

冰雪经济迎来“风口” 成玲珑区域发展新增长极

本报记者 王金龙 西安报道

在北京冬奥会开幕前夕,《“带动3亿人参与冰雪运动”统计调查报告》正式发布,数据显示:2015年北京成功申办冬奥会以来,全国居民参与过冰雪运动的人数为3.46亿人,冰雪运动参与率为24.56%,提前实现了“带动3亿人参与冰雪运动”的目标。

当冰雪经济迎来“风口”之时,如何抢抓冰雪旅游、冰雪消费、冰雪赛事、冰雪运动培训等商机,已经成为拥

“冷资源”助力乡村振兴

随着冬奥会的成功举办,冰雪经济将迎来巨大的发展机遇。

“要不是黑老锅景区,我们的村子可能会在五年或者十年后,不再有人居住,变成废墟,因为年轻人出去了,很少有人再回到村子里。”甘肃省庆阳市西峰区显胜乡毛寺村村民刘亮告诉记者,近两年随着冰雪经济的不断发展,黑老锅景区已经成为冬季热门景区,不仅吸引庆阳当地游客,甚至还吸引西安游客前来观光。

据刘亮介绍,黑老锅景区地处黄土高原,其黄土地质特征明显,集中了大塬、残垣、梁峁、台地、沟壑等各种地形,充分的展示了“黄土喀斯特地貌”的特点。然而,正是这种独特的地貌,在没有发展冰雪旅游之前,属于名副其实的贫困村,年轻人不管是通过求学还是务工,都想早点离开村子。

“黑老锅的美景一直都有,每年冬天都会形成壮观的冰景,但是长期以来不曾被发现。”刘亮告诉记者,之所以能够火起来,是因为网络,大约在2015年左右,黑老锅的美景突然在网上传开了,引来了大量的游客前来观光,甚至西安专门开了一条旅游线路,直达黑老锅景区。

随着黑老锅在网络上蹿火,当地政府嗅到了机遇。庆阳市西峰区一位曾经主抓旅游的政府官员向记者表示,黑老锅景区在网络上火了之后,当地就立即启动调研,由政府统一协调对黑老锅景区进行了全面规划,先后打造了黑老锅冰窟、土箭箭、冉石峡、暖泉山、草帽沟和百年古槐等景观。

有冰雪资源城市思考的一大命题。

对此,陕西照金文化旅游投资开发有限公司董事长兼总经理高永才向《中国经营报》记者表示,对拥有冰雪资源的城市而言冰天雪地就是金山银山。随着我国冰雪旅游大众化演进和政策红利不断释放,冰雪经济将迎来风口。

据联合国世界旅游组织测算,2021—2022年冰雪季我国冰雪旅游将带动冰雪特色小镇、冰雪文创、冰雪运动、度假地产等相关产业产值达到2.92万亿元。

同时,为了延长冰雪产业链,政府还引导资本在毛寺村建设了26800平方米的陇东滑雪场。“目前,陇东滑雪场已经成为庆阳人民冬季运动的主要场地,同时还吸引了大量的游客前来庆阳旅游观光,促进了当地区域经济发展。”上述官员表示,随着冬奥会的成功举办,冰雪经济将迎来巨大的发展机遇,显胜乡毛寺村已然借助冰雪经济,逐步实现乡村振兴。

据了解,在庆阳冰雪经济发展规划中,除了提升陇东滑雪场的功能之外,庆阳市还将建成庆阳滑冰馆,推动冰雪竞技运动发展。积极引导社会力量建设体验型冰雪产业综合体,推动冰雪旅游,普及冰雪运动,形成竞技和体验相结合的冰雪运动基地。

事实上,庆阳市的冰雪经济只是我国冰雪经济发展的一个缩影而已。在距离西安市不足100公里的革命老区照金,被誉为西安市民“家门口”的高质量滑雪场。

据了解,照金滑雪场由陕文投旗下陕西照金文化旅游投资开发有限公司投资建设,于2015年1月开始运用,截至本次雪季结束,累计接待游客将超过100万元。

“以往,北方冬季意味旅游淡季,对景区来讲就相当于歇业。照金滑雪场建成之后,不仅带动了当地经济发展,同时还带动了就业。”高永才向记者表示,每个雪季,照金滑雪场可以为周边群众提供300个至500个工作岗位,发放的劳务工资超过500万元。

冰雪经济迎来“风口”

2020年到2021年冰雪季我国冰雪旅游休闲旅游人次将达到2.3亿人次,冰雪休闲旅游收入超过3900亿元。

冰雪经济的“风口”已经来临。按照联合国世界旅游组织测算,2021—2022年冰雪季我国冰雪旅游将带动冰雪特色小镇、冰雪文创、冰雪运动、度假地产等相关产业产值达到2.92万亿元。

如何抢抓冰雪旅游、冰雪消费、冰雪赛事、冰雪运动培训等商机,则成为一个问题。对此,有业内人士指出,冰雪经济背后有很长的产业链,蕴藏了很多商机。例如,冰雪旅游,冰雪健身,冰雪场地设施建设,赛事培训等。

