

东莞商业氛围趋冷 制造企业“外出探路”

■ 本报记者 李金玲

东莞商业群落在经历了一场“扫黄”变局之后正悄然发生着变化。在远离广东的湖南凤凰苗族“跳花节”项目推介会上,《中国企业报》记者发现,此次前去凤凰考察重点规划项目基地的企业家多数来自东莞。

“很难讲东莞制造业已经实现了稳定发展态势。”安邦集团(AN-BOUND)研究部研究员刘泉接受《中国企业报》记者采访时表示,东莞商业群落在扫黄后的确在出现变化,但最终结果如何还很难讲。自主品牌的缺失以及劳动力要素成本的上升对东莞的影响很大,至今仍没有走出困境。

外来人口骤降 零售业茫然?

繁荣的色情行业,是许多人对东莞的印象。“性都”、“春城”的标签更是给这座城市贴上了尴尬暧昧的标签。而东莞的色情行业似乎一夜之间销声匿迹。

随之而来的,是大量外来人口的骤减。

在东莞塘厦从事某品牌超市连锁经营的负责人向《中国企业报》记者表示,“去年,年销售额高达上千万,今年东莞扫黄外来流动人口的减少,对零售业冲击很大。”

与这家企业共同参与考察湖南凤凰投资项目的,还有来自东莞某实业投资有限公司的负责人。他告诉记者,以往酒的生意非常好,一个100平方米的店,每月营业额可达数十万元,但今年初以来,生意跌落低谷。“现在两个月加起来凑合赚一万五千元。”

刘泉告诉记者,东莞2013年9.7%的GDP增速,主要是基建投资和大项目拉动的,制造业的带动作用有限。到了2014年,东莞的GDP更是明显下行,一季度增长7.3%,大幅低于全年9%的目标。

市场的低迷让这些企业老板不得不考虑未来投资其它产业。上述连锁超市负责人有意投资凤凰古城商



业地产。“超市维持现有的经营,眼下必须得做别的投资。”目前凤凰年旅游人次达800万,城市急待升级,企业感到商机无限,希望掘到属于自己的一片金。

东莞制造风光不再?

东莞,制造业空前发达,常常是制造业大国的一个样本区域,但凡任何有关制造业的风吹草动,总能在东莞找到分析样本的一块区域。

“生意大不如从前!”东莞安南五金电子制品厂总经理徐铭向《中国企业报》记者表示,目前耳机、五金喇叭的生产企业在东莞有牌的最少一万家,没牌的三五千家也会有。

这家企业是五金电子冲压件制造商,主要从事小型超薄喇叭、耳机等制造加工。据介绍,该企业在五金行业做了十几年,大概每年的销售额在500万左右。

东莞制造业以电子制造业为主,尤其是加工制造,占比70%以上,在产业链中处于附加值较低的位置。

“今年市场不是很乐观,”徐铭告诉记者,有关部门可能会取消手机免费配耳机。“那样我们就没办法生存了。”也就是说,现在买手机是送耳

机,之后买手机不送耳机了,消费者需要耳机的话就自己去买。“这样的话耳机需求量会降百分之八十。”

一位在东莞长安做服装辅料的老板连连叫苦。“门槛太低,我的师傅和业务都自己出去开作坊去了,谁都能做,但都不大。”

空前发达的东莞制造业,一旦需求放缓,千千万万家公司命运何去何从?

事实上,从近年产业变迁的角度看,电子制造业多转移到了河南、重庆、四川等内地省份,沿海地区在走向衰落。

提早寻找商机

东莞模式是一个奇迹。眼下,无论制造业还是其他行业,东莞的变革正在暗流涌动。目前,在广东东莞,一些传统企业开始走上品牌化、绿色生态化的产业转型升级之路。

“除了做耳机、五金喇叭,公司目前代理了国外的一款节能环保产品。”上述安南五金电子制品厂总经理徐铭抢在同行的前面,早已掀开了企业转型的篇章。

“毕竟做了十多年,有基础。不过要想更好发展,唯有转型。”徐铭把厂

子交给了爱人管理,保留现有生产制造规模,稳步发展的同时伺机寻找好的项目。

徐铭从朋友那儿拿到这款节能产品的地区代理,“总代理近期与某大型连锁酒店合作,已经谈下了1.2亿的订单。证明这款产品的市场非常好。”

