

投资者探营华侨城湿地公园 感受文化旅游

证券时报记者 黄丽

2012年11月9日,由深交所、深圳证监局组织,40多名投资者走进中国文化产业领军企业华侨城(000069)。活动中,投资者兴致勃勃地参观了华侨城最新一代生态文化旅游复合项目欢乐海岸,并深入到华侨城打造的又一城市文化高地——华侨城湿地公园,亲身感受华侨城将“生态公益与时尚商业完美融合”的文化创新气息。随后,投资者还就华侨城经营现状、产业转型、旅游行业未来的发展前景等问题与公司高管团队进行了充分交流。这种多方位、深层次的交流活动让投资者对华侨城的了解更为深入。

解读“文化旅游”产业模式

投资者参观的第一站设在深圳湾最具时尚色彩的欢乐海岸。原定下午2点的参观时间,提前半小时就聚集了近20位投资者,现场工作人员提前安排大家上二楼参观欢乐海岸项目沙盘,并有四五名接待人员热情地向投资者具体介绍项目情况。

现场一位机构投资者表示,其实之前已经来过欢乐海岸,这里的商业氛围和水秀表演都给人留下了十分美好的印象,这次来就是希望在考察该项目建设进度的同时了解一、二期项目的运营情况,这个项目是公司旅游景区业务的第四代新产品,它的商业定位和业态运营模式对公司未来开拓新的商业项目具有十分重要的意义。

事实上,这位投资者的想法也正是华侨城所考虑的。公司董秘倪征表示,欢乐海岸是华侨城的旅游重点项目,它是华侨城在主题商业、时尚娱乐、创意文化领域的又一次创想与实践,其都市娱乐目的地的运营模式是一种全新的商业模式,这将是华侨城将来在经营发展方面新的增长点。该项目于2011年9月面向市民开放,计划于2013年春节前后全面开业,目前对外营业的部分运营情况良好,盈利水平已超出原来预计的设想。公司这次请投资者来参观,也是希望大家对华侨城从“旅游+地产”实现向文化旅游产业的转型有一个更为直观和深入的认识。

20分钟后,投资者们乘车来到了与欢乐海岸仅隔一条小街的华侨城湿地公园。据讲解员介绍,湿地公园是上世纪90年代末填海时留下来的一个内湖,后来由于缺乏环境保护,导致红树枯竭、海水减少、鸟类的数量逐年下降。2007年,华侨城正式受托管理华侨城湿地,近年公司斥资逾2亿元采取了一系列生态保护举措,目前湿地鸟类种群、总体数量都出现了显著增加,截至2011年底,华侨城湿地鸟类种群数量已从2007年同期的27种增至36种,数量由1000余只增加到近3000只。恢复红树林3万平方米,种植红树植物16万株,新种植陆地植被9万多平方米,湿地植物种类增加了11%。

投资者们在乘船游览湿地北湖时发现,波光粼粼的湖面几乎看不到工业及生活垃圾,湖面上漂浮着的是生态价值和经济价值很高的鲍鱼草,不时还有个很大的鱼儿跃出水面,不远处几只黑翅长脚鹬静静地立在木桩上晒太阳,即使乘船近距离驶过也未能打扰它们享受惬意的时光。

据湿地公园的管理人员介绍,为保护珍稀且脆弱的城市湿地,开园一年内的华侨城湿地,将以生态科研、生态保护与生态教育为主,安排相关环保团体及环保科研机构陆续进入湿地参观调研。今年8月14日,首批市民体验者通过网上预约入园,湿地面向公众免费开放。

一位年长的投资者表示:“之前看到的都是华侨城能挣钱的项目,没想到今天能看到这样一个公益性质的项目。华侨城投身公共文化事业建设,拓展产品文化内涵,加快文化旅游产业的发展并不是一句空话,我投资华侨城股票有两年多时间,今天的参观让我对公司有了全新的认识。”