该业内人士坦言,随着冰雪经济风口的来临,冰雪行业可能如雨后春笋般疯狂增长,这就有可能造成资本投资跟风,出现雪场或景区同质化。因此,该人士建议,不管是资本主导还是政府引导,都必须抓住本地区的特点,形成自己的特色,真正的让冰雪经济融入到当地的产业中去,切实的帮助当地区域经济实现高质量发展。

多地将冰雪产业纳入长期规划

滑雪不仅仅是北方人的专属,南方城市滑雪运动也呈现出大众化、规模化、多元化的特征。

“越来越多的人将冬季滑雪设定为度假方式,甚至成为日常娱乐。作为政府部门应当积极引导,编制好冰雪产业发展规划,完善冰雪旅游资源开发利用的顶层设计。”上述庆阳市西峰区受访官员表示,冰雪经济发展潜力巨大,已然成为一些地方政府发展区域经济新的增长极。

记者梳理公开资料发现,有地方政府已经将冰雪产业纳入政府长期规划。以黑龙江为例,其就曾印发了《黑龙江省冰雪旅游产业发展规划(2020—2030年)》(以下简称《规划》),内容涵盖发展基础与面临形势、发展定位及



2022年1月29日,市民在山东济南卧虎山滑雪场享受冰雪运动。

本报资料室/图

那么,我国的冰雪经济的“蛋糕”究竟有多大?根据中国旅游研究院发布的《中国冰雪旅游发展报告(2021)》显示,2020年到2021年冰雪季我国冰雪旅游休闲旅游人次将达到2.3亿人次,冰雪休闲旅游收入超过3900亿元。

另外,通过消费大数据显示,我国目前有55%的消费者有意愿进行长距离的冰雪旅游,有82%的

游客有意愿进行短途冰雪休闲旅游,有53%以上的消费者选择维持增加他的消费水平或者增加预算。

全国将近7000家冰雪旅游企业推动冰天雪地变成金山银山,境内注册的经营冰雪旅游相关业务的企业是6540家,近3年每年以15%的速度增加。从企业注册的分布来看河北、黑龙江两省是排在前两位的,都达到注册企业

800家以上,广东、吉林、山东列第二梯队,分别达到500家,辽宁、河南、北京、内蒙古列在第三梯队有300家以上。

即便是在资本市场,冰雪经济也早已经崭露头角。目前,冰雪上市公司数量超过20家。主要以京津冀以及沿海地区为主,其中,北京最为集中有12家,其次为福建、浙江、山东等省份。

强去化、促回款、保交付 调整组织架构 房企寻求精细化发展

本报记者 方超 张家振 上海报道

在地产行业从“青铜时代”迈向“黑铁时代”的变局下,房企仍在加速“闯关过坎”。

2月14日,据媒体报道,祥生控股在集团(以下简称“祥生控股”,02599.HK)总部层面进行新一轮组织架构升级与人事调整,比如将原来的7大中心、3大直管部门及多个二级部门,调整为

组织架构调整常态化

虎年春节假期刚结束不久,房企组织架构调整的步伐也在悄然加快。

公开报道显示,祥生控股本轮架构调整最为明显的是“去中心化”,据悉,在其集团组织架构调整后,将原有的7大中心、3大直管部门及多个二级部门调整为董事办、营销管理等9大部门,形成全新的7+2集团职能条线管理模式。而在2021年1月和4月,祥生控股也进行了相应的组织架构调整。

无独有偶,在2月8日,中南置地亦在内部发文进行组织架构调整。例如,苏皖区域和苏沪区域合并,成立沪苏区域,由毕兴矿担任区域公司负责人;海西区域和两广区域合并,成立华南区域,由杨杰担任区域公司负责人。

记者进一步梳理发现,无论是将“原先五级管理调整为三级管理”的建业集团,还是将“7大区域调整为9大区域”的融创,都曾引发市场广泛关注。另据不完全统计,自2022年以来,已有阳光城、中南置地和中梁控股等20多家知名房企进行过组织架构调整。

全新的9大部门。

事实上,对组织结构“动刀”的远不止祥生控股。据中指研究院不完全统计,2021年以来,已有20多家房企开启组织变革之路。“房企组织架构调整均以提高管理效能、更好的业务链接和协同、提升企业经营效率和效益为目的,调整重点主要围绕总部、区域部门和业务部门三个方面进行。”

而在进行组织架构调整、提升

而在行业从“金融红利”向“管理红利”时代迈进的当下,房企密集进行组织架构调整也呈现出诸多新特点。中指研究院企业事业部研究负责人刘水表示,当前房企进行架构调整的特点包括:“一是以轻总部、调区域为特征的组织结构优化,打造高效组织;二是以业务优化为核心的组织架构调整,支持重点业务发展”。

“既要上得了厅堂,又要下得了厨房。”祥生控股相关负责人表示,公司组织架构调整“说明管理人员需要参与到具体业务条线,使得总部与一线一听得到‘炮声’,更好地形成合力,打胜仗”。

