

阳光100的转型阵痛:被换掉的CFO

在房企规模之争中,一些“小而美”的企业正在寻找适合自己的出路,但过程并非顺利。以商业街区运营商定位的阳光100中国控股有限公司(以下简称“阳光100”)近日再度更换首席财务官,与此同时,新近发布的业绩较上年并无明显进步,舍弃高周转与规模追求的阳光100也在经历转型期的阵痛。下一步,阳光100能否等到“特色产品”发挥盈利作用?在转型中又如何调整业态结构?市场也在等待答案。



更换CFO与业绩无起色

阳光100又换首席财务官了,1月8日当阳光100公告该消息时,市场对于该公司更换首席财务官的频次纷纷表示惊讶。阳光100公告宣布,继徐联义辞任首席财务官后,陈胜杰已于近期获委任担任该公司首席财务官,据查,徐联义担任该职务还不到一年。而在他之前的周志明是从2016年3月开始接棒的,在该岗位上也没能坚持一年。

阳光100并未解释频繁更换首席财务官的原因,而外界的猜想是,在阳光100转型寻求突破的关键时期,找到了解公司战略且合适的首席财务官人选确实很难。

管理层波动的同时,阳光100最近披露的2017年业绩也没能为公司增添风光。1月5日,阳光100公告披露了截至2017年12月31日12个月未经审核的营运数据,去年全年该公司的未经审核合同销售额(含轻资产运营项目)约

106.08亿元,对应合同销售面积约为86.74万平方米,同比分别增长1.83%及减少24.04%。在更早之前的2015年,该公司的未经审核合同销售额为74.92亿元。可见,在2016年实现了同比三成以上的增长后,2017年该公司的销售额增幅不足2%,与上年基本持平。

克而瑞发布的《2017年度中国房地产企业销售TOP200》中,阳光100排名第146位,比2016年的141名再度下滑。

要规模还是要特色

实际上,过去的2016年、2017年,房地产企业对于规模的热情前所未有,“只要有规模才能立足”的观念适用于多个房地产企业。不过,阳光100似乎对此并不认同。近期,阳光100集团副董事长范小冲在接受媒体采访时曾表示:“标准化规模扩张快周转这条路确实在房地产上半场进程中让部分企业踩对了点,迅速完成了规模扩张。但房地产下半场的规则就要改变,过去是一个物

质生产的年代,房地产是个供不应求的市场,是一个稀缺的市场,也是一个高速增长的市场,在那个市场大规模快周转的就是赢家。但现在规模开始过剩,产能过剩,也并不是越有规模就越有话语权,并不是简单拿钱投资就能解决的事情。未来的软实力会超越硬实力,所以下半场会是一个软实力的竞争。”

范小冲所说的软实力放在阳光100身上,是指该公司所做的特色产品。2014年阳光100提出全面转型街区综合体,试图通过复制这一商业综合体模式,实现利润和规模的增长,街区综合体、国际公寓、小镇产品成为阳光100的核心产品。

不过从上述业绩来看,这些特色产品未能给阳光100带来可观的收入,商业街区运营商的角色已经确立,但是还未见成效。去年8月底,在阳光100的业绩会上,该公司主席兼总裁易小迪也表达了对于业绩增长的不满意。不过,他依然表示,要坚持特色:“产品转型带来

的结果将逐渐显现,”易小迪对此很有信心。

提高住宅比例保回款

在一位接近阳光100的房地产人士看来,用规模来衡量阳光100的成就确有不妥当,因为阳光100是少有的以街区综合体为主业和转型方向的房地产企业,与住宅为主要开发目标的房企,在发展路径上确实存在差异,但是该人士也表示:“市场是残酷的,并不会留给企业太多转型的时间,当你静待转型成果的时候,别人会把你甩出好几条街,结果就是土地市场、资本市场很难再向你倾斜。”该人士指出,转型固然值得肯定,但是转型的节奏、转型过程中的调整也是需要及时把握的。

事实上,阳光100对转型压力也很坦诚。“写字楼和商业是阳光100压力比较大的部分”,易小迪也曾表示,已经意识到项目中“商业比例不能太大”。他进一步称,未来会逐渐提高住宅比例,优化回款。数据显示,2017年上半年,阳光100的可售货值将近80亿元,其中住宅产品有20亿元货值、商业是28亿元、车位为25亿元。

上述人士对此也表示,商业项目对于资金的要求比住宅高是行业共识,虽然阳光100此前提出轻资产运营,但是近来也有回购项目、重资投资的行为,因此对于回款的要求也会提升。

相应地,阳光100的负债也受到市场关注。该公司2017年半年报显示,阳光100的净负债率为264.6%,长期贷款及借款达169.3亿元,短期贷款及借款达85.28亿元。但同时,阳光100的在手现金及现金等价物为33.66亿元,不足以覆盖短期内到期债务。

北京商报记者 阿茹汗

(上接B1版)

限价时代 葛洲坝在京战略微调?

