

不靠主业靠卖房 中国文旅集团四战IPO

经历了三战三败后的中国文旅集团仍然没有放弃,第四次向港交所递交了招股书。10月24日,北京商报记者了解到,中国奥园旗下的中国文旅集团再次递交了新的招股书,并更名为大湾区文旅康居股份有限公司(以下简称“大湾区文旅”)。而在此之前,中国文旅集团赴港上市申请已经三度折戟。值得一提的是,根据其招股书显示,2018年、2019年、2020年以及2021年前5个月,中国文旅集团来自文化旅游业务的收入占比分别仅有20.2%、19.3%、12.3%和12.9%。对比可知,中国文旅集团对销售度假物业板块的依赖性正在加剧。在业内人士看来,中国文旅集团第四次究竟能否成功上市,恐怕也很难说。

四次递交招股书

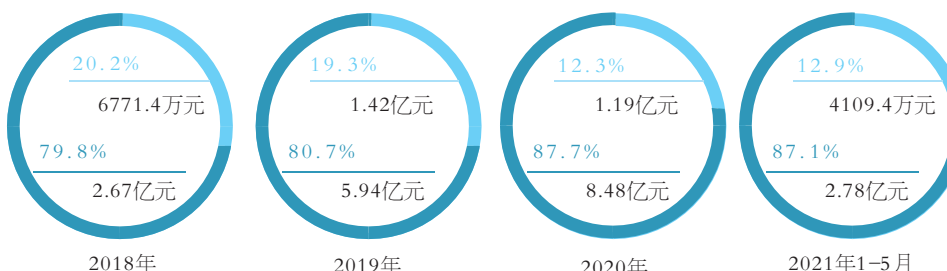
三次折戟之后中国文旅集团又一次立下了“战书”。10月22日,中国文旅集团再一次递交了新的招股书,并更名为大湾区文旅康居股份有限公司。

根据招股书,大湾区文旅是一家文化旅游物业开发商。同时,大湾区文旅也从事一系列文化旅游业务,如提供文化旅游胜地相关服务(包括酒店服务、景点咨询服务及景点管理服务)、酒店咨询及管理服务及旅游代理服务。根据仲量联行行业报告,按2020年广东省江门和广东省房地产公司的住宅物业(包括度假物业)合约销售总额计,大湾区文旅分别排名第5及第220,在相关地区的市场占有率分别为4.5%及0.04%。

从财务方面来看,招股书显示,2018年、2019年和2020年,大湾区文旅的收入分别为3.35亿元、7.36亿元和9.68亿元,对应的净利润分别为7260.5万元、1.04亿元和1.53亿元。与此同时,大湾区文旅2021年前5个月的收入为3.19亿元。

其实,此次已经是大湾区文旅第四次在港交所公开递交招股书。早前,大湾区文旅分别在2020年4月17日、2020年10月23日以

中国文旅集团业务收入概况及占比总收入比例



及2021年4月23日向港交所递交招股书,但均未能能在6个月内通过聆讯,状态均显示为“失效”。

“卖房”业务占总收入八成以上

销售度假物业占大头的大湾区文旅,却要靠文旅业务来打出一片天地?根据大湾区文旅招股书显示,度假物业发展为大湾区文旅的核心业务分部。截至2021年8月31日,大湾区文旅在恩平拥有包含18个度假物业发展项目的组合,其中11个项目为已竣工、3个项目为发展中及4个未来发展项目。

而从文化旅游业务方面来看,大湾区文旅经营位于泉林黄金小镇的爱必依泉林度假村。该度假村为复星爱必依独家管理的一个酒店度假村,由泉林酒店别墅区与水禾田泉

世界、华侨公馆一期的一部分、悦湖湾二期的一部分、那金谷景区及泉林黄金小镇内的配套设施组成,收益主要来自租赁酒店客房、提供餐饮及票务服务。另外,大湾区文旅还就英德巧克力王国(由奥园集团拥有的文化旅游胜地)的规划、设计及发展提供一站式景点咨询服务。

但值得注意的是,其实在大湾区文旅的收入中,文化旅游业务的占比要比销售度假物业的占比少的多。根据其招股书显示,2018年、2019年、2020年以及2021年前5个月,大湾区文旅来自销售度假物业的收入占总收入的比例分别为79.8%、80.7%、87.7%和87.1%。而其来自文化旅游业务的收入占比分别为20.2%、19.3%、12.3%和12.9%。

由此可见,大湾区文旅的销售度假物业收入占比远远超过文旅业务,大湾区文旅

更多的还是在靠卖房来换取收益,那么,为什么大湾区文旅还要打着“文旅IP”的旗号“冲刺IPO”呢?针对此问题,北京商报记者联系了大湾区文旅,但截至发稿还未收到回复。

