

编辑 董家声 美编 宋媛媛 责校 唐斌 电话:64101886 newhouse@sohu.net

## 交付结算销售物业下降

## 中国金茂净利下滑28%

日前，中国金茂发布2015年年度业绩，截至2015年12月31日年度收入为221.1亿港元，较2014年下降25%。报告期内，公司所有者应占溢利为37.89亿港元，较2014年下降28%。此外，统计显示，2015年中国金茂整体销售毛利率为39%，与上年持平。业内人士分析，近年来快速发展的中国金茂，在延续销售业绩大幅增长的同时，也出现了企业纯利下滑的现象。其中，公司规模扩张过快以及产品线过于依赖高端项目，都需要引发企业的注意。

## 销售额上涨

统计显示，截至2015年12月31日，中国金茂累计取得物业签约销售额278.07亿元人民币，完成年初制定248亿元销售任务的112%。同时，公司土地一级开发销售成交额22.95亿元人民币，共计301.02亿元人民币。同比2014年的215亿元增长39.5%。此外，金茂2015年12月录得已认购(未签约)物业销售金额共计人民币30.86亿元。

按照销售面积计算，截至去年底，中国金茂累计取得物业签约销售建筑面积110.3万平方米，同比去年增长24%。

近年来，中国金茂公司销售额呈现稳步增加趋势。2013年、2014年、2015年三年开发项目数量分别为23个、31个、40个，签约销售额分别为210亿、215亿、301亿元。

资料显示，2009年当时的方兴地产以广渠路10号地王起家，打造出后来屡获销冠的金茂府项目。之后，方兴接连在北京



开发多个高端住宅项目，并向上海、青岛、南京、长沙、丽江等多个城市布局。数年间，公司销售规模达到300亿元，稳居房企第二梯队。

## 交付结算楼盘减少

金茂报告显示，截至2015年12月31日年收入为221.1亿港元，较2014年下降25%。报告期内，公司所有者应占溢利为37.89亿港元，较2014年下降28%。公司2015年度城市及物业开发板块整体入账销售收入为178.97亿港元，占收入总额的81%，较上年下降30%。

中国金茂表示，物业开发板块收入下降，主要由于交付结算的销售物业较上年下降。截至2016年2月29日，集团累计未交付结算的物业销售不含土地一级开发销

售，签约额共计约337亿港元。

同时，集团旗下写字楼业绩有所增长，金茂商务租赁及零售商业运营收入占收入总额7%，较上年增长7%；酒店经营收入占收入总额10%，较上年增长6%。

## 警惕市场变化

“业绩快速晋升为‘中产’的金茂需要警惕‘中产陷阱’。”一位地产界人士告诉北京商报记者，当企业发展到一定规模时，企业的盈利能力、管理架构、产品结构、融资能力都将迎来新的考验，兼顾规模扩张与企业效益则需要企业高超的经营策略。

去年10月，方兴地产正式宣布更名为“中国金茂控股集团有限公司”，更名背后

则是企业战略的调整。中国金茂将由传统意义上的地产开发商向城市运营商转变，并提出了从“双轮驱动”到“双轮两翼”的升级计划。在“销售+持有”的原有战略基础上，中国金茂将加入“金融+服务”两大元素支持其城市开发运营业务。

但在金茂的“双轮两翼”战略中，金融和服务领域的业务占比和利润目标并未对外明确公布。金茂也坦然表示，新业态要产生收益需要时间，短期内开发物业和持有经营的地产业务仍然是企业主要利润来源。

业内人士分析，目前，公司二级开发项目主要位于北京、上海、广州等一线城市和包括重庆、青岛、珠海在内的发达二线城市，在12个发达城市里拥有34个开发项目，约70%的二级开发项目位于一线城市。一线城市楼市近期表现强势，为金茂未来业绩带来有力支撑。但同时，一线城市土地成本在不断攀升的同时，一线城市政策加码预期也在加强。

此外，中国金茂在产品定位上一直坚持以溢价能力强的高端项目为主。“高端楼盘在市场升温时赚得盆满钵满，但楼市低迷时则是最后复苏的产品。”一位楼市观察人士表示，主打高端的金茂正面临越来越复杂的中国楼市大环境。

此外，有相关人士表示，金茂目前一些开发运营的部分项目还面临规模大、去化周期长的问题，这些项目沉淀资金过多，也可能给企业带来风险。

北京商报记者 董家声

## 汪涵首个网生综艺联手优酷

### 《火星情报局》领衔二季度刷屏攻势



银河酷娱CEO身份创业的第一个项目。李炜表示：“作为一个节目制作公司，我们首先选择最好的内容平台进行合作，优酷对于内容的专注、坚持和创新跟我们不谋而合。”