同时,葛洲坝也在改变多与品牌房企合作的开发模式。在过去的几年里,受前期操盘能力有限的限制,葛洲坝选择与其他房企合作。在北京区域内,先后联合龙湖、融创、金茂、绿城等大品牌房企,投资了京杭广场、金茂逸墅和西宸原著等知名楼盘。除了北京紫郡府项目,葛洲坝在北京独立操盘的项目只有北京中国府。

随着北京企业团队扩充、经验逐渐成熟后,葛洲坝已不甘做投资人,渴望通过独立开发来扩充权益土地储备的同时,也摘掉外界认为的“不擅独立操盘”的标签,树立高端楼盘开发商的品牌形象。

最新取得的海淀温泉翠湖地块也同样显示了企业的这一心理。参与该地块竞买的10家公司大多为联合体形式出现在拍现场。包括保利+金地+卓越、中铁建+碧桂园、首开+龙湖等,仅有葛洲坝等少数几家企业单独参加。

业内人士指出,葛洲坝渴望实现土地储备快速扩充的同时,同样在意企业品牌口碑营造,这也是公司在全国各地项目均以高端产品为主的关键原因。但在当前市场环境下,高端项目销售周期不断拉长,企业面临日益增加的财务成本,葛洲坝也开始寻求调整与改变,海淀温泉翠湖地块或许就是开始。

北京商报记者 董家声

“温暖衣冬”让爱心接力传递

——农行北京分行开展“温暖衣冬”公益捐赠活动

予人玫瑰,手有余香,传递爱心,温暖四方。2017年的12月虽寒风凛冽,农业银行北京分行却一片暖意洋洋。为积极响应团市委的号召,让更多的贫困人员能在寒冷的冬季穿上一件抵御风寒的外衣,北京分行于近日启动“温暖衣冬”公益捐赠活动。此次活动由共青团北京市委员会、北京市志愿者联合会等联合发起,旨在将社会热心人士捐赠的冬衣送到全国各地有需要的人手中。

活动启动后,北京分支行团委积极行动,开展了青年志愿者招募活动,通过张贴海报、群发邮件、朋友圈分享等方式,动员广大员工为贫困地区的人们捐赠冬衣,送去温暖,涌现出许多值得赞扬、可圈可点的人和事:“衣服早就已经洗干净、叠整齐了,就等活

动开始了!”有位大姐在捐赠时骄傲地说:“这件衣服还没穿过,看吊牌还在,把它带给更需要的人吧!”一名客户经理把几件没有穿过的新衣服捐了出来;以后设立固定捐赠点吧,咱们这个活动特别有意义,定期举办我举双手赞成!”一名柜员建议道。

北京分行本次“温暖衣冬”捐衣活动采取了更为严格、更为透明的方式,衣服必须是八成新以上的羽绒服和棉服外套,清洗干净,无污渍和气味,无破损;每件合格的捐赠衣物上都会有一个识别码,根据识别码捐赠者可以监督衣物的每一个流程以及衣物最终落实到谁的手里,这也意味着青年志愿者们面临更大的工作量。

虽然时间紧张,但志愿者们分工明确,有条不紊,他们怀揣着

爱心对捐赠衣物进行了认真的筛查、整理、打码、装袋,仅仅两周时间就募捐并整理出110箱、580件合格冬衣,并送往团市委指定高校,由大学生假期返乡送到贫困人员的手中。青年志愿者纷纷表示:“奉献爱心是一个美好的过程,除了让我们全身心感受到爱的传递,也让最需要的人温暖一冬”。

本次活动得到了全行员工的积极响应,辖内东城、西城、昌平、海东等支行青年志愿者们也付出了辛勤的劳动。

“温暖衣冬”公益捐赠活动的开展给这个寒冷的冬天为最需要的人送去了一份关爱和温暖,对引导青年员工志愿服务、传递社会正能量、弘扬良好社会风尚起到了积极的促进作用。