

恒大地产再度融资 600 亿 张近东携“世界铜王”入局

■ 朱楠

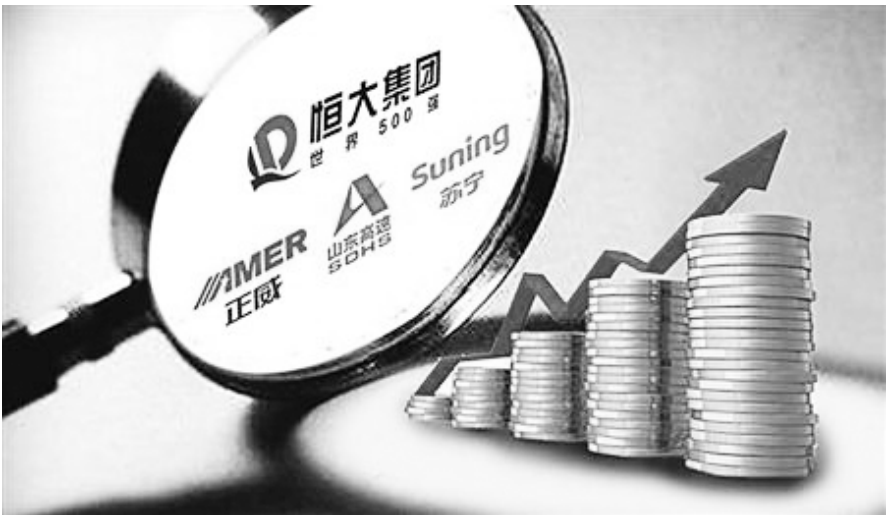
再度融资 600 亿元,恒大地产三轮融资合计竟高达 1300 亿元, 投后估值飙升至 4252 亿元,超过万科 A 总市值,地产业巨头效应愈发明显。

11 月 6 日下午,中国恒大公告,其间接附属公司恒大地产与 6 家战略投资者签订增资协议, 引入第三轮投资共计 600 亿元。除山东高速、嘉寓投资等“老面孔”追加投资外, 张近东旗下的苏宁电器、“世界铜王”王文银旗下的正威集团分别投资 200 亿元和 50 亿元最新入局。三轮融资完成后,恒大地产合计融资达人民币 1300 亿元, 总估值提至 4252 亿元, 这些战投者将合计持有恒大地产 36.54%的股权。

记者注意到,恒大给予战略投资者的业绩承诺大幅提升,2018 年至 2020 年净利润分别为 500 亿、550 亿、600 亿, 三年合计 1650 亿,远超其去年公布的 2017 年至 2019 年三年 888 亿的承诺利润。与此同时,不到一年时间内密集引入战略投资者,令恒大地产的估值从第一轮战投前的 1980 亿元,迅速膨胀了 115%。估值迅速提升,填平了境内外市场估值落差,或有助于恒大地产回归。

张近东携“世界铜王”入局

公告显示,参与恒大地产第三轮战投的公司有 6 家,包括山东高速、苏宁电器集团、深圳正威集团、嘉寓投资、广州逸合投资和四川鼎祥投资。其中,山东高速此前投资 30 亿元,此次追加 200 亿元;嘉寓此前投资 20 亿元,此次追加 50 亿元。新晋战投中, 苏宁电器的出资金额最高,达到 200 亿元,占恒大地产增资完成后的 4.7038%。正威集团出资 50 亿元,占恒大增资完成后的 1.1759%。据查, 正威集团是



全球铜业产业链完整度及规模方面最大的企业之一,实控人王文银在海外坐拥多座大型矿山,被誉为“世界铜王”。

公告称,第三轮投资者按照增资前 3651.9 亿元的定价,向恒大地产增资 600 亿元,占恒大地产扩大后股权约 14.11%。此前,恒大集团副主席、总裁夏海钧在恒大 2017 年中期业绩会上曾表示,恒大地产集团引入第三轮战投的资金在 300 亿元至 500 亿元。而目前披露的最新金额,已远超夏海钧彼时预计。

三轮融资完成后,恒大地产合计融资达人民币 1300 亿元, 这些战投将合计持有恒大地产 36.54%股权,而许家印控制的凯隆置业持有恒大地产的股权由 73.88%摊薄至 63.46%。

对于此次苏宁电器 200 亿元入股恒大,有市场人士表示“早有端倪”。早在 3 个月前,“恒大系”保险公司恒大人寿悄然入股苏宁旗下公司。9 月 20 日,许家印携恒大集团的高管团队访问了苏宁集团总部,并与张近东进行会晤。对于恒大来说,与苏宁的合作能借助其遍布全国的互联网零售商业运营优势,完善社区布

