

# 华天酒店拟“售后回租”自家物业 加速转型走大众消费路线



3月29日年度股东大会后，华天酒店的经营范围将增加一项新的内容：“酒店资产的运营与管理，包括酒店资产的收购、投资、销售、租赁。”

公司董事长陈纪明在会上表示，拟将自有酒店物业面积中的1/3开展以“售后回租”为模式的资产运营业务。

而面对中央提出的厉行节俭政策，陈纪明直言对高星级定位的华天酒店确有影响，但目前正试图将华天打造成政务高档与普通大众消费结合的酒店。

■记者 黄利飞

## 发力“售后回租” 资产运营业务

去年4月，华天酒店在潇湘华天大酒店的部分酒店物业售后回租，试点资产运营业务，截至2012年年底，潇湘华天实现销售10893万元，实现利润4479万元。

公司认为“售后回租”的资产运营模式试点已经成功，并准备在公司自营酒店中推广。2012年年度股东大会上，审议通过了《关于公司拓展经营范围新增酒店资产运营业务的议案》。

“公司拟将自有酒店物业面积中的1/3开展资产运营业务，2013年预计运营酒店物业3.5万平方米，其中华天大酒店总店1.5万平方米，潇湘华天大酒店1万平方米，益阳华天大酒店1万平方米。”公司董事长陈纪明透露。

公开资料显示，公司目前有自营酒店15家，自有酒店物业近90万平方米。“按目前的物

业面积，可供开展资产运营业务的面积约30万平方米，按每年3-5万平方米、每年可回笼资金5-10亿元，至少可持续运营10年。”陈纪明说。

对于酒店资产出售带来的大量现金流，陈纪明表示一方面用作公司持续扩张的投资资金，另一方面用于归还银行贷款，降低公司资产负债率。

## 政务高档 与普通大众消费结合

针对去年年末中央提出的“八项规定、六项禁令”以及厉行节俭的精神，陈纪明坦言，这确实对高星级定位的华天酒店有一定影响，尤其是公务接待消费业务，压力骤增。

基于此，公司在酒店业方面，除进一步加强管理进行内部挖潜外，将创新服务产品、挖掘新的消费市场、增强对商务、旅游市场的营销力度，创新营销模式。



华天酒店拟将自有酒店物业1/3开展资产运营。

“首先是转变观念，华天并非单一的政务高档消费场所，中产阶级和普通大众皆能在酒店住宿消费，即‘敞开酒店大门、广纳普通大众’；其次是转变酒店的经营销售策略，比如美食广场新推出平价的水果、果汁和汤类，调整菜品结构向‘社会化’、‘亲民化’餐饮过渡；另外，新建项目中的装修档次和规模，都会考虑设定不同的标准，尽可能消除政策风险给公司经营带来的不确定性。”陈纪明说。

他还补充，酒店经营将着重增强对商务人士、企事业单位以及旅游市场等散户的营销，餐饮经营则在婚宴和寿宴方面下功夫。

## A股迎来史上“最大ST股”

本报讯 3月29日，连年巨亏的中国远洋戴帽改名为“\*ST远洋”，成为ST板块中股本最大、市值最高的公司。复牌当天即跌停，报收3.81元。

在两年亏掉200亿元过后，中国远洋正在改变策略，3月28日公司称出售旗下中远物流将获得78.6亿元现金。对于今年是否能扭亏，中国远洋高管表示“有信心”，但未能给出实际的分析。

根据规定，上证所于2013年3月29日起将中国远洋调出融资融券券标的证券名单。

“对于此类已经被归为垃圾公司的个股，能够退市一个就是一个。”财富证券李朝宇直言不讳地表示，像中国远洋这类公司其周期性非常长，公司要在短期内实现扭亏为盈几乎不可能，退市或不可避免。