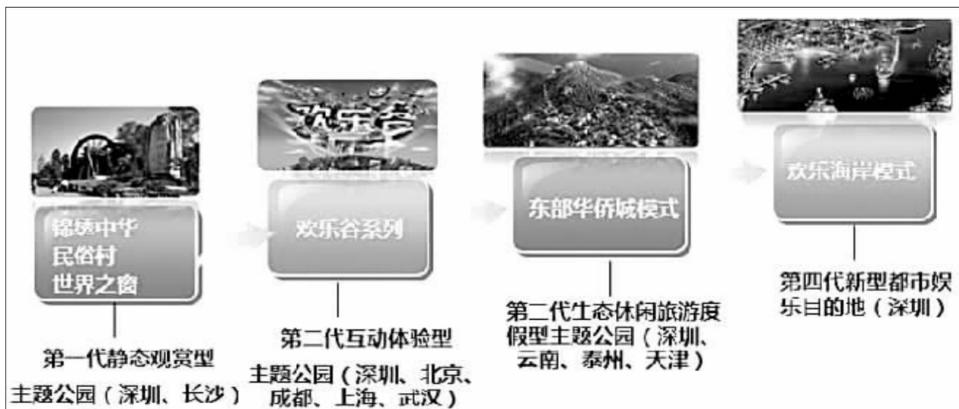
文化创新业务大有可为

座谈会上,公司董秘倪征向投资



投资者感受欢乐海岸、湿地公园美景,并与公司高管深入交流。

吴敏/摄 翟超/制图



华侨城产品组合不断丰富

资料来源:国泰君安

者介绍了华侨城旅游景区、房地产、酒店、包装印刷以及文化创新等各项业务的发展情况,并着重谈到了华侨城在文化创新业务方面取得的一些突破与成绩。

2011年,华侨城因应国家文化产业大发展的政策与趋势,组建了新业务拓展部,成为华侨城文化产业的主要运营平台,传媒演艺与文化科技都是该平台的重要组成部分。经过近一年的努力,演艺业务资源整合取得阶段性进展,演艺业务输出方面也取得实质性进展。辽宁锦州世园会项目以及在谈的新疆、湖南等地的演艺输出项目,都是其在软实力运营方面迈出的重要步伐。

文化科技方面,2011年华侨城通过增资收购原“深圳市远望落山科技有限公司”组建成了现在的华侨城文化旅游科技公司。虽说是华侨城文化产业的后起之秀,文化科技公司却迅速体现出其在文化旅游科技产品、4D数码动画影视设计等领域所拥有的强大实力,高效的管理团队、

专业和技术人才,以及多项国际领先的专利及著作权,都使华侨城文化科技公司一面向市场就受到欢迎。

此外,华侨城哈克文化旗下首家儿童职业体验馆麦鲁小城也已在欢乐海岸正式开业,此举标志着华侨城的儿童文化产业布局正式拉开。华侨城还将继续挖掘儿童文化消费市场的商业空间,突破实体店的限制,推进儿童网络游戏、动漫的开发,发展儿童教育、玩具等衍生消费品业务。未来,华侨城有望建立一个与互联网结合、线上线下互动、具有粘性的文化娱乐平台,打造儿童文化教育和娱乐市场的知名品牌。

华侨城在文化创新业务方面的重大突破,让不少投资者看到公司未来发展潜力的巨大价值。一位年轻的投资者在座谈会上表示,近期华侨城大股东连续增持公司股票,他个人也十分有信心跟进,作为一个关注公司多年的股东,他认为公司目前的股价与流通市值、股本结构严重不相符合。

华侨城董事、总裁刘平春也表示,以公司目前的商业模式及未来发展空间来看,公司股价确实被低估。对此,另一位机构投资者的分析更为透彻,他认为公司股票被低估的原因是仍有不少投资者把华侨城看做是一家房地产公司,

而事实上华侨城的主营业务包括旅游、房地产、酒店等业务,公司股票的估值应由每块业务的价值汇总后再除以总股本,这才是公司股票的内涵价值。

进一步扩大品牌优势

一直以来,华侨城是中国民族品牌文化旅游景区最强实力的代表。会上有投资者提出,旅游是近年来发展较火的一个行业,旅游业未来的发展走势如何?华侨城在这方面相比其他类似的企业有什么竞争优势?