局,提升社区品质。而在重要城市的核心商圈,双方也可以共同开发和运营。

未来三年业绩承诺达 1650 亿

此番恒大地产给予第三轮战略投资者的业绩承诺可谓惊艳:2018 年至 2020 年净利润分别为 500 亿、550 亿、600 亿,三年合计 1650 亿。而此前凯隆置业和恒大地产向第二轮投资者的业绩承诺, 则是 2017 年、2018 年和 2019 年三个财年的净利润将分别不得少于 243 亿元、308 亿元和 337 亿元,三年合计 888 亿元,最新的承诺已较此提升近一倍。

恒大集团表示,按照恒大地产去年公布的利润承诺, 今年的净利润目标为 243 亿。而中国恒大中报显示,集团上半年已实现净利润超 321 亿。今年前十个月,恒大已实现销售额 423 亿元,今年销售突破 5000 亿几无悬念。根据恒大方面的预期,恒大地产 2018 年至 2020 年的合约销售金额分别为 5000 亿元、5800 亿元、6200 亿元。

此前引入第二轮战略投资时,恒大方面

与战投达成了对赌协议:恒大重组深深房如果在 2020 年 1 月 31 日前尚未完成,而且并非由投资者造成的话,相关投资者将有权在限期届满前两个月内,要求回购股权或者给予股权补偿。

而 6 日恒大发布的公告显示,恒大方面与第三轮战投的对赌期限——重组协议完成的时间为 2021 年 1 月 31 日,比第二轮承诺的重组完成时间推迟了 1 年。

恒大地产估值飙升至 4252 亿

恒大地产目前正在筹划重组 A 股公司深深房,若最终成行将实现 A 股上市。记者查询得知,第一轮融资前,恒大地产的投前估值为 1980 亿元,2017 年 1 月完成首轮投后,恒大地产投后估值达 2280 亿元;2017 年 6 月,引入第二轮战投后,恒大地产估值已达到 2680 亿元;而第三轮战投结束后,恒大地产投后估值飙升至 4252 亿元。

由此可见,不到一年时间,恒大地产估值迅速膨胀了 115%。中国恒大在 6 月 2 日发布公告称, 公司第一轮和第二轮增资的 700 亿元已经全部到账, 并已完成验资及工商变更登记。

以 11 月 6 日港股中国恒大收盘价 28.25 港元计算,中国恒大总市值约 3710.64 亿港元。对比来看,目前 A 股地产公司中,销售规模能与恒大比肩的只有万科一家。根据万科公布的 10 月销售简报,今年 1 至 10 月万科已实现销售金额 4328.9 亿元,与恒大不相上下。同样以 11 月 6 日收盘价来看,万科 A 报收于 27.46 元, 对应总市值约人民币 3031.35 亿元。

在地产业行业集中度明显提升的当下,龙头企业强者恒强的态势非常明显,恒大地产以如此方式获得巨额融资,将强化龙头经济趋势。

(来源: 上证报)

保健酒业最权威奖——“欢伯奖”出炉

■ 本报记者 许强

11 月 2 日, 来自全国保健酒行业 16 家企业以及行业领导、专家再度汇聚一堂,来到“健康行动品质同行——2017 年全国主流媒体走进保健酒联盟活动”收官站——海南椰岛(集团)股份有限公司。

在这里, 代表了行业权威的“欢伯奖”——2017 年度最佳产品正式出炉,多款参选的保健酒产品获得殊荣。而此次活动的三大亮点也格外引人关注。

12 款产品获奖 “欢伯奖”受到行业协会高度重视

“酒为欢伯,除忧来乐。”此次作为中国保健酒行业权威的“欢伯奖”受到了行业协会领导和企业的高度重视。因此,此次由中国酒业协会果露酒分会和中国保健酒联盟主办、海南椰岛集团承办的“欢伯奖”一时间吸引了协会领导及 16 家保健酒企业的高度关注。

在刚刚结束的十九大上,“健康中国”再度被提升到国家战略层面。保健酒行业正迎来“大健康”时代带来的发展红利。如何抓住这难得的历史机遇,促进行业发展格局与规模再上台阶,实现保健酒企业品牌百花齐放的局面,成为此次活动的探讨重心。

