

一、项目内容概述

项目名称：基于智能技术的新商业运营项目之体验式商业项目

项目公司：杭州汉鼎宇佑商业发展有限公司

项目投资额：42,486.90 万元

项目建设地：全国

公司目前体验式商业业务已经步入正轨，稳步发展，在现有下国投 1 期和 2 期项目完成了团队的初建，并通过对业态的调整，注重体验式业态的引进，使得 1 期项目较接手之前取得了长足的增长和突破。根据公司制定的发展战略，在体验式商业实现初期项目稳定发展后，将正式开始打造各板块都能对接和获利的线下商业平台，对接传媒、信息技术、网络新金融、综合体育、艺术培训等板块，并将线上线下的客户实现闭环。目前公司在项目地段、品牌储备、体验式商业团队建设上较传统商业板块都具有明显的优势，通过募投项目租赁和投资新的商业地产项目，公司收购优质商业综合体、租赁场地、重新商业策划、引进新型潮流标杆业态、软硬件、专业团队投入、推广营销费用以及营运资金的投入，全方位建立完善的线下体验式商业平台，将进一步实现公司“改变 3 亿年轻人消费方式”的重要战略思想。同时，形成智慧城市、互联网金融、体验商业三大业务体系，各大业务之间紧密合作、协同发展，能更加有效地提升公司市场竞争力。

通过本次的项目建设，实现公司在线下体验式商业的标杆布局，协同传媒板块、互联网金融板块以及智慧城市板块共同发展，体验式商业作为公司未来各板块的承载平台，提升公司各业务板块的关联性、互动共享和盈利能力与价值。具体实施项目包括，租赁新场地，联合共建商业项目、创建自有品牌。本次定向增发资金的运营计划详情如下：

单位：万元

序号	项目名称	总投资	拟投入募集资金
1	基于智能技术的新商业运营 项目之体验式商业项目	42,486.90	16,000
合计		42,486.90	16,000

二、项目相关背景

(一) 购物中心同质化日趋严重，体验式商业掀起热潮，将成为购物中心突围的法宝

体验式商业的形式有很多种，例如文化艺术体验、建筑体验、品牌体验、服务体验、情景体验、特色体验、智能化体验等，但购物中心大部分都以增加体验业态品牌商家为手段，其他的形式则少有尝试。体验式商业是发展趋势，众多购物中心转型体验式商业困难重重，需要破除原有格局、思维方式、团队结构、经营模式等，而我们不需要破，直接立。

随着人们消费心态的日渐成熟，互联网购物的兴起，靠巨量铺设国际名牌店和服装店的商业地产发展理念和模式，开始面临日益狭窄的市场。面对电商的咄咄逼人，实体商业低谷之中不断审视自身优势，体验消费成为线下商业新的出路。“大牌决定一切”的时代终将结束，而商场的布局、商家尤其是体验消费型商家的引进及布局、人文设施和服务的改善则日益重要。

未来的消费者会更愿意为体验、环境、情感和服务买单。

(二) 技术推动商业变革，新科技的运用将成新发力点

在“快速消费时代”重视消费者的情感体验，而关注消费者购买行为发生全过程中的非真实购买需求，必将成为商业地产商的营销创新的重要源泉，而这需要有大数据与云服务做支撑才能更好的执行实现对消费者购买行为发生全过程的获取与分析，满足消费者的各种个性化需求。