“厂子交给家人打理,除了节能产品以外,我还在筹划餐饮项目。”徐铭显然干劲十足。

在人口、资源等红利日益消失的当下,东莞乃至全国的制造业或将迎来转型升级的攻坚时刻。

刘泉对《中国企业报》记者表示,近年虽然也提出转型,但转型的效果仍然没有体现出来,招工需求仍然以普通工种为主,对技工的需求不大,东莞一些镇街更出现了陆续有厂房租不出去的情况,显示当地制造业呈现萎缩而非扩张状态。

“东莞需要凭借自己在加工制造方面的优势,更多引入上下游高附加值的产业,比如设计、营销、金融及IT等,并为创业企业创造更好的经营环境。”刘泉说,事实上,东莞的困境也是广东的困境,作为改革开放前沿阵地的广东,在产业转型方面也还要走很长的路。

“光线”照射“仙海” 影视游戏一体化盛行

■ 本报记者 李金玲

5月4日光线传媒公告称,拟以自有资金2.3亿元收购仙海科技部分股权并增资,收购完成后光线持有仙海科技20%股权。是炒作跟风,还是稳扎稳打,业界对光线传媒“影视+游戏”的模式存有众多猜测。

“影视公司收购网游的案例主要集中在上市公司这部分。”中投顾问文化产业研究员蔡灵接受《中国企业报》记者采访时表示,预期是好的,但实际上风险还是比较大。

巨资收购仙海科技股权

光线传媒称,对互联网游戏公司仙海科技的投资,将合适的电影改编成游戏,是完善“游戏+影视”产业布局的需要。光线传媒董事会已经全票通过了该投资案。

光线传媒是国内最大的民营节目制作及运营商之一,电影业务是民营电影公司的前两名,实现了电视节目、电视剧和电影等娱乐内容资源与公司广泛的节目发行网络等媒介渠道的良性互动和资源聚合。

成立于2008年6月的仙海科技主要从事网络游戏及动漫制作与研发、信息管理系统集成等新兴产业领域。仙海科技致力于大型网络游戏的研发,产品线涉及大型客户端游戏研发、新概念网页游戏研发、手机游戏(手游),曾推出《烈火战神》、《战千雄》、《武易》等精品游戏。其中《烈火战神》是2012年下半年到2013年上半年ARPG产品单月营收第一名。

2013年,仙海科技主营业务为1.58亿元,营业利润为6670万元,净利润为5735万元。光线传媒认为,中国游戏行业整体仍有望保持高速增长,网络游戏进入高速平稳发展阶段。本次收购并不是光线传媒涉足网游产业的第一步。

从去年底开始,光线传媒总裁王长田就曾在多个场合对网游领域表现出极为浓厚的兴趣,他称,光线传媒业务拓展“可能涵盖电影、电视剧、电视节目、电视频道、出版、游戏、动画、主题公园、体育等行业。”

今年1月,光线传媒持股5%的科冕木业公布的重组方案中提到,拟通过与网页游戏公司天神互动进行资产置换,发行股份购买资产、置出资产后继续处理及股权转让的方式进行重组。

上市公司看好游戏领域

中国目前在A股上市的影视公司有华谊兄弟、华策传媒和华录百纳,华谊兄弟、华策传媒收购的手游,真正有影视公司投资网游的话目前是光线比较突出。(下转第九版)

互联网公司竞逐路由器入口 BAT三巨头暗中布局

■ 本报记者 郭奎涛

人口一直是互联网公司的必争之地,从手机到电视,再到最新的路由器。

去年,360、猎豹等推出的随身wifi只是热身赛,今年以来,从已经进场的小米,360到即将入场的盛大、乐视,再到准备进场的腾讯、阿里、百度,路由器正在成为各个互联网公司一个新的标配。

然而,《中国企业报》记者采访多家公司发现,对于路由器将成为家庭互联网或者说局域网互联网的入口这一观点,即使是已经推出路由器的互联网公司也不尽赞同。只是不管能不能成为入口,占位总是十分必要的。

各方陆续进场

近日,就在小米路由器发布不到两周,一向针锋相对的360就紧急推出了竞争产品。除了主打安全牌之外,360公司CEO周鸿祎更是时不时地从配置和性价比等方面有意无意地与这家“友商”进行对比。

“我知道最近友商也推出了很多类似的产品,都自称是这个星球上最具性价比的双频智能路由器,但是我想让子弹先飞一会儿,让他们有一周的时间可以说这个话,今天之后,他们就不能说他们是速度最快、性价比最好的双频路由器了。”周鸿祎说。