会上, 中国酒业协会常务副理事长王

琦,中国酒业协会副秘书长王祖明,中国保健酒联盟理事长、劲牌公司董事长吴少勋,海南椰岛集团执行总裁曲锋,海南椰岛集团副总裁、中国保健酒联盟轮值理事长洪河,中国保健酒联盟秘书长吴刚,壹玖壹玖酒类平台科技股份有限公司(以下简称 1919)董事长杨陵江等与众多行业精英共同就保健酒企在产品、渠道、营销等多个层面进行交流与分享,并就保健酒品牌企业应先做好自身产品、练好内功等达成一致。

王琦表示,保健酒企业要共享保健酒联盟资源、共享大健康潮流、共享龙头白酒资源,注重产品个性、宣传个性、市场营销个性,酒协也将鼓励保健酒企业将产品的个性标准化,推动保健酒行业、企业抓住机遇,做大做强。

据了解,此次“欢伯奖”评选从 10 月 24 日上午,在五粮液集团拉开帷幕,也宣告了此次保健酒联盟采风活动正式开启。

在评选现场,王祖明、吴刚与 7 位酒业专家和 27 位媒体、经销商、消费者代表共同组成了评委团,对经过初步审核和安全性评定后的 23 款产品进行了 5 轮次的感官评定。最终通过对参选产品品牌影响力、安全性、产品稳定性、感官评定和消费者评价五个项目的综合评分,评选出了“欢伯奖”保健酒 2017 年度最佳产品。

据悉,获得此次“欢伯奖”2017 年度保健

酒最佳产品的有(排名不分先后):劲牌金标劲酒、歪嘴牌竹荪酒、椰岛牌鹿龟酒、品斛牌五星酒、鹿司令吉福莱酒、孔府宴牌荷风汉韵、宁夏红枸杞姑娘、华佗牌楠药酒、阳春牌滋补酒、养生殿酒、红荔牌人参蛤蚧黄精枸杞子熟地麦冬肉桂酒、春花牌春红花酒共计 12 款产品。

16 个保健酒企业齐聚 劲酒掌门吴少勋带队前来

此次活动汇聚了保健酒行业 16 家重量级企业。作为中国保健酒行业的“带头大哥”,劲酒来到了“欢伯奖”现场,而且由掌门人吴少勋带队前来参会。

再看其他企业也无不不是重要企业领导带队前来参会。作为行业升起的新星——五粮液保健酒公司在总经理高红川的带领下,来到了现场;云南品斛堂酒业有限公(以下简称品斛堂)司在总经理闫永增的的带领下也来到了现场;吉林大清鹿苑保健酒科技有限公司(以下简称大清鹿苑)董事长曲风采也亲自带队前来等等。

在此次各大企业带队前来参会的队伍中,记者注意到,产品技术研发类人员占有重要比例。比如大清鹿苑董事长曲风采与企业副总工周继红前来参会,并对每个获奖产品进行了认真的品鉴;品斛堂总经理闫永增



劲牌公司董事长 吴少勋

在筹备自己企业一年一度的封藏大典中,也抽身与产品研发经理柳玉洪来到现场。

可以说,当前在保健酒行业整体盘子不大的发展情况下,各保健酒企业均放低自身姿态,认真学习其他企业的优秀经营理念以及好的产品品质。

闫永增对记者表示,品斛堂作为行业新兵,刚进入保健酒行业时间不长。而作为他个人来说, 也仅担任公司总经理半年时间,更是新兵。此次来参会就是抱着学习的态度,并借助保健酒联盟这个平台,将企业发展壮大。

令他感到高兴地是终于有机会与保健酒龙头企业的掌门人吴少勋得以交流,令他受益匪浅,不虚此行。

“双 11”快递量将超 10 亿件 共享快递盒或开启绿色物流时代

纸价上涨压力持续增加 电商纷纷试水绿色物流

据记者了解,钟山提到的共享快递盒正是由苏宁推出的。苏宁方面称,此前公司已投放 5 万个共享快递盒,今年“双 11”期间,会在北京、成都、南京、杭州、济南等 13 个城市投放共享快递盒。到 2018 年,苏宁物流计划在全国范围内投放 20 万个共享快递盒,进一步放大共享和循环包装在绿色物流中的应用。

除了苏宁, 其他电商也纷纷试水绿色物流。前不久,京东推出了循环包装袋,用抽拉绳完成包装袋密封,消费者到京东自提点带走商品后, 包装袋会由配送员回收并送回仓储,在再次打包时使用。菜鸟则宣布,今年“双 11”期间,将联合物流伙伴和商家推出 20 个“绿仓”,从这些“绿仓”发出的包裹,将使用免胶带的快递箱和 100%可生物降解的快递袋。