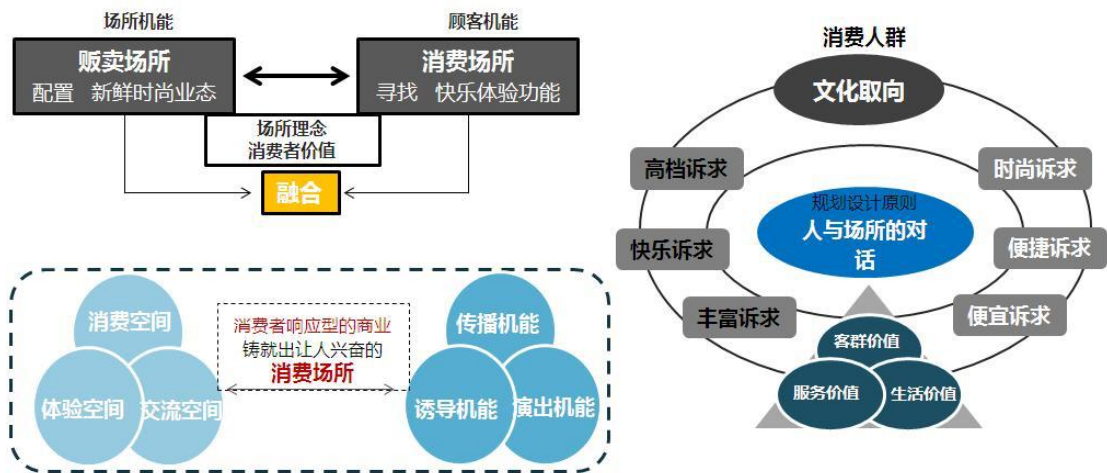


在移动互联网的时代下，消费者可以通过微信与 APP 为用户带来更多购物体验。内容包括店铺导航、活动推荐、路引指导、扫码停车、服务预约、排队区号和购物指南等丰富的线上功能。



(三) 商业空间的体验式感染力需要增强

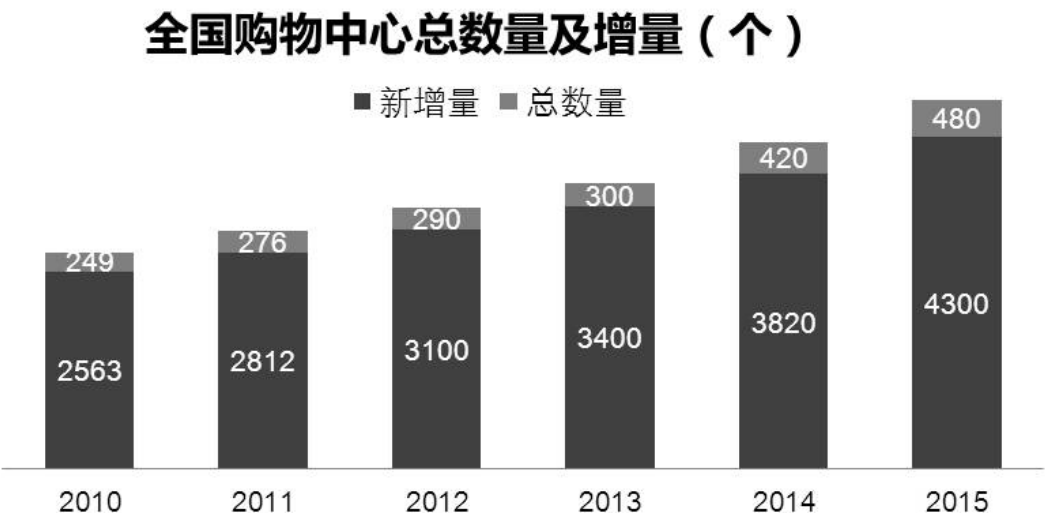
体验不仅仅是餐饮、休闲、娱乐，而是与场所整体汇聚起感染能量。



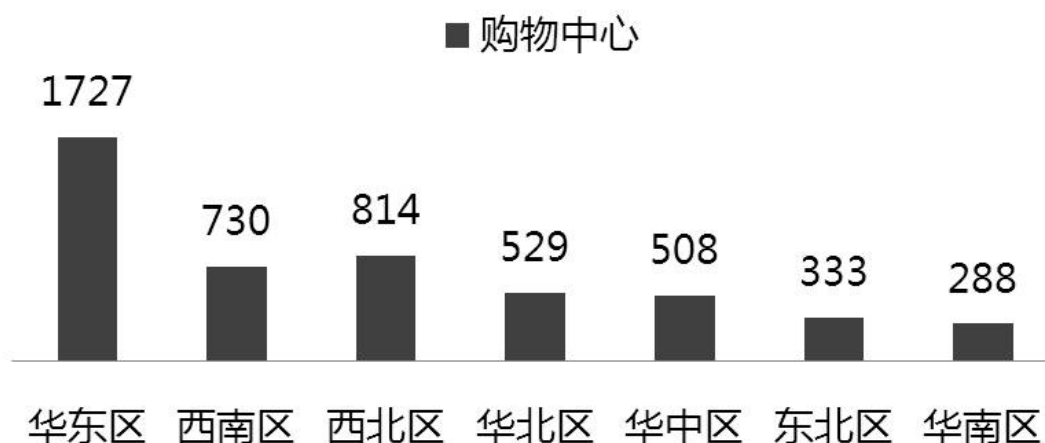
购物中心正在从购物到社交娱乐角色转变，未来的购物中心都面临着顾客体验感的考验；要多角度强调消费者在购物过程中感官的立体享受，使消费者产生愉悦心情。而创造体验更不仅仅是经营方或者一家品牌商的责任，更是购物中心各种业态的相互配合才能完成的。随着高新技术的变革，商业的体验感将更加细致和体贴，更加关注消费者的细微需求。