据悉，优酷是第一个提出跟汪涵合作网生综艺的视频平台，双方关于该项目的最早接触在去年年中，优酷拿出了非常大的诚意，其中最打动汪涵的是“可以以其喜欢的形式，为网络前的年轻人做一档有趣的节目”。这与汪涵“希望能有一个与年轻人交流的平台，可以更自由地表达、不受约束”的想法不谋而合。

优酷选定汪涵，则是基于大数据分析，发现优酷土豆平台的用户非常喜欢汪

涵主持的综艺风格。凭借多年打拼，汪涵在综艺界有着优异的口碑和人缘。

## 大数据和“90后”

据悉，《火星情报局》是首档以综艺手法检验全民新奇发现的节目，首创推理互动新模式，经过革新式脑洞推理手段，重塑大数据精华话题。“火星”和“情报局”，这两个关键词都将节目的定位指向彰显个性、崇尚新奇想法的“网络原住民”——“90后”。

具体而言，《火星情报局》将“欧洲元老院”的议事形式搬进演播室，对大数据下的精华话题进行探讨、审议，并派遣由明星艺人担任的“火星特工”对有价值的话题进行趣味验证。

值得一提的是，节目讨论的话题都来自于优酷大数据，这也意味着节目中的内容极易触发网友共鸣；节目还间接地为网友的“脑洞大开”提供了施展平台，节目形式和内容尺度都充分彰显了网生综艺的特质，并通过颠覆性的玩法、革命性的形态，以及创新性的互动方式，让观众在欢笑中探索新奇。

## 招商火爆

品质最高的《看理想》、性价比最高的《好笑头条君》及热播中的《国民美少女》……优酷土豆网生自制综艺一直备受关注，也是广告客户争夺的优质资源。

《火星情报局》兼具优酷平台优势和汪涵团队高人气，更成为众多品牌的“兵家必争之地”，这也使得《火星情报局》还未上线，节目招商就火速破亿。

经过一番激烈的争夺，基于年轻化、积极向上的品牌定位，联合利华旗下的清扬品牌夺得了节目总冠名。“《火星情报局》充满智慧正能量的内容和颠覆性、年轻化的表现形式，与清扬的品牌定位非常契

合，同时优酷平台强大的运营能力值得我们信任。”联合利华中国清扬品牌总监张舒弋说。

同时，各行业知名品牌也对节目青睐有加，农夫山泉、RIO鸡尾酒成为节目的特约商；vivo、梦妆、统一、携程则成为节目的赞助商。

## 霸屏组合拳

值得注意的是，《火星情报局》只是优酷土豆2016年二季度继续“霸屏”的一出前戏。据悉，优酷土豆在二季度来势汹汹，网生自制综艺方面全线开花。

《你好，是鹿晗吗》、《喜剧者联盟》、《麦克风了》将相继上线，从娱乐到音乐“面面俱到”；在版权综艺方面，优酷土豆独揽现象级综艺《极限挑战2》，续写“极限男人帮”神话。凭借“版权综艺+自制综艺”组合拳，优酷土豆希望持续霸屏。

《喜剧者联盟》与《欢乐喜剧人》是“姐妹花”，集齐了当下最炙手可热的喜剧大咖，对时下最热门的节目进行解构和重组，并进行喜剧化包装，无疑将引爆2016互联网视频首轮最强喜剧波。

《你好，是鹿晗吗》是优酷土豆“Super+”项目今年首季推出的超级偶像节目，也是鹿晗首个网络微综艺，已于3月10日在优酷土豆独家首播。节目用8期不同的主题，360°无死角展现一个最真实最立体的鹿晗。而《麦克风了》则是由2015年优酷网生综艺爆款《歌手是谁》原班人马倾力打造，将以最疯狂的歌唱方式、最独特的舞台表演，打造2016全民“疯唱”的音乐挑战秀。

重磅之作是4月17日回归的《极限挑战2》。优酷土豆凭借综艺“开计划”战略以及运营实力，拿下该节目全网独播版权，不仅将对节目内容进行独家及延展播出，还将调动全网资源开创新玩法，以公益众筹方式助力节目公益项目——“极限公益成长计划”。

自去年6月公布综艺“开计划”战略以来，优酷土豆在综艺领域频繁亮出大动作：去年10月，优酷土豆宣布与国内六大顶级综艺制作团队合作，后又与马东的米未传媒达成战略合作，无不显示优酷土豆“称霸”2016年综艺领域的实力。