业内分析,多家电商纷纷试水绿色物流的背后,与当前价格高涨的瓦楞纸价格息息相关。据国家统计局数据显示,瓦楞纸今年价格暴涨了近七成。

苏宁方面表示,与苏宁共享快递盒同等规格的单个瓦楞纸箱成本在 0.6 元左右,今年的成本会在此基础上上涨 20%到 30%。而

单个共享快递盒的成本为 25 元,可循环使用 1000 次,单次成本只有 0.025 元。

业内认为,共享快递盒等方式是企业用市场化手段探索绿色物流的一种新模式,或能解决以往快递包装难以循环使用的问题,既压缩了成本,也节约了资源。

“当前,试点推广共享快递盒恰当时。一方面,‘双 11’期间试点推出共享快递盒,可以让更多消费者接受、尝试这一新模式;另一方面, 近期纸箱原材料的价格上涨,已经让电商、快递企业、消费者明显感觉到了成本上升带来的压力。因此,各方面都有动力采用新的共享模式以降低成本。”中国社科院工业经济研究所企业管理研究室副研究员赵剑波在接受记者采访时表示。

赵剑波说,“共享快递盒是分享经济模式在物流领域的创新和尝试,能够帮助快递行业降低成本,实现可持续发展。目前,工厂内部的智慧供应链模式已发展得非常成熟。在工厂内部的流水线上,以工位周转箱为载体,已能够实现按照订单需求的品种、数量和生产节拍实现物料的智慧供应。因此,从技术上看,共享快递盒的推行并不存在难度。随着商业生态化的生态化发展,智慧物流的服务对象不一定局限在企业内部,共享快

递盒可以看成是供应链从工厂生产环节向下游消费领域的延伸。”

全面推广尚存障碍 运营模式仍待优化

不过,专家也指出,共享快递盒的进一步普及和推广仍面临一定障碍。

清华大学互联网产业研究院副院长刘大成在接受记者采访时认为,“从回收的角度来看,中国的废弃物主要由拾荒者和废品收购站进行处理,欧美国家那种依靠废弃物回收公司用废弃物回收再利用的收益,来补贴难处理物品的模式,短期内在中国难以实现;从共享经济的角度来看,共享经济强调边际利润递增而边际成本递减甚至趋近于零,但共享快递盒的回收成本高、回收效率却较低。”

刘大成说,共享快递盒还有几大运营障碍有待解决。一是塑料袋、胶带目前还是价格低廉且使用方便的包装材料,在强制性政策难以波及的场合中,卖家更乐于采用这些价格低廉的产品。二是适用性较差。从目前的设计来看,共享快递盒很难在多数产品上适用,仅能适用于部分产品的外部包装或者

保护性包装。三是在快递企业的运营模式中,快递员与收件人的交接效率非常低,因此只能依托中介人或中介物才能实现货物的非实时交割,而共享快递盒的回收增加了效率成本。

对于如何更好地发展共享快递盒,赵剑波建议, 共享快递盒市场盈利空间不大,其共享行为更多受绿色环保要素的驱动,应尽快通过试点找到新政策实施的着力点,提高企业使用共享快递盒的积极性。其次,推动绿色物流包装的标准化。目前的快递包装尺寸、大小不一,分拣运输缺乏规范,应以试点推广共享快递盒为契机,推动物流快递各个环节的规范化、标准化。

赵剑波说,不同于现在的“即用即回收”模式, 未来共享快递盒可以散落在电商仓库、快递单车、代收物业以及消费者手中,形成“信手可用”的状态。从所有权来看,电商、快递企业不一定非得是共享快递盒的所有者,所有者的角色可以由不同的第三方企业承担,并需要一个或者多个支撑共享快递盒快速流通的互联网平台,以降低使用成本。当然,也要避免流通环节的人为破损和浪费等不良现象。只有这样,共享快递盒的商业模式才能够推动绿色物流时代的到来。

多项鼓励人工智能政策年底有望出台

信息产业政策体系将加速完善 集成电路、人工智能、物联网、5G 等领域政策红利可期

记者从工信部、发改委等多个权威渠道获悉,根据《国家信息化发展战略纲要》,我国将加速完善信息产业政策体系, 根据产业发展趋势和市场需求,制定和出台集成电路、人工智能、物联网、5G 等多个细分领域的产业政策, 在确保上述产业前沿领域保持快速健康发展的基础上,进一步促进我国信息产业整体做大做强。据悉,多项人工智能领域的相关政策,有望于今年年底至明年年初正式亮相。