(四) 商业综合体的开发已经过量，更多的商业项目将寻找新的出路

目前全国购物中心近 4000 家，到 2017 年将达到 5000 家。



2016-2017年新增购物中心开发量预测 (万m²)



2016-2017 年两年内新增购物中心建筑面积 4929 万平方米，折合购物中心 700 个。虽然新增购物中心越来越多，但市场供需之间无法达成平衡。

供：国内的业态业种由于不足或单一，特色品牌数量有限，明显导致许多商业地产的主题定位“名存实亡”。

需：人们的消费习惯也正在发生巨大改变，消费行为已经不再是单纯的购物，而是向精神层面的满足感延伸。

三、体验式商业板块投资项目的可行性分析

(一) 体验式商业项目投入概述

根据公司的业务发展规划，计划在全国打造标杆型体验式商业项目，所需资金为 42,486.90 万元。结合集团公司现有其他板块相关资源整合和相互促进作用，利用体验式商业的强大聚客能力，为其他线上板块输送流量，增强集团整体盈利能力，也扩大汉鼎体验式商业“U 乐城”的影响力，除了在项目运营过程中的收益之外，还能在每个商业项目中选择优秀的商家及商业模式进行投资收益，建立投资数据库。具体拟投向明细如下：

序号		
已披露项目	下国投 1 期 2 期	
1	场地租金	23,800,000
2	总装修改造投入	31,700,000
3	市场推广费用	1,730,000
4	管理费用	3,500,000
	总计	60,730,000
洽谈项目		
1	场地租金	195,966,000
2	总装修改造投入	114,000,000
3	市场推广费用	40,383,000
4	管理费用	13,790,000
	总计	364,139,000
合计总费用	424,869,000	

上述项目打造完成之后，将会取得良好的社会效益和经济效益，为公司带来新的利润增长点和发展空间。

（二） 体验式商业项目实施可行性

1. 消费者需求倒逼着各地商场向体验式转变

目前各商场都开始重视体验消费，引进更多体验式业态。带来的改变消费者有目共睹：

文化：传统业态开始融入文化元素和休闲生活理念，因此形成一个独立的新业态。文化休闲业态的出现，代表着一种更高层次的消费文明。

艺术：现在，一些大型购物中心中，都呈现着东方的西方的，想到的想不到的，各种摄影、绘画、音乐、民俗、工艺品的展览。艺术不仅仅能挂在墙上，还能出现在购物中心的细枝末节处。

时尚：很多购物中心都在向时尚转型，不仅是建筑外观的时尚，还有引进时尚品牌等等。

2. 汉鼎体验式商业拥有强大的支撑，为其不断发展提供了强有力的保障

汉鼎宇佑现有各业务板块，及投资的各业务类型，能有效保障体验式商业的快速发展和成功运作。

现有业务板块能促进体验式商业较其他购物中心更完善、更具集客能力，能够做到如下几个方面：

1) 业态功能的体验化，自身的强力保障实现十 Mall

业态体验是指商业项目需突破传统业态规划的枷锁，打造更时尚、好玩儿、新奇、富于探索性的商业功能及元素。公司现有影城院线板块、传媒板块的综艺节目、公司收购的稀缺 IP、公司游戏板块等都能为体验式商业添砖加瓦，成为体验式商业的亮点。通过已有亮点作为契机，对接智慧城市板块的政府资源，拿到地段好、成本低的商业物业，实现“十 Mall”计划。

2) 运营机制的金融化，ToB 端打造体验式内容，实现百店

商业物业具有金融属性，对资本运作的要求非常高。商业地产在运营阶段将转向“资本和运营”，投资属性更加突出。未来的商业地产项目将更加关注运营阶段的投融资能力，具有较强投融资能力的商业地产项目才最具竞争实力。进驻体验式商业的商家都可以作为公司投资的数据库，通过对体验式商业的运营，清晰和明确的了解进驻内容商家的商业模式、盈利能力以及未来的可发展程度，所有体验式商业都具备孵化的功能，通过对内部内容商家的投资实现“百店”计划。