知名地产分析师严跃进认为,这也是一种企业经营商必然要经历的事情,因为当前做文旅项目的企业,有时候做到最后要承受资金方面的压力,所以必须要通过销售来进行缓解。从大湾区文旅要打造文旅IP来讲,要真正让市场认可其文旅业务,后续肯定还要减少销售物业的收入,尽可能在文旅产业方面形成比较好的导向。

能否实现IPO仍难说

一直坚持不懈向港交所递交招股书的大湾区文旅,究竟能否在此次实现成功上市,也

成为了业内所关注的话题。

北京商报记者从其招股书看到,大湾区文旅拟采取继续在现有土地储备上发展文化旅游为重心的物业组合,同时继续扩展在大湾区及现在并无业务的国内其他地区的项目组合的策略,此外大湾区文旅还将采取把握适当的策略收购机遇壮大以文化旅游业务等策略。

与此同时,大湾区文旅还提出,拟采取透过扩大文化旅游服务范围并推动文化旅游业务多元发展,以及将泉林黄金小镇的成功经验套用于国内其他地区,以达到持续发展大湾区文旅的文化旅游业务的策略。从中也不难看出,此次大湾区文旅也将在文旅业务方面多下功夫。

“从中国奥园来讲,现在的文旅板块非常清晰,寻求具体板块上市也是一个非常好的导向。所以从某种程度上来说,虽然现在大湾区文旅上市面临着很大压力,但其确实在持续推进这项工作。同时,大湾区文旅现在确实需要各种产业支持,如果能够讲好这个故事,那么对大湾区文旅来讲,其实还是会有很多机会的。如果大湾区文旅向投资者宣传企业一些经营理念、定位等,会让投资者对其的认识更加清晰,至少在上市方面是加分的。”严跃进坦言。

华美酒店顾问机构首席知识官、高级经济师赵焕焱指出,上市是既定的目标,因此大湾区文旅不会放弃IPO,因为上市不仅可以取得发展资金,又可以实现混合所有制。而在未来,大湾区文旅也需要针对聆讯的问题做出令人满意的回复。

在业内人士看来,三次“战败”的大湾区文旅此次能否顺利上市,仍然有待市场观察。北京商报记者 关子辰 吴其芸

易尚展示将易主 潮汕富豪林庆得上位

潮汕富豪林庆得在举牌易尚展示(002751)大半年后终于再次出手了,欲进一步谋求上市公司实控权。10月24日晚间,易尚展示发布公告称,公司控股股东刘梦龙正在筹划与林庆得转让部分股权事宜。若本次交易实施完成,可能导致公司的控股股东及实际控制人变化,这也将使林庆得迎来首个上市平台。值得一提的是,易尚展示实际控制人刘梦龙所持股份还存在近乎满仓质押情况。

控股股东可能变更

10月24日晚间,易尚展示发布公告称,公司于10月24日接到控股股东刘梦龙通知,其正在筹划与公司持股5%以上股东林庆得转让部分股权事宜。若本次交易实施完成,可能导致公司的控股股东及实际控制人变化。

根据易尚展示股权关系可知,截至6月30日,刘梦龙持有易尚展示3225.03万股股份,占公司总股本比例的20.87%,为易尚展示第一大股东;林庆得持有易尚展示773.8万股股份,占公司总股本比例的5.01%,为易尚展示第二大股东。

值得一提的是,刘梦龙在2018年就曾筹划重大事项,彼时,刘梦龙与国有企业深圳市鲲鹏股权投资管理有限公司(以下简称“鲲鹏资本”)签署了《战略投资意向书》。鲲鹏资本有意受让刘梦龙所持易尚展示部分股份,成为易尚展示重要战略股东,易尚展示实际控制人变动存在不确定性。2019年6月,刘梦龙又欲引进深圳报业集团(以下简称“深报集团”)为战略投资者。然而,无论是鲲鹏资本还是深报集团,最终都没能成功受让刘梦龙所持有的易尚展示股份。

针对公司相关情况,北京商报记者致电易尚展示董秘办公室进行采访,但对方电话并未有人接听。

接盘方资金力量雄厚

公告显示,林庆得系惠州市德威集团有限公司(以下简称“德威集团”)的创办人

年上半年实现营业收入4.69亿元,同比上涨16.22%;对应实现的归属净利润为3033万元,同比增长56.27%。

实控人持股近乎满仓质押

北京商报记者注意到,刘梦龙所持易尚展示股份还存在着近乎满仓质押的情况。截至6月30日,刘梦龙质押股份数量达3225万股,占其持有易尚展示股份的比例为99.99%。

投融资专家许小恒表示,控股股东近乎满仓质押存在一定风险。一般来说,质押的股份越多,后期在面临股票质押预警时,所能补充质押的股票就越少,面临的平仓风险也就越大。大股东高比例质押有可能会影响公司生产经营和控制权的稳定性。”

那股东持股满仓质押是否会对股权转让造成影响呢?浙江信专律师事务所律师委曹云在接受北京商报记者采访时表示,股权质押后股东丧失了对股权的处置权,在质押期间是不能转让股权的,但与质权人协商同意的可以转让。