对此,刘平春表示,中国的旅游业在2020年左右成为世界第一已成共识,全球旅游组织、世界的行业组织都是这样判断的,所以中国旅游业的走势非常朝阳,未来的二三十年旅游业会有长足发展。

在未来的发展中,华侨城将加快文化与旅游、节庆、演艺、科技、艺术、酒店及其他相关产品制造的进一步融合发展,进一步扩大公司在旅游行业中已经形成的品牌优势,力争在2015年拥有和管理旅游景区20家,酒店60家,实现年接待游客3000万人次,从而跻身“全球旅游景区集团四强”,成为世界一流的大型国有文化产业集团。

期望给投资者10倍回报

——华侨城高管答投资者问

证券时报记者 马宇飞

在深圳“欢乐海岸”会议室,华侨城(000069)总裁刘平春、副总裁陈剑、副总裁王晓雯、董秘倪征等公司高管共同回答了投资者的提问。

投资者:投资大师彼得林奇有一个很著名的说法,就是一家上市公司要做到让股民有10倍以上的回报,他才会投资这个公司。公司是否有信心让投资者得到10倍以上的回报?什么时候能有10倍以上的回报?

刘平春:问题很尖锐,我也是公司的股东,所以我一样关心这个问题。华侨城一直重视给股东的回报,公司上市以来在资本市场上募了23个亿,但现金分红给股东的接近22亿,募集的资金和现金分红基本持平。应该说,买华侨城就是买了一个高管队伍,这个队伍不敢说特别优秀,但是特别负责,而且特别富有创新的精神,希望能够在商业模式、产品、运营领域方面都有一个创新,并且不断地通过努力创下业绩。从历史上来看,这可以做到。我们也寄希望于改革的不断深化、资本市场的不断完善,早日给投资者10倍回报。

投资者:我有两个问题:第一,今年前三季度业绩没有大的亮点,在中短期内,公司业绩能否有一个新的突破?第二个问题,华侨城一大部分的业绩是由房地产贡献,在行业面临争议的背景下,请谈谈中短期内公司对房地产市场走向的预测。

倪征:三季度显示,公司前三季度业绩与过往几年同期相比,在销售收入上面是有增长的,利润上面也有轻微增长。因为今年上半年有送转股,在总股数扩大的情况下,摊到每股的业绩少了一点,但是权益是一样的。关于未来,随着国民经济的发展,大家在旅游上的消费能力将不断增加,公司非常看好未来的旅游文化产业和地产行业的发展。

陈剑:地产行业的前景总体是看好的。因为城市化是发展的方向,目前中国的城市化水平为40%,而发达国家都达到70%-80%,这个差距还很大,所以从长期来看,我们觉得房地产行业至少还有10到15年的好时候。从短期来看,由于这几年调控的影响,开发商开工的面积在压缩,导

致供给量减少,但是市场的刚性需求一直存在,所以我们判断,明后天这个市场会向好的方向发展。

投资者:想给公司提一个建议,深圳本地人每年都会去民俗村、东部华侨城等好多次,但是如果经常去票价的成本太高了。而像在台湾,有的旅游景点实现一种护照式的门票,第一次去是原价,第二次去就打九折,再去几次最低可能打到五折,这样的话,可以吸引到很多本地人重复去玩。如果公司能借鉴一下就好了。