这只是互联网公司角逐路由器的一个缩影。

另一家主打互联网电视的乐视TV高级副总裁彭钢也在微博上放风,“一个带1T硬盘的智能路由器到底卖多少钱最好?”为乐视要不要做路由器,需要什么配置与性能征求意见,并表示,乐视如果做路由器还是会“两倍性能,一半价格”。

记者还注意到,看似没有动作的BAT三巨头也在暗中布局。消息人士透露,阿里TV事业部团队正在研发一款路由器,腾讯去年就已开始和美团合作研发商用路由器项目,百度的类似业务也正在推进当中。

“传统路由器类似功能机,特别是操作过于繁琐和专业,一般用户都不会用。这一轮互联网公司做路由器最大的特点就是智能,操作起来比较简单。另外还有价格,多数厂商都是将价格作为竞争手段。”慧聪研究ICT事业部总监张本厚说。

不过,去年就涉足这项业务的极路由联合创始人丁衣认为,路由器和电视市场不一样,电视市场内容等是最关键的,所以乐视可以靠着它的生态产业链一下子就起来了,路由器的主要功能是连接各个设备,缺乏其它收入方式,低价模式或难以持续。(下转第八版)

从集群模式到平台模式 商业地产进化提速

■ 本报记者 彭涵

在技术升级和产业转移的背景下,中国的产业地产正面临新的变局。

“当前的环境下,政府、企业与组织正在追求以科技创新为驱动的产业发展模式,中国产业的转型升级面临巨大压力,但是以云计算、大数据、移动互联、新能源以及电子商务带来的创新技术与应用模式给中国的产业带来了前所未有的发展机遇与变革动力。”华夏幸福基业股份有限公司副总裁、华夏幸福基业产业发展集团董事长韩震宇近日在接受记者采访时表示。

正是在这一判断下,韩震宇透露,华夏幸福将在2014年聚焦12大重点行业,着力打造50个具有明确产业属性的主题产业园。截至今年5月,华夏幸福已完成43个产业园的规划,其中19个已经投入运营。

产业服务平台的 互联网思维

近日,上海市发文明确表示,今后原则上新增工业用地产业项目类出让年限不能超过20年。这是继深圳前海、北京经济技术开发区、湖南省的动作之后,又一打破50年制工

业地产的区域政策的诞生。有分析认为,对工业用地的这种“限时”,将有效遏制“以产业之名,行地产之实”的现象,从而令产业地产真正回归“产业纯度”。

“产业地产本质上不是常规意义的房地产开发,而是基于产业空间的产业价值运营——工业用地上造出来的房子,目的不是用来卖,而是用来盛放产业增加值。”置力中国地产营销机构执行董事张匡圣表示。

“华夏幸福产业园的核心价值不是简单的销售思维,而是营造产业环境,打造产业园服务平台。”韩震宇强调,这种平台的核心在于打造一个完善的、具有发展潜力的产业服务平台,连接产业链上下游的企业。这样,一个良性的循环机制便建立了,产业链上下游企业通过平台交流,最终实现共生共赢。

业内人士认为,这种平台理念与当前的“互联网思维”中所提倡的平等、开放及人性化的特质是不谋而合的,本质是提供“平台”而非“产品”。产业园只有真正开始专注于平台生态圈的建设,才能真正形成自己的核心竞争力。

华夏幸福行业研究院院长朱江认为,华夏幸福旗下产业园最大的特点是行业属性鲜明,以打造产业集群为目标,这也是与以厂房或者研发楼

宇“租售”为主的其他产业园运营商最大的区别。

张匡圣认为,产业地产的能级使得国家的城镇化战略有了关键依托,所以“产业地产成为了城镇化的最佳出路”。直接创造价值、为当地带来就业和税收,引领整个新园区产业发展等,都成了城镇化需要工业地产发展的理由——产业地产中“产业聚集”与“产城融合”这两个因素,尤其受地方政府的青睐。

盈利能力与“产业基因”

“以前的产业综合体项目主要由政府来做,开发商很难涉足。近几年有一些工业地产开发商开始试水,但从已有的案例来看鲜有成功。”罗兰贝格管理咨询公司合伙人王荣表示,“尤其是产业综合体要以产业为核心,但传统开发商整合产业资源的能力偏弱,所以最后呈现的基本上是‘空城’、‘鬼城’。”

内蒙古自治区鄂尔多斯市新城区康巴什即是其中典型一例,有房子无产业的结局令人震惊,这也让观察者们对传统地产商转型产业地产的过程充满警惕性。业内人士曾指出,万科的青岛国家广告产业园项目以及绿地近两年来的工业地产项目,其手法基本沿用住宅地产的套路,与