目前,我国信息产业政策体系已初步成型。从 2015 年开始,我国先后出台了《中国制造 2025》、《积极推进“互联网+”行动指导意见》以及《关于深化制造业与互联网融合发展的指导意见》,形成了制造强国战略政策体系。上述三大文件都对我国信息产业中长期发展作出详细规划, 并指出信息产业不但将成为我国重要的支柱性产业, 还将是实现制造业转型升级的重要契机,关系着制造强国战略的成败。为此,工信部等部门还陆续出台了《国家信息化发展战略纲要》、《信息通信行业发展规划(2016-2020 年)》、《软件和信息技术服务业发展规划(2016-2020 年)》、《大数据产业发展规划(2016-2020 年)》等多项政策,并分阶段展开对下一代互联网核心项目 IPv6 地址的部署以及 5G 网络的测试和试点。

据悉, 工信部等部门将在现有的政策框架下,进一步完善信息产业政策体系,在未来一段时间,将持续制定和出台集成电路、人工智能、物联网、5G 等多个细分领域的产业政策。据悉, 多项人工智能领域的相关政策, 有望于今年年底至明年年初正式亮相。工信部总工程师张峰此前则在多个场合确认, 我国将在下一代互联网、5G、集成电路等产业细分领域出台针对性的产业政策和措施。

目前, 已经出台的一系列产业政策对整个产业发展产生了显著的推动作用,政策红利持续显现。工信部数据显示,前三季度,我国软件和信息技术服务业完成软件业务收入 39827 亿元,同比增长 14.1%, 同期实现利润总额 4731 亿元,同比增长 13.4%。更为重要的是,15 个副省级中心城市的产业增速也保持着强劲势头。前三季度,大连、宁波、广州、成都、西安等 15 个副省级中心城市的软件和信息技术服务业收入均保持快速增长,其中,软件产品收入同比增长 11.1%, 信息技术服务收入同比增长 17.6%, 集成电路设计收入同比增长 14.0%, 运营服务收入同比增长 19.7%, 嵌入式系统软件收入同比增长 8.0%。

多地经济和信息化委员会向记者透露,地方产业快速增长和出台的多项产业政策密不可分。事实上,上海、广东、江苏、浙江等地均出台了相应的政策或措施,以鼓励和促进地方信息产业的发展。例如,陕西出台的《中国制造 2025 陕西实施意见》就明确提出发展软件、集成电路、智能设备等多个信息产业的细分领域,同时给予部分重点项目资金支持,累计额度超过 100 亿元。工信部数据显示,作为陕西的副省级中心城市,西安前三季度软件产品、信息技术服务、集成电路设计、运营服务、嵌入式系统软件收入增长同比均超过 20%,增速在上述 15 个副省级中心城市中位列前茅。

业内人士普遍认为, 随着产业政策体系的不断完善, 信息产业在我国经济发展中扮演的角色将更加重要,除了能够进一步成长为我国新的支柱性产业外, 还将进一步促进制造业转型升级,确保制造强国战略顺利实施。

盘古智库研究员吴琦告诉记者,随着技术设备、商业模式和应用服务不断完善以及信息消费规模不断扩大, 信息产业正日益成为我国经济结构调整和产业转型升级的主要驱动力。目前信息产业对我国 GDP 增长贡献率达到 40%,而美国已超过 70%,这意味着我国信息产业仍有巨大的发展空间, 对整个经济的促进作用也会不断凸显。

(侯云龙)

国内家禽内脏产品 首次供应香港市场 河南华英公司一马当先

■ 本报记者 李代广

11 月 3 日, 从河南华英农业发展股份有限公司发出的一批冷冻家禽内脏产品, 顺利进入香港市场, 这标志着由我国内地生产加工的冷冻家禽内脏产品,正式开始供应香港市场。

据了解,2004 年, 香港虽然恢复了内地冰鲜、冷冻家禽产品输港,但要求只有去除内脏的禽肉产品才能进入。直到今年 9 月,国家质检总局与香港食环署达成共识, 新修订了内地供港冰鲜及冷冻禽肉的检验检疫标准, 正式允许内地冰鲜及冷冻家禽内脏产品进入香港。

作为内地最主要的鸭肉产品供港企业,华英公司在严格流程控制的基础上,对照新规,积极准备,全面接受食药监检验检疫局的出口考核,重新注册了对港出口资质。按照《内地供港冰鲜及冷冻禽肉的检验检疫要求》,从鸭源的选取、屠宰加工过程的卫生控制、冷冻储存、内外包装标识等各个环节着手, 确保内脏产品全部符合香港的质量安全要求。

目前, 华英公司已成为国内最主要的鸭肉出口企业,产品覆盖了日本、韩国、中东、中亚、澳洲和欧盟等世界主要鸭肉消费市场。