中梁控股相关负责人则对记者表示,在过去的一年,公司在保持组织稳健的前提下,对组织架构进行了一定调整,聚焦在组织架构优化和领导团队提升。“重点聚焦组织架构是否合理,内部分工是否明确,沟通协调机制是否通畅以及对下赋能管控是否到位等。”

引发行业关注的是,在2022年开年之际,众多房企打响组织架构调整“发令枪”的目的何在?对

效率和效益的同时,强去化、促回款、保交付,处置资产、回笼资金等也成为房企应对房地产变局、寻求精细化发展之路的共同选择。

对于推动新一轮组织架构调整的原因,祥生控股方面回应《中国经营报》记者表示:“此次关于集团总部进行的组织架构升级,系为了进一步适配企业战略发展,立足实际业务需求,促进各职能协同提效,全面提升效能。”

此,IPG中国首席经济学家柏文喜表示:“融创、中南置地等房企在组织架构等方面‘动刀’,主要是为了应对流动性压力和市场变化而提升组织效能和降低管理成本”。

“房地产行业基本面和未来走势已经发生了较大变化,同时企业的流动性压力巨大,调整组织架构在提升管理效能的同时,还可以优化人员结构和降低管理费用,以在挽救流动性问题的同时逐步实现业务转型。”柏文喜进一步解释道。

刘水也认为,房企销售额增速放缓,导致企业人均效益持续下降。“总的来说,房地产行业高速增长不在,为了保持效益,房企扩张性的组织架构有必要进行收缩。”

“面对市场调整,房地产企业跟随市场趋势,主动求变,通过内部调整,不断以崭新发展状态适应环境变化,以期保持更好、更长远的发展。”中指研究院也表示,2021年以来,房企组织架构调整逐渐常态化,调整频次高、变革动作快,均体现出企业求变中求生存求好的发展态势。

“弃车保帅”式自救

除调整组织架构外,多家房企主加速资产出售步伐。

“除了市场信心维稳之外,面临现金流紧绷,房企也积极进行出售项目或者旗下资产回流现金,增补现金流,提升抵御市场不确定性风险的综合能力。”克而瑞研究中心认为,房企出售项目或者资产回流现金,意在保证流动性。

近日,据多家媒体报道,绿地集团以约4000万英镑的价格将位于伦敦西南部 Wandsworth 的住宅开发项目——兰姆公馆(Ram Quarter)未完工部分出售给了英国上市开发商伯克利集团(Berkeley Group)。

融创和蓝光发展等多家百强房企也正陆续通过出售相关项目股权和资产的方式回笼资金。

卖物业救地产、“弃车保帅”也成为多家房企的共同选择。记

销售回款成重中之重

“尽管2021年末部分政策出台给了市场筑底信心,但从当前企业的销售以及融资情况来看,依旧面临较大的困难。”克而瑞研究中心表示,在去杠杆大背景下,促销售、抓回款,保证现金流仍是房企的第一要务,“先活下去才能活的好”。

中指研究院统计数据显示,2021年,百亿级企业销售额平均增速为4.2%,远低于2017年高点时36.9%的水平,行业进入降速求稳通道特征明显。“销售额增速放缓,导致企业人均创利有所下降。”中指研究院分析指出,2017年和2018年,代表企业人均创利均值分

别为151.4万元/人和151.3万元/人,两年基本持平,之后增速持续降低,到2020年增速降至-23.4%,2021年仍然呈下降趋势。

此外,2022年开年以来的销售数据也反映出房地产行业面临的形势依然比较严峻。“TOP100房企单月实现销售操盘金额5256亿元,同比降低39.6%,较2021年的月均水平也降低43%。”克而瑞研究中心在分析上述数据时,直言2022年“开局惨淡”。

此前被众多三四线城市房地产市场冷淡让销售去化更加困难。一旦销售回款不达预期或者融资受阻,则易发生流动性危机。”克而瑞物管分析认为,

从现实情况来看,抛售转让物业公司,帮助企业回笼资金,对企业来说或成为“救命稻草”。

对此,中梁控股相关负责人表示,中梁控股体系以内,其同时表示,中梁控股持续稳业务,减杠杆,“2021年下半年以来,已按时以自身的现金流归还超过10亿美元的境外债,化解债务风险的诚意与能力毋庸置疑”。

“由于旗下物管公司上市难度加大,再加上集团的资金承压,因此部分房企开始出售旗下物业板块股权以回笼资金。”克而瑞研究中心同时认为,“在这种背景下,大型物管企业开始加紧收并购扩张的步伐,这也就导致物管行业2021年收并购事件涉及金额高达382亿元,远远超过过去几年。”

示,2022年春节假期,重点15城新房成交959套,创近5年春节成交新低,同比2021年春节下跌42.1%。

在进行组织架构调整、出售资产“割肉”止损的同时,加快房源销售及回款进度,也是众多房企当前开展工作的“重中之重”。

中梁控股相关负责人表示,公司“将继续强去化、促回款、保交付,在稳中求进中追求有质量的安全健康发展”。而祥生控股方面则回应称:“未来,公司将坚持稳健推进业务,加快推盘节奏及加大回款力度,持续提升产品与服务质量,致力于实现健康可持续发展。”