

王健林刷屏！5天卖了4家万达广场

业内分析认为,是正常布局调整,为贯彻轻资产战略



财经猎豹

万达集团董事长王健林再卖一线城市万达广场,1月3日在网上刷屏。据天眼查App显示,2023年12月27日上海金山万达广场发生股权变更。大连万达商业管理集团股份有限公司退出该公司股东名单,新股东为中联基金旗下苏州联商贰号商业管理有限公司。同时,公司注册资本由5000万增至约1.15亿元。

现代快报+记者 王新月 综合上海证券报、中国经营报、证券时报

消息 5天内4家万达广场股权被转让

公开资料显示,上海金山万达广场投资有限公司成立于2013年4月,公司旗下拥有上海金山万达广场,经营范围含商业广场投资、建筑工程、日用百货销售、自有房屋租赁、停车场管理服务。上海金山万达广场位于金山新城板块,2015年7月17日开业,占地面积11万平方米,总建筑面积46万平方米,是集住宅、商业广场、写字楼、商铺、小户型产品为一体的城市综合体。

值得一提的是,万达已于近期转让旗下多家公司股权。2023年12月25日,太仓万达广场投资有限公

司的大股东由大连万达商业管理集团股份有限公司变更为苏州联商叁号商业管理有限公司。12月26日,湖州万达广场投资有限公司发生工商变更,原全资股东大连万达商业管理集团股份有限公司退出,新增苏州联商伍号商业管理有限公司为全资股东。

12月29日,广州萝岗万达广场有限公司发生股权变更,大连万达商业管理集团股份有限公司退出该公司股东,由苏州联商肆号商业管理有限公司100%持股。这三家接盘的公司均为中联基金旗下公司。

据了解,中联基金专注于以REITs为核心的不动产金融业务,以不动产证券化为切入点并向两端延伸,形成不动产投资孵化、不动产证券化发行、证券化产品投资三大业务线,布局各主题不动产全业务链条。

按照王健林此前的计划,万达集团将出售其在全国范围内的部分万达广场以换取流动资金。此前,上海已有松江万达广场、周浦万达广场被大家保险接手,加上此次转让的金山万达广场,上海已有三家万达广场被金融机构接手。

分析 正常布局调整,为贯彻轻资产战略

有业内人士表示,万达在全国范围内拥有近500个万达广场,公司做出一些布局调整正常,上海的项目可能更加有利于转让,但归根结底还是贯彻万达的轻资产战略。从长期规划来看,万达减少重资产项目是一个持续的过程,并不是到了年底才加紧减持,频频出售资产或与万达早前曾与投资者签署的对赌协议有关。

为了缓解流动性危机,2023年以来,万达已多次出售旗下资产。除出售万达广场核心资产外,万达电影2023年12月6日发布公告称,万达电影间接控股股东北京万达文化

产业集团有限公司及其全资子公司北京珩润企业管理发展有限公司、万达电影实际控制人王健林拟将其合计持有的万达电影控股股东北京万达投资有限公司51%股权转让予上海儒意投资管理有限公司。

2023年底,万达的危机暂时解除。12月12日,太盟投资集团(PAG)与大连万达商管集团共同宣布签署新投资协议。太盟将联合其他投资者,在其2021年的投资赎回期满后,经大连万达商管集团赎回后,对珠海万达商管再投资。现有投资人于2021年8月对珠海万达商管的投资额约为380亿元人民币,其中

太盟的投资额约为28亿美元(约80亿元人民币),现有投资人在原投资安排中享有到期赎回权。按照新协议,大连万达商管集团持股40%,为单一最大股东,太盟等数家现有及新进投资人股东参与投资,总计持股60%。

此外,值得注意的是,王健林还没有等来万达商管成功登陆资本市场的消息。2023年12月28日,据港交所显示,珠海万达商管招股书状态更新为失效。这是珠海万达商管第四次招股书失效。股权结构剧变后,珠海万达商管未来是否继续推进上市,存在不确定性。



万达广场 视觉中国供图

红包、钥匙扣……“龙”元素新年周边上新

2024年已经拉开序幕,龙年春节的脚步近了。1月3日,现代快报记者走访市场发现,在南京,不少“龙”元素吉祥物和周边已经上新。呆萌可爱的奶龙玩偶、招财纳福的龙年对联、精致独特的龙年红包……各种商品“含龙量”飙升,总有一款是你喜欢的。