3) 金融手段的多元化，网络新金融助力深度体验，ToC 端培养消费者粘性

汉鼎自身具备的信息技术能力，网络新金融能力都能给体验式商业带来更强大的助力。网络新金融能够提供给消费者贷款，促进消费者更深度的参与消费，目的是为了内容商家的更加繁荣，该部分的贷款利息商家也能心甘情愿承担，符合现阶段的互联网思维。形成体验式商业、商家、消费者之间强有力的纽带，促进消费者粘性，以及商家愿意共同发展的动力。

高粘性的消费群体可以导流给公司游戏板块，同样可以将游戏作为 IP 实现线上和线下的深度体验，提升游戏消费群体的粘性，提高游戏收入。用新金融的助力支持消费者更深度游戏，培养游戏社群、增强游戏消费者的粘性，提升消费、增加收入。

4) 真正实现线上线下打通闭环

体验式商业作为汉鼎宇佑其他业务板块的承载平台：

体验式商业可以通过会员系统，为各板块导流更多的消费群体，而公司各板块的现有消费群体都能成为体验式商业的消费者，真正实现线上线下打通闭环。

3. 体验式商业的优势。

体验式商业有别于传统商业，它的经营模式由消费者深度参与，通过共同认同的消费文化形成纽带，并以社群的方式建立消费者与商业业态之间的消费交互，由消费者与商家共同打造一个全新的消费平台。体验式商业更趋向于互动，更注重消费者的参与、体验和感受。在传统商业原有的购物、消费基础上增加很强的互动性及文化认可，具有明显的新消费理念认同属性。它的重点是再生体验，增加消费粘度，以文化情感联系为纽带，提高消费者的复购率和创新消费模式参与度。

所以，体验式商业是一种带有社群属性的文化消费引导平台。基于消费者和商家的共同文化认同，形成消费者与商家之间的互动，消费者与环境之间的互动，消费者与产品之间的互动，是一种以消费者需求为导向的消费模式。是一种能增加消费者粘性，并在同一文化认同的群体里形成爆发，形成具有长期聚焦点的商业平台，是传统商业的创新和提升。

体验式商业具有 4 点明显优势：聚客能力强、有效缩短新项目市场培育期、顾客消费滞留时间长、对其他业态消费带动明显。

（三）财务预测

体验式商业投资项目财务回报概述

A. 财务评价基础数据与参数选择

1. 计算周期

已承租经营项目的建设周期为 1 年，预经营项目的项目周期平均为 1 年。包含建设期，项目计算期为 6 年。本报告经济评价表的时间序列采用日历年，以实现与会计年度计算的一致性。

2. 财务基准收益率设定

本项目财务基准收益率取值如下：财务基准收益率 $FIRR=12\%$

3. 其他计算参数

参考企业过去年度税收执行标准，各计算参数如下：

项目	历史情况	测算情况
增值税	按增值税的 17%计缴	按照 17%计算

B. 主营收入估算

经管理层预测，商业发展已承租经营项目：下国投 1 期项目，主营收入将保持整体稳定，略微上浮；下国投 2 期项目尚在筹建中；商业发展预租经营项目，在第二年起开始营业，前期主营收入相对处于低位，经过一个阶段的培养期后，主营收入逐渐稳定增长；预承租项目增值业务(广告位、多经点位、能耗收入等)，会在未来逐步带来收益。

已承租项目、预承租项目的主营收入主要由租金，物业费、广告、多经点位、能耗收入等非主营业务，两大块构成。目前租金与非主营业务收入占比，约 5:2。

单位：万元	T1	T2	T3	T4	T5	T6
已承租经营项目	1460	3323	3459	3459	3590	3590
预承租经营项目	0	22365	23498	23498	24624	24624
合计	1460	25688	26957	26957	28214	28214

C. 项目净利润估算

单位：万元	T1	T2	T3	T4	T5	T6
已承租经营项目	179	399	413	413	427	427
预承租经营项目	0	5593	5828	5828	6063	6063
合计	179	5992	6241	6241	6490	6490

详见附件。