刘平春:这个建议特别好。其实这相当于一个积分制度,不断有积累,消费费用就会不断降低。公司会积极研究这个问题,鼓励本地的消费者多来。

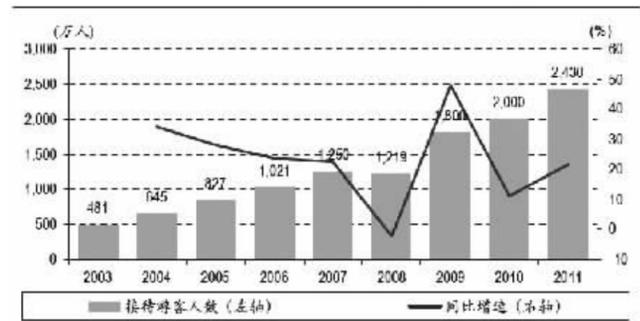
投资者:近期公司发布了一个华侨城文化产业指数,应该怎样来解读,对公司的发展有什么指导意义?

刘平春:华侨城发布这个指数有两个目标:第一,希望能够推动文化产业与资本市场的融合,推动对文化产业的公共服务平台的建设,推动文化产业投融资体系的建设;第二,希望以这个指数体系作为一个引领,让大家对行业企业有个评判的标准,这样有利于从事文化产业的企业不断改革、创新、上水平、提升能力,推动整个文化产业往前走。

投资者:旅游产业未来会存在哪些难点?地产和旅游是公司两大重要的板块,但是目前来说地产比重更大一些,未来旅游这一块会超过地产吗?

刘平春:旅游行业就是在做信用,信用的难点在于信用度必须不断更新、升级,不断保持它的吸引力,所以第一个难点在于华侨城对产品的创新。第二个难点,旅游行业说到底都是服务业,服务业其实很辛苦,所以第二个难题是如何能够使它长久保持优质的水平,这是非常难的。第三个难点,文化也好,旅游也好,它的投资周期都非常长,因此,做这个行业需要投资者认同,大家要有共同的信念来做这件事。至于地产和旅游业的比重问题,这两块对公司来说都是支柱。两个业务互相依存,旅游业务创造资源获取的机会,创造环境价值,创造品牌和形象价值;地产业务收获旅游的边际效应,运用旅游的手段来创造附加值,为整个城市居民的优质生活创造独特的社区关系辐射区域,两者对华侨城来说是一体的。

华侨城2003-2011年全公司接待游客数情况



资料来源:中银国际

体验欢乐海岸的文化融合

11月9日下午,作为走进上市公司活动的一部分,几十位投资者齐聚位于深圳南山滨海处的白石路,参观华侨城(000069)倾心打造的文化旅游复合项目——欢乐海岸。

来这里好多次了,但每次来都感觉有新意。吃的、玩的、看的什么都有。”在欢乐海岸旅游信息接待处的顶楼,一位投资者通过透明玻璃眺望园区景色,啧啧感叹。

站在楼上望去,首先映入眼帘的是一个大型临湖剧场,据接待员介绍,该剧场每晚都有灯光舞蹈表演,特别适合一家人前来观看。在剧场的正前方,与其隔湖相对的是华侨城高端会所,其背后为一片正在建造的高大建筑群。接待员介绍,这里是欢乐海岸的购物中心,其中包括购物街、SOHO办公以及公寓等。剧场的右侧,

则是中影电影院,最多能容纳2000多人。从电影院向前,就进入了欢乐海岸的餐饮娱乐区,诸如俏江南等多家知名饭店均置身其中;此外,独具特色的酒吧、创意设计型酒店可以满足各类人群的消费需求。

紧接着,在接待员的陪同下,投资者又集体乘车来到园区旁边的华侨城湿地公园,悠然地在湿地水泊中行船观鸟。这个历经七年维护修养的湿地公园,不但是深圳市中心区域的“绿色之肺”,也为欢乐海岸带贴上一层生态休闲的标示,形成与众不同的体验。

半天的参观结束后,大家对欢乐海岸融合文化、旅游、购物、餐饮和生态等多元业态于一体的做法印象深刻,对于华侨城探索的这一新商业模式更是充满了信心。

(马宇飞)