现代快报+记者 季雨文/摄



龙年红包

线下店铺氛围感拉满,各种周边“龙”重登场

距离龙年春节仅剩一个多月时间,南京的各大超市、商场里,年味越来越足。与此同时,一批龙年周边装饰品也“龙”重登场,大家都迫不及待想买一些,装饰自己的小窝。在南京市雨花台区一家综合性商场内,就有好几家生活好物集合店。1月3日,现代快报记者走访发现,商家们不约而同将龙年的周边产品,放在了最醒目的位置。

要说如今最火爆的龙形象,非动画短片《小七和奶龙》里面的奶龙莫属。在集合店里,奶龙周边是相当受欢迎的存在。奶龙戴上了财神帽或者龙头帽,手捧一个金元宝,这种呆萌形象的钥匙扣,可以说“吸睛”无数。同时,龙形象的开运御守也很吃香,不管是挂在门上还是车上,都很有喜气,不少人都慷慨解囊,人手一个。正在选购御

守的毛女士告诉记者:“新年快到了,就想有个好兆头求个财,买一个挂在老公的车上,希望他能沾沾福气。”

龙角的帽子,是小宝宝们“香饽饽”。家长们给孩子买这样一顶帽子,既保暖还有新春的氛围。店员表示,“这种帽子不仅小宝宝们喜欢,一些年轻女孩子也喜欢。戴上之后,马上就变成了萌妹。”

龙年亲子装亮眼,压岁红包也安排上

除了生活好物集合店,各大超市也启动“年货”模式。在各式各样的年货中,中国结、春联等春节摆件、挂件、装饰品格外增添节日氛围。今年年货的“含龙量”飙升,从玩偶到对联,从福字到红包,都已经安排上。

在某大型连锁超市里,和春节有关的周边用品,被摆放在了门口

位置。在一众喜气产品中,龙年红卫衣亲子套装,让人眼前一亮。“红红火火过新年,欢欢喜喜去拜年。”超市工作人员说,“这套亲子装可以穿着当拜年服,新的一年就是要齐齐整整。除了颜色喜气以外,当做普通的卫衣穿着也不会突兀。”

在这些周边商品中,龙年的红包最为畅销。压岁钱饱含了长辈给

晚辈的美好祝福,每年春节发压岁钱自然离不开红包。今年的红包除了普通款式,龙元素肯定也少不了。9.9元22个的售价,消费者们觉得可以接受。

尹阿姨称:“马上过年,给小辈们压岁钱是传统,现在的红包也好看了,还有各种各样的龙图案,买一点给孩子也开心。”

龙辰辰、龙墩墩,官方文创也来凑热闹

不仅是商家,官方文创也在龙的形象上挖空了心思。

“龙辰辰”作为2024年中央广播电视总台春节联欢晚会的吉祥物,从发布之日起,就吸引了众人的关注。目前,在各大电商平台上,“龙辰辰”的手办玩偶销量也非常不错。

冬奥会“顶流”冰墩墩也来凑热闹,推出了龙年新春特别版——“龙墩墩”。早在2023年12月,“龙墩墩”

系列新品就正式开售。“龙墩墩”系列新品包含了毛绒玩具、盲盒、钥匙扣、徽章等产品。作为奥林匹克历史知识产权再次授权开发的文创产品,“龙墩墩”延续了中国春节文化、生肖文化特色,成为弘扬奥林匹克精神、创新发展中国文化的典型范例。“龙墩墩”以“舞龙”“四海龙王”等传统文化内容作为创意基点,营造了喜庆、祥和的氛围,又有一些神

秘色彩。现代快报记者了解到,“龙墩墩”毛绒玩具每只售价为198元,钥匙扣每枚68元,盲盒每件99元。

另外,有关龙年的文创产品热度也很高。比如,故宫博物院淘宝店近日就推出了独家设计的龙年红包,款式分为“竹报平安”“事事如意”“喜上眉梢”三种,售价6元/个。许多消费者被这款大气简约的龙年红包种草,目前销量已达2万件。



龙年玩偶