■记者 黄文成

## 新华保险“通信鸽”开拓新渠道

本报讯 进入2013年，新华保险在行业内首推“通信鸽传，需求信使”服务。

市民可以通过填写一张“通信鸽服务申请书”表格即可申请这一新服务。据新华保险方面表示，“通信鸽”服务的推出，标志着新华保险将开拓“服务多元化”的新渠道。特别是调查服务人员为客户上门办理业务时，若客户有其他服务咨询、投诉需求，或购买保单意向，均可填写申请单，服务人员即化身为“通信鸽”，将客户

需求传递回新华保险给予优先处理。为保证服务时效和质量，新华保险专门开发了追踪系统，包括短信通知处理结果，统一制定标准化服务手册，和电话抽样回访以监督服务落实状况。

据悉，新华保险全国200余家县市级营业网点的500余名专职调查服务人员，在日常服务的同时化身“通信鸽”，让客户足不出户，即可体验到快捷服务。

■通讯员 何珊 记者 刘永涛

## 中联重科营业收入微增长

中联重科近日发布了2012年年报。根据报表显示，2012年中联重科实现营业收入480.71亿元人民币，同比小幅增长3.77%。同时中联重科公布了每10股派发现金红利人民币2元(含税)的分红方案。

### 产品毛利持续稳定

对于2012年业绩未能如过去几年那样高速增长，中联重科有关人士表示，2012年国际市场复苏乏力，中国经济增速明显放缓，国内工程机械行业产能过剩，市场竞争加剧，销售增速大幅回落。面对严峻的形势，中联重科紧紧围绕“管理变革”和“国际化”两大发展主题，优化流程、强化内控、严控风险，降本增效，整体运行情况良好。

年报数据显示，2012年中联重科整体毛利率为32.30%，同比仅下跌0.1个百分点，基本

保持稳定。值得一提的是，占公司销售比重较大的混凝土机械毛利率仍旧稳居各板块之首，全年累计达到33.94%。

### 重点费用控制合理

尽管市场竞争加剧，但中联重科顶住压力，合理控制各项费用。

根据统计，2012年全年，中联重科销售、管理、财务三项费用合计占主营业务收入的比重较2011年上涨不到一个百分点，主要原因是由于本年度美元债券发行利息支出同比上涨较快导致财务费用增加以及科研投入增加使得管理费用上升。

### 风险控制效果显著

2012年，公司深化全面风险管理联动机制建设，强化应收账款管理，严防严控经营风

险。截至2012年年底，公司拥有货币资金232亿元人民币，同比上涨30.78%；经营活动产生的现金流量净额为29.60亿元人民币，同比增长41.42%。与此同时，公司应收款项较年初虽有增长，但相比2012年三季度末已开始下降。

公司认为，目前行业处于发展低谷期，对中联重科却是难得的战略机遇期。由于前瞻性的战略布局，中联重科在行业中已处于一个相对有利的优势地位。

展望未来，董事长詹纯新表示：中联重科仍将坚持守正出奇的经营原则，紧抓当前的战略机遇期，依靠全方位的创新，稳中求进，实现高质量的增长；坚持深化改革，以市场为中心，以技术和人才为根本，完善三维矩阵管理模式；坚持实干、巧干、快干，开创企业发展新境界。

■记者 李庆钢

## 国寿财险车险理赔服务提质

本报讯 日前，湖南保监局通报了2012年全省财险行业车险理赔服务质量评价结果，中国人寿财产保险股份有限公司湖南省分公司以91.39的总分名列前茅。

该公司成立以来，一直坚持“服务当先”经营理念，把客户诉求放在首位，严格遵守总部“电话一拨就通、赔款一天支付、全国一套标准、投诉一站解决、流程一路透明”的服务承诺。全面推行合作

车险“交钥匙”工程，大力推广车务代办和道路救援等增值服务举措，服务品质大幅提升。2012年，该公司客户满意度高达97%，位居行业前列。

该公司党委书记、总经理傅天明表示，公司将大力践行“客户满意第一，企业利润第二”服务理念，以提高客户满意度为着力点，切实杜绝车险理赔难问题，为广大客户提供尊享的服务体验。

■通讯员 李振飞 记者 刘永涛