成为了阳光城的关键词。2019年上半年,

## 利润导向追求持续优质发展

“3月份的业绩会上,我说过不管东风还是西风,阳光城营销是不停的冲锋。上半年抢销效果做得还不错,下半年抢销我们会做得更彻底。”阳光城集团助理总裁兼营销中心总经理陈友锦在8月2日上午的业绩沟通会上如是说。

得益于此,“加上已认未签,我们内部考核口径其实已经完成千亿销售。”朱荣斌透露。对于2019年下半年的销售目标,他表示,重



阳光城不断加大品质工程的投入力度,明确打造一支行业内水平领先的设计管理团队,全面提升设计管理水平。上半年浙江区域的文澜府、福州区域的檀悦等项目实现了高品质交付。

在产品端,阳光城将“绿色智慧家”作为公司跨越千亿规模之后的品牌核心竞争力来打造。

点攻坚第三季度,保供、强销售、促回款,“争取在9月底基本持平去年的全年销售额,再从四季度的销售额中实现今年的增量。”

面对2019年下半年房地产市场持续调控的状况,除了加紧营销工作之外,阳光城还将持续补充“粮仓”。朱荣斌表示,在保证现金流安全的前提下,审慎地安排投资工作,持续关注市场动态,创新合作方式,踩准节拍。同时,保证下半年的竣备交付顺利进行。

2018年,阳光城成立了绿色智慧家研究院,对绿色智慧家产品的技术含量和门槛进行了全面升级,致力将其打造成为阳光城的IP。

高质量的发展离不开高质量的管理。为匹配跨越千亿之后的规模管理,阳光城在2019年上半年落地了28个区域分级制

度,并进一步加强了项目总制,补充管理短板。在公司治理方面,阳光城继续坚持“三权分立、授权充分、权责清晰、管理透明”的原则;在团队建设方面,引入谭立新、胡雨波等“外援”的同时,阳光城还通过内部人才培养机制“光合工程”培养了一批骨干力量。

在不断强调完成全年的既定任务的同时,朱荣斌还将推进品质工程也列入了阳光城的目标中。他指出,阳光城的规模还有增长的空间,但在品质方面空间会更大,“我们的行业和先进国家相比差距还非常大。”事实上,朱荣斌现阶段已经在亲自抓公司的品质工程,“通过品质工程的推进,我们要争取在两年内实现产品品质的突破,将品质打造为阳光城的核心竞争力。”