值得一提的是,易尚展示实控人刘梦龙自今年以来两次减持公司股份,在业内人士看来,刘梦龙或早生退意。

据了解,3月10日,易尚展示发布今年以来首份减持公告显示,刘梦龙拟自公告发布之日起15个交易日后的3个月内,通过集中竞价交易方式合计减持股份不超过154.55万股(不超过公司总股本1%)。拟自本公告发布之日起3个交易日后的3个月内,通过大宗交易方式减持股份不超过309.1万股(不超过公司总股本2%)。

自此,刘梦龙走上了减持公司股份的道路。9月25日,刘梦龙再次计划减持易尚展示股份,拟自公告发布之日起15个交易日后的3个月内,通过集中竞价交易或大宗交易方式合计减持股份不超过154.53万股(不超过公司总股本1%)。

北京商报记者 董亮 丁宁

生态割裂安全隐患 AI家居难题待解

北京商报讯(记者 石飞月)万物皆可AI”虽然还未实现,却已体现在众多厂商的宣传语中。不管是智能音箱、智能门锁,还是各种智能家电的厂商,都标榜自己的产品关联AI技术。10月22日,众人期盼已久的华为开发者大会2021成功拉开帷幕,鸿蒙OS的升级也再次惊艳全场。而在10月23日以“全屋智能 未来有迹可循”为主题的全屋智能战略升级发布会早餐会上,华为消费者BG首席战略官邵洋同样也是全场金句频出,更是立下了“华为全屋智能,实现5年500万套,做空间智能化的领导者”的小目标”。

北京商报记者观察到,在消费者能接触到的智能家居产品中,最为广泛应用的AI技术就是语音识别、人脸识别、指纹识别等,尤其是语音识别,几乎成了各大厂商关于AI最为统一的输出点。

然而,语音助手毕竟不是人,不少用户在使用这些产品时会发现,不少“聊天”内容死板无趣,而且对于一些固定问题的回答永远一致,被网友戏称是“人工智障”;此外,在通过语音助手下达其他指令时,不少产品反应缓慢迟钝,有时还会发生识别错误。

对此,小米公司相关负责人对北京商报记者分析,这是人工智能技术普及的必经之路。通过有明确用户需求的产品品类率先培养市场,引导用户尝试、体验智能设备,培养用户使用习惯后,用户将会逐步建立属于自己的人工智能设备体系。

除了产品智能化程度不够高,目前的智能家居还存在无法形成生态闭环的问题。

据相关机构预测,到2025年,全球将有超过630亿台物联网设备投入使用,智能家居的场景和应用会渗透到人们生活的方方面面。基于这样广泛的应用场景,用户对于智能家居产品的诉求不仅是价格、功能,还有如何能够串联生活的各个领域,形成应用闭环。

不过,现在的智能家居产品基本还是各自为战的状态,虽然华为、小米等厂商都在做自己的生态系统,但并不是所有的产品都

可以连接到某个系统中,对于消费者来说,如果想实现生活场景的串联,势必大规模更换家里的电器和其他智能家居产品。现有连接协议非常混乱,彼此并不联通。”文渊智库创始人王超说。

小米公司相关负责人指出,这是因为目前很多品牌仅具备智能家居所需的部分能力,大多数是硬件能力,硬件能够实现和传统家居家电一样的体验,而收集来的用户使用状态无法进行有效的处理和整合,无法实现联动、场景化联动体验。

除了技术上尚未达到的目标,智能家居行业要面对的另外一大威胁就是安全问题。要实现产品的智能化和生态的闭环连接,就离不开各种技术与网络的助力,然而,智能家居的关联产品和个人、家庭生活息息相关,在使用过程中会产生大量的用户隐私数据,一旦遭到黑客入侵,或者出现其他技术漏洞,用户数据和隐私就会遭到泄露。

此外,很多智能家居产品的设计和制作,都是生搬硬套的过程,加上一些传感模块就标榜智能,但是并没有真正从消费者的角度出发把产品做到实用、安全”。王超说。像智能门锁这样的安防产品,如果技术不成熟,或者设计不到位,就容易出现现实生活中的安全问题。

商汤科技相关负责人指出,此前智能门锁有两个痛点:一是密码+指纹解锁”解决方案暴露一些不足,比如,密码锁有被偷窥或忘记密码的风险,指纹锁在使用中则有识别率低以及无法解放双手等情况;二是当时的2D面部方案在安全性上受到了很大挑战。因此该公司推出行业内首款3D面部识别智能门锁解决方案”。

“人工智能本身还处在发展、完善和升级阶段,也面临着新一轮‘良币驱逐劣币’的淘汰洗牌过程。”家电行业观察人士许意强总结道,AI的发展,不能成为一些智能家居企业在市场上忽悠用户的概念和旗号,必须要真正服务于用户,具备主动学习